



11/02/2026

## Italia in prima fila a Biofach: il made in Italy bio presidia Norimberga

Buona partenza e agenda fitta: l'appuntamento accelera su innovazione e nuove proposte

**FABRIZIO PATTUELLI**  
redazione@italiafruit.net  
[WWW.ITALIAFRUIT.NET](http://WWW.ITALIAFRUIT.NET)

A pochi giorni dalla chiusura di Fruit Logistica, per il settore ortofruccolo è già di nuovo tempo di fiera ? ancora in Germania. A Norimberga ha infatti aperto i battenti BIOFACH 2026, appuntamento di riferimento per il biologico in Europa e piattaforma internazionale per operatori, trend di mercato e contenuti congressuali. La manifestazione, arrivata alla 37<sup>a</sup> edizione, punta a trasformare per quattro giorni il quartiere fieristico in un "marketplace" globale del bio: previsti circa 35.000 visitatori professionali e oltre 2.200 espositori, provenienti da 94 Paesi, con un'offerta che spazia dalla produzione agricola alle soluzioni innovative, fino al retail e al fuori casa.

Il filo conduttore dell'edizione 2026 è "Growing Tomorrow: Young Voices, Bold Visions": un focus esplicito sulla nuova generazione del biologico ? giovani imprenditori e innovatori chiamati a portare idee, visioni e richieste concrete ? in dialogo con i player più esperti del settore. L'obiettivo dichiarato è creare uno spazio di confronto intergenerazionale capace di generare ispirazione e, soprattutto, soluzioni collaborative.



E se Berlino ha fatto i conti con un quadro meteo-logistico particolarmente complesso, anche Norimberga non è del tutto immune da criticità operative: sul sito della fiera è segnalato per oggi uno sciopero del trasporto pubblico, con metropolitana e tram sospesi e autobus attivi su orari sostitutivi, mentre l'organizzazione lavora a navette aggiuntive dalle stazioni centrali. Un dettaglio che, pur senza i livelli di emergenza vissuti a Fruit Logistica, conferma un avvio d'anno non semplice per le grandi fiere tedesche.

L'Italia è protagonista con oltre 200 aziende partecipanti ecco i commenti di alcune aziende di riferimento del comparto ortofrutticolo.



"Biofach è il principale punto di riferimento mondiale per il biologico: una fiera dove si misurano i trend, si incontrano gli interlocutori chiave e si capisce davvero come sta evolvendo il mercato - commenta Anton Carra, referente commerciale estero per Brio -. Per questo Brio non può mancare: siamo a Norimberga, come da tradizione all'interno dello stand del nostro partner Alce Nero, con cui condividiamo un percorso di filiera sull'ortofrutta biologica. La Germania, poi, rappresenta un mercato particolarmente strategico per il nostro export e Biofach è l'occasione più efficace per consolidare relazioni e sviluppare nuove opportunità in un contesto di confronto diretto: è infatti anche la fiera che, più di altre, concentra la presenza degli operatori specializzati nel biologico. Questo la rende un osservatorio privilegiato per intercettare esigenze, orientamenti e trend di consumo. Per una realtà come Brio è, senza dubbio, un momento chiave per rafforzare una proposta che mette al centro qualità, certificazioni, continuità di fornitura e valore per la filiera: condizioni essenziali perché il bio continui a crescere in modo solido".



Paolo Pari, direttore di Almaverde Bio stila un bilancio provvisorio positivo: "Siamo soddisfatti della presenza a Biofach: partecipiamo come Consorzio Almaverde Bio Italia e per noi questa fiera resta un passaggio chiave per incontrare interlocutori internazionali e leggere l'evoluzione del mercato. Il primo giorno ha dato segnali positivi, con un'affluenza complessivamente buona ? come accade spesso, con alcuni padiglioni più dinamici di altri ? e un clima di lavoro concreto. È evidente che, in un contesto come Biofach, il grocery continua a rappresentare il comparto più forte e più visibile, ma l'ortofrutta biologica è presente e mantiene un ruolo importante: è il punto di contatto tra filiera agricola e consumatore, e il livello di attenzione su origine, qualità e continuità di fornitura resta alto. Guardiamo con interesse anche ai prossimi giorni, tenendo conto che per oggi è stato annunciato lo sciopero dei trasporti pubblici: potrebbe creare qualche difficoltà nei collegamenti verso la fiera e condizionare in parte i flussi, ma l'obiettivo resta sfruttare al massimo le opportunità di confronto e relazione che Biofach offre".



