



Taste it, enjoy it. it's olive oil.

24

MADRID, SPAIN
26-28 JUNE 2024

**Spanish National
Research Council (CSIC)**



Organiza:



Colaboradores institucionales:



CONSEJO
OLEÍCOLA
INTERNACIONAL



CIHEAM
ZARAGOZA



CSIC



Fundación
Dieta Mediterránea



ICEX

#alimentosdespaña

EL PAÍS
MÁS RICO DEL
MUNDO



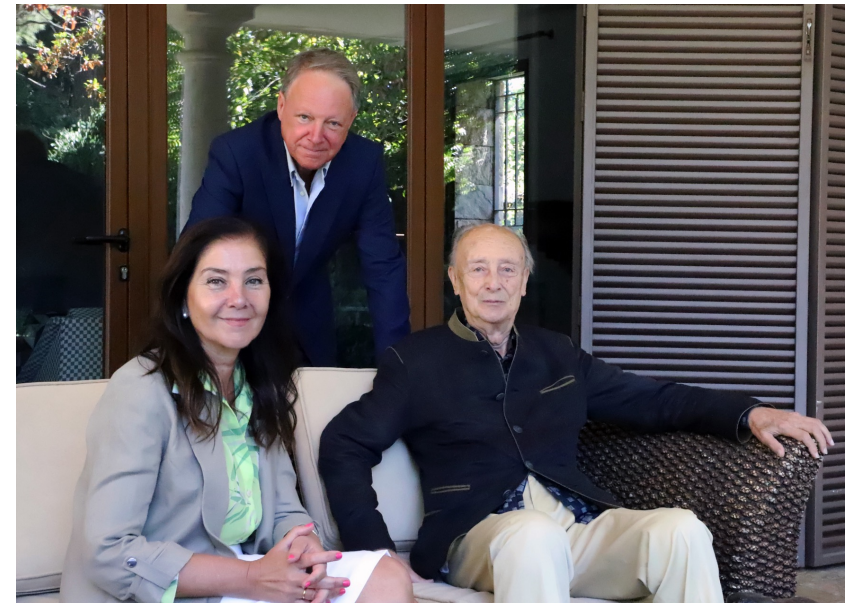
Cómo exportar exitosamente nuestros AOVES en el entorno de competencia internacional

¿Quiénes somos?

¿QUIÉNES SOMOS?

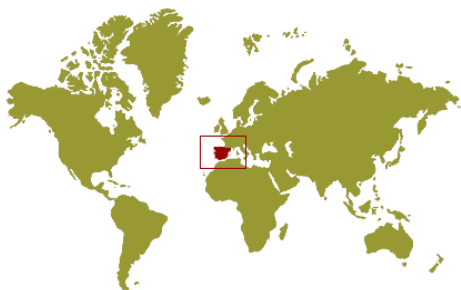
Somos una empresa familiar vinculada al mundo del aceite de oliva desde 1780

- PROPIETARIOS DE TODA LA CADENA DE PRODUCCIÓN:
 - Olivar.
 - Almazara propia. Premio a la mejor almazara del mundo en 2022.
 - Red de comercialización con presencia en 60 países.



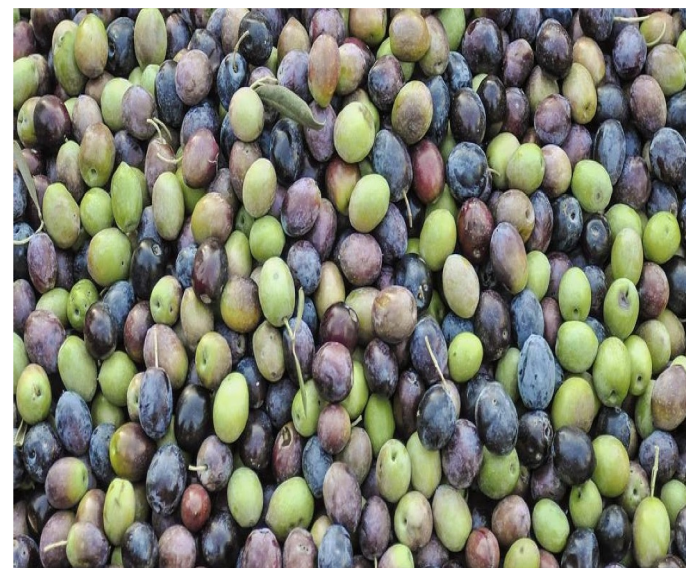
DÓNDE ESTAMOS

- Nos encontramos en el valle alto del río Guadalquivir, en la provincia de Jaén, Andalucía.
- Muy cerca de Úbeda y Baeza, ciudades Patrimonio de la Humanidad y corazón del renacimiento español.



