



Castillo de Canena lanza la tercera edición de aceite 'Primer día de Cosecha'

IDEAL JAÉN

Por tercer año consecutivo y con una tirada mundial de 20.000 botellas, Castillo de Canena vuelve a fusionar el sector de los aceites de alta gama con el mundo del arte. La emblemática firma jienense, referente en el mundo gourmet del aceite de oliva extra virgen, acaba de presentar su tercera edición limitada Primer Día de Cosecha arbequino y picual, en esta ocasión vestida por el conocido diseñador de joyas Joaquín Berao.

«Para el esbozo de Primer Día de Cosecha 2008, hemos contado con la entrega y el talento de uno de los mejores diseñadores de joyas que existen en nuestro país. Joaquín Berao ha sabido ser un moderno Demiurgo, fusionando en su diseño del Primer Día de Cosecha la orfebrería eterna con el efímero destello de lo vegetal», explica Rosa Vañó, directora de Márketing y Comercial de Castillo de Canena.

Innovación

Referente en su categoría por sus botellas con un distintivo color cereza, Primer Día de Cosecha se ha convertido en todo un referente en el mundo del aceite de oliva extra virgen por su calidad, aroma y sabor. Tras su éxito de lanzamiento en el año 2006, esta tercera edición se exportará a más de 35 países de todo el mundo y cuenta ya con una lista de espera que sobrepasa las ventas del año pasado.

Con su tercera edición limitada de Primer Día de Cosecha, Castillo de Canena vuelve a rendir homenaje a la magia del primer día de la recolección, cuando el agricultor constata que el aceite obtenido recompensa con su calidad el esfuerzo de todo un año. Un momento único que también han querido interpretar en ediciones anteriores personalidades como el torero Enrique Ponce y la diseñadora Sara Navarro.