

Syngenta celebra 150 anni nel settore delle sementi da orto

Prodotti
26.06.2017

Quest'anno Syngenta celebra 150 anni di attività nel business delle sementi orticole. Le radici dell'azienda risalgono al 1867, anno in cui in Olanda venne costituita una società per l'esportazione di semi di cavolo denominata Sluis&Groot, dal nome dei soci fondatori. Oggi l'azienda è una delle principali realtà mondiali operanti nel settore delle sementi da orto.

L'anniversario cade nello stesso anno in cui Syngenta ha deciso di focalizzarsi maggiormente sul settore delle sementi orticole, costituendo una Business Unit dedicata con circa 2.400 dipendenti operanti in varie funzioni: acquisti e vendite, ricerca e sviluppo, attività commerciali.

Syngenta vanta un portfolio di 30 colture e 2500 varietà orticole, con migliaia di clienti in tutto il mondo. Il mercato delle sementi orticole ha un importante potenziale di crescita. Il settore delle sementi orticole vale 6 miliardi di dollari, con una previsione in termini di tasso di crescita medio annuo pari al 5% e con margini solidi.



Oggi Syngenta, terzo attore al mondo nel settore, detiene circa il 10% del mercato. I grandi player si contano sulle dita di una mano - multinazionali e società olandesi a conduzione familiare - mentre il resto del mercato appare estremamente frammentato.

I clienti sono continuamente alla ricerca di nuove varietà e richiedono migliori caratteristiche in termini di gusto e aspetto, nonché qualità elevata e costante e alta conservabilità del prodotto. Syngenta vanta una lunga storia nel campo dell'innovazione, non solo in risposta alle esigenze del mercato, ma anche nella creazione di nuove tendenze di consumo.

Ad esempio, abbiamo lanciato Angello, il primo peperone senza semi al mondo e creato una nuova tipologia di pomodori neri a marchio Kumato®. In un mercato in continua evoluzione e a fronte di consumatori sempre più attenti ed esigenti e con stili di consumo mutati, abbiamo introdotto innovazioni di prodotto più facilmente preparabili, trasformabili e fruibili, a vantaggio di tutta la filiera. Un esempio fra tutti, l'anguria senza semi Crisp Delight per la quarta gamma, che presenta una polpa più compatta e una minore perdita di liquidi rispetto alla media.

Matthew Johnston, Head Vegetable Seeds and Flower di Syngenta, afferma: "Siamo molto orgogliosi della nostra lunga storia nel settore delle sementi orticole. Siamo innovatori da generazioni, con l'obiettivo di soddisfare le esigenze dei produttori di tutto il mondo. Oggi più che mai vogliamo portare la stessa innovazione ai nostri clienti e in tutta la filiera, per rispondere, ogni giorno, alle richieste dei consumatori, che vogliono ortaggi di alta qualità, gustosi e nutrienti".