1780 - 2023

- 1780 – 1936** • Propietarios de olivar y almazara, comercialización de graneles.
- 1939 – 1980** • Propietarios de olivar, comercialización de graneles a través de cooperativa.
- 1980 – 2003** • Propietarios de olivar y almazara, comercialización de graneles. Incorporación de criterios empresariales a la gestión de la cadena de valor.
- 2003 – 2023** • Implementación de agricultura regenerativa y sostenible en el campo. Creación de marca.



La pregunta en 2023

La Pregunta



- ¿Seguimos explotando el olivar y la almazara, vendiendo el aceite a granel?.
- ¿Gestionar graneles de alta gama?.
- ¿Crear un AOVE mass market de cosechero?.
- ¿Seguimos explotando el olivar y la almazara, creando una marca?.
- ¿Hacemos un modelo híbrido?.

La creación de una marca nunca se da por azar



Think of a
business magazine

THINK OF A
FASHION BRAND.

Think of a computer brand.

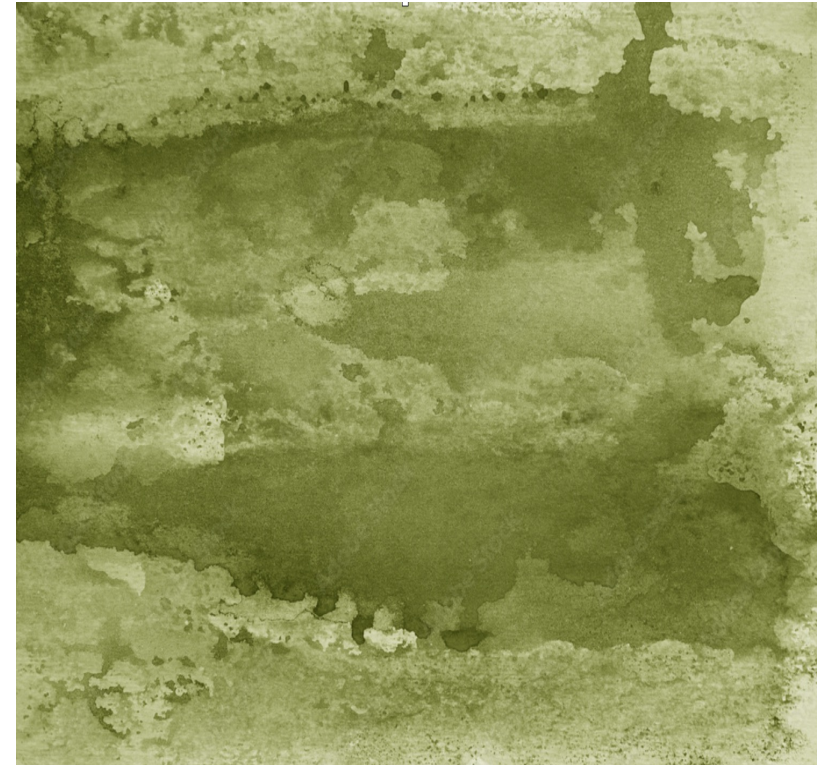
El Análisis

- Entender y conocer la categoría.
- Definir nuestro público objetivo.
- Definir las singularidades de nuestro/s producto/s.
- Desarrollo del marketing mix.



El Entorno

- Un entorno muy complejo para obtener un posicionamiento reconocido y valorado.
- La diferenciación vía calidad de producto es necesaria, pero no suficiente.
- Una categoría muy fragmentada, más de 1.800 almazaras y miles de marcas en un mercado en continuo movimiento.
- A pesar de ser España el mayor productor mundial, el conocimiento de los AOVEs era mínimo y por tanto la fidelidad del consumo.
- Una categoría piramidal en volúmenes desde los graneles a los AOVEs premium.



Una categoría
ajena a
modelos de
gestión
modernos.



“En una empresa sólo hay dos funciones
básicas: marketing e innovación”

Prof. Peter Drucker. Harvard Business School

La Decisión

- Establecer dos unidades de negocio independientes.
- Una unidad enfocada a la venta de graneles de gran calidad.
- Una unidad enfocada en la creación de una marca de AOVE premium, único en base a su posicionamiento diferencial.
- Y un objetivo, que la primera unidad de negocio vaya trasladando cada vez más volumen de producción a la segunda.



La Marca

La Marca

- Desarrollo de un posicionamiento único en el mercado de AOVEs premium.
- Un posicionamiento que nace de lo que somos y que se desarrollara para que nos permita ofrecer una propuesta que sólo Castillo de Canena pueda ofrecer: uniqueness.



CASTILLO
D CANENA
1780

CASTILLO
D CANENA
1780

NUESTROS VALORES



TRADICIÓN

Trabajar por el futuro sin olvidar nuestro pasado.



SOSTENIBILIDAD

Dejar a nuestros hijos una tierra mejor.



INNOVACIÓN

Abrir los AOVEs a nuevas experiencias.



EXCELENCIA

Convertir la excelencia en un hábito de nuestro día a día.



TRADICIÓN

Trabajamos por el futuro sin olvidar nuestro pasado.

- Tradición olivarera desde 1780.
- Nuestra marca toma el nombre de nuestra casa familiar, un castillo renacentista del siglo XVI.



SOSTENIBILIDAD DEMOSTRADA

Dejar a nuestros hijos una tierra mejor.

- Potenciamos la salud de nuestro campo practicando la agricultura regenerativa.
- La apuesta por la sostenibilidad la demostramos con las principales certificaciones medioambientales a nivel mundial.
- Primera empresa agrícola en obtener el certificado AENOR a la sostenibilidad.



INNOVACIÓN

Abrir los AOVEs a nuevas experiencias gastronómicas.

- Buscamos crear nuevas ocasiones de consumo y facilitar a nuestros consumidores y chefs, nuevas experiencias gastronómicas.
- Un portafolio único dentro de la categoría.



EXCELENCIA

Convertir la excelencia en un hábito de nuestro día a día.

- Buscamos la excelencia en cada uno de nuestros procesos, sólo así conseguimos unos AOVEs merecedores de los mejores premios mundiales del sector.



La Estrategia

La Estrategia

- Foco en la creación de marca.
- Validación y reconocimiento nacional.
- Desarrollo mercado internacional.
- Innovación como actitud y herramienta de diferenciación.



Nuestros Productos



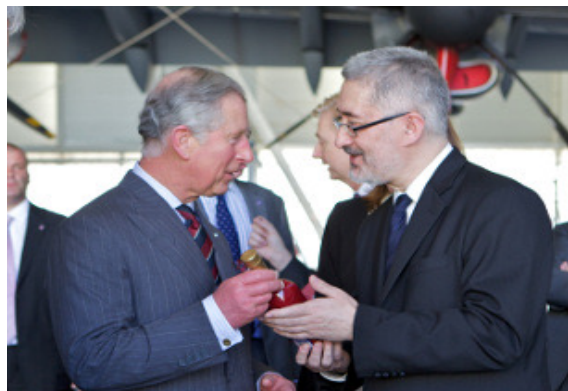
AOVES DE COSECHA TEMPRANA

PASIÓN POR NUESTROS OLIVOS Y POR EL ZUMO DE NUESTRAS ACEITUNAS

RESERVA FAMILIAR



- Castillo de Canena Reserva familiar es el emblema de nuestra marca, los mejor de nuestra cosecha tanto de la variedad Picual como Arbequina y que durante generaciones se ha reservado exclusivamente para la familia.
- Son los skus más vendidos y premiados de nuestro portfolio.
- Dos perfiles organolépticos distintos:
 - ✓ Arbequina: dulce y aromático, manzana verde.
 - ✓ Picual: potente, hierba fresca, tomatara.



PRIMER DIA DE COSECHA

- AOVE que producimos exclusivamente con las aceitunas recolectadas el primer día de cosecha.
- Aceite muy fresco y herbaceo en las variedades de Picual y Arbequina.
- Edición limitada.
- Cada año, nuestro primer día de cosecha está apadrinado por una celebridad del mundo de las artes, el deporte o la música.



SARA	ENRIQUE	JOAQUIN	AHINOA	MANOLO	PAU	ALEJANDRO	FERNANDO	ROBERTO	RAPHAEL	ALEX DE	SARA	JUAN ESLAVA	JUAN	CARLOS	MATIAS	JUAN LUIS	FERNANDO
NAVARRO	PONCE	BERAO	ARTETA	VALDES	GASOL	SANZ	ALONSO	VERINO		LA IGLESIA	BARAS	GALAN	ECHANOVE	SAINZ	PRATS	GUERRA	ZOBEL
2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023



BIODINÁMICO

- Hemos sido pioneros en obtener la certificación de aoves biodinámicos, siendo a día de hoy uno de los pocos productores a nivel mundial con dicha certificación.
- La agricultura biodinámica va un paso más allá de la agricultura ecológica, estando enfocada en la regeneración del suelo.
- Contamos con la certificación Demeter, sometiéndonos a una auditoria anual para poder mantenerla.

ROYAL

- La variedad royal estaba en peligro de extinción por su bajo rendimiento oleico. Además nunca se había recolectado en cosecha temprana.
- En 2006 decidimos recuperar la varietal, plantamos 8.000 olivos y por primera vez en la historia, hicimos la recolección temprana.
- El resultado es un aceite muy elegante y equilibrado entre amargor y picor, con cata de alcachofa y plátano verde.
- Es un aceite muy codiciado por grandes chefs y consumidores gourmets. Su alta demanda nos lleva a tener que asignar cupos de entrega.