Riccardo Zannoni, Export Manager di Natura Nuova ha sottolineato la buona partenza della kermesse: "Personalmente rinnovo quella che è la mia visione di Biofach: si conferma una fiera interessante. Il biologico è un mercato che, pur avendo registrato una lieve flessione, resta presente oggi e soprattutto resterà presente anche in futuro, perché il tema dell'healthy e del mangiare bene è in crescita. E dalle prime ore si vede anche una buona affluenza: non era scontato. È vero, siamo sotto i livelli degli anni di massimo splendore di 4-5 anni fa, ma se il buongiorno si vede dal mattino Biofach resta una fiera d'eccellenza, dove nascono i trend. Qui si sviluppano idee che poi diventano prodotto da mass market, e altre che magari hanno una fase di vita più breve: ne abbiamo visti diversi esempi. Se c'è un trend che parte ? che sia una startup o una nuova ricetta ? spesso parte da qui".



Kurt Ratschiller, Direttore Commerciale di VIP ha evidenziato le peculiarità di Biofach: "Come tutte le fiere, è un momento importante per incontrarsi, sia con i buyer sia con interlocutori che non arrivano necessariamente dall'ortofrutta. A differenza di altri appuntamenti più verticali, Biofach non è specifica per il nostro settore: è la fiera del biologico e, proprio per questo, ti aiuta a 'sentire' il bio a 360 gradi. È una contaminazione utile, perché ti permette di confrontarti con il mondo del biologico nel suo insieme, non solo con l'ortofrutta. Inoltre, qui trovi non solo buyer ma anche consumatori: avere anche il loro feedback è un valore aggiunto. Noi siamo espositori storici da decenni e la prima giornata è stata positiva".

"Siamo in Germania - prosegue Ratschiller - che è il nostro primo mercato per il biologico e quest'anno è più complesso rispetto ad altri, anche per effetto di una produzione tedesca di mele abbondante. Detto questo, il fatto che negli altri mercati siamo cresciuti con Bio è un segnale positivo. E se penso a cinque anni fa, quando con la crisi economica si faceva fatica, oggi vediamo un trend complessivamente favorevole per il bio, anche in Italia".



"I risultati che vediamo oggi raccontano un percorso di crescita costruito nel tempo, con volumi che si sono evoluti con costanza anno dopo anno - spiega Hannes Tauber, Responsabile marketing di VOG - Il biologico è cambiato e con lui sono cambiate anche le aspettative dei consumatori che oggi, oltre al gusto, cercano sempre di più prodotti capaci di esprimere valori, identità e stili di vita. BIOFACH è stata l'occasione per mostrare come VOG accompagni questa evoluzione, mettendo a disposizione un'offerta strutturata e completa: dalle mele tradizionali ai brand classici, fino alle proposte innovative che intercettano soprattutto il pubblico più giovane, oggi protagonista della crescita dei consumi bio. Il nostro è un approccio che ci permette di offrire la mela giusta per ogni preferenza e momento".



Chiudiamo con il Consorzio Melinda che partecipa alla Fiera Biofach per il sesto anno. Anche per questa edizione, per il terzo anno consecutivo, il format adottato è quello della co-esposizione all'interno del padiglione Naturland, prestigioso ente certificatore tedesco per l'agricoltura biologica.

"Questa collaborazione si è rivelata strategica per consolidare la nostra rete commerciale in Europa, un mercato sempre più recettivo nei confronti delle nostre mele biologiche. La situazione attuale ci vede fortunatamente con un'alta qualità di prodotto ed un quantitativo in grado di garantire ai nostri clienti stagioni commerciali che coprono i 12 mesi" ha dichiarato a IFN Andrea Fedrizzi, Direttore Marketing del Consorzio Melinda.

L'edizione 2026 della fiera assume un ruolo ancora più rilevante grazie alla possibilità di confronto diretto con i partner di EBF (Europäische Bio Forum), associazione di riferimento per i principali produttori di mele e pere biologiche in Europa. "Questo meeting di allineamento è un'occasione fondamentale per discutere ed affrontare le sfide del mercato biologico europeo," ha sottolineato Fedrizzi.

Melinda anche con la gamma BIO, sta consolidando la sua presenza anche nei mercati extraeuropei. "L'attenzione verso i nostri prodotti da parte di buyer internazionali è un segnale positivo che conferma la crescente richiesta di frutta biologica certificata a livello globale", ha concluso Fedrizzi.

La partecipazione a Biofach 2026 si conferma quindi una tappa strategica per il Consorzio Melinda, impegnato a rafforzare il proprio posizionamento nel mercato biologico internazionale. (Ig)