



Nº 21

MAYO-JUNIO/MAY-JUNE 2012

www.olivarama.com

SALÓN DE
GOURMETS
**PASARELA
"VIRGEN EXTRA"**

SALÓN DE GOURMETS
**"EXTRA VIRGIN"
SELECTION**



ENTRE VIÑEDOS Y BARRICAS
NOMBRES CON SABOR A VINO
REGALOS PERSONALES Y SORPRENTES

BETWIXT VINEYARDS AND CASKS
NAMES WITH A WINE FLAVOUR
PERSONAL AND SURPRISING GIFTS

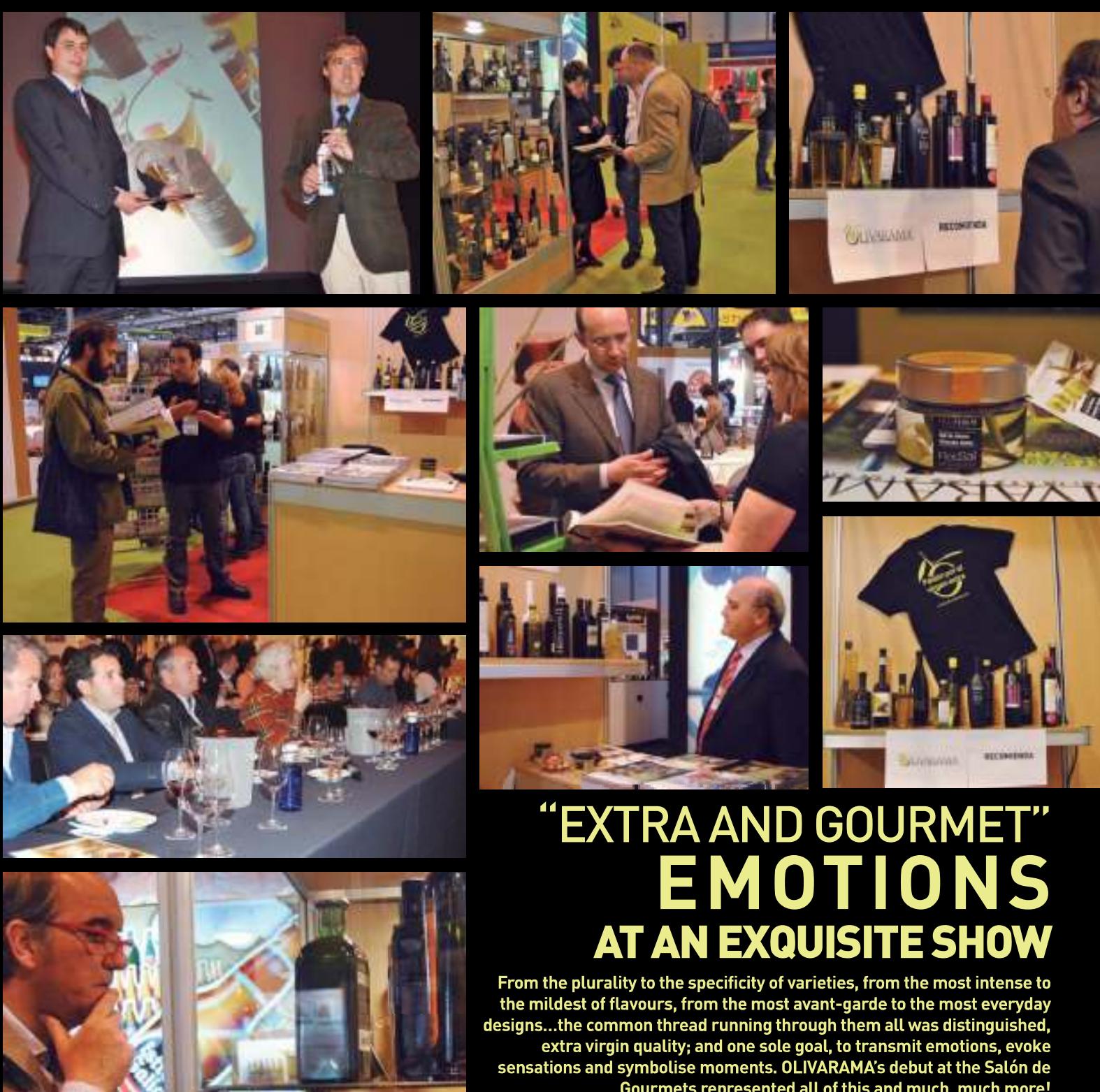




EMOCIONES “EXTRA Y GOURMETS” EN UN SALÓN MUY EXQUISITO

De la pluralidad a la especificidad de variedades, de sabores más intensos a los más suaves, de los diseños más vanguardistas a los más cotidianos... pero todos ellos con una calidad reconocida, virgen extra; y un objetivo, transmitir emociones, evocar sensaciones y simbolizar momentos. El debut de OLIVARAMA en el Salón de Gourmets representó todo esto y ¡mucho más!





“EXTRA AND GOURMET” EMOTIONS AT AN EXQUISITE SHOW

From the plurality to the specificity of varieties, from the most intense to the mildest of flavours, from the most avant-garde to the most everyday designs...the common thread running through them all was distinguished, extra virgin quality; and one sole goal, to transmit emotions, evoke sensations and symbolise moments. OLIVARAMA's debut at the Salón de Gourmets represented all of this and much, much more!



El stand de OLIVARAMA acogió catas de diversos aceites. Nuestros colaboradores, César Collíga y Maximiliano Arteaga, instruyeron a los productores sobre el camino hacia la excelencia. The OLIVARAMA stand housed tasting sessions of various extra virgin olive oils. Our collaborators, César Collíga and Maximiliano Arteaga, instructed producers on the best road to excellence.

Con el objeto de plantar cara a una demanda cada vez más exigente, la I+D+i se hace en muchos casos

