



NEWS

Notícias do Grupo Amorim



Amorim lança MATERIA®

Uma colecção inovadora de objectos e *gadgets* marcadamente de autor

Cortiça é Amorim.

Amorim é cortiça.

Se ela existe e prolifera, é porque sucessivas gerações Amorim sobre ela depositaram visão, engenho e trabalho.

Hoje, convidamos também a comunidade criativa a usufruir deste valioso e singular património: a raiz cultural da cortiça, a versatilidade da matéria, as mais avançadas tecnologias de transformação e o vasto conhecimento científico em que continuamente investimos.

E o resultado é entusiasmante: uma gama de objectos inesperados, inovadores... irresistíveis!

Sumário

- | | | | |
|----|---|----|---|
| 4 | MATERIA@ , CORK BY AMORIM
Inspirar, desafiar, arriscar, questionar, surpreender | 13 | Caves dos EUA sedimentam a sua preferência pela rolha de cortiça |
| 7 | Entrevista com Guta Moura Guedes, coordenadora MATERIA@ , CORK BY AMORIM | 13 | Angove Wines vintage, conceituado cliente da CORTICEIRA AMORIM, comemora 100º aniversário |
| 9 | Grammy's adoptam cortiça natural para a sua edição de 2011 | 14 | Gierlings Velpor participa em mais uma edição da Première Vision Paris |
| 9 | Cork Awards premeiam projectos no Japão | 14 | AMORIM CORK COMPOSITES na BAU 2011 |
| 10 | Caves emblemáticas sul-africanas voltam a utilizar rolhas de cortiça | 15 | Páscoa no Douro: porque não? |
| 11 | Amorim Isolamentos apoia projecto Uma Casa Portuguesa | 15 | Alunos idealizam casas com cortiça |
| 12 | CORTICEIRA AMORIM disponibilizou, em 2010, aconselhamento técnico gratuito a 8,5 mil hectares de área florestal | 16 | Wicanders® continua a conquistar clientes em todo o mundo |
| 12 | Amorim Cork Composites apresenta Korko na Ambiente | 17 | CORTICEIRA AMORIM lança DYN CORK |

Ficha Técnica

SEDE: Rua de Meladas nº 380 - 4536-902 Mozelos VFR

PROPRIEDADE: Grupo Amorim

DIRECTOR: Eduardo Correia

COORDENAÇÃO: Joana Martins

REDACÇÃO: Plenimagem, Lda

EDIÇÃO: Grupo Amorim

DESIGN E EDIÇÃO ELECTRÓNICA: Plenimagem, Lda.

IMPRESSÃO E ACABAMENTO: Lidergraf – Artes Gráficas, S.A.

DISTRIBUIÇÃO: Iberomail Correio Internacional, Lda.

EMBALADORA: Porenvel Distribuição, Comércio e Serviços, S.A.

PERIODICIDADE: Trimestral

TIRAGEM: 22 000 exemplares

DEPÓSITO LEGAL: VG - 914 - 2001



- | | | | |
|----|--|----|--|
| 18 | Hotel de charme
Casa do Conto selecciona Acousticork | 22 | Amorim Cork Deutschland reduz
emissões de CO ₂ |
| 18 | DOMOTEX e BAU. Amorim Revestimentos
reforça posicionamento na Alemanha | 22 | Novo expositor
Wicanders® |
| 19 | Coleção de rolhas <i>premium Top Series</i> ®
apresentada em Paris | 23 | Amorim Benelux
eleita "Fornecedor do Ano 2009" |
| 19 | Revestimentos Wicanders® distinguidos com
o prémio "Melhor Produto em termos de
Qualidade" na Domotex 2011 | 23 | Pomares Moscatel,
um singular DOC Douro |
| 20 | <i>CORKROADSHOWS</i>
apresentam revestimentos de cortiça | 24 | Quinta Nova entra nos EUA
com forte reconhecimento |
| 20 | Inspiração e Emoção com
Wicanders® Parquet | | |
| 21 | Chianti Classico "Gallo Nero",
Cortiça e <i>Design</i> numa parceria natural | | |
| 22 | Cortiça seduz na
Japan Home & Building Show | | |

NEWS



A CORTICEIRA AMORIM tem uma longa história que espelha a dedicação, a determinação, a audácia e a visão com que sucessivas gerações revolucionaram a fileira da cortiça.

Hoje, a Organização é conhecida pelo seu empenho na valorização, promoção e transformação da cortiça. Uma actividade com séculos de tradição e cultura, a que a CORTICEIRA AMORIM vem juntando Investigação & Desenvolvimento, *know-how* e criatividade. O resultado é um vasto conjunto de produtos e soluções amigas do ambiente.

No Ano Internacional das Florestas, falamos do montado, do sobreiro e da cortiça. Estamos conscientes do potencial desta fileira e dos seus produtos na resposta aos urgentes apelos do Planeta. Mas também falamos de uma matéria-prima ímpar, que agrega imbatíveis credenciais técnicas e ambientais, que aporta valor para os diferentes produtos e soluções onde é incorporada. E tal é, para todos nós, um motivo de orgulho.

E foi, assim, que surgiu o desafio à comunidade criativa internacional, sob direcção artística da EXPERIMENTA, de se juntarem à CORTICEIRA AMORIM neste projecto que abre novas possibilidades à cortiça.

Reunimos um leque diversificado de talentos criativos que responderam ao repto lançado: o de conceberem novas aplicações de cortiça capazes de satisfazer as exigências de consumidores mais informados e cosmopolitas. Juntamos a funcionalidade, a distinção e o *design* com as características mais nobres que a cortiça pode imprimir a tais soluções e... As respostas foram surpreendentes!

Convido-os a acompanhar o desenvolvimento da MATERIA®, CORK BY AMORIM, a novíssima linha de pequenos objectos e *gadgets* marcadamente de autor, desenhados para o nosso quotidiano: para as brincadeiras de miúdos e graúdos, para a iluminação do nosso recanto de leitura, para condimentar o convívio com os amigos...

A estreia está a decorrer em Milão (13-17 de Abril), no Fuori Salone e em www.materia.amorim.com.

Prefira a cortiça: um presente com *design*!

Cristina Rios Amorim
Administradora da AMORIM INVESTIMENTOS E PARTICIPAÇÕES, S.G.P.S., S.A.



MATERIA® CORK BY AMORIM

Inspirar, desafiar, arriscar, questionar, surpreender

ESTAS FORAM AS LINHAS GERAIS TRAÇADAS PARA MATERIA®, A NOVA COLECÇÃO DE OBJECTOS EM CORTIÇA COMISSARIADA PELA EXPERIMENTADESIGN PARA A CORTICEIRA AMORIM.

REVELANDO AS SUAS DIVERSAS FACETAS E POTENCIAL, MUITO PARA ALÉM DAS UTILIZAÇÕES TRADICIONAIS NOS SECTORES VINÍCOLA E DE REVESTIMENTOS, MATERIA® PROPÕE COLOCAR A CORTIÇA NO CENTRO DO QUOTIDIANO CONTEMPORÂNEO, SOB A FORMA DE OBJECTOS AGRADÁVEIS AO TOQUE, INTUITIVOS, SIMPLES MAS FLEXÍVEIS NA POSSIBILIDADE DE UTILIZAÇÃO EM DIFERENTES ESPAÇOS E CONTEXTOS.

Para o concretizar, a EXPERIMENTADESIGN convidou 10 *designers* portugueses e estrangeiros a explorar as características físicas e sensoriais deste material singular para depois o declinar em objectos surpreendentes e envolventes. A escolha recaiu sobre *designers* de diferentes percursos, gerações e nacionalidades, mas que têm em comum o facto de desenvolverem um trabalho marcadamente autoral. Ao conferir aos seus trabalhos uma personalidade vincada e, portanto, diferenciadora, esta característica vai revelar-se sem dúvida uma mais-valia na concepção de uma nova linha que pretende ser não só diversificada mas também envolvente e relacional. Assim, cada autor transporta para a colecção as orientações e sensibilidades que tem desenvolvido ao longo da sua prática, numa confluência tão surpreendente quanto enriquecedora.



Inga Sempé, Elic Petit (Big Game), Pedro Ferreira (Pedrita) e Carlos de Jesus (CORTICEIRA AMORIM)

O trabalho de **BIG-GAME** (Suíços/Belgas) pauta-se por um aguçado sentido de ironia, explorando de forma inesperada, mas sempre pertinente, ideias como o descartável, a descontextualização, a aplicação de materiais nobres a objectos de produção massificada e o confronto entre herança cultural e estilo de vida contemporâneo.

Já a parisiense **Inga Sempé** possui um vasto *portfólio* de peças editadas por grandes marcas como Edra ou Ligne Roset. Desde a iluminação ao mobiliário, passando pelos objectos utilitários e decorativos, o seu trabalho alia linhas depuradas, de uma simplicidade refrescante, com jogos de volumes.

A missão do colectivo japonês **Nendo**, por seu turno, é devolver o efeito surpresa ao nosso quotidiano. Propondo-nos formas intelligen-

tes e diferentes de solucionar problemas, realizar tarefas ou organizar o espaço à nossa volta, as suas criações desafiam a nossa perspicácia e oferecem-nos experiências singulares em situações triviais.

Yael Mer e Shay Alkalay (**Raw Edges**), naturais de Israel, movem-se por enfoques distintos: Yael interessa-se por transformar materiais bidimensionais em formas funcionais, enquanto Shay se centra na forma como os objectos se movem, funcionam e reagem. Partilham o objectivo de conceber objectos totalmente inéditos, que estabelecem uma relação de proximidade com o utilizador.

Na frente nacional, **Filipe Alarcão** alia a uma prática projectual incisiva a experiência e visão global de gestão de marca adquirida na coordenação e direcção artística de colecções, tendo colaborado com grandes marcas como a Vista Alegre/Atlantis, Asplund, TemaHome, Schröder, Senda, Cerâmicas S. Bernardo e Larus. Para além da autoria de uma das peças da colecção, **Filipe Alarcão** assumiu a coordenação de MATERIA®.

A ele junta-se **Fernando Brízio**, consagrado internacionalmente graças a uma produção exemplar e consistente, assente na relação desafiante entre objecto e utilizador e na concepção de objectos multidimensionais que não se esgotam numa única função ou leitura.

Daniel Caramelo e **Pedrita**, *designers* de uma geração mais jovem, são já nomes reconhecidos no panorama da produção industrial portuguesa. Autor da emblemática máquina Q para a Delta, **Daniel Caramelo** é co-fundador da marca Linha Branca e sócio-fundador da Diverge Design, trabalhando na área de produtos e equipamentos. O estúdio **Pedrita** (Rita João e Pedro Ferreira) divide a sua actividade entre projectos de *design* de equipamento e exposições para clientes empresariais bem como institucionais. Paralelamente dedicam-se a iniciativas de carácter experimental que combinam a herança artesanal e as indústrias tradicionais portuguesas, que deixam transparecer uma vertente *playful*.

Desenvolvendo em paralelo edições limitadas, peças únicas e produtos editados por grandes marcas, **Miguel Vieira Baptista** alia ao *design* de produto uma sólida experiência em *design* de ambientes e exposição. A atenção ao pormenor e a conjugação de referências eruditas e populares transmitem uma eloquência e um carisma a objectos enganadoramente simples.

Com três décadas de prática projectual, **Marco Sousa Santos** é um nome cimeiro do *design* português. Cobrindo várias tipologias nas áreas do mobiliário e a iluminação, entre os seus clientes contam-se Csb, Tronconi, Moroso, Atlantis/Vista Alegre, Alma Home, Renault, Marividros, Sátira, Proto Design, Matceramica e Sony.

Uma vez aceite o desafio, o passo seguinte foi organizar uma visita ao universo da cortiça e da CORTICEIRA AMORIM, com um duplo objectivo: colher informação e dados técnicos e por outro, estimular um contacto de proximidade e empatia com este material, a sua história, tradição e contexto. O domínio da matéria-prima e respectivas técnicas de trabalho está no cerne da prática projectual. Assim, impunha-se desde logo uma apresentação detalhada das características morfológicas e físicas da cortiça, que permitiu mapear o espectro de utilização possível, bem como as limitações e constrangimentos inerentes à sua transformação.

Estes aspectos foram cobertos numa intensa visita de campo que começou no montado de sobreiro, passando por uma unidade de processamento de matéria-prima e pelas unidades dedicadas à produção de Rolhas, Revestimentos e Aglomerados.

Se para os *designers* nacionais esta foi uma oportunidade de aprofundar conhecimentos, para os estrangeiros constituiu uma verdadeira revelação, que começou logo com a primeira paragem deste périplo de dois dias: o montado de sobreiro, em Coruche.

Não é comum que ao retroceder até à génese de uma matéria-prima nos deparemos com um cenário de tamanha beleza e tranquilidade. Entre árvores jovens e centenárias, envolvidos pelo cheiro da vegetação e os sons furtivos de alguma ave ou pequeno animal em movimento, os *designers* constataram o papel determinante da cortiça na manutenção deste ecossistema. O contacto com as árvores e a observação da sua envolvente natural ilustraram de forma vivida as detalhadas explicações de Carlos de Jesus, director de Comunicação e Marketing da CORTICEIRA AMORIM. Estas focaram não só os diferentes aspectos relacionados com o crescimento da cortiça, a importância da sua extracção para a sobrevivência do sobreiro e a circunscrita área geográfica onde cresce. A criteriosa gestão de recursos a que obriga o dilatado ciclo de crescimento da cortiça e a manutenção do património natural do montado colocam, assim, a indústria da cortiça como uma das mais sustentáveis do mundo. Cem por cento biodegradável e reciclável, a cortiça é ainda totalmente aproveitada ao longo do seu processo de transformação.

Na apresentação do processo de extracção, foi sublinhado o papel dos trabalhadores cujo saber altamente especializado e grande experiência são determinantes para a obtenção das pranchas com a melhor configuração para as fases posteriores de produção.

A importância do elemento humano e a valorização deste *know-how* foram, aliás, outros dos factores que surpreenderam a comitiva e que viriam a encontrar ao longo da visita, que seguiu o circuito da cortiça desde a árvore até ao produto acabado.

Viajando para Norte, do montado para as fábricas, os *designers* contactaram com técnicas tradicionais como a extrusão, laminagem e compressão, bem como com os novos compósitos e processos de transformação que as áreas de I&D têm vindo a otimizar e que abrem caminho a novas e mais arrojadas aplicações.

Se a envolvente natural e qualidade estética da cortiça em bruto se revelaram uma fonte de inesperado deleite e inspiração, foi a escala da capacidade industrial da CORTICEIRA AMORIM que mais impressionou a comitiva. Em termos de volume e diversidade da produção, a indústria da cortiça tem um *output* impressionante, tendo em conta que depende inteiramente de um recurso natural e limitado que se renova a intervalos alargados.

Por outro lado, o investimento em novas tecnologias agiu como um forte estímulo junto dos *designers*, incentivados a questionar e explorar os limites do *know-how* existente, contando com o sólido apoio da Equipa técnica da CORTICEIRA AMORIM.

Ao cabo de quase um ano de desenvolvimento criativo e técnico, entre protótipos, ensaio e ajustes, a primeira edição da colecção MATERIA® está prestes a revelar a complexa personalidade da cortiça. O lançamento mundial terá lugar em Milão, durante o prestigiado Salone del Mobile, cuja visibilidade mediática e importância estratégica lhe conferiram o estatuto de evento chave do calendário internacional do *design* (13-17 Abril 2011).

Inga Sempé e Miguel Vieira Baptista



Entrevista com Guta Moura Guedes, coordenadora

MATERIA®

CORK BY AMORIM

1. A EXPERIMENTADESIGN existe há mais de 10 anos mas só recentemente tem apostado na área da consultoria à indústria portuguesa. Porquê esta abertura da actividade?

Foi um decorrer natural do nosso projecto e da nossa missão na área da cultura e do *design*. Ou seja, a EXPERIMENTADESIGN nasce como produtora de conteúdos e plataforma de investigação e comunicação e verifica, passados os primeiros anos, que não só o sucesso das bienais e a sua visibilidade como a quantidade de informação que detém e a rede de contactos que construiu têm um valor de mercado excepcional e podem ser aplicadas noutras frentes. Representam uma mais-valia substantiva para muitas empresas ou instituições que neste momento têm que inovar, procurar novos caminhos com o objectivo de se tornarem mais competitivas.

Daí a decisão estratégica de iniciarmos uma unidade de consultoria, seleccionando criteriosamente quais os clientes com quem queremos trabalhar. Iniciámos claramente a actividade na área da indústrias culturais assumindo-a com um pilar de sustentabilidade da nossa estrutura e para responder ao desafio que a indústria e as instituições nos colocavam constantemente.

2. Quais são os principais benefícios que a EXPERIMENTA-DESIGN pode trazer a uma indústria como a Amorim?

A EXPERIMENTADESIGN traz para a Amorim e para a indústria da cortiça uma fortíssima capacidade de inovação, através dos conceitos que desenvolve e dos criadores que convida. Traz também uma forte vertente de comunicação nacional e internacional, levando esta matéria-prima e a Amorim a circuitos de *opinion-makers* muito exigentes e francamente multiplicadores. A cortiça deve continuar a operar num mercado de excelência e deve surpreender pelas suas qualidades naturais mas, também, pela diversidade e qualidade dos produtos onde pode ser utilizada. Para atingir os objectivos de renovação, reposicionamento e inovação não basta só convidar os criadores certos. A sua escolha, a definição do *briefing*, a direcção artística e estratégica do seu trabalho, toda a componente de comunicação e a capacidade de ter uma visão internacional e global são determinantes. É nesta área que a EXPERIMENTADESIGN opera e onde as suas mais-valias se revelam.

3. Qual ou quais as características desta indústria que mais a surpreendeu?

Surpreendeu-me a coexistência de processos manuais, quase artesanais, onde a sabedoria e experiência dos recursos humanos têm tanta importância, com a capacidade industrial de transformação e o investimento que foi efectuado em I&D nos últimos anos. Ou seja, há a manutenção daquilo que dá à cortiça um carácter tão



Guta Moura Guedes, presidente da EXPERIMENTADESIGN

importante e com tanta ressonância cultural, o modo como se faz a "tiradia", todo o conhecimento acumulado que influi depois na qualidade do produto final e, paralelamente, houve um grande investimento na capacidade de transformar a cortiça e uma grande evolução tecnológica, resultante de uma investigação consistente e coerente que foi efectuada pela Amorim. A combinação destas duas frentes é uma mais-valia importantíssima.

4. Considerando que a actividade profissional da Guta se desenvolve também no estrangeiro, a seu ver, qual a percepção que os *designers* estrangeiros têm desta matéria-prima?

