

# Argumento

## Un homenaje a la Familia Adán

Tanto el naming como la temática elegida son un homenaje a la Familia Adán, cuyos olivos se sitúan en el pueblo de Quesada, perteneciente al Parque Natural de Cazorla, Segura y Las Villas. Allí nace, hace ya casi 100 años, una empresa familiar que va heredándose de generación en generación. Convencidos del éxito internacional de un producto de excelente calidad como es su Aceite de Oliva Virgen Extra, nos encargan el diseño del packaging para las dos variedades.

Cada botella está dedicada a los protagonistas de esta historia: los progenitores. Gracias a ellos se sigue obteniendo y disfrutando de este Aceite de Oliva Virgen Extra cosecha temprana. La variedad picual está dedicada al padre, Juan, que aparece representado con la herramienta que siempre va con él en el campo: la azada. Picual es una variedad intensa y suele tener notas amargas y/o picantes. De ella se obtiene un aceite con bastante cuerpo y potencia. Estas características varietales conectan con la personalidad del protagonista.

En el caso de la variedad Royal aparece representada la madre, Juani, también con el objeto que más le acompaña en el campo, el capacho. La variedad Royal es autóctona de la Sierra de Cazorla. Produce un aceite muy suave en boca, con apenas presencia de amargor y un picante sutil y tardío. Lo más característico son sus intensos aromas a verdes (manzana, plátano, almendra...). Son características que también conectan con nuestra protagonista.

No es casualidad la asociación que hemos querido mostrar, de manera sutil, entre personas y variedades.



## Lo tradicional y lo moderno

Llama la atención el contraste entre los personajes, que aparecen representados de una manera tradicional y aparentemente «arbitraria», con el estilo de ilustración, paleta y acabados. La paleta bebe del estilo wabi sabi, el cual aprovecha los colores de la naturaleza y sus imperfecciones para crear ambientes de relajación y calma integrándose en lo cotidiano.

En cuanto a las ilustraciones, nos hemos inspirado en los elegantes retratos de Garth Williams o E. H. Shepard. De línea fina, monocromática y donde sólo hay masa en aquello que queremos resaltar como los objetos o alguna prenda de ropa o cabello, compensando así masa y línea en el conjunto general.

Es un diseño con una visión limpia y minimalista que pone la atención en los personajes de una manera elegante. Si no fuera por ellos y su trabajo durante décadas, no estaríamos disfrutando de este maravilloso producto.





Packaging AOVE Famille Adán Pícal y Royal con pez de acabado metálico en Muebles Pedro Concept.

## Decoración

Existe una pretensión específica de provocar no deshacerse de la botella una vez hemos consumido el producto. Es una característica que suele darse en muchos packaging de productos gourmet. Queremos que sea un objeto de diseño que forme parte de la decoración y la cotidianidad de quien lo adquiera. Entre los protagonistas de cada botella existe una comunicación, se miran uno al otro, una armonía de color, un significado. Por tanto, no es solo por su aspecto y cualidades físicas, también por la historia que cuenta. Podría formar parte de un ambiente calmado, fuera de estridencias. Un objeto que se integra dentro de nuestro hábitat.