Indispensable. En un momento en el que ya no se sabe qué inventar, productos que aúnan impecables características organolépticas se muestran en envases que despuntan, francamente, por su singularidad. La exquisitez, como punto clave de la diferenciación, se da por supuesto. Porque, en un sector tan competitivo como es el oleícola, ya no basta con ofrecer una alta calidad sensorial. Es preciso destacar sobre el resto de competidores. ¿Cómo? Con composiciones singulares y cercanas, que transmitan emociones. Unas lo consiguen a través de la exclusividad de los varietales, otras insinuando la magia del momento de la recolección. Las hay que deciden cautivar al consumidor mediante una estética sugerente que se aleje de cualquier convencionalismo. O, tal vez, con formatos que huyan de la vanguardia

En España proliferan aceites que apasionan tanto por su contenido como por su continente. Y que, además, exteriorizan el amor por los olivos, por el aceite y el respeto por un consumidor exigente que posiblemente jamás renunciaría a la compra.

MÁS DE 150 SENSACIONES

En el Salón de Gourmets andaban repartidos por los dos pabellones de Ifema, si bien OLIVARAMA consiguió reunir la muestra más selecta y, a la vez, más variopinta de vírgenes extra, contribuyendo así a que el ícono de la Dieta Mediterránea brillara con luz propia.

En un stand de 9 m², alrededor de 150 marcas mostraron la especificidad de diversas regiones productoras de España. Todas, muy singulares, fueron aportadas amablemente por productores -amigos y clientes- para el deleite de los paladares más sibaritas. Distribuidores nacionales de alimentos delicatessen, afamados cocineros, importadores de muchos lugares del mundo –en su mayoría, japoneses y argentinos- y amantes de buenos aoves... son descripciones que encajan con la amplia variedad de perfiles que se acercaron a nuestro espacio gourmet para conocer este complejo mundo de los aceites de

Nuestra ¡Pasión por el Virgen Extra! ya la secundan cocineros de renombre, como Firo Vázquez, de El Olivar de Moratalla (Murcia) y abanderado del oro líquido.