A minha opinião é que a cortiça – comparada com outros materiais - tem sido pouco utilizada pelos melhores *designers* mundiais, embora existam excepções de peso, como o Jasper Morrison, por exemplo, ou no caso da arquitectura o Álvaro Siza, entre outros. É engraçado, nos anos 60 não era bem assim. Marcel Breuer, para citar um exemplo apenas, utilizava cortiça à vista na sua arquitectura, que é de uma qualidade extraordinária. Mas a percepção que os *designers* actuais têm deste material ainda não é muito abrangente. O que se passa neste momento é que a cortiça apresenta qualidades que são fundamentais para o século XXI, nomeadamente, a componente sustentável, a flexibilidade e elasticidade. O que tenho

verificado, agora que estamos a desenvolver estes projectos com a Amorim, é que há uma reacção positiva imediata e um desejo muito grande de experimentar este material. Do mesmo modo, da parte da imprensa internacional, quando falamos da cortiça e das suas novas aplicações, a reacção de interesse é imediata.

5. Na sua opinião já existem bons objectos feitos em cortiça? Se sim, quais são aqueles que melhor exemplificariam as potencialidades da cortiça?

Existem já bons projectos em cortiça, mas não tantos quanto a excelência do material e as competências únicas da CORTICEIRA AMORIM o permitem. Sempre gostei dos bancos desenhados pela MOOOI, empresa holandesa, ou os bancos desenhados pelo Jasper Morrison. Há uma falta grande de objectos mais pequenos, mais ligados ao dia-a-dia, acessíveis e que explorem melhor a cortiça enquanto material base e os resultados da investigação efectuada pela Amorim. Penso que esta nova marca, a MATERIA®, vai precisamente responder a esta questão.

6. Quais as mais-valias que o design pode trazer à indústria da cortiça?

Muitas. Mas é importante referir que o *design* não é uma ferramenta de salvação da indústria. É apenas um dos elementos que deve ser considerado. Podemos ter o melhor *design* do mundo e se a empresa não tiver bem estruturados os seus recursos humanos, o seu sistema de vendas, de distribuição, de comunicação e *marketing*, nada funciona. É preciso que tudo seja integrado e que o *design* entre no início do processo e acompanhe de muito perto os sistemas de produção e de *marketing*. O *design* traz precisamente a criatividade e a capacidade de inovar aliadas a uma leitura rigorosa do contexto e do mercado, mas está sempre na dependência da *performance* global da empresa e da forma como ela se articula para poder potenciar os novos projectos. A indústria da cortiça, que para o grande público, ou seja, para as pessoas em geral, surge ainda muito associada às rolhas ou aos revestimentos, tem imenso a ganhar com os novos caminhos que o *design* lhe pode abrir. É preciso é ter em mente que o mercado é global e é muito competitivo e que *design* com qualidade, pertinência e sustentabilidade é algo difícil de atingir. Mas esse deve ser o objecto primeiro e único da indústria portuguesa e há em Portugal muitos *designers* com essa competência, sendo que a direcção artística e o *design* estratégico destes processos é, como disse há pouco, determinante.

7. Em que consiste este projecto EXPERIMENTADESIGN – CORTICEIRA AMORIM?

O projecto, que teve uma maturação lenta, necessária ao desafio em questão, partiu de um convite da Amorim à EXPERIMENTADESIGN para que concebêssemos e dirigíssemos um projecto que contribuísse para aumentar o conhecimento sobre a cortiça e reforçasse a imagem da cortiça em segmentos de mercado novos. Foi com imensa honra que recebemos esse desafio, principalmente por ser endereçado por um dos grandes grupos nacionais que tem provado estar atento ao contexto internacional e que tem desenvolvido estratégias inovadoras para responder aos novos desafios do mercado global. Também contou muito para nós o facto de a cortiça representar tanto para o nosso país do ponto de vista cultural e simbólico,

bem como o facto de acreditarmos que devemos fazer um esforço conjunto para promovermos e rentabilizarmos o que é nosso.

8. Porquê a necessidade de desenvolver duas abordagens diferentes?

As abordagens são complementares e respondem ao que nos foi pedido, ou seja, reposicionar a cortiça no mercado global. Achámos que o devíamos fazer com dois projectos, um com uma dimensão muito pragmática e outro com uma dimensão de pesquisa e de investigação. O primeiro projecto teve como objectivo criar uma nova marca para a Amorim, a que chamámos MATERIA®, e conseguir desenhar bons objectos, actuais, acessíveis, com um *design* seguro, contemporâneo e que utilizasse as novas competências da Amorim. Lançámos o repto a 10 *designers*, seis portugueses e quatro internacionais e estamos francamente contentes com os resultados. O outro, chamado muito simplesmente CORK, passa por desafiar alguns dos mais importantes criadores do mundo nas áreas do *design* e arquitectura a pensar novas utilizações para a cortiça. A primeira fase do CORK irá resultar num livro e numa exposição e, posteriormente, será analisada a aplicação comercial dos seus resultados, nos casos em que isso fizer sentido. Este projecto, que tem um calendário de desenvolvimento mais alargado, será apresentado em condições especiais em algumas capitais do mundo, com uma campanha de Relações Públicas e comunicação adequadas à potencial ressonância dos criadores convidados e das marcas Amorim e EXPERIMENTADESIGN. Para a coordenação dos dois projectos convidámos para trabalhar connosco o *designer* português Filipe Alarcão. Tenho o prazer de sublinhar aqui que o entusiasmo, visão e empenho da Administração da CORTICEIRA AMORIM têm sido absolutamente extraordinários, bem como o acompanhamento avisado e conhecedor de toda a equipa que foi assignada para trabalhar connosco. Sem este suporte e envolvimento, estes projectos, que são sempre complexos dada a sua dimensão inovadora, não avançam nas condições que devem avançar.

9. Este mês (Abril) vai decorrer o Salone del Mobile (Milão). Qual a importância do lançamento em Milão para a internacionalização desta nova marca?

Enorme. O Salone del Mobile di Milano, e o seu Fuori Salone (onde se mostram os projectos mais inovadores e de prestígio), é o palco de excelência para a apresentação das novas marcas e novos projectos na área do *design*. A nível mundial há uma grande competição pelos melhores espaços em Milão para fazer estas apresentações, sendo que toda a imprensa internacional e *opinion-makers* estão nesta cidade italiana, tal como os principais clientes e público em geral, durante 5 dias consecutivos. A concorrência é enorme! A EXPERIMENTADESIGN conseguiu encontrar um espaço novo no Fuori Salone, que ainda não foi utilizado por nenhuma marca, numa das zonas mais prestigiadas de Milão, em Brera, para a apresentação da MATERIA®, numa zona onde estará a Hermès, a Established&Son, entre muitas outras. A MATERIA®, cuja imagem, comunicação e *packaging* foi criada também pela EXPERIMENTADESIGN, e que terá um *site* próprio alojado no *site* Amorim, será apresentada numa exposição desenhada especialmente para o efeito, tendo uma *press-preview* no dia 12 de Abril e o *cocktail* de inauguração no dia 13 às 18:30. Dos contactos que já efectuei até este momento com a imprensa internacional, estou convicta de que este lançamento terá uma ressonância e resultados muito positivos.



Grammy's adoptam cortiça natural para a sua edição de 2011

Programa da CORTICEIRA AMORIM nos EUA garante a reciclagem de todas as rolhas abertas nos eventos oficiais.

No âmbito do compromisso assumido em torno da sustentabilidade e reconhecendo o papel chave da cortiça nesta matéria, na 53ª cerimónia dos Grammy Awards foram servidos apenas vinhos vedados com cortiça natural. As rolhas abertas nos eventos oficiais dos Grammy's foram posteriormente recicladas no âmbito do ReCork, uma iniciativa da CORTICEIRA AMORIM nos Estados Unidos.

Allen Hershkowitz, cientista sénior do Natural Resources Defense Council e um dos mentores desta iniciativa de apoio à cortiça portuguesa, congratula os Grammy's pela decisão: "Escolher cortiça em detrimento de vedantes artificiais, metálicos ou derivados de petróleo, é uma pequena acção, mas de grande impacto, que os consumidores podem facilmente adoptar, com benefícios claros para a saúde do nosso Planeta. Saúdo os Grammy's e outras iniciativas semelhantes que têm abraçado a causa da sustentabilidade, com programas específicos para preservar a biodiversidade e reduzir a sua pegada ecológica." Esta opção, em prol da rolha de cortiça, foi também extensiva ao MusiCares® Person of The Year, um evento integrado no programa oficial dos Grammy's, que na edição deste ano homenageou Barbara Streisand.

As rolhas resultantes destes dois eventos serão posteriormente encaminhadas para o programa de reciclagem ReCORK, uma iniciativa da CORTICEIRA AMORIM nos EUA que conta, entre outros parceiros, com o apoio da American Airlines, Diageo e Aria Resort & Hotel, um dos maiores casinos de Las Vegas. Até ao momento, este inovador programa de reciclagem recolheu mais de 14 milhões de rolhas apenas nos EUA. A cortiça reciclada é integrada nos produtos fabricados pela Sole, uma empresa especializada de calçado que conta, entre os seus clientes, com equipas da NBA e as Forças Especiais do Exército e da Marinha dos Estados Unidos.

A edição deste ano dos Grammy's teve lugar no Staples Center, em Los Angeles, no dia 13 de Fevereiro, com transmissão directa na cadeia de televisão CBS.

Cork Awards premeiam projectos no Japão

NO PASSADO MÊS DE DEZEMBRO, A RESIDÊNCIA OFICIAL DO EMBAIXADOR PORTUGUÊS NO JAPÃO FOI ANFITRIÃ DA CERIMÓNIA CORK AWARDS, UM EVENTO INTEGRADO NAS ACTIVIDADES DO PROJECTO INTERCORK – PROMOÇÃO INTERNACIONAL DA CORTIÇA, QUE PREMIOU AS OBRAS MAIS EMBLEMÁTICAS RECENTEMENTE REALIZADAS NAQUELE PAÍS.



Da esq para a dir: Embaixador João Pedro Zanatti, Director do Nezu Museum, Sr. Nezu, e representante local da APCOR e da Amorim Revestimentos, Paulo Trancoso

Na primeira categoria "Beautiful Design using Cork", o vencedor foi o Nezu Museum, um dos mais conceituados museus japoneses, cuja obra esteve a cargo da Kuma Kengo & Associates. Segundo os autores, a opção pela cortiça deveu-se ao excelente desempenho deste material no edifício anterior, onde a cortiça apresentava ao fim de 20 anos um óptimo estado, e ao facto de se tratar de um material natural, de características excepcionais e amigo do Ambiente.

Na segunda categoria, o Oriental Hotel Tokyo Bay da Gensler and Associates, foi o projecto premiado. O Oriental Hotel Tokyo Bay é um hotel situado nas redondezas da Disneyland de Tóquio e que tem a particularidade de oferecer 48 quartos de criança. Para este projecto, assegurar um elevado nível de conforto e segurança para as crianças eram os principais pressupostos, pelo que a cortiça se revelou a opção ideal, com a mais-valia de se estar a optar por um produto cuja utilização favorece a qualidade de vida das gerações futuras.

A iniciativa Cork Awards excedeu largamente as expectativas, quer em número de participantes, quer no interesse demonstrado pelos convidados nas questões abordadas. Entre os convidados estiveram os nomeados para os prémios, clientes da Amorim Revestimentos, arquitectos, *media* e membros da embaixada e do AICEP, entidade que apoiou o evento.

Caves emblemáticas sul-africanas voltam a utilizar rolhas de cortiça

CORTICEIRA AMORIM foi o parceiro seleccionado



AS CAVES KLEIN CONSTANTIA, UMA DAS MAIS FAMOSAS E HISTÓRICAS DA ÁFRICA DO SUL, ANUNCIARAM RECENTEMENTE QUE AS *SCREWCAPS* DEIXARAM DE INTEGRAR O *PACKAGING* DO SEU VINHO BRANCO *PREMIUM - O PERDEBLOKKE SAUVIGNON BLANC* -, QUE CONTA A PARTIR DE AGORA COM UMA ROLHA DE CORTIÇA NATURAL, DA CORTICEIRA AMORIM.

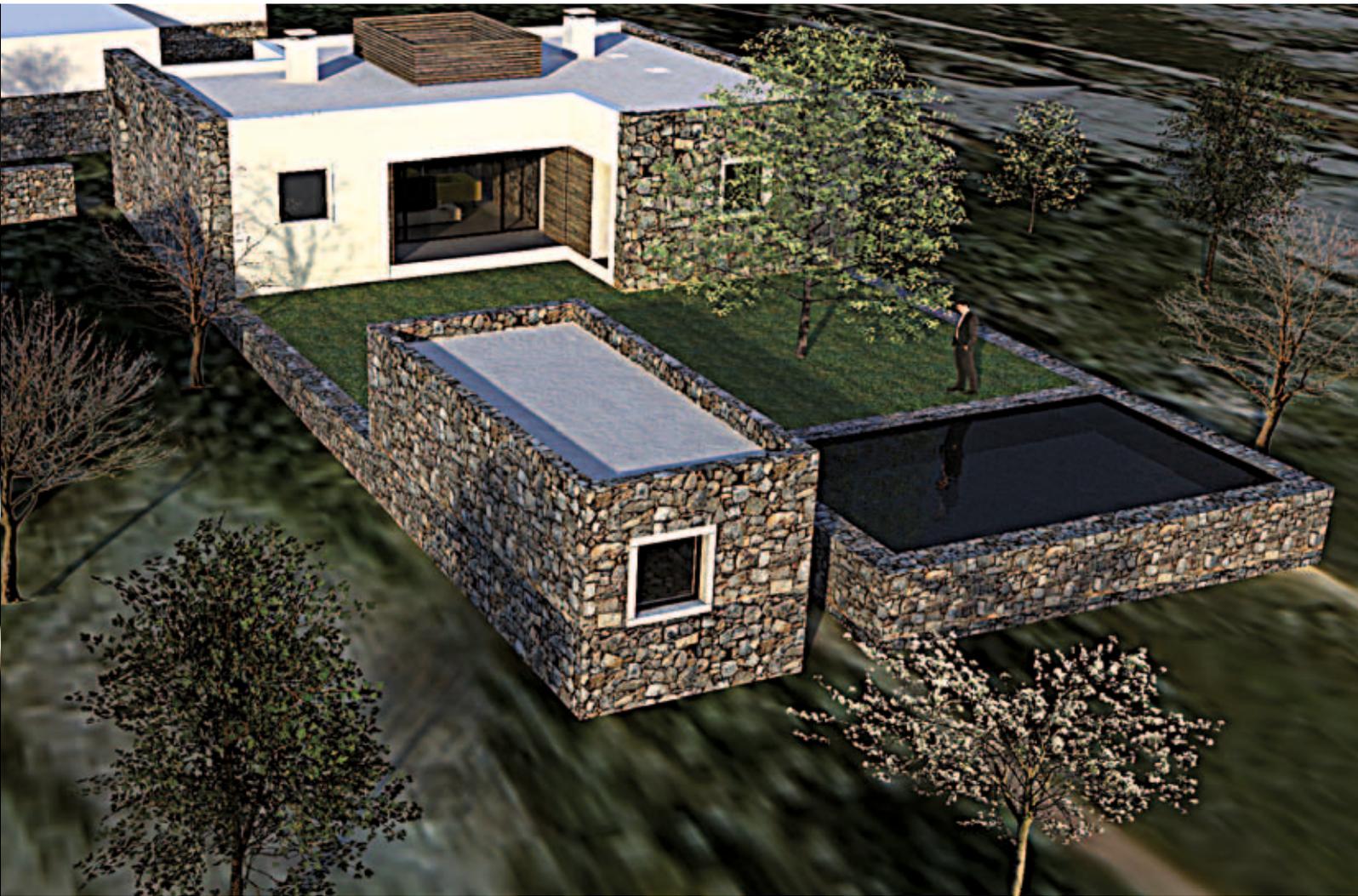
Problemas de redução sentidos nos lotes engarrafados com cápsula de alumínio, estiveram segundo Adam Mason, o vinicultor responsável pela Klein Constantia, na base da decisão de utilizar rolhas de cortiça natural para vedar este magnífico vinho branco.

Exportado para todo o mundo, este complexo Sauvignon Blanc estagia cerca de 10 meses em casco, permanecendo em garrafa pelo mesmo período de tempo antes de ser disponibilizado ao mercado. «Com este tipo de maturação, há um maior risco de se desenvolverem sulfuretos o que - na minha opinião - acaba por ser ainda mais agravado quando se utilizam *screwcaps*» referiu Adam Mason. «Este é um problema que nunca senti com as rolhas de cortiça. A razão que originou a mudança das rolhas para o vedante de alumínio foi a percentagem inaceitável de rolhas que davam problemas, mas nos últimos anos tenho observado uma melhoria notória no desempenho das mesmas. Actualmente, o baixo risco das rolhas darem problemas compensa em muito a inevitável evidência das características redutoras dos vinhos vedados com *screwcaps*».

A melhoria do desempenho das rolhas e as suas excelentes credenciais ambientais, aliadas a uma crescente consciencialização dos potenciais problemas associados à utilização de vedantes alternativos, têm espoletado a mudança de vedante por parte de várias caves, que voltam a preferir a rolha de cortiça.

Ainda recentemente, e alegando razões de ordem ambiental e técnica, a sociedade Rutherford Wine Company sediada em Napa Valley anunciou também o retorno ao vedante de cortiça natural. Segundo Steve Rued, director de vinificação da empresa, «Sendo uma cave sustentável, a cortiça posiciona-se como a escolha natural para a Rutherford. Partindo de uma perspectiva técnica, não há nada que proteja melhor o vinho e contribua para o seu melhor envelhecimento do que a cortiça natural».

Nos EUA, e com o objectivo de apoiar os consumidores de vinho nas suas escolhas e a sua preferência pela rolha de cortiça, foi recentemente lançado um guia *online* com o registo dos vinhos vedados com rolhas de cortiça. Chamado CorkWatch, pode aceder-se a este guia com mais de 1500 vinhos através do *site* www.corkwatch.org



Amorim Isolamentos apoia projecto Uma Casa Portuguesa

UMA MONTRA VIVA DE PRODUTOS PORTUGUESES. ESTE É O CONCEITO DE UMA CASA PORTUGUESA. UMA CASA 100% NACIONAL QUE CONVIDA OS CONSUMIDORES A EXPERIMENTAR E CONHECER OS PRODUTOS NACIONAIS DURANTE A SUA ESTADIA. O OBJECTIVO DESTA INICIATIVA É APROXIMAR OS CONSUMIDORES DOS PRODUTOS PORTUGUESES, DE QUALIDADE, UMA EXPERIÊNCIA QUE VISA APROXIMÁ-LOS DOS MESMOS, ATRAVÉS DO CONSUMO DIRECTO.

A Amorim Isolamentos vai fornecer o isolamento térmico e acústico da Casa. O Aglomerado de Cortiça Expandida é uma solução de isolamento sustentável, produzida sem qualquer tipo de aditivo. Preparado a partir de uma matéria-prima natural, renovável, ecológica e versátil - a cortiça - assegura um isolamento muito eficaz: durabilidade ilimitada e totalmente reciclável.