SUMMA VARIETALIS



- Summa Varietalis es nuestro particular homenaje al olivo y su presencia en la cuenca Mediterránea. En 2009 decidimos crear en nuestra finca, un huerto de variedades en el conviven 15 variedades distintas de diferentes países del Mediterráneo. Summa Varietalis es un blend de algunas de estas variedades.
- Una elegante botella en cristal opaco negro, que esconde un aceite verde dorado de frutado intenso, que destaca por su frescura. En nariz destaca una armonía verde y frutal única que se corresponde y desarrolla paso a paso al degustarlo. En boca, la entrada suave se transforma en una maravillosa experiencia enriquecida con notas frutales dulces y notas verdes al mismo tiempo.



NUESTROS ACEITES GASTRONÓMICOS

EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS NUNCA ANTES VISTAS



CASTILLO DE CANENA AHUMADO



- Un producto único en el mundo, nuestro AOVE arbequino ahumado en frío, está elaborado mediante un sistema de producción artesanal que sigue los más estrictos controles y protocolos de calidad.
- A diferencia de otros aceite ahumados que se saborizan a través de productos químicos, nuestro aceite está ahumado de forma natural.
- Con la ayuda de maestros ahumadores hemos hecho una selección de distintas maderas ecológicas, en la que predomina el roble.



CASTILLO DE CANENA HARISSA

- Castillo de Canena con Harissa, de color rojo intenso es nuestro especial y único producto picante, destaca por su fluidez, equilibrio y frescor.
- Para la elaboración de Castillo de Canena con Harissa hemos creado una receta propia, original y sorprendente de la salsa Harissa (compuesta por pimiento rojo seco, cayena, ajo, cilantro y alcaravea) que infusinamos con nuestro excepcional aceite de oliva virgen extra arbequino.





CASTILLO DE CANENA AMONTILLADO



- Castillo de Canena Amontillado es fruto de la pasión por dos productos gastronómicos tan sobresalientes como lo son el AOVE y los vinos generosos de Jerez. La frescura de nuestro Reserva Familiar Arbecuina adquiere la solera del vino generoso al afinarlo en la bota jerezana de amontillado.
- El fascinante perfil aromático del amontillado, con sus oleadas inagotables de frutos secos y matices salinos, conducidos suavemente por la delicadeza del aceite que los fija en nuestro paladar.
- 0% ALCOHOL





CASTILLO DE CANENA PLANCTON



- Desarrollado en colaboración con Angel León 3 estrellas Michelin (El chef del mar).
- Nuestro aceite de oliva virgen extra arbequino infusionado con fitoplancton marino. Un producto único en el mundo, de intenso aroma y explosivo sabor a mar, al que se une –de forma sorprendente– el verde y frutado del zumo de aceituna fresca.
- 100% natural y vegano -ya que el plancton es de origen vegetal y no animal-, nos ofrece un mundo distinto e ilimitado de posibilidades gastronómicas y culinarias. Una increíble experiencia que nos sumerge en un mar fresco e intenso.





CASTILLO DE CANENA ESPECIAS DEL MUNDO



- Especias del mundo es un homenaje histórico a la íntima relación entre España y la ruta de las especias que durante 250 años unió Asia, América y Europa a través del Galeón Manila, que una vez al año hacía la ruta Manila-Acapulco.
- Desde los Puertos americanos los buques españoles llevaban en sus sentinas, hacia la Península Ibérica, las preciadas especias procedentes de Asia y del Nuevo Mundo que luego se distribuían por todos los países europeos.
- Las especias contribuían a enriquecer y potenciar los ritos culinarios tradicionales fusionándose con los sabores locales. Servían de aderezo y condimento, adaptándose con el paso del tiempo a las gastronomías de cada país.

CASTILLO DE CANENA ESENCIAS NATURALES

- Castillo de Canena produce Esencias Naturales & Co, una colección única resultado de la mezcla del 99,5% de nuestro Aceite de Oliva Virgen Extra Arbequino con aceites esenciales provenientes de flores, plantas y frutas.
- Naranja amarga, tomillo y azahar; limón, hinojo y menta; cardamomo, mandarina y manzana; y canela, nuez y bergamota. Estos son los ingredientes 100% naturales que acompañan al Aceite de Oliva Virgen Extra arbequino.
- Para conseguir estos productos tan exclusivos e innovadores se lleva a cabo un cuidado proceso de fusión que mantiene toda la esencia y calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra y evita que se alteren sus propiedades y que se pierda su sabor.



NUESTROS CLIENTES NOS VALIDAN

PRESENTES EN LOS MEJORES **RESTAURANTES** NACIONALES E INTERNACIONALES



- Celler de Can Roca *** (Best Restaurant of the World)
- Aponiente***, chef Ángel León (España)
- Librije *** (Holanda)
- Amador *** (Austria)
- Atrio***, chef Toño Pérez (España)
- Smoked Room**, chef Dani Garcia (España)
- La Terraza del Casino**, Paco Roncero (España)
- Ramón Freixá ** (España)
- Coque**, chef Mario Sandoval (España)
- Velasco Abellá, Óscar Velasco (España)
- Noor **, Paco Morales (España)
- Le Moissonier ** (Alemania)
- Altes Fährhaus ** (Alemania)
- Becker's ** (Alemania)
- Ophelia ** (Alemania)
- Soigne ** (Corea)
- The Dolder ** (Suiza)
- Aqua ** (Alemania)
- Astrance ** (Francia)
- Le Pasage ** (Francia)
- Fairmont Vierjahreszetein ** (Francia)
- Bagá*, Pedro Sánchez (España)
- Zortzico*, Daniel García (España)
- Zarate*, Sergio Zárate (España)
- Cebo*, Aurelio Morales España)
- Coucagno Ceruleantower * (Japón)
- Le Samuel * (Dinamarca)
- Kokkeriet * (Dinamarca)
- Ando * (Hong-Kong)
- Iggys * (Singapur)
- Louise * (Hong-kong)
- Pierre Gagnaire * (Corea)
- L'Amitié * (Corea)
- Basque Kitchen by Aitor * (Singapur)
- Fairmont Vierjahreszetein ** (Francia)

(*) Estrellas Michelin

PRESENTES EN LOS MEJORES **HOTELES** NACIONALES E INTERNACIONALES

- Cadena Ritz: Madrid
- Cadena Melia 5*: todos los de España
- NH Casino de Madrid **chef Paco Roncero
- Grupo Hesperia en España
- Hyatt: Madrid, Barcelona, Moscú, Nueva York, Kiev, Hamburgo
- Gran Hyatt: Doha, Mosqat, Burj Dubai
- Hotel Westin Palace Madrid
- Jumeirah Hotel Dubai
- Four Seasons Madrid
- Sofitel Tailandia
- Fairmont Vierjahreszeiten ** Germany
- Kempinski: Budapest, Riga, etc
- Intercontinental: Budapest, Moscú
- Le Domain*, Abadía Retuerta (España)

PRESENTES EN LOS MEJORES **RETAILERS** NACIONALES E INTERNACIONALES

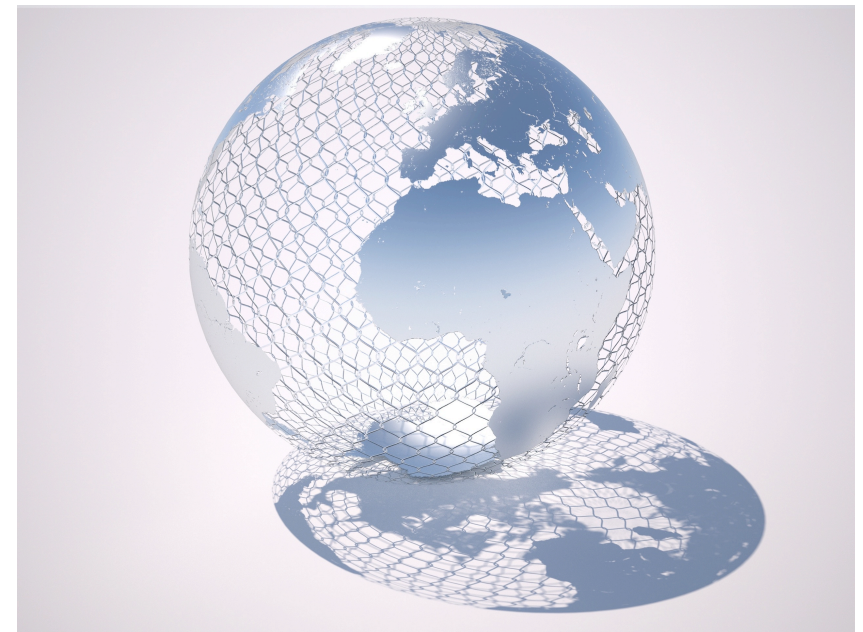


- Club del Gourmet de El Corte Inglés (Spain)
- Waitrose and Carrefour Deli Corner (Emirates)
- La Grande Epicerie (France)
- Maison Plisson (France)
- Irma (Denmark)
- Globus (Switzerland)
- Feinkost Kaefer (Germany)
- Mitsukoshi and Takashimaya (Japan)
- Waitrose, Patridges, Selfridges (UK)
- Wholefoods (US)
- Fallon&Byrne (Ireland)
- Dislicores (Colombia)
- The Cheese Corner (Peru)
- The Butcher Shop (Dominicana)

INTERNACIONALIZACIÓN

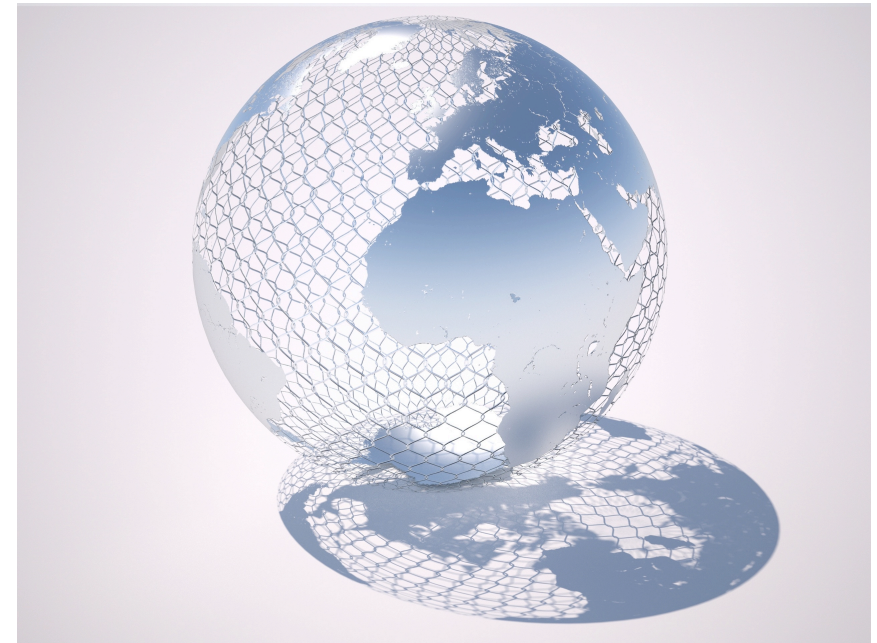
Internacionalización

- En 20 años, desde Andalucía a 60 países, exportando un posicionamiento y un desarrollo de producto, únicos en el sector de los AOVEs.



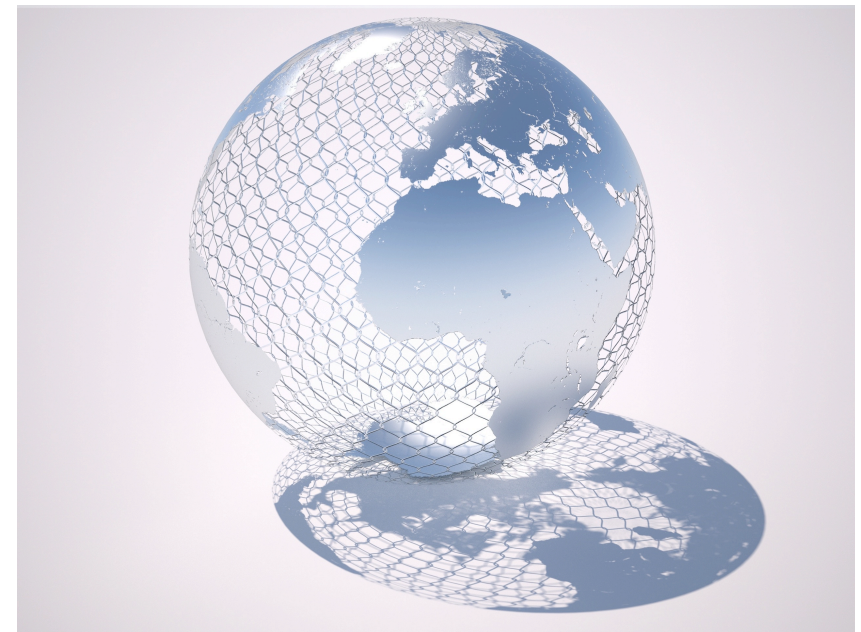
Internacionalización

- Apoyo constantes a nuestros partners internacionales:
 - Conocimiento de mercados.
 - Training a fuerzas de venta.
 - Programas de muestras, catas, clases de cocina, recetas.
 - Viajes al castillo para vivir la experiencia.
 - Material customizado para POS.
 - Apoyo con todos los logros anuales de la marca.
 - Acceso a programas económicos públicos: ICEX y Extenda.
 - Relaciones con la prensa y kits de prensa.
 - Apoyo en ecommerce.



Internacionalización

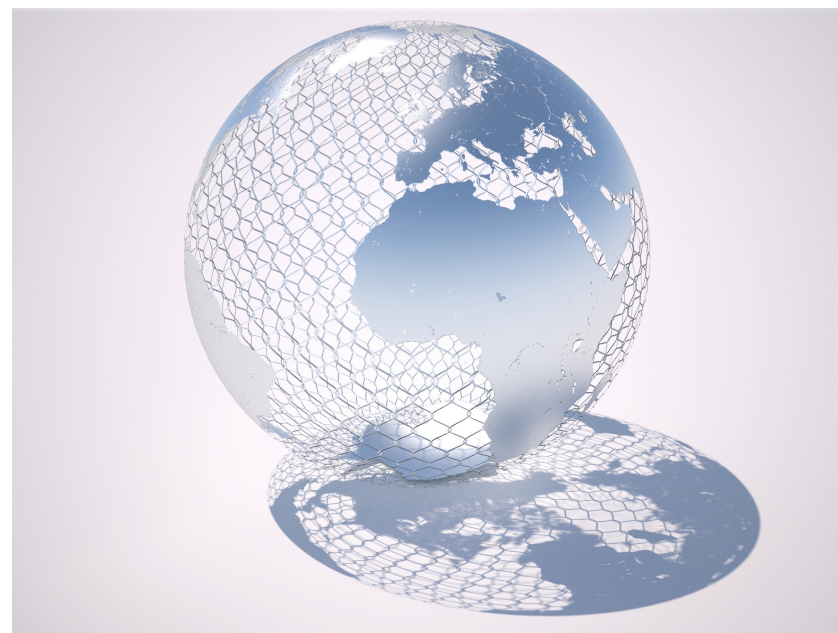
- PAÍSES CORE: ESFUERZO EN COMUNICACIÓN MENOR, CONSUMO EN ALZA. UK, PAÍSES NÓRDICOS, ALEMANIA, USA, JAPÓN, SINGAPUR.
- PAÍSES FOCO: CATEGORÍA GOURMET EN EXPANSIÓN. MÉXICO, RUSIA, CANADA, COREA.
- PAÍSES EMERGENTES: INDIA, CHINA.



EUROPA

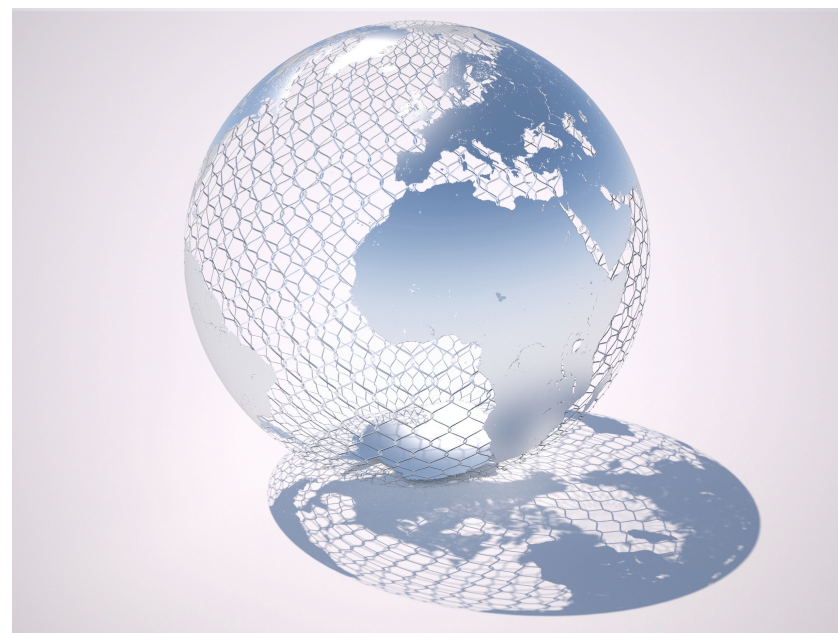
Europa

- EL MERCADO MÁS ACCESIBLE
- MERCADO CONOCEDOR Y CONSUMIDOR
- CERCANÍA GEOGRÁFICA
- GASTRONOMÍA Y SALUD
- MENOR REQUERIMIENTO DE INVERSIONES



Europa

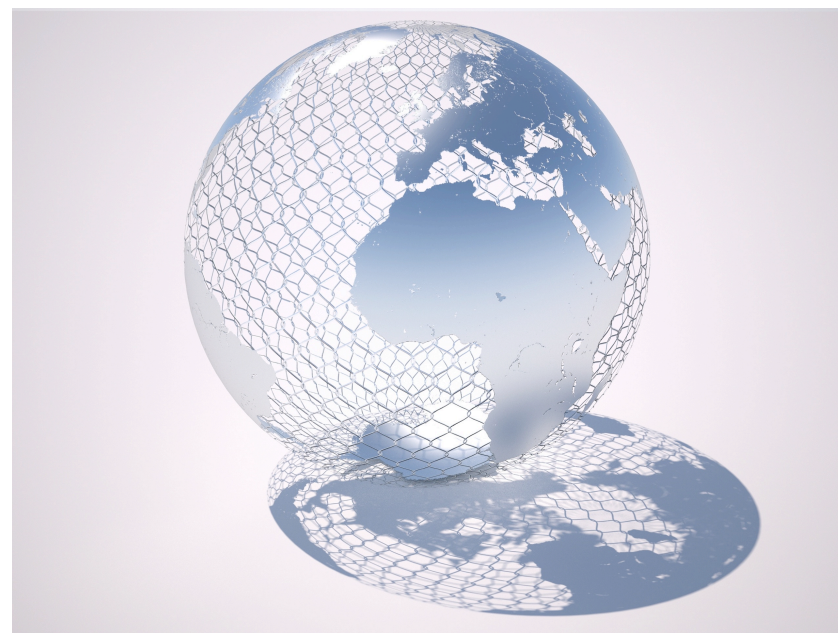
- MERCADOS SATURADOS
- MAYOR OFERTA DE PAÍSES PRODUCTORES
- CONCURRENCIA AOVEs ESPAÑOLES
- FRAGMENTACIÓN DE PERFILES POR PAÍS
- MAYOR PRESIÓN EN PRÁCTICAS PROMOCIONALES



