Растителна защита

електронно списание за растителна защита
семена, торове и земеделие
ISSN 2815-522X

От родните полета до Мадрид: Българският земеделски бизнес търси глобални партньорства на Fruit Attraction 2026

Растителна Защита

Дата 10.10.2026 | **Брой** 10/2026 | **ISSN** 2815-522X | **Език** BG
www.plant-protection.com/article/2476?lang=bg



От 6 до 8 октомври 2026 г. испанската столица беше домакин на 18-ото издание на Fruit Attraction – едно от най-големите световни търговски изложения за пресни плодове и зеленчуци. Форумът, организиран от IFEMA MADRID и FEPEX, отчете рекордни мащаби, събирайки над 2500 изложители и над 120 000 професионални посетители от над 150 държави.

Испания – европейски лидер и стратегически домакин



Изборът на Испания за домакин на форум от такъв мащаб е напълно логичен с оглед на пазарните реалности. Производството на плодове и зеленчуци е водещият отрасъл на испанското селско стопанство със стойност от над 21,9 млрд. евро през 2025 г. Това представлява 60% от крайната растителна продукция и 32% от общата

селскостопанска продукция на страната, сочат данни към март 2026 г. на Министерството на земеделието, рибарството и храните на Испания.

С годишно производство от около 24,64 милиона тона, от които близо 60% предназначени за износ, Испания остава категоричен европейски лидер в производството и износа на плодове и зеленчуци. В този контекст Fruit Attraction затвърждава тази лидерска позиция, като действа като стратегическа пресечна точка между търсенето и предлагането и като катализатор за повишаване на международната конкурентоспособност на индустрията.

Fruit Attraction: Водеща международна бизнес платформа



Изложението в испанската столица по традиция събра търговци на едро, дистрибутори, логистични компании, представители на ритейла и компании от цялата верига на доставки. Това е мястото, където производители и купувачи договарят нови партньорства, планират следващите си търговски кампании, търсят доставчици и следят развитието на пазара.

През 2026 г. изложбената площ се разгърна на 162 000 кв. м. А за да отговори на нуждите на индустрията, пространството беше структурирано в четири основни сектора: *Fresh Produce* (Пресни продукти, които заемат около 70% от площта), *Auxiliary Industry* (Спомагателна индустрия), *Innova & Tech* (Технологии и иновации) и *Fresh Food Logistics* (Логистика и студена верига).

Освен търговската част, програмата включваше ключови събития като *Biofruit Congress* за пазара на органични продукти и *Factoria Chef* – гастрономическо пространство за кулинарни иновации. Специални страни-гости на 18-то издание на форума бяха Китай и Обединените арабски емирства, а основна тема на дискусиите в индустрията бяха преходът от фокус изцяло върху добивите към фокус върху климатичната устойчивост, ефективното управление на водните ресурси и разработването на сортове с по-дълъг срок на годност.

Картофът – звездният продукт на изложението в Мадрид



Тазгодишното издание постави специален акцент върху картофите, като подчерта икономическото и стратегическото значение на културата за глобалната продоволствена сигурност. Ден преди официалното откриване на щандовете се проведе и Първият международен симпозиум за картофите, който събра над 400 експерти. На симпозиума бяха засегнати теми като намаляващите обработваеми площи в ЕС, иновациите в селекцията и нуждата от адаптация към промените в климата.

Българското участие, бизнес цели и очаквания

На фона на тези глобални тенденции България беше представена със собствен национален щанд. Седем родни производители на зеленчуци, подправки и цветя показаха своята продукция пред международните купувачи. В изложението участваха компаниите ЗП Петя Нановска, ЕТ „Карбоника плюс“, „Ели 2004“ ЕООД, „Екофрут К и К“ ЕООД, ЕТ „ВИКС“ – Виктор Асенов, „Стемо 2013“ ЕООД и ЗП Валентин Стоянов.

ISSN 2815-522X



Националното участие беше организирано от Българската асоциация на производителите на оранжерийна продукция (БАПОП) с институционалната и финансова подкрепа на Министерството на земеделието и храните (МЗХ) и Държавен фонд "Земеделие" (ДФЗ).

За българските участници Fruit Attraction е възможност да покажат различните лица на родното земеделие и директно да сравнят продукцията си с тази на производители от други държави, проследявайки изискванията към качеството, опаковките и логистиката.

Председателят на УС на БАПОП, Марин Генуров, подчерта стратегическото значение на колективното представяне:

"За нас е важно не само да покажем свежестта и аромата на българските сортове краставици, домати, дъхави подправки и цветя... Искаме да представим качеството и капацитета на родното производство пред международни партньори, които търсят надеждни доставки и нови предложения за своите пазари. Затова чрез колективното представяне на националния щанд българските компании получават по-голяма видимост и възможност да привлекат купувачите не с отделни продукти, а с мащаба и разнообразието на сектора."

Още по темата:

Доматът – звездния продукт на FRUIT ATTRACTION 2025