



NEWS

OKT / DEZ 2012, JAHR 29, NR. 4



EXPANDIERTES KORKAGGLOMERAT

NATUR UND TECHNOLOGIE

DIE IDEALE LÖSUNG

VORTEILE

Wärme-, Schall- und
Schwingungsdämmung
Erneuerbarer und 100%
natürlicher Rohstoff
Natürliches industrielles
Herstellungsverfahren,
ohne Zusätze
Unbegrenzte Haltbarkeit,
ohne Verlust der Eigenschaften
Vollständig wiederverwertbar
Ausgezeichnete Formbeständigkeit

ANWENDUNGEN

Außenwände (Etics)
Doppelwände
Flachdächer und geneigte Dächer
Schwimmend verlegte
Pflasterplatte (Trittschall)
Trennwände
Türdämmung
Fertighäuser aus Holz
Holzpaneelen zur Schall-
und Wärmedämmung
Dehn-/Dilatationsfugen
(geeignete Dichte)
Sichtbare Außenfassaden
(Qualität MDF-fachada)



BUILDINGGREEN TOP-10 PRODUCT FOR 2013

Das expandierte Korkagglomerat von Amorim Isolamentos wurde als eines der 10 ökologischsten und nachhaltigsten Produkte für den Bau anerkannt und befindet sich unter den „*BuildingGreen Top-10 Product for 2013*“ von *Building Green*, einer Veröffentlichung von GreenSpec und *Environmental Building News*, dem größten nordamerikanischen Produktverzeichnis für den nachhaltigen Bau (EBN).

PARTNER DER NACHHALTIGKEIT

Nach Ansicht des Portals für den nachhaltigen Bau teilt das expandierte Korkagglomerat von Amorim Isolamentos die 10 Nachhaltigkeitsprinzipien: Reduzierung des Ressourcenverbrauchs, Wiederverwendung und/oder Wiederverwertung, CO₂-Bindung, Erneuerung, pure Zusammensetzung, wenig graue Energie, Nationalität, Unschädlichkeit für die menschliche Gesundheit, Haltbarkeit und/oder geringer Wartungsbedarf sowie akkreditierte Zertifizierung.

INHALTSVER- ZEICHNIS

4

Geschmackliche Qualität des Weins ist Schwerpunkt in Kanada

ACIT setzt auf Webmarketing mit neuer Webseite

Spanische Kellerei mit Cork Mark auf dem Etikett



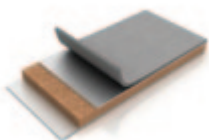
5

Kork ist bevorzugter Verschluss in Spanien

6

Sports Floor für Reebok CrossFits gewählt

Ronan & Erwan Bouroullec entwerfen Korkmodul für Vitra



7

Kork in Metro der neuesten Generation von Siemens

8

Amorim Isolamentos organisiert 4. internationale Konferenz

Amorim Flooring modernisiert die Marken CORKLIFE und DECOLIFE

9

Amorim Flooring: internationales Meeting

AcoustiCORK setzt auf Brasilien

Herman den Blijker, berühmter holländischer Chefkoch, wählt Wicanders Vinyl Comfortfloor

10

Quinta Nova erzielt 11. Platz beim DOC Douro-ranking

11

Hotel rural Quinta Nova wird teil der Bikotel-kette



12

Kampagne „Rolha Solidária“ (Solidarischer Korken) unterstützt Bagos d'Ouro

Expandiertes Korkagglomerat von Amorim Isolamentos unter den TOP 10 der BuildingGreen in den USA

13

Mitarbeiter von Corticeira Amorim pflanzen Korkeichen

14

Corticeira Amorim zeigt Präsenz in China...

15

Korkgranulat ist die perfekte Verbindung zur Natur

Gierlings Velpor investiert in den japanischen Markt

EDITORIAL

Das Bestreben von Corticeira Amorim, dem Kork, als einem Rohstoff, der Kultur, Nachhaltigkeit und technische Performance vereint, einen höheren Stellenwert zu verschaffen, hat entscheidend zur weltweiten Verbreitung dieses wahrhaft einzigartigen Materials beigetragen.

Von einem kleinen Naturkorkengeschäft im fernen Jahr 1870 bis hin zum Konzern, der heute die verschiedensten Anwendungen aus Kork in alle vier Himmelsrichtungen trägt, haben mehrere Generationen nacheinander große Anstrengungen und diverse Ressourcen aufgebracht. Vor allem in den letzten zwei Jahrzehnten, in denen wir diese Industrie von Grund auf verändert haben. Dank einer stärkeren Investition in F&E und Innovation als je zuvor haben wir der Produkt- und Verfahrensinnovation den Weg bereitet und raffinierteste Anwendungen geschaffen, die in der Lage sind, den technischen und ökologischen Herausforderungen einiger der weltweit anspruchsvollsten Industrien gerecht zu werden.

Die Entwicklung von Dämm Lösungen für die neueste Metro von Siemens oder die Auswahl von Sports Floor-Böden für Reebok CrossFits-Fitnesscenter sind unter den in dieser Ausgabe dokumentierten Beispielen, die die neue internationale Positionierung des Korks belegen, der einen Markt mit steigender Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Naturprodukten erobert. Auch auf die wachsenden Anzeichen für eine Wiedererlangung des Marktanteils der Naturkorken ist hinzuweisen, einschließlich in den Weinregionen, die künstliche Verschlüsse am stärksten verteidigt haben, wie in Neuseeland und Australien.

Die Beteiligung von Corticeira Amorim am Serpentine Gallery Pavilion 2012, dem jährlichen Schaufenster für das Beste der internationalen Architektur, enthüllte der Welt den Kork in all seiner Raffinesse, dank der Kreativität der Architekten Herzog & de Meuron und des chinesischen Künstlers Ai Weiwei.

Diese Initiative - ohne Zweifel die beachtenswerteste der letzten Jahre - machte, zusammen mit vielen weiteren Partnerschaften, 2012 zu einem für das Unternehmen sichtbar positiven Jahr. Über zwanzigtausend Kunden aus der ganzen Welt haben uns als unumgängliche Referenz anerkannt und es ist zu erwarten, dass der Umsatz von Corticeira Amorim zum ersten Mal in seiner Geschichte die Grenze von 500 Millionen Euro überschreitet.

Da wir uns jedoch der bewegten Zeiten bewusst sind, die die Welt durchlebt, wissen wir, dass die Ergebnisse der Vergangenheit kein Garant für zukünftige Performance sind. Mit der Professionalität und Hingabe unserer Mitarbeiter und dem Beitrag unserer Stakeholder werden wir uns weiterhin aufmerksam und engagiert darauf konzentrieren, neue Territorien für den Kork zu erschließen.

Ein glückliches Jahr 2013.

Mit herzlichen Grüßen

António Rios de Amorim
Vorsitzender von Corticeira Amorim



Impressum Sitz: Rua de Meladas n.º 380, 4536-902 Mozelos VFR; Eigentum: Grupo Amorim; Direktor: Eduardo Correia; Koordinierung: Joana Martins; Redaktion: Inforpress; Herausgeber: Grupo Amorim; Design und elektronische Ausgabe: Inforpress; Druck und Ausführung: Lidergraf – Artes Gráficas, S.A.; Übersetzung: Expressão, Lda. - <http://www.expressao.pt>; Vertrieb: Iberomail Correio Internacional, Lda.; Verpackung: Porenvel Distribuição, Comércio e Serviços, S.A. Erscheinungsweise: Vierteljährlich; Auflage: 22 000 Exemplare; Pflichtexemplar: VG - 914 - 2001



GESCHMACKLICHE QUALITÄT DES WEINS IST SCHWERPUNKT IN KANADA

Die Ecole du Vin In Vino Veritas hat das Seminar la grande dégustation de Montréal über die Auswirkung der verschiedenen Verschlüsse auf die geschmackliche Qualität von abgefülltem Wein organisiert. Anwesend waren Lassonde und Domaine Pinnacle als geladene Gäste von A.O. Wilson, Außenhandelsvertreter und Vertriebspartner von Corticeira Amorim für den kanadischen Markt, Bárbara Jimenez Herrero, Önologin des Beratungsunternehmens OenoQuebec und Vorsitzende des kanadischen Verbands für Önologen, Weinerzeuger, verkaufende Weinhändler und Verbraucher. An der Veranstaltung la grande dégustation de Montréal nahmen 300 Weinerzeuger teil, wobei Portugal eine herausragende Position zukam, sowie ca. 12.000 Verbraucher. Paulo Dinis Lopes von der Abteilung Forschung & Entwicklung bei Corticeira Amorim war Gastgeber der Veranstaltung.

ACIT SETZT AUF WEBMARKETING MIT NEUER WEBSEITE

Amorim Cork Italia (ACIT) nun über eine Webseite, die als Plattform für eine Reihe von Webkampagnen dienen wird, die den Verbraucher für den Wert des Korks sensibilisieren sollen. Die Webseite befindet sich zwar noch in der Entwicklungsphase, sie ist jedoch bereits sehr attraktiv für Fachleute der Branche und das breite Publikum. Der Start der Facebook-Fanseite des Etico-Recyclingprogram, die mit den wichtigsten Mobilgeräten kompatibel ist, ist auch vorgesehen.

Das Hauptziel besteht in der Förderung des viralen Marketings, um die Verbraucher an Kellereien heranzuführen, die Kunden von Corticeira Amorim sind, und so die Wahrnehmung eines rundum führenden Unternehmens zu steigern. Stefano Notturmo, Gründer der Webagentur Olojin und Verantwortlicher für das grafische Layout der Webseite, vertritt die Ansicht, dass „das kreative Konzept der Webseite auf dem innovativen Charakter der Kommunikation von Corticeira Amorim beruht, mit Schwerpunkt auf dem Bildlichen und auf grafischen Details“. Stefano fügt hinzu, dass „die Inhalte den großen Unterschied machen, die Botschaften jedoch dank der technischen Komponente der Texte und der Bilder das gesamte Publikum erreichen“.

www.amorimcorkitalia.com



SPANISCHE KELLEREI MIT CORK MARK AUF DEM ETIKETT

Die Kellerei 4monos viticultores hat sich einer Initiative angeschlossen, mit der die Verwendung von Korkverschlