

## Nieuwe groenterassen als antwoord op retailtrends

Algemeen  
19.02.2019

Video of Syngenta op de Fruit Logistica 2019

Door veranderende retailtrends op de Europese markt veranderen de eisen die aan producten worden gesteld. Met de selectie van innovatieve genetica wordt ingespeeld op die nieuwe eisen van de consument én op de behoefte van de telers om tegen een concurrerende prijs te kunnen leveren.

Er is veel belangstelling voor nieuwe rassen die de consistentie en efficiëntie binnen de waardeketen bevorderen, zo vertelde Arend Schot, Head EAME Vegetable Seeds van Syngenta, eerder deze maand na het succesvol verlopen Fruit Logistica 2019 in Berlijn.

"Met ruim 78.000 zakelijke bezoekers uit 130 landen was Fruit Logistica voor ons een uitgelezen platform om in contact te komen met klanten uit de hele waardeketen", aldus Arend.

Als we weten wat voor hen belangrijk is, kunnen onze telers zich bij selectie en genetica concentreren op variëteitskenmerken die daar het beste op aansluiten, nu en in de toekomst.

Als voorbeeld noemde Arend de enthousiast ontvangen paarse Yoom® tomaat. Die tomaat sluit perfect aan op de wensen van de moderne consument, met een gezonde levensstijl en een voorkeur voor vernieuwende smaken en voedselsoorten. Aan de andere kant is de nieuwe tomaat ook een betrouwbaar, consistent product dat het verkooppunt in perfecte 'pas geplukte' conditie bereikt. En die eigenschappen zijn belangrijk voor de waardeketen.



"Veel bezoekers zochten oplossingen voor de retailtrend van kleinere stadswinkels en de opkomst van het online bestellen en laten thuisbezorgen van boodschappen. Er is veel vraag naar rassen die efficiënt kunnen worden opgeslagen en vervoerd en ook bij veelvuldig hanteren een uitstekende kwaliteit behouden.

"Voor winkeliers die werken met kleine voorraden en thuisbezorging zijn uniformiteit en consistente kwaliteit van essentieel belang voor de klanttevredenheid," voegde hij toe. "Ook is men op zoek naar rassen die passen in de trend om de hoeveelheid verpakkingsmateriaal en afval te verminderen."

Hij noemde een aantal innovaties die door Syngenta op Fruit Logistica waren gepresenteerd, zoals de nieuwe Destinica bloemkolen. Deze bieden een extreem hoge veldopbrengst van de beste kwaliteit Klasse I producten, met als voordelen voor de teler kostenbesparing en een efficiënt gebruik van grondstoffen. Voor de consument is de nieuwe bloemkool extra aantrekkelijk door zijn uitzonderlijke

kwaliteit rozen en consistente formaat.

Het andere hoofdthema was de continue beschikbaarheid van producten het hele jaar door, een aansprekend onderwerp voor het internationale publiek. Kijken we bijvoorbeeld naar paprika's, dan kan Spanje tegenwoordig de internationale markt 365 dagen per jaar voorzien van een uitzonderlijke kwaliteit paprika's, met als extra verkooptroef een duurzamere teelt.

“Syngenta richt zich op oplossingen voor consumenten, supermarkten, exporteurs en telers en ontwikkelde het grootste en breedste aanbod van meer dan 15 paprikarassen met een hoge, efficiënte natuurlijke weerstand tegen plagen en ziekten - wat ze bij uitstek geschikt maakt voor de duurzame, biologische productiesystemen van vandaag.

Meer dan 40% van de biologische paprikaproductie van 75.000 ton uit de regio wordt al gerealiseerd met deze ‘extra resistente’ rassen van Syngenta en zusterbedrijf Zeraim Iberica.



Arend Schot is ervan overtuigd dat deze innovatie Syngenta een vooraanstaande positie oplevert als voorloper in de ontwikkeling van resistente rassen.

“De kwaliteit van producten verbindt individuele partijen en bedrijven en bevordert relaties en samenwerkingsverbanden binnen de voedselketen,” zei hij. “Het verzekeren van de levering van hoogwaardige, betaalbare producten, vormt de kern van het Syngenta Good Growth Plan voor een duurzame voedingsindustrie.

**We breed genetics to grow your business at every step of the food chain.**