A proposta arquitectónica da Casa conjuga as técnicas tradicionais de construção em pedra e o conceito tradicional das casas-pátio com as necessidades contemporâneas de conforto e habitabilidade. O projecto de arquitectura é da responsabilidade de Pedro Homem, arquitecto que já colaborou com Carrilho da Graça.

Patrícia Valinho, promotora e responsável pelo projecto, enquadra esta iniciativa que nasceu a partir de uma constatação: "As empresas nacionais precisam de mostrar os seus produtos aos consumidores finais; se os portugueses não consumirem produtos nacionais porque o fará o mercado global? A economia portuguesa seria mais dinâmica se todos consumissem uma pequena percentagem de produtos nacionais. Não se trata de adoptar medidas de protecção mas sim políticas de dinamização: agir cá dentro para levar as empresas nacionais lá fora. Uma Casa Portuguesa é o meu contributo: criar um espaço que privilegia o consumo de produtos portugueses, dos tradicionais aos inovadores". A partir de Agosto de 2011, este espaço de alojamento local vai estar aberto ao público numa das Aldeias do Xisto, em Ferraria de S. João (concelho de Penela).



CORTICEIRA AMORIM

disponibilizou, em 2010, aconselhamento técnico gratuito a 8,5 mil hectares de área florestal

Metas e expectativas superadas conduzem à suspensão temporária do serviço

O SERVIÇO DE ACONSELHAMENTO TÉCNICO GRATUITO, DISPONIBILIZADO PELA CORTICEIRA AMORIM, VAI SER TEMPORARIAMENTE SUSPENSO, UMA VEZ QUE CONTOU COM UMA FORTE ADEÇÃO DOS PRODUTORES FLORESTAIS E ENTIDADES RESPONSÁVEIS PELA GESTÃO DE ÁREAS FLORESTAIS DE SOBREIRO, LOCALIZADAS EM PORTUGAL, SUPERANDO AS EXPECTATIVAS E AS METAS DEFINIDAS PARA O MESMO.

Tendo contemplado, no ano 2010, 24 propriedades e cerca de 8,5 mil hectares de área florestal de sobreiro, o serviço permitirá induzir boas práticas na gestão de áreas florestais e da biodiversidade, factos que levam a CORTICEIRA AMORIM a fazer um balanço muito positivo desta iniciativa.

Esta é uma medida promovida e financiada pela CORTICEIRA AMORIM, no âmbito da iniciativa Business & Biodiversity e do protocolo estabelecido com a AFN - Autoridade Florestal Nacional, o ICNB - Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade, a QUERCUS e a WWF.

O serviço foi lançado com o objectivo de promover a realização de um estudo de diagnóstico que possibilite a identificação de oportunidades de incorporação de melhores práticas em matéria de valorização e sustentabilidade do sobreiro e da biodiversidade associada. O relançamento em 2010 é resultado do sucesso das duas edições anteriores, desenvolvidas em 2008 e 2009. Neste período foram também contempladas 25 herdades e cerca de 8000 ha de área florestal de sobreiro.

Amorim Cork Composites apresenta Korko na Ambiente Uma nova marca de bens de consumo para a casa

À semelhança do que vem sendo habitual, a Amorim Cork Composites participou na Ambiente, que teve lugar em Frankfurt, entre 11 e 15 de Fevereiro.

Na edição deste ano daquela que é considerada a mais importante feira de produtos para o segmento da Casa, a Amorim Cork Composites apresentou a Korko, uma nova marca de produtos contemporâneos para a Casa, cuja principal matéria-prima usada é a cortiça.

Produtos de *design* orientado, com novas tipologias e combinando cortiça com outros materiais caracterizam a Korko, que foi muito bem recebida entre os potenciais clientes, bem como pela imprensa e pelos líderes de opinião.

Além da Korko, as linhas Magic Forest e Farm, da Corknature, foram também muito bem acolhidas, tendo a Amorim Cork Composites



recebido no seu *stand* um número de visitantes 10% superior em relação à edição do ano passado.



Caves dos EUA sedimentam a sua preferência pela rolha de cortiça

QUINTO ESTUDO CONSECUTIVO EVIDENCIA AUMENTO DE VENDAS NOS VINHOS ENGARRAFADOS COM ROLHAS DE CORTIÇA

As caves americanas de topo continuam a demonstrar uma preferência pelo vedante de cortiça natural, que se constata por um novo aumento na sua utilização. Segundo um estudo da A.C. Nielsen, divulgado em Janeiro, as marcas de vinho que usam cortiça evidenciam um maior volume de vendas do que os vedantes alternativos.

Este é o quinto estudo consecutivo positivo para a rolha de cortiça, que evidencia, por um lado, o aumento da sua utilização e, por outro, um acréscimo de vendas nos vinhos vedados com cortiça. Das 100 marcas analisadas, mais de 10% adoptaram recentemente o vedante cortiça, passando este grupo a representar um universo de 74 vinhos, que viram as suas vendas crescer 10,3%

relativamente ao ano anterior. Este aumento de vendas diminuiu drasticamente para os 3,6% nos vinhos que utilizam outro tipo de vedante. Acresce ainda – e como reconhecimento do valor que a cortiça incorpora nos produtos – o valor percebido pelos consumidores em relação ao vedante natural: a diferença de custo entre o vinho engarrafado com uma rolha de cortiça ou com um vedante artificial pode atingir os 1,10 dólares (mais 81 cêntimos). Estes dados da A.C. Nielsen adquirem ainda maior relevância se considerado o período entre 16 de Outubro e 8 de Janeiro, em que o aumento homólogo das vendas das marcas que utilizam rolha de cortiça foi de 10,8%, enquanto que nos restantes vedantes se verificou, em sentido inverso, uma quebra de 0,3%.

Angove Wines *vintage*, conceituado cliente da CORTICEIRA AMORIM, comemora 100º aniversário

PATRIMÓNIO, TRADIÇÃO E SUSTENTABILIDADE SÃO TRÊS VALORES ABRAÇADOS PELA ANGOVE WINES, O MAIS ANTIGO PRODUTOR VINÍCOLA DA REGIÃO DE RIVERLAND, NO SUL DA AUSTRÁLIA QUE CELEBRA, ESTE ANO, O 100º ANIVERSÁRIO DO SEU *VINTAGE*.

Património, tradição e sustentabilidade são também valores indissociáveis da indústria da cortiça, cuja ligação secular ao vinho testemunha a rolha de cortiça como o vedante de eleição para néctares de elevada qualidade. É com tónica nesta filosofia que a Angove Wines se mantém como cliente de longa data da CORTICEIRA AMORIM.

As rolhas Twin Top®, indicadas para vinhos frutados e vinhos que não necessitem de longos períodos de estágio em garrafa, são o produto mais requisitado por este cliente.

A Angove Wines iniciou a sua actividade em 1886, mas foi em 1910 que a segunda geração construiu a primeira estrutura vinícola na região. “É um grande marco para a empresa, pensar que há quatro gerações anteriores a mim foi aqui iniciada a vindima e elaborados os primeiros vinhos.” - comenta John Angove, director da Angove Wines e membro da 4ª geração da família.

2011 representa, no entanto, um desafio, com cerca de 10 a 15 por cento da colheita da uva afectada pelas fortes chuvas: “O nosso 100º *vintage* não vai ser a maior vindima de sempre mas, se cumprirmos com o planeado, poderá ser classificado como o terceiro maior *vintage* em 100 anos.”



Gierlings Velpor participa em mais uma edição da Première Vision Paris

COMO JÁ VEM SENDO HABITUAL, A GIERLINGS VELPOR PARTICIPOU NAQUELA QUE É CONSIDERADA A PRINCIPAL FEIRA DE TECIDOS PARA VESTUÁRIO A NÍVEL EUROPEU E MUNDIAL, A PREMIÈRE VISION, QUE DECORREU EM PARIS.

Apesar de esta ser uma edição marcadamente voltada para as estações de Primavera/Verão, e da Gierlings Velpor se assumir como produtor de artigos essencialmente destinados a Outono/Inverno, o balanço foi extremamente positivo, tendo o número de visitantes e de pedidos mais que duplicado em relação à mesma edição do ano anterior.

Esta receptividade comprova a “nova vitalidade” que o mercado de vestuário tem recentemente revelado e valida o investimento da Gierlings Velpor numa imagem forte, numa colecção inovadora e criativa, e numa abordagem ao mercado mais arrojada, feita com o objectivo de fidelizar os Clientes, criando com eles uma relação de proximidade, mesmo em estações que não lhe seriam, por natureza, tão favoráveis.

De referir que a Gierlings Velpor participou também nas feiras Munich Fabric Start em Munique e na Milano Unica – Moda In em Milão, igualmente com bons resultados.

AMORIM CORK COMPOSITES na BAU 2011

A AMORIM CORK COMPOSITES MARCOU PRESENÇA NA BAU 2011, UM DOS MAIORES E MAIS IMPORTANTES CERTAMES MUNDIAIS DO SECTOR DA CONSTRUÇÃO, ONDE APRESENTOU AS PROPOSTAS DAS MARCAS ACM (ACOUSTIC CORE MATERIALS), ACOUSTICORK E CORKWALL - SOLUÇÕES ESPECIALMENTE VOCACIONADAS PARA A CONSTRUÇÃO SUSTENTÁVEL, REFORÇANDO MAIS UMA VEZ UMA OFERTA ALARGADA DE UM PORTFOLIO DE PRODUTOS DEMARCADAMENTE SUSTENTÁVEIS E ESPECIALMENTE DESENHADOS PARA O MERCADO DA CONSTRUÇÃO.



