BASF, propuestas saludables y sostenibles en Fruit Attraction

BASF ha participado en la primera edición presencial de Fruit Attraction tras más de un año de pandemia, que se celebró del 5 al 7 de octubre pasados en IFEMA (Madrid).

La multinacional de semillas se ha sumado así a la que ha sido, posiblemente, la edición más esperada del evento madrileño, y lo ha hecho para demostrar, una vez más, su compromiso con todo el sector
hortofrutícola.

Bajo su eslogan 'Vegetables People Love', BASF ha dejado claro que, aun en el año más difícil que muchos recuerdan, toda la cadena de valor agroalimentaria, desde el agricultor a la gran distribución, ha seguido funcionando con el claro objetivo de alimentar al mundo. Pero no solo eso, en este tiempo, tampoco se ha frenado la innovación, que en el caso de BASF se ha traducido en conceptos tan rompedores como su tomate RedNoir® o su melón Sunup®, dos de sus novedades en Fruit Attraction, pero no las únicas.

También han reforzado a los visitantes al evento sus nuevas propuestas en cultivos como lechuga y espinaca, sandía, pepino y alcachofa.

La salud se ha convertido en uno de los principales drivers de consumo; lo venía siendo en la

etapa pre-pandemia y lo es hoy aún más. En línea con esta tendencia healthy, BASF ha presentado su nuevo tomate RedNoir®. “Se trata de un producto con una serie de características diferenciales tanto en su apariencia externa e interna como en sus cualidades organolépticas”, explica Francisco Solera, Country Sales Manager Iberia de BASF.

Externamente, es un tomate de piel negra, con forma redondeada, casi esférica, y un calibre entre 70-90 gramos. Internamente, es una variedad de tipo Intense, sin jugo. “Cuando lo partes, es todo carne”, comenta Solera. Y es precisamente en su interior donde RedNoir® guarda su mayor valor. “Tiene un alto contenido en nutrientes, siendo una fuente natural de antioxidantes”, destaca, por ejemplo, su alta concentración de licopeno, antocianinas o vitamina C. Y todo ello con un sabor umami, el quinto sabor.

En una cata a ciegas con consumidores europeos, valoraron la versatilidad de RedNoir® en la cocina, cualidad que, combinada con sus características organolépticas, lo convierten en un aliado perfecto para mantener una alimentación saludable.

De momento, este es un proyecto que BASF desarrolla en exclusiva con Unica, que también ha mostrado RedNoir® en su stand de la feria, pero que sigue abierto a nuevas empresas que quieran poner en valor el tomate y contribuir a mejorar los hábitos alimenticios.

Más sostenibles

BASF pone siempre a agricultores y comercializadoras en el centro de su I+D con el único objetivo de contribuir a la mejora de su rentabilidad de manera sostenible. Para lograrlo, en lechuga y espinaca, han dado a conocer su nueva estrategia de asesoramiento para ayudarles a decidir qué variedad se ajusta mejor a sus necesidades en función de las condiciones de su suelo de cultivo.

En el caso concreto de la espinaca, y ante los problemas de Damping off observados en las últimas campañas, BASF ha colaborado estrechamente con los productores para diseñar estrategias eficaces combinando técnicas de cultivo y las variedades más indicadas en cada caso. “Nuestro objetivo es ofrecerles la variedad más idónea teniendo siempre en cuenta sus necesidades y los condicionantes del cultivo”, explica Solera.

BASF cuenta con un amplio portfolio de variedades de espinaca con las que cubre todo el ciclo ofreciendo altos rendimientos, con un producto premium y un paquete de resistencias total a las razas de mildiu conocidas hasta ahora (1-19), reduciendo así el uso de tratamientos y haciendo las producciones más sostenibles.

La innovación es el faro que guía el día a día de BASF y conceptos como su gama de pepinos y su alcachofa Green Queen son claros ejemplos de ello, como ha quedado patente durante la feria.

En el caso de Q-verde, solo aquellas variedades en las distintas tipologías que destacan por su ‘excelencia de calidad en fruto’ son merecedoras de este sello que permite a los productores diferenciarse en los mercados más exigentes. Con Green Queen, la multinacional les ofrece una alcachofa que responde a los más altos estándares de calidad: de corazón lleno, apretado, pero tierna, y de gran sabor. “Con Green Queen hemos logrado conjugar una buena base agronómica con un producto final de alta calidad”, explica Solera, quien destaca su adaptabilidad a distintas zonas y condiciones de cultivo, ofreciendo siempre un alto rendimiento.

Para el supermercado, disponibilidad y convenience. Ambas son condiciones sine qua non para conquistar los lineales, y más actualmente, cuando el consumidor demanda cualquier producto 365 días al año y busca, además, tamaños acordes al de su unidad familiar.

Disponibilidad de producto todo el año es lo que consigue BASF con Sunup®, su melón más rompedor. Se trata de una tipología similar al cantaloup, del que ha heredado su escriturado y líneas de sutura, pero no su color de piel. La gama Sunup® indica cuándo el fruto está maduro, pasando de amarillo pálido a un atractivo dorado. Bajo este concepto, BASF cuenta con variedades que permiten su cultivo en Senegal, Marruecos, Brasil y Honduras, garantizando, de este modo, un suministro all-year-round.

BASF, líder en sandía y presente en todos los segmentos, refuerza en la feria el concepto que introdujo en el mercado de manera pionera, las variedades de doble aptitud, es decir, adaptadas a su venta en fresco y también con un mínimo procesado, en cuartos y mitades. De ese modo, la multinacional se adelantaba a las demandas de las unidades familiares actuales, cada vez con menos miembros, sin que sus sandías perdiesen un ápice de sabor y calidad. Bazman F1 y Harmonium F1 son sus referencias en este segmento.

Con todas estas nuevas propuestas, BASF ratifica su compromiso con el sector hortofrutícola sin perder de vista su misión en la sociedad, y que no es otra que alimentar al mundo de forma saludable, divertida y sostenible. We make healthy eating enjoyable and sustainable.