UPL presenta su unidad de negocio para soluciones de origen natural y biológico, NPP

Natural Plant Protection (NPP) ha realizado este jueves oficialmente en Dos Hermanas (Sevilla) el lanzamiento de su unidad de negocio en Europa, con la que quiere seguir avanzando en los objetivos de los 'Acuerdos de París' para reducir la emisión de CO2 desde los cultivos agrícolas.

La presentación se ha realizado en las instalaciones que NPP gestiona en la localidad sevillana, donde cuenta con un centro de investigación de 6.000 metros de invernaderos, 22 hectáreas de cultivos, y el contacto directo con agricultores y productores, que son los receptores principales de los productos que elabora esta compañía.

NPP es una nueva unidad de negocio global que alberga la cartera integral de insumos y tecnologías agrícolas de origen natural y biológico de UPL, y actúa como una marca independiente, consolidando **la cartera de Biosoluciones** existente de UPL, y la red de laboratorios e instalaciones de I+D en todo el mundo, que actualmente representa el 7 % de los ingresos totales de UPL.

El **director de operaciones global, Carlos Pellicer,** ha puesto en valor, en rueda de prensa, el trabajo que se realiza en su firma y ha indicado que, actualmente, se encuentra en medio del viaje que se inició hace varios años y que se ha aceleró en 2015 con los Acuerdos de París, que son “muy importantes” para la empresa, dentro de la labor de “de estudiar y evaluar hasta donde avanzan el planeta y el medio ambiente”.

Para Pellicer, uno de los objetivos pasaría por reducir una gigatonelada de Co2 al año, que es lo que emiten Italia más Francia y Reino Unido, y en esa labor, empezaron a pensar en cómo avanzar en la dirección de la sostenibilidad, hasta que en 2018 cerraron un acuerdo de fusión al

adquirir ARISTA, “que trabaja en las biosoluciones con una cartera muy interesante de soluciones”.

Posteriormente, al integrar a más sociedades, UPL por un lado y Arista por otro, vieron que existía una “gran oportunidad” y en 2019 se convirtieron en una empresa con el fin de tener una red agrícola abierta para conseguir que todos los elementos sea más sostenibles. “La sostenibilidad se ha convertido en un pilar clave de nuestra estrategia y compromiso”, ha resumido.

La empresa ha conseguido operar en 138 países en todo el mundo, **con ventas por 5.200 millones de dólares anuales** (4.446 millones euros), “y ha nacido con 400.000.000 de dólares en venta en productos bio (343 millones de euros). Nuestros sueño es conseguir las máximas ventas con soluciones sostenibles”, sentencia Pellicer.

> “La sostenibilidad se ha convertido en un pilar clave de nuestra estrategia y compromiso”, ha resumido.

Por su parte, **la jefa de plataformas de investigación de NPP y NAT, Natalie Hummel**, aspira a llevar “estas soluciones a los mercados globales, porque existe una demanda global de alimentos sostenibles”, y “pretendemos conseguir y desarrollar soluciones”.

“Es un placer ver la calidad de las instalaciones y cómo estamos avanzando”, ha señalado, con datos como equipos en cinco áreas distintas, en muchas ocasiones cerca de Europa, otras en India y América Latina, y además de socios y apoyo específico que tenemos en I+D, “tenemos un centro recién desarrollado en Carolina del Norte”.

Retos de NPP: mejorar el déficit de agua y retener el carbono

El director de operaciones de NPP, Fabio Torretta, ha señalado la capacidad de la empresa por adaptarse a los cambios que se van produciendo, porque “el mundo ha cambiado tras la pandemia, hay un nuevo tipo de clientes, y los gobiernos, los presidentes, los delegados de las empresas, intenta tener productos sostenibles”.

Además ha relatado algunos de los objetivos, como “mejorar el déficit en el uso de agua, una cuestión muy sensible” o “retener el carbono de lo suelos, porque son las plantas las que capturan carbono, pero al crecer capturan más, y tenemos que retener este carbono en el suelo”.

Con todo, la cartera de productos NPP desempeña aborda los puntos débiles de los agricultores, incluido el estrés abiótico, la salud del suelo, los residuos y el manejo de la resistencia, tanto en los mercados agrícolas desarrollados como en desarrollo.

Una de las mayores fortalezas es la capacidad de la empresa para realizar una **polinización cruzada** de la innovación en todas las regiones, comprendiendo y aprendiendo de las necesidades de un mercado para aumentar la velocidad y penetración en otro mercado.

Entre las líneas de trabajo, se encuentran aprovechar las propiedades naturales de las algas para ayudar a que los cultivos crezcan con fuerza y ??resistencia, y la variedad 'Ascophyllum nodosum' se ha incluido en el bioestimulante orgánico 'GoActiv', que ha mostrado resultados excepcionales para mejorar el rendimiento, la calidad, el tamaño y el color de cultivos especiales y en hileras por igual en casi todos los continentes.

Entre sus productos se encuentran 'Vacciplant', un biofungicida de éxito en la protección de cultivos que contiene laminarin como ingrediente activo, y controla un amplio espectro de enfermedades fúngicas y bacterianas; o 'Argos', un aceite esencial para el tratamiento de la germinación en patatas almacenadas, que se elabora a partir de una sustancia natural, el d-

limoneno, que se obtiene mediante la extracción física del aceite de la piel de naranja.

En todo el mundo, **NPP cuenta con nueve plantas de fabricación**, seis laboratorios (formulación /I+D), y siete estaciones experimentales, y tiene en marcha un plan global de 4 años para la sostenibilidad, que ha arrancado en 2021 con su nacimiento, donde comienza su plan para reinventar la sostenibilidad; 2023 con la aceleración en el progreso en los puntos débiles, la I + D y el proceso regulatorio y 2025 para llegar a ser el líder global reconocido en soluciones sostenibles.