O segmento de parede do projecto WallinBlock, amplamente divulgado nos *media*, foi a grande novidade da marca ACM para 2011. Apresentado numa maqueta em tamanho real, exemplificando o tipo de enchimento de parede que se pode fazer com cortiça (em granulado ou em rolo) em sistemas modulares de construção, o WallinBlock captou bastantes atenções.

Apresentada na BAU, da gama CORKwall destacaram-se as inúmeras opções técnicas proporcionadas por estes produtos de cobertura por projecção com cortiça.

As soluções de isolamento acústico Acousticork, e mais concretamente a linha de produtos *underscreed*, evidenciaram-se pelo elevado desempenho técnico das propostas da marca para esta aplicação, a par da elevada componente de sustentabilidade sempre inerente à gama de produtos da Amorim Cork Composites.

A BAU tem lugar na Alemanha (Frankfurt) em Janeiro e realiza-se a cada dois anos, sempre com um número recorde de visitantes. Em 2011, esta feira de negócios apresentou um crescimento no número de visitantes de cerca de 12% face à edição anterior de 2009, totalizando 238.000 visitas.



Páscoa no Douro: porque não?

A QUINTA NOVA DE N. S. DO CARMO PROPÕE-LHE UM PROGRAMA DE PÁScoa DE DOIS DIAS, DURANTE OS QUAIS CONHECERÁ UMA DAS MAIS BELAS QUINTAS DO DOURO E PODERÁ VIVENCIAR TUDO O QUE A REGIÃO TEM PARA LHE DAR. E NESTA PÁScoa TARDIA, ATÉ O CLIMA AJUDA!

Entre passeios de barco, visitas a Museus, miradouros, visitas a quintas, gastronomia regional, enfim... visite a região sem hesitações e deixe-se conquistar.

Contacte para obter mais informações:

hotelquintanova@amorim.com

Alunos idealizam casas com cortiça

Vencedores do Serviço Educativo da Trienal de Arquitectura propõem cortiça

A CORTICEIRA AMORIM patrocinou o Serviço Educativo, uma iniciativa integrada na Trienal de Arquitectura de Lisboa, que teve como principal missão disponibilizar a um público alargado e diversificado um conjunto de iniciativas de carácter pedagógico, lúdico e cultural, com o intuito de promover a democratização do saber.

No início do ano lectivo, o Serviço Educativo lançou um concurso dirigido à comunidade estudantil de todo o país, sob o mote "Casa Imaginada". O repto lançado aos alunos foi o de imaginarem como seriam as suas casas se idealizadas para um dos países representados nas exposições da Trienal. Angola, Brasil, Dinamarca, Finlândia, Moçambique, Noruega, Suécia e Suíça foram as realidades consideradas para que os alunos compreendessem a importância da arquitectura no quotidiano e na qualidade de vida das sociedades.

Os alunos apresentaram maquetas, feitas a partir de materiais recicláveis e sustentáveis, como é exemplo a cortiça. As propostas foram avaliadas por um júri composto por arquitectos designados pela Trienal e pela Ordem dos Arquitectos:

Diogo Burnay, Isabel Barbas, Joana Andrade e por Flávio Barbini, nomeado pelo Grupo Amorim, e Elisa Marques, do Ministério da Educação. No total, foram avaliadas 28 propostas.

Três dos quatro projectos vencedores das diferentes categorias do concurso "Casa Imaginada" utilizaram a cortiça como material de construção para as suas casas.

Este facto, aliado ao número de visitantes afecto às actividades do Serviço Educativo, que rondou os 10 mil participantes, permite fazer um balanço muito positivo da presença da CORTICEIRA AMORIM nesta iniciativa.



A Trienal decorreu entre meados de Outubro de 2010 e Janeiro de 2011, em três pólos distintos (Museu Berardo, Museu da Electricidade e Museu do Chiado), e teve uma afluência superior a 90 mil visitantes. A parceria da CORTICEIRA AMORIM com a Trienal resultou num veículo privilegiado para a divulgação das soluções sustentáveis de cortiça para a construção e para o reforço das credenciais técnicas e ambientais de um vasto portefólio de produtos da CORTICEIRA AMORIM para este importante segmento de mercado.



Tein Café



Physiomed

Wicanders® continua a conquistar clientes em todo o mundo

Vinylcomfort, Woodcomfort e Corkcomfort: o charme e o conforto da cortiça

Articulada com vinil, madeira ou aplicada singularmente, a cortiça reúne argumentos ímpares – conforto, funcionalidade e versatilidade - que a tornam a solução ideal para qualquer tipo de projecto ou tendência decorativa. Com a linha de produtos Wicanders®, marca *premium* da Amorim Revestimentos, a versatilidade de visuais alia-se a uma irrepreensível *performance*, tendo na base uma matéria natural, de características singulares.

Eis alguns dos mais recentes projectos realizados na Turquia, Canadá, Alemanha e EUA, em que **Vinylcomfort**, **Woodcomfort** e **Corkcomfort** foram o material eleito para revestimento de piso.

Turquia (Istambul)

Tein Café, em Bahçeşehir: 250 m² de **Vinylcomfort** Chalk Oak Plank Loc;

Galata Muhallebicisi Café, em Nişantaşı: 300 m² de **Vinylcomfort** Provence Oak Plank Loc;

Pelit Cafe, em Ikitelli: 450 m² de **Vinylcomfort** Provence Oak Plank Loc;

Lovells Chocolate Café, em Etiler: 250 m² de **Woodcomfort** Beech Taan Plank Loc;

Emre Arolat Architecture Office Project, em Etiler: 230 m² de **Woodcomfort** Rustic Oak Plank Loc;

Clinix Hospital, em Feneryolu: 250 m² de **Corkcomfort** Moonlight, combinados com 200 m² de **Vinylcomfort** Bianco Travertine e 100 m² de **Vinylcomfort** Volcanich Ash;

Dentist's Office Project, em Selamiçeşme: 300 m² de **Woodcomfort** Bamboo Medium Vertical Plank Loc;

Pierre Loti Hotel, em Eminönü: 100 m² de **Woodcomfort** Mutene.

Canadá, Alemanha e EUA

Physiomed (centros de fisioterapia), em Vaughan (Ontario), Canadá: 139.354 m² de **Vinylcomfort** Elegant Oak (aplicado em 3 clínicas);

Hotel Hochwälder Wohlfühlhotel, em Losheim am See, Alemanha: 2000 m² de **Corkcomfort** Linn Cioccolato;

St. Michelle Winery, em Woodinville (Washington), EUA: 1400 m² de **Corkcomfort**.

Lovells Chocolate Café



Hotel Hochwälder Wohlfühlhotel





CORTICEIRA AMORIM lança DYN CORK

Inovador tecido em cortiça natural cria novas aplicações na área do *Eco-design*

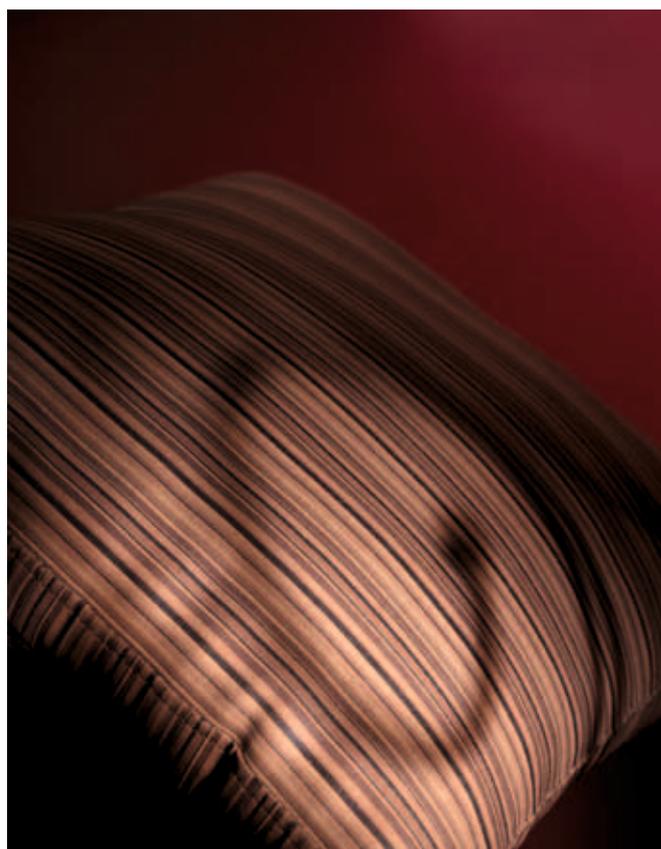
A CORTICEIRA AMORIM, S.G.P.S., S.A., ATRAVÉS DA SUA PARTICIPAÇÃO AMORIM CORK COMPOSITES, S.A., E A SEDACOR – SOCIEDADE EXPORTADORA DE ARTIGOS DE CORTIÇA, LDA., CONSTITUÍRAM UMA NOVA SOCIEDADE, A DYN CORK – TECHNICAL INDUSTRY, LDA., COM O OBJECTIVO DE DESENVOLVER UMA INOVADORA LINHA DE PRODUTOS DE CORTIÇA.

Na génese do projecto DYN CORK, a introdução no sector de novas técnicas de impressão e o recurso a tecnologia de laminagem/colagem de produtos complementares à cortiça.

Detida em partes iguais de 50% pelas duas entidades, a DYN CORK utilizará tecnologias de impressão em cortiça com espessuras até hoje tecnicamente impossíveis. Uma inovadora tecnologia de colagem possibilita, a nível industrial, aplicar a cortiça em materiais extremamente flexíveis e de grande durabilidade que reforçam as características de impermeabilidade e de resistência mecânica, assim como as propriedades térmicas e acústicas da cortiça natural.

