



●●●●● Pim Lindhout, hoofd R&D van Solynta zit op een wolk. Dat is niet zo gek, als je bedenkt dat zijn verhaal over de hybride veredeling van aardappels ruim twee jaar geleden door de hele aardappelsector hoofdschuddend werd aangehoord. Want aardappels uit zaad, dat ging nooit lukken. Pim Lindhout dacht daar anders over. Het perspectief: de veredelingstijd van aardappels wordt drastisch teruggebracht van dertig naar vijf jaar.

Solynta

Wie in aardappelzaad investeert, zal over vijf jaar oogsten

“De reden dat iedereen zo sceptisch was, is omdat men al honderd jaar bezig was met hybride veredeling in andere gewassen, maar dat het bij de aardappel maar niet wou lukken. Het enige wat dat steeds opleverde, was een plant die zwak, ziek en misselijk was. En aangezien de aardappel het derde gewas van de wereld is, kun je wel nagaan dat er veel onderzoek naar is gedaan. Dus echt iedereen was het er over eens: het kan niet.”

In 2006 maakte Pim Lindhout na ruim tien jaar de overstap van universitair hoofddocent aan Wageningen Universiteit – waar hij zich bezighield met genetisch onderzoek naar de veredeling van tomaten – naar het bedrijfsleven: hij werd hoofd R&D bij De Ruiter Seeds. Ook hier leefden ideeën over hybride aardappelzaad. Voor Lindhout was op dat moment de cirkel rond. Totdat Monsanto twee jaar later De Ruiter Seeds kocht, maar zonder de aardappelactiviteit. “De directie heeft die activiteit toen via een management buy-out veilig gesteld. Al die tijd opereerden we onder de radar, omdat we onze vindingen wilden beschermen. Toen we in 2011 ‘uit de kast’ kwamen, moesten we een aansprekende naam verzinnen en dat werd Solynta. ‘Sol’ is afgeleid van Solanum (een geslacht van planten in de nachtschadefamilie waartoe de aardappel behoort), ‘Yn’ is te herleiden tot innovatie en ‘Ta’ klinkt gewoon lekker.”

Inmiddels is er van het ongeloof weinig meer over. Alle vakbladen schrijven over Solynta, het bedrijf sleepte in 2012 de FoodValley Award in de wacht en alle non-believers willen nu heel graag praten. “Het enige dat nog ontbreekt, is een product”, zegt Lindhout met gevoel voor understatement. “Onze innovatie is prachtig, maar op dit moment zijn onze ambities groter dan de diepte van onze zakken. Feit is dat voor het definitieve proof of concept nader onderzoek noodzakelijk is. We hebben 10

miljoen euro nodig, willen we over vijf jaar de markt kunnen betreden. Echter, wie durft zo’n enorme investering te maken? De marges in de aardappelsector zijn niet groot. Maar de aardappel heeft wereldwijd een productiewaarde van 70 miljard euro, waarvan 30 miljard in de VS en Europa.”

“Iedereen is het erover eens dat de potentiële waarde van de innovatie in de miljarden ligt. Maar er liggen ook maatschappelijke vragen aan ten grondslag. Alles wat met voedsel, patenten en genetica te maken heeft, krijgt een emotionele lading. We praten dus ook met ngo’s als Greenpeace. Innovaties zijn noodzakelijk, maar er moet natuurlijk wel voor betaald worden en wie doet dat? Boeren, handel, verwerkende industrie of de consumenten? En wie worden in de keten de dominante spelers?

Die 10 miljoen euro die we nodig hebben; er is geen overheid die dat betaalt. Hoe kunnen we borgen dat niet alleen grote gevestigde bedrijven, maar ook boeren in de derde wereld toegang krijgen tot deze innovatieve technologie? In de basis zijn we nu een klein bedrijf dat bezig is met een innovatie die impact heeft op de wereldwijde aardappelsector. Die impact is onze motivatie, maar wij kunnen het niet alleen. We staan daarom open voor samenwerking met verschillende soorten partijen, van financiële ondernemingen tot fritesproducenten en alles wat daar tussenin zit.”

De simpele schoonheid van een hooimachine.