

Nombre: Alcuza
Tipo de Medio: Revista Gastronomía
Fecha: Número Enero-Marzo de 2009

Periodicidad: Bimensual
Sección: Empresas y Mercados
Página: 36

Alcuza / Empresas y Mercados



La etiqueta es obra de Joaquín Berao, uno de los más prestigiosos diseñadores de joyas de España

Rosa María Vañó
directora de Marketing y Comercial de Castillo de Canena



Castillo de Canena lanza la tercera edición limitada de su exclusiva colección Primer Día de Cosecha

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 jiennense, 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, antes de nada amigo, amante de nuestros aceites y de la cultura mediterránea, levantino sensible y viajero, incansable perseguidor de la gracia, de la perfección, creador de volúmenes y formas destinadas a hacer brillar y a resaltar la belleza, 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. Su collar de estilizadas aceitunas color verde oliva, son un homenaje a nuestra Andalucía y a nuestro mundo. Una visión innovadora de una alhaja tradicional y eterna", explica Rosa Vañó, directora de Marketing y Comercial de Castillo de Canena.

Referente en su categoría por sus botellas con un distintivo color cereza, Pri-

mer 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.

Elaborados con frutos tempranos de las variedades picual y arbequino, los aceites de Primer Día de Cosecha poseen la vitalidad y el dinamismo de la juventud; potentes, pero con la suficiente armonía como para poder disfrutarlos y apreciar sus matices sensorialmente.

La variedad picual, de color verde intenso y recolectada a comienzos de noviembre, tiene un frutado medio de aceituna verde y hoja, aroma fragante y bastante complejo, balsámico con toques a menta, hierbabuena y algo de cítricos. En boca de cuerpo bien estructurado y persistente, tiene un amargo y picante muy equilibrados.

Por su parte, la variedad arbequino —recolectada a finales de octubre— se caracteriza por un frutado suave de aceituna fresca, con ligeros toques de manzana verde y alcachofa, y un ligero matiz picante propio de los arbequinos jiennenses, muy altos en porcentaje de ácido oleico y de polifenoles, lo que les confiere una extraordinaria estabilidad. En boca tiene una entrada elegante; es fluido y dulce al

paladar, aunque progresivamente aparece un ligero picante y un amargo poco perceptible.

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.

"Desde que el concepto de Primer Día de Cosecha tomó consistencia, siempre hemos procurado que la persona a la que encomendábamos la tarea de realizar el diseño de la etiqueta de esta botella tan especial estuviera fuertemente vinculada al mundo del olivar y del aceite de oliva", asegura Rosa Vañó. "Solamente amando al árbol mediterráneo por excelencia y a su maravilloso entorno y entendiendo el esfuerzo que cada otoño realiza el cosechero en su perenne afán de crear zumos más fragantes, equilibrados, complejos, se sería capaz de trasladar al escueto espacio de una etiqueta la síntesis de todas las emociones y pasiones que cristalizan en ese día mágico en el que se recolectan las primeras aceitunas de la campaña", señala. El pasado año 2008, Rosa María Vañó fue elegida Empresaria del Año por FEDEPE.