Esta nova tecnologia irá potenciar o alargamento do campo de utilização da cortiça a novas aplicações que tradicionalmente utilizam o têxtil e os cabedais, tendo a Empresa definido como segmentos preferenciais os sectores da decoração de interiores, do calçado, do têxtil e da indústria dos transportes.

A nova sociedade, fruto de uma parceria entre duas importantes empresas da indústria da cortiça, iniciará a sua actividade no 2º semestre de 2011 e pretende realizar um investimento de 2.500.000 Euros nos 18 meses seguintes.



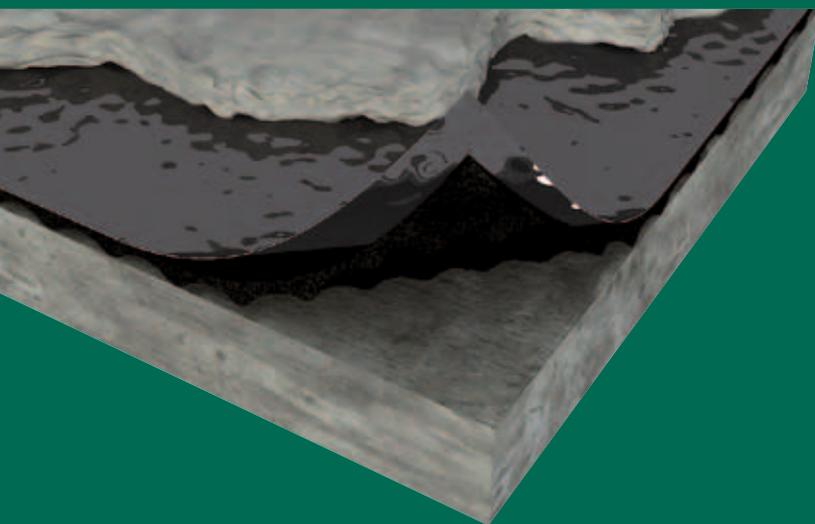
Hotel de charme Casa do Conto selecciona Acousticork

A CASA DO CONTO ARTS & RESIDENCE, UM HOTEL DE CHARME EM PLENO CENTRO DA CIDADE DO PORTO, OPTOU PELAS SOLUÇÕES DE REDUÇÃO DE RUÍDO ACOUSTICORK UNDERSCREED PARA A REMODELAÇÃO DESTA EMBLEMÁTICO EDIFÍCIO, APÓS UM INCÊNDIO QUE O DESTRUIU.

O projecto de cultura e hotelaria, criado no seio de uma magnífica casa burguesa do séc. XIX, agora renovado, oferecerá assim benefícios ímpares ao nível do conforto acústico e térmico, proporcionado pela utilização de uma solução de cortiça da Amorim Cork Composites.

O pavimento final será betonilha polida, para o qual é necessário assegurar o isolamento a ruídos de percussão, possível neste caso com a utilização do Acousticork Underscreed, em 8mm de espessura.

Este trabalho de reconstrução permitiu à Amorim Cork Composites efectuar a medição acústica desta solução, comprovando-se o elevado desempenho da gama Acousticork Underscreed.



Acousticork Underscreed, aplicado em piso

DOMOTEX e BAU

Amorim Revestimentos reforça posicionamento na Alemanha



À semelhança do que vem sendo habitual, a Amorim Revestimentos participou na BAU e na Domotex, as duas maiores feiras alemãs dos sectores de construção e decoração, com as mais recentes propostas de pavimentos Ipocork® e daquela que continua a ser a marca de referência da Empresa a nível internacional, a Wicanders®.

Na Domotex (Hanôver), de 17 a 22 Janeiro, e na BAU (Munique), de 15 a 18 Janeiro, a distinção, a qualidade, o conforto e o *eco-design* que a cortiça imprime aos ambientes foram a tônica mais marcante dos produtos apresentados nos *stands* da Amorim Revestimentos.

Segundo Tomas Cordes, Director de Marketing da Amorim Cork Deutschland, "hoje, a principal tendência no sector da construção é para as matérias-primas sustentáveis e renováveis e com elevado grau de qualidade. Esta tendência tem-se repercutido num aumento significativo da procura das nossas marcas e na sua excelente aceitação neste mercado. Nesta realidade pesa também a consistência das campanhas de comunicação que temos realizado no país, bem como a campanha a favor da cortiça levada a cabo pela DEUTSCHER KORK VERBAND (Associação Alemã de Cortiça)".

Entre Clientes de longa data e novos contactos que pretendiam aprofundar conhecimentos sobre as soluções apresentadas, os dois certames registaram uma grande afluência nos *stands* da Amorim Revestimentos, o que permite perspectivar um ano muito promissor, especialmente no que diz respeito ao mercado germânico.



Revestimentos Wicanders® distinguídos com o prémio “Melhor Produto em termos de Qualidade” na Domotex 2011

Durante a feira Domotex 2011, que decorreu em Hanôver, os revestimentos Wicanders foram considerados o “Melhor Produto em termos de Qualidade” (“Best Product in Terms of Quality”), uma votação da responsabilidade dos leitores da revista especializada em decoração “Eurodecor”.

O prémio foi entregue em mãos pelos editores da revista a Tomas Cordes e Sonja Stuckenbrock, da Amorim Cork Deutschland, e a António Rios de Amorim, Presidente da CORTICEIRA AMORIM.

Esta foi a terceira vez que a CORTICEIRA AMORIM recebeu este prémio, um sucesso repetido após as edições de 2005 e 2009.

Colecção de rolhas *premium Top Series*® apresentada em Paris

No âmbito da parceria com a Selective Line, do Grupo Verallia (Saint Gobain), a CORTICEIRA AMORIM apresentou em Paris a colecção de rolhas capsuladas Top Series®, para o segmento de bebidas espirituosas *premium*.

A apresentação decorreu no final do ano na Emballage 2010 – Salon International de l’Emballage, a maior e a mais prestigiada feira internacional de Embalagens ao nível da Europa, Médio Oriente e África. *Prestige, Elegance, Premium* e *Classic Value* são as quatro gamas que compõem esta colecção de luxo, desenvolvida pela Amorim Luxury Unit, unidade especializada em rolhas capsuladas. As rolhas *Prestige* apresentam um visual ousado e inovador, assente em materiais de luxo; as *Elegance* recorrem a materiais como cerâmica, madeira e metal; as *Premium* podem ser personalizadas com logótipos, formatos e outros materiais; e as *Classic Value* são desenhadas de acordo com as especificidades de cada cliente.

Com a assinatura “Luxury by Nature”, Top Series® é fruto de uma produção assente em tecnologias de última geração e em soluções desenvolvidas à medida de cada cliente, aliando as vantagens de sustentabilidade e o desempenho ímpar da cortiça à distinção de cada produto.



Sonja Stuckenbrock, António Rios de Amorim e Tomas Cordes



Miguel Sousa, da Amorim Revestimentos, num *Corkroadshow*

CORKROADSHOWS apresentam revestimentos de cortiça

A Amorim Revestimentos está a levar as várias propostas de revestimentos de visual cortiça e de cortiça combinada com madeira, vinil, linóleo e *parquet* a várias cidades portuguesas, numa acção de promoção designada *Corkroadshow*.

Trata-se de um conjunto de eventos, a decorrer entre Fevereiro e Maio deste ano, que tem por missão apresentar a cortiça enquanto revestimento, enaltecendo as suas virtudes e potencialidades, também motivadas pelo facto de se tratar de um material de *eco-design*, que reúne características ímpares em termos de sustentabilidade.

Esta acção é orientada para os clientes da Amorim Revestimentos, para a sua força de vendas e para os arquitectos, profissionais que trabalham directamente com um tipo de público que procura soluções inovadoras, actuais e *trendy* e de elevada *performance* técnica. Cada apresentação integrada no *Corkroadshow* inclui uma vertente de formação prática.

Calendário do *Corkroadshow*:

Fafe – 14 de Fevereiro
Porto – 28 de Fevereiro
Coimbra – 14 de Março
Leiria – 28 de Março
Torres Vedras – 29 de Março
Lisboa – 18 de Abril
Lisboa – 2 de Maio

Inspiração e Emoção com Wicanders® Parquet

A AMORIM CORK DEUTSCHLAND FEZ UMA PRÉ-APRESENTAÇÃO DA NOVA BROCHURA DE AMOSTRAS WICANDERS® PARQUET PARA O MERCADO ALEMÃO DURANTE AS FEIRAS DOMOTEX, EM HANÔVER, E BAU, EM MUNIQUE, CUJO LANÇAMENTO OFICIAL ACONTECEU EM FEVEREIRO DESTE ANO.

A brochura reúne uma selecção das principais referências e visuais, tendo em conta as actuais tendências de decoração de interiores.

Todos os artigos *Parquet* apresentados – entre os quais Manor House, Boutique Selection e Metropolitan Selections – deram já provas do seu forte potencial de vendas e prometem continuar a seduzir os sectores da construção e da decoração.

Parquet - Inspiration - Emotion

Die neue Parquet-Musterkarte von WICANDERS

WICANDERS Parquet Collection - Fußböden aus Holz

In dieser Parquet-Kollektion haben wir unsere außergewöhnlichsten Böden für Sie zusammengestellt.

Die Musterkarte präsentiert 24 ausgewählte Artikel aus unserem umfangreichen Gesamtortiment. Sie so die großformatigen, massiv wirkenden Böden der Manor House Selection, die korpuspolitisch strahlende Strle Collection oder die exotischen Oberflächen von Bamboo – hier werden Sie die ideale Ergänzung zu unserem Standardortiment finden. Auch die Böden aus der Boutique oder Kentucky Selection werden Sie begeistern!

Mappenformat: ca. 30 x 50 cm
Inhalt: - 24 Originalmuster
- umfangreiche Broschüre mit allen Artikeln und technischen Angaben

Verfügbarkeit ab Mitte Februar 2011
Marketing-Bestellnummer: VWDE29

45,00 €/Deck

Nature at your feet

WICANDERS



Chianti Classico “Gallo Nero”, Cortiça e *Design* numa parceria natural

A cortiça assumiu uma presença marcante no lançamento da nova colecção de vinhos Chianti Classico, apresentada em Florença, nos dias 15 e 16 do passado mês de Fevereiro.

Resultado da parceria entre a Amorim Cork Italia, o Consorzio Chianti Classico e o IED de Florença (Istituto Europeo di *Design*), cortiça, vinho e *design* associam-se com naturalidade, enlaçando e elevando valores de tradição, sustentabilidade, qualidade e modernidade e reforçando o seu protagonismo junto dos maiores produtores de Chianti, importantíssima região vinícola da Toscana. Sob o mote da campanha “Gallo Nero per Save Miguel”, que defende a adopção de produtos de cortiça como a alternativa mais sustentável para o consumidor e para o ambiente, a parceria desenvolveu-se tendo por base as seguintes premissas:

- sensibilização para a recuperação de rolhas de cortiça usadas;
- recolha de todas as rolhas usadas directamente nas caves do Consorzio Chianti Classico (cerca de 250 caves);
- elaboração de linha de objectos de *design* pelo IED e a ser comercializada pelo Consorzio Chianti Classico.

O evento, de repercussão internacional, incluiu a apresentação e prova antecipada das colheitas de 2010, 2009 e Reserva 2008 de Chianti Classico.

Mais de 500 pessoas, entre as quais jornalistas de todo o mundo e produtores de vinhos (das 250 empresas do Consorzio), estiveram presentes no jantar oficial, tendo a exposição emblemática da cortiça sido um grande foco de atenção enquanto elemento de ligação especial aos prestigiados vinhos do “Gallo Nero” (Galo Negro), símbolo do Consorzio Chianti Classico.



O Consorzio Chianti Classico é uma fundação de produtores da região vinícola de Chianti Classico. Desde os anos 1980, esta fundação tem vindo a apoiar diversas acções de pesquisa e desenvolvimento do sector, sempre com a missão de promover o apuramento da qualidade dos conceituados vinhos da região.

Cortiça seduz na Japan Home & Building Show

Várias soluções de cortiça para construção e decoração de interiores seduziram os visitantes do *stand* da APCOR (Associação Portuguesa de Cortiça) na última edição da Japan Home & Building Show, que decorreu no final de 2010.

A cortiça, apresentada sob variadas soluções e perspectivas, preencheu todo o *stand*, evidenciando o seu carácter de material de eleição para o século XXI, não só pelas suas já comprovadas virtudes de conforto, isolamento e durabilidade, mas também pelo seu perfil de *eco-design* e pelas suas potencialidades criativas e inovadoras para os sectores da construção e da decoração. Desde produtos de revestimentos, para pavimento e paredes, passando por algumas peças decorativas, até ao emblemático *kimono* em cortiça, especialmente concebido pela CORTICEIRA AMORIM para a Expo Aichi 2005, foram vários os produtos e soluções de cortiça que estiveram patentes na exposição, a partir dos quais os visitantes puderam assistir a demonstrações práticas de isolamento acústico, facilidade de instalação e durabilidade da cortiça.

A participação na Japan Home & Building Show integrou-se no Projecto Intercork - Promoção Internacional da Cortiça, a maior campanha de comunicação da cortiça de sempre, que visa enaltecer a cortiça como produto de futuro, de mais-valias únicas em termos de sustentabilidade e com um infinito potencial de aplicação.

Amorim Cork Deutschland reduz emissões de CO₂

Na prossecução da política de desenvolvimento sustentável, a Amorim Cork Deutschland apresentou uma redução de 53 toneladas nas suas emissões anuais de CO₂.

Na origem destes resultados está a mudança de tipo de energia eléctrica consumida, tendo a Empresa recorrido à utilização de energias renováveis.

Ao combinar produtividade e diminuição do impacto ambiental, a Amorim Cork Deutschland dá assim continuidade ao compromisso de integração do Ambiente nas suas directrizes de negócio, em consonância com a ecoeficiência inerente a um material como a cortiça: com efeito, a cortiça, matéria natural, renovável, reciclável e biodegradável, é um importante sumidouro de CO₂, tendo o seu ciclo de vida um impacto ambiental positivo.

Novo expositor Wicanders®

DURANTE A SURFACES 2011, QUE DECORREU ENTRE 25 E 27 DE JANEIRO EM LAS VEGAS/ EUA, A AMORIM FLOORING NORTH AMERICA APRESENTOU-SE COM UM NOVO EXPOSITOR DE AMOSTRAS PARA REVENDEDORES, CONCEBIDO SOB O MOTE "THE AMAZING FLOORS OF WICANDERS®".



Este novo auxiliar de vendas, prático e original, causou um impacto muito positivo junto dos Clientes, não só pela forma como as amostras são apresentadas, como também pela dimensão do próprio expositor.

Durante o evento e nas semanas que lhe seguiram foram vendidos mais de 400 expositores, um sinal também da popularidade que os pavimentos de cortiça têm junto do público americano.



Amorim Benelux eleita “Fornecedor do Ano 2009”

A AMORIM BENELUX FOI GALARDOADA COM O PRÉMIO “SUPPLIER OF THE YEAR 2009” (FORNECEDOR DO ANO 2009), ATRIBUÍDO OFICIALMENTE NO PASSADO MÊS DE JANEIRO PELA PARKET TREE ORGANIZATION.

Este prémio resulta da avaliação aos vários fornecedores por parte dos 14 membros que compõem esta organização dos Países Baixos, com base na combinação dos seguintes critérios: colecção, qualidade, preço, frequência de visitas do gestor de vendas, serviço ao consumidor, gestão de reclamações e serviço em geral.

Rob van der Storm, da Amorim Benelux, recebeu o prémio que simboliza o reconhecimento de um trabalho de qualidade e a satisfação dos clientes num mercado extremamente exigente e importante para o sector dos revestimentos.

Pomares Moscatel, um singular DOC Douro

O POMARES MOSCATEL NASCEU DE UMA VONTADE DE INOVAR, ESTANDO A PRIMEIRA COLHEITA DISPONÍVEL NO MERCADO. É UM VINHO COM UMA BOA EXPRESSÃO DA CASTA, MAS COM TODA A DELICADEZA E COMPLEXIDADE QUE O *TERROIR* E A INOVAÇÃO LHE CONFEREM.

Após fermentação a baixa temperatura, seguiu-se um período de maturação em *inox* de cerca de 3 meses e o resultado é um DOC Douro seco, nada comum.

De cor citrina, este vinho jovem muito atractivo apresenta um aroma intenso a Moscatel, com notas de citrinos complexadas com fruta tropical. Na boca é cremoso, com acidez bem integrada, sabor intenso e final muito persistente.

A relação qualidade/preço é, como habitualmente na gama Pomares, muito atraente.



Foto: Moema Quintas



Quinta Nova entra nos EUA com forte reconhecimento

Recentemente chegados aos Estados Unidos da América, os vinhos da Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo têm sido alvo de grandes elogios por parte de reconhecidos *wineleaders* mundiais. As conhecidas revistas *Wine Spectator* e *Wine Enthusiast* e o reputado crítico de vinhos Robert Parker, através do seu *site* oficial, classificaram os vinhos de forma surpreendente: **todos os vinhos provados das gamas Reserva e Grande Reserva obtiveram mais de 90 pontos.**

O ano de 2011 começa assim da melhor forma para a Quinta Nova, com os seus vinhos Quinta Nova a serem consecutivamente distinguidos no mercado dos EUA.

Eis em concreto as pontuações:

Robert Parker, por Mark Squires:

Quinta Nova Reserva 2007 – 92 pontos
 Quinta Nova Touriga Nacional 2007 – 92 pontos
 Quinta Nova Colheita 2009 – 89 pontos

Wine Spectator, por Kim Marcus:

Quinta Nova Touriga Nacional 2008 – 92 pontos

Wine Enthusiast, por Roger Voss:

Quinta Nova Grande Reserva 2008 – 92 pontos
 Quinta Nova Reserva 2008 – 90 pontos
 Quinta Nova Colheita 2009 – 85 pontos
 Quinta Nova LBV 2005 – 89 pontos

Estas pontuações reafirmam a qualidade destes vinhos, colocando-os ao nível de grandes vinhos de todo o mundo. “Esta classificação é também mais um reconhecimento internacional do trabalho sério e consistente que a Quinta Nova tem vindo a desenvolver na criação de vinhos de elevada qualidade”, sublinha Luísa Amorim, administradora do projecto Quinta Nova.

Este reconhecimento vem somar-se às elevadas pontuações que o britânico Jamie Goode, um dos jornalistas de vinhos mais credíveis e conceituados do mundo, deu aos vinhos da Quinta Nova, em Abril de 2010. As pontuações, também acima dos 90 pontos (em 100 possíveis), foram apresentadas no blogue de Jamie Goode (www.wineanorak.com), através do artigo “Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo: um importante novo produtor de vinhos do Douro”.

