BASF llega a Fruit Attraction para ‘enamorar’ a todos

Bajo el mensaje ‘Vegetables People Love’, la compañía de semillas mostrará sus nuevas propuestas en cultivos como el tomate o el melón que responden a las demandas de salud y sostenibilidad del consumidor final.

BASF participa del 5 al 7 de octubre próximos en la primera edición presencial de Fruit Attraction (9C11) desde el inicio de la pandemia, y lo hace con un doble objetivo: por un lado, demostrar su compromiso incondicional con toda la cadena de valor agroalimentaria y, por otro, para presentar sus últimas innovaciones en línea con las demandas actuales de productos sostenibles y saludables.

Bajo el eslogan **‘Vegetables People Love’**, **BASF quiere poner de manifiesto la pasión que todo su equipo pone en cada una de las semillas que desarrolla**, y que no ha decaído ni siquiera en los momentos más difíciles de la crisis sanitaria, todo lo contrario. “Ha sido un año muy complicado, que ha supuesto un verdadero reto para todo el sector, y hemos estado a la altura de

las circunstancias”, afirma Francisco Solera, Country Sales Manager del negocio de semillas hortícolas de BASF, que destaca “el perfecto engranaje de toda la cadena de valor, que ha seguido funcionando con el único objetivo de suministrar alimentos sanos y sostenibles”.

La multinacional ha continuado innovando en todo este tiempo para satisfacer las demandas de cada uno de los eslabones de esa cadena, desde el productor al consumidor final, y así lo demostrará en Fruit Attraction con sus propuestas.

Disponible, *convenience* y *healthy*

Para la gran distribución, l**a novedad es Sunup®, una nueva tipología de melón similar al cantaloup,** del que ha heredado su escriturado y líneas de sutura, pero de color dorado. Además, continúan mostrando sus sandías de doble aptitud Bazman F1 y Harmonium F1, ideales tanto para su venta en fresco como con un mínimo procesado, en cuartos y mitades.

Y, por último, no se olvidan del consumidor, al fin y al cabo, la razón de ser de toda la cadena. Para satisfacer su demanda de productos saludables, **la multinacional presenta RedNoir®, un tomate tipo Intense con unas cualidades organolépticas y nutricionales superiores a la media.**

BASF demuestra, una vez más, su compromiso con toda la cadena de valor agroalimentaria alineándose con cada uno de sus eslabones y atendiendo a sus necesidades y demandas. Y todo ello sin perder de vista su objetivo de alimentar al mundo de una manera saludable, atractiva y sostenible.