With a view to dealing with an ever-increasing demand

R&D often becomes essential. At a time when companies are at a loss about what to invent next, products combining impeccable characteristics are presented in packs that, quite frankly, stand out for their uniqueness. Exquisiteness, as the key aspect of differentiation is taken for granted. Because in a sector as competitive as olive oil is, it is no longer sufficient to offer high sensorial quality. It is necessary to stand out over the rest of the competitors. How? Through unique and accessible compositions, that convey emotions. Some manage it through the exclusiveness of their varietals, others by insinuating the magic of the harvest moment. Some decide to captivate the client through suggestive aesthetics that remove them from any

conventionalism. Or, perhaps, through formats that break away from the most cutting-edge avant-garde.

In Spain, there is a proliferation of oils that awaken passions for both their content and their container. Moreover, they tend to exteriorise a love for olive trees, for oil and a respect for demanding consumers that would possibly never renounce their purchase.

OVER 150 SENSATIONS

At the Salón de Gourmets they were distributed between two Ifema pavilions, although OLIVARAMA did manage to group together the most select, and at the same time, varied assortment of extra virgins, thus helping the icon of the Mediterranean Diet to shine with a light all of its own.



At a stand measuring 9 m², around 150 brands displayed the specificity of the various production areas in Spain. All of these, which are quite unique, were kindly provided by the producers –friends and clients alike- for the enjoyment of the most sophisticated palates. National delicatessen product distributors, famous chefs, importers from around the world –the majority were Japanese and Argentine- and lovers of extra virgin olive oil... these descriptions fit with the broad variety of profiles who came to our gourmet niche to discover this complex world of

De la mano de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español vivimos una "Experiencia Virgen Extra". En su stand, una decena de cocineros de todo el mundo mostraron con profesionalidad cómo se integran nuestros aceites en sus platos. Thanks to the Interprofesional del Aceite de Oliva Español, we enjoyed an "Experiencia Virgen Extra". At their stand, a dozen chefs from around the world professionally demonstrated how our extra virgin olive oils form part of their dishes.



El cocinero Juan Mari Arzak y el grupo Arzak-Bokado presentaron el "pintxo veloz", una tapa que se servirá en los circuitos de Fórmula 1. The chef, Juan Mari Arzak and the group Arzak-Bokado presented the "pintxo veloz", a tapa that will be served on the Formula 1 circuits.

oliva de calidad. Algunos de cultivado conocimiento oleícola, otros novatos en estos lares, pero todos en busca de calidad, bien apreciada por ellos mismos o transmitida por los miembros del equipo de OLIVARAMA, que actuamos de prescriptores. Después de cuatro frenéticos días la conclusión que extrajimos de nuestro paso por el Salón fue que lamentablemente, la batalla por la culturización del consumidor medio no está ganada. Tampoco la del profesional. El nivel del conocimiento que poseen nuestros paisanos es bajo, equiparable al de otros ciudadanos extranjeros. Unos y otros nos solicitaron información sobre las "mejores variedades" o sobre las autóctonas, sobre "el mejor virgen extra" e, incluso, nos preguntaron por marcas "nuevas". También demandaron "aceites suaves" que no "picaran", baratos y con premios.

Atráídos por la falsa creencia de que un olivo milenario no es capaz de ofrecer buenos zumos, muchos visitantes se deleitaron con los que exhibimos en nuestra vitrina de los que argumentamos que nada tienen que envidiar a los extraídos de olivos más jóvenes. No cabe duda de que para los consumidores, la degustación de un aceite tiene que ser mucho más que un divertimento. Ha de convertirse en un acto que le permita elegir con mayor libertad entre la gran diversidad de variedades, orígenes, calidades y precios. Y sin conocimiento, difícil es.

