L'INFORMATORE AGRARIO
DAL 1945
LIBERO, COMPETENTE, INNOVATIVO

informatoreagrario.it

Tre pilastri per la nuova strategia Bayer

Il 21 agosto scorso è ufficialmente nato il più grande colosso dell'agrobusiness mondiale, frutto dell'acquisizione di Monsanto da parte di Bayer. Un'operazione costata 63 milioni di dollari, che conclude una fase di forte rivoluzione per il settore dell'agrochimica e delle sementi.

A sole tre settimane dalla nascita, Bayer ha voluto riunire, lo scorso 18 settembre presso il quartier generale della Divisione CropScience a Monheim (Germania), mondo accademico, organizzazioni non governative, stakeholder, giornalisti ed

esperti del settore provenienti da tutto il mondo, per presentare la propria visione sul futuro dell'agricoltura e ribadire l'impegno a favore della sostenibilità, della collaborazione, con l'obiettivo di sostenere l'innovazione necessaria per nutrire la popolazione mondiale in rapida crescita (10 miliardi entro il 2050).

Il management della Divisione CropScience di Bayer

«Gli agricoltori – ha dichiarato Liam Condon, membro del consiglio direttivo di Bayer e presidente della Divisione CropScience, in occasione del suo intervento al Future of farming dialogue 2018 – hanno fame di innovazioni che li aiutino a far fronte alle sfide che incontrano, sicurezza alimentare e cambiamenti climatici in primis, con l'obiettivo di garantire che tutti possano avere accesso a cibo sicuro e nutriente, oggi e domani. Grazie all'acquisizione di Monsanto oggi possiamo offrire una piattaforma tecnologica avanzata che potrà garantire importanti benefici non solo per gli agricoltori, ma anche per consumatori e più in generale per il pianeta».

Condon ha poi illustrato la strategia post-fusione individuando in innovazione, sostenibilità e trasformazione digitale i tre pilastri fondamentali, con la consapevolezza che la crescita e l'affermazione del Gruppo debba giocoforza passare solo da una loro completa combinazione.

Trasformazione digitale forza trainante

Un ruolo fondamentale – ha sottolineato Condon – in particolare sarà svolto dalla trasformazione digitale che rappresenta una delle forze trainanti dell'innovazione in quanto, oltre a offrire agli agricoltori modalità completamente nuove di guardare ai propri campi, fornisce loro dati e competenze utili per prendere decisioni più mirate.

Un esempio in tal senso è rappresentato dalla piattaforma digitale Climate FieldView, già disponibile negli Stati Uniti, in Canada e Brasile e lanciata in settembre sul mercato europeo, che permette agli agricoltori di raccogliere e visualizzare facilmente dati sui campi, analizzare e valutare l'andamento dei raccolti e gestire la variabilità mediante piani di fertilizzazione e di semina personalizzati per ottimizzare la produttività.

Innovazione integrata

Gli strumenti digitali rappresentano però solo un esempio di innovazione che Bayer vuole offrire agli agricoltori. «A seguito dell'acquisizione – ha dichiarato Bob Reiter, nuovo head of research & development della Divisione CropScience – abbiamo migliaia di dipendenti (circa 8.000) dedicati alle attività di ricerca e sviluppo in tutto il mondo, con competenze leader nel settore del breeding, della biologia molecolare, della chimica e del data science. Grazie alla loro creatività, al loro spirito di collaborazione e alla loro passione saremo in grado di promuovere soluzioni su misura per l'agricoltore in grado di aiutarlo nel processo decisionale (ogni anno deve prendere 40 macrodecisioni a partire da quale coltura seminare) e consentirgli un'ottimizzazione della produzione in termini quantitativi e qualitativi».

Sostenibilità per tutti

Tuttavia l'innovazione da sola non sarà sufficiente per aiutare il mondo a far fronte alle sfide future dell'agricoltura. «Per contribuire in modo significativo agli obiettivi per lo Sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite – ha dichiarato Jesus Madrazo, il nuovo head of agricultural affairs and sustainability della Divisione la CropScience – la nostra attenzione per l'innovazione non si deve limitare solo agli aspetti tecnologici, ma deve comprendere un'innovazione inclusiva sul piano sociale, che promuova una crescita veramente sostenibile e olistica (in termini ambientali sociali ed economici) per le comunità locali. In altri termini dobbiamo aiutare sia i piccoli agricoltori in Africa sia i grandi coltivatori degli Stati Uniti o del Brasile a proteggere la salute e la vitalità dei loro terreni rendendoli disponibili per le generazioni successive».

Resta forte l'impegno in Europa

Durante l’incontro non potevano mancare riferimenti al mercato europeo, dove è sempre più acceso il dibattito tra agricoltura moderna e opinione pubblica, e che ha visto recentemente la bocciatura da parte della Corte di giustizia europea delle nuove tecniche di miglioramento genetico su cui Bayer è fortemente impegnata (genoma editing in primis).

«Nei prossimi anni – ha spiegato Condon – metteremo a disposizione degli agricoltori europei importanti innovazioni sia nel settore delle sementi sia del crop protection, nonostante il quadro normativo stia diventando sempre più complesso e pressante. C’è profonda delusione per la bocciatura da parte della Corte di giustizia europea sul genoma editing, una decisione non basata solo su basi scientifiche, che però cercheremo in tutti i modi di cambiare attraverso il dialogo».

Addio al brand Monsanto

Durante il Future of farming dialogue 2018 è stato infi ne annunciata la decisione di cancellare il brand corporate Monsanto, una scelta maturata dopo grandi riflessioni durante il processo di acquisizione, mentre verranno mantenuti i brand commerciali tra cui Dekalb, Asgrow, Seminis, ecc.

Articolo di G. Armentano pubblicato su *L’Informatore Agrario* n. 34/2018

© 2019 Edizioni L'informatore Agrario S.r.l. - OPERA TUTELATA DAL DIRITTO D'AUTORE