



**LOCAL | Denominación de Origen**

## **Almazaras de la Subbética logra la Medalla de Oro en Ecotrampa 2012**

**La empresa amparada por la DOP “Priego de Córdoba” logra además una medalla de plata**

**Redacción**

Jueves 14 de junio de 2012 - 19:00



La empresa Almazaras de la Subbética amparada bajo la Denominación de Origen Protegida “Priego de Córdoba”, ha obtenido dos preseas, una de oro y otra de plata, en la XI edición del concurso internacional de calidad de aceites de oliva vírgenes extra de producción ecológica “Ecotrampa 2012”.

El aceite de oliva virgen extra ecológico premiado con la Medalla de Oro se envasa bajo la marca “Rincón de la Subbética Alamoda”, obtenido de la variedad hojiblanca, mientras que la medalla de plata

ha recaído en el aceite de oliva virgen extra ecológico “Rincón de la Subbética Alamoda” de la variedad picuda, ambos producidos y elaborados mediante prácticas ecológicas y respetuosas con el medio ambiente.

Catadores de prestigio internacional y amplia trayectoria profesional se han dado cita en Córdoba, para valorar los aceites de producción ecológica presentados a este concurso, que ha registrado un total de 36 muestras procedentes de Andalucía, La Rioja, Murcia, Cataluña, Valencia, Castilla La Mancha y Navarra, así como muestras procedentes de Italia. En consonancia con la importancia de la producción ecológica española, Andalucía es la región con mayor número de muestras (50 %) y dentro de esta Comunidad es Córdoba la provincia que presenta más candidatos con hasta siete muestras que es el 17 % del total.

Esta XI edición de “Ecotrampa”, se ha celebrado en la capital cordobesa, organizada por la Diputación de Córdoba, el Comité Andaluz de Agricultura Ecológica (CAAE) y la Asociación de Empresas con Productos Ecológicos de Andalucía (EPEA).

Además de poner en valor la calidad del vino y el aceite de oliva virgen extra de producción ecológica, el objetivo es apostar por el desarrollo de estos sectores, sirviendo de apoyo para la promoción y reconocimiento por parte del consumidor.