EUROPA

UK

- CONSUMIDOR EN EVOLUCIÓN HACIA LA GASTRONOMÍA Y LA SALUD.
- RESTAURACIÓN EN AUJE CON REFERENTES MUNDIALES: FAT DUCK, CLUBS, CHEFS FORMADOS EN ESCUELAS INTERNACIONALES....
- RELACIÓN DIRECTA CON CLIENTES, AGENTES Y DISTRIBUIDORES.
- OPTIMIZACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN CON MÍNIMOS RECURSOS, CONCENTRACIÓN EN CADENAS.
- MERCADOS MENOS SATURADOS HACE 13 AÑOS.



UK

- ESTRATEGIA COMERCIAL.
- CONTRATACIÓN AGENTE EN EXCLUSIVA para GRANDES RETAILERS.
- DETERMINACIÓN DISTRIBUIDORES ESPECIALIZADOS EN FOOD HALLS, TIENDAS DELICATESSEN Y FOOD SERVICE.
- FOCO en cadenas hoteleras.



UK

- ESTRATEGIA COMERCIAL
- DISEÑO DE PROMOCIONES FUERA DEL FACTOR PRECIO:
 - RECETAS AD HOC.
 - CONCURSOS EN LINEAL.
 - MASTER CLASSES EN RESTAURANTS.
 - TASTINGS EN TIENDAS DE CLIENTES...



UK

- ESTRATEGIA COMERCIAL

- ACCIONES CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN GATRONÓMICOS, REVISTAS ESPECIALIZADAS, BLOGGERS.
- VISITAS DE CLIENTES A CANENA DE CHEFS CON SUS EQUIPOS...



UK

- ESTRATEGIA COMERCIAL

- ACCIONES CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN GATRONÓMICOS, REVISTAS ESPECIALIZADAS, BLOGGERS.
- VISITAS DE CLIENTES A CANENA DE CHEFS CON SUS EQUIPOS...



UK



- SPONSOR DE LA ESCUELA DE COCINA WESTMINSTER KINGSWAY COLLEGE: PROVEDORES OFICIALES Y CURSOS DE FORMACIÓN A PROFESORES.



Westminster Kingsway
central London's **College**



UK

- ESTRATEGIA COMERCIAL
- PRESENTACIÓN A PREMIOS NACIONALES:
 - WAITROSE WAY AWARDS
 - UK PACKAGING DESIGN AWARDS



2013 The Waitrose way awards



UK

■ RESULTADOS

- PRIMER PAÍS EN VOLUMEN PARA CASTILLO DE CANENA.
- CRECIMIENTO MEDIO PONDERADO 2008-2023 DEL 12,4%.
- LA INVERSIÓN RESPECTO A VENTAS NO SUPERA EL 5%.
- SOLIDEZ Y ROTACIÓN DE PRODUCTOS.



BREXIT

- PARTICIPACIÓN EN PROGRAMA DE ASESORAMIENTO Y CONTINGENCIA DE EXTENSA E ICEX PARA ANTICIPAR LAS ACCIONES NECESARIAS Y MINIMIZAR INCIDENCIAS.
- ADELANTARNOS A LOS POSIBLES RIESGOS LOGÍSTICOS ENVIANDO MERCANCÍA ANTES DE DICIEMBRE DE 2020 A UN ALMACÉN EN UK.
- CREACIÓN DEL MECANISMO NECESARIO PARA PODER IMPORTAR NUESTRA MERCANCÍA: GB EORI Y UK VAT NUMBER.
- CONTRATACIÓN DE AGENCIA PARA DECLARACIONES TRIMESTRALES DE IVA.
- RENEGOCIACIÓN DE LAS CONDICIONES DE ENTREGA Y VENTA CON LOS DISTRIBUIDORES (INCOTERMS): SUBIDA DE PRECIOS PARA CUBRIR EXTRA COSTS. CADA DISTRIBUIDOR TIENE UNAS CONDICIONES DIFERENTES DEPENDIENDO DE SUS NECESIDADES.
- RENEGOCIACIÓN DE LAS CONDICIONES CON LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE.



GRACIAS



WEB

CONTACTO

914529603