ARMONÍA ENTRE LA ESTÉTICA Y EL PRODUCTO

Ahora las estrategias de marketing establecen que el oro líquido tiene que evocar sensaciones agradables al paladar y a la vista. En definitiva, tienen que emocionar al consumidor. Y lo hacen con composiciones de rabiosa personalidad que recuerdan a aspectos que no se ven, pero que

quality olive oils. Some were extremely knowledgeable about the oil culture, others were novices in this area, but all were seeking quality, either appreciated by themselves or transmitted by the OLIVARAMA team members, who acted as prescribers. After four frenzied days at the Salón, our conclusion is that unfortunately the battle to raise consumer awareness has not even been half won. Nor indeed the awareness among professionals. Our country's knowledge level is low, comparable to that of other foreign citizens. Some asked us for information about the "best varietals" or the autochthonous olive types; about "the best extra virgin" and, they even asked us about the "new" brands. They also demanded "mild oils" without any "spiciness", that were cheap and came with prizes.

Drawn by the false belief that a thousand-year-old olive tree is incapable of offering good juices, many visitors delighted in those we had on display, which we believe are just as good as those extracted from younger olive trees.

There is no doubt that for the consumers, oil tasting has to be far more than just a bit of fun. It must become an act that enables them to choose more freely from the enormous diversity of varietals, origins, qualities and prices. And if you have no knowledge, that is very hard to do.

HARMONY BETWEEN THE AESTHETICS AND THE PRODUCT

Nowadays, marketing strategies stipulate that the liquid gold should evoke pleasant sensations on the palate and the eye. In short, they need to move the consumer. And they do so through compositions with a personality all of their own that are reminiscent of aspects that are not visible, but which do exist, such as the history of the production region, the harvesting

UN RECONOCIMIENTO AL SABER HACER

ACKNOWLEDGING KNOW-HOW

Como reconocimiento a todas las personas que han hecho posible que este encuentro anual se haya convertido en la feria más importante de Europa en su género, el Grupo Gourmets convocó la primera edición de los Premios Salón de Gourmets y entregó tres galardones.

- **El Premio a la Presentación** fue para **Señorios de Relleu**, por su aceite de oliva virgen extra *coupage* "Sensaciones del Mediterráneo" presentado en una botella de aluminio estilo *naïf*. Un galardón que se fundamenta en el equilibrio entre la estética del envase y la explicación de los valores del producto, ambos tratados de forma innovadora y original.
- **El Premio a la Innovación** lo recibió **Real Conserva Española**, por sus conservas de pescado en aceite de oliva virgen extra con trufa.
- **El Premio a la Versatilidad** fue otorgado a **Hijos de Manuel Picó Llorens**, por sus cremas de turron *Turrodelia Gourmet* con lágrimas de chocolate y sin azúcar.



To acknowledge all those people who have made this annual encounter possible, an encounter that has become the most important show of its kind in Europe, the Grupo Gourmets organised the first edition of the Salón de Gourmets Awards and granted out three prizes.

- **The Prize for Presentation** went to **Señorios de Relleu**, for its *coupage* extra virgin olive oil "Sensaciones del Mediterráneo" presented in an aluminium bottle in a *naïf* style. An award based on the balance between the aesthetics of the pack and the explanation of the product values, both treated innovatively and originally.
- **The Prize for Innovation** was awarded to the **Real Conserva Española**, for its fish preserves in extra virgin olive oil with truffle.
- **The Prize for Versatility** was granted to **Hijos de Manuel Picó Llorens**, for its sugar-free nougat creams, *Turrodelia Gourmet* with chocolate tears.

El Túnel del Vino se consolidó como un boulevard idóneo para catar los mejores caldos de España. En concreto, 245 etiquetas. The Wine Tunnel was consolidated as an ideal boulevard in which to taste the best wines in Spain. Specifically, 245 labels.



Conservas Codesa sedujó los paladares más exigentes con su amplia oferta de productos y Luis Escrivá Batalla hizo lo propio con sus mejillones.

Conservas Codesa seduced even the most exquisite palates with its extensive range of products and Luis Escrivá Batalla did the same with its mussels.



existen, como la historia de la región, el modo de recolección, los sabores y aromas de las cosechas o las anécdotas que hayan condicionado su elaboración. Pero además, proyectan decoraciones inspiradas en múltiples estilos, a través de las que se interpretan recuerdos, sentimientos... Son envases llamativos, tentadores y rompedores diseñados con materiales que conservan íntegras las propiedades del producto y que embelesan visualmente al ojo que los contempla.

A la vista está que la excelencia se halla por encima de todo.

Los compradores nacionales e internacionales demandan productos que satisfagan a sus clientes, tanto en calidad como en diseño. Quedan sorprendentemente atraídos por impresiones placenteras que el consumidor capta en dos fases: la primera, cuando visualiza el envase; y la segunda, cuando destapa la botella y lo prueba. Una armonía perfecta!

EL PAÍS DE LOS MIL SABORES

Son muchos los rincones del mundo donde uno puede perderse, relajarse o vivir nuevas sensaciones gastronómicas. El Salón de Gourmets es uno de ellos, un fantástico lugar que, año tras año, deja muy buen sabor de boca. Este escaparate que respalda el protagonismo de nuestra culinaria acogió, entre los pasados 5 y 8 de marzo, la presentación, cata y degustación de productos que sorprenden a todo aquel que los divisa. Pero también sirvió de aula didáctica para que mayores y pequeños descubrieran, mediante talleres, charlas y conferencias, excelentes vinos, quesos y, sin duda, aoves de nuestro país.

Entre los 30.000 -se dice pronto-, algunos sobresalieron por su versatilidad en la cocina y sus indiscutibles cualidades. Los mejillones, berberechos o sardinillas de Luis Escrivá Batalla son, indudablemente, joyas de nuestra culinaria. También, las conservas Codesa, con sus anchoas libres de espinas y otras exquisitez; o los selectos y artesanales embutidos Sierra de Monasterio -primera marca del sector alimenticio ibérico que incorpora en sus productos un código QR-. ■



method, the flavours and aromas of the harvests and the anecdotes that have conditioned their elaboration.

But on top of that, they also project decorations inspired by multiple styles, through which they interpret memories, feelings... They are eye-catching, tempting and mould-breaking packs designed with materials that keep the product properties intact and visually enrich the eye viewing them.

It is clear that excellence takes precedence over and above all else. The national and international buyers demand products that satisfy their clients, both in terms of quality and design. They are surprisingly attracted to the pleasurable impressions the consumer captures in two phases, the first on viewing the pack; and the second, when they open it up and taste it. A perfect harmony!

THE COUNTRY OF THE THOUSAND FLAVOURS

There are many corners of the world to lose oneself in, relax or experience new gastronomic sensations. Salón de Gourmets is one of these, a marvellous place which, year after year, leaves a really good taste in your mouth.

Last March 5th to 8th, this show that supports the protagonism of our cuisine celebrated the presentation, tasting and savouring of products that surprise all those who see them. But it also served as a classroom for the young and old to discover, through workshops, talks and conferences, excellent wines, cheeses and, undoubtedly, extra virgin olive oils from our country.

Among the 30.000 -easy to say-, some stood out for their versatility in the kitchen and their unquestionable qualities. The mussels, cockles or mini sardines by Luis Escrivá Batalla are, undoubtedly, gems of our cuisine. So also are the Codesa preserves, with their bone-free anchovies and other delicacies; or the select and crafted Sierra de Monasterio cold meats -this is the first brand in the Iberian food sector to incorporate a QR code on its products-. ■

MÁS INFORMACIÓN / FURTHER INFORMATION: www.salondegourmets.com

PASARELA “VIRGEN EXTRA”

“EXTRA VIRGIN” SELECTION

1



1

BAETURIA ORGANIC

Del mar de olivares que se extiende al sur de Extremadura se extrae un virgen extra ecológico que despierta, sencillamente, por su calidad. La extracción en frío de las aceitunas Carrasqueñas nos

regala un producto singular, que presenta un perfil muy peculiar caracterizado por un consistente olor y sabor frutado. *Baeturia* es una joya de elegante diseño dispuesta a conquistar los paladares más exigentes. From the sea of olive groves that spreads over the south of Extremadura comes an organic extra virgin that, quite simply, stands out for its quality. The cold pressing of the Carrasqueña olives gives us a unique product that presents a very peculiar profile, characterized by a consistent aroma and fruity flavour. *Baeturia* is an elegant gem created to conquer even the most demanding palates.

www.baeturia.es
comercial@baeturia.es



CASAS DE HUALDO PICUAL

Es toda una demostración de fuerza y equilibrio, complejidad y frescura, persistencia y amplitud. *Casas de Hualdo Picual* es un virgen extra muy rico en matices, con recuerdos a tomatera, verde hoja, hierbabuena, plátano verde y champiñón fresco. Un monovarietal modelado por el peculiar clima de Toledo, que ha cautivado a jurados internacionales hasta conseguir una medalla de oro en Los Angeles Extra Virgin Olive Oil Competition 2012.

A whole demonstration of force and balance, complexity and freshness, persistence and amplitude. *Casas de Hualdo Picual* is an extra virgin rich in nuances, with tomato plant, green leaf, mint, green banana and fresh mushroom undertones. A single varietal modelled by a climate peculiar to Toledo, which has captivated international juries to win the Los Angeles Extra Virgin Olive Oil Competition 2012 gold medal.

www.casasdehualdo.com
aove@casasdehualdo.com

2



2

2



3

3



SEÑORÍOS DE RELLEU

Detrás del sugerente eslogan “Sensaciones del Mediterráneo” se esconde un virgen extra con un perfil organoléptico impecable. Su imagen renovada de estilo *naïf* plasma un cúmulo de reminiscencias que emanen del momento mágico de la cosecha de aceitunas en verano, en la Masía El Teuladí. El mar Mediterráneo, los pájaros, sus artifices, los premios... se convierten en los protagonistas de este exclusivo *coupage* rodeado de emociones perdurables en el tiempo.

Behind the evocative slogan “Mediterranean Sensations” hides an extra virgin with an impeccable organoleptic profile. Its renewed image in a *naïf* style reflects an accumulation of reminiscences emanating from the magical moment of veraison olive harvesting on the estate of Masía El Teuladí. The Mediterranean sea, the birds, the awards... they all become the protagonists of this exclusive *coupage* imbued with emotions that endure over time.

www.señoríosderelleu.com
info@señoríosderelleu.com



4

4

ILOVEACEITE ESENCIAL ROYAL

Iloveaceite Esencial Royal es un virgen extra de gran valor por su escasez, delicadeza y su singular composición 100% Royal, una variedad autóctona de la comarca de Peal de Becerro y la Sierra de Cazorla única en el mundo en su especie con denominación de origen. Las inconfundibles características organolépticas residen en el dulce aroma frutado intenso, con notas en nariz de hojas de higuera y manzana; y en el suave sabor, con notas de higo maduro.

Iloveaceite Esencial Royal is an extreme, valuable extra virgin for its rarity, delicacy and unique composition of 100% Royal, an autochthonous varietal from the Peal de Becerro and Sierra de Cazorla region that is the only one of its kind in the world with a designation of origin. The unmistakeable organoleptic characteristics lie in its intense sweet fruity aroma, with fig leaf and apple nuances in the nose; and ripe fig notes in the mild taste.

www.iloveaceite.com
info@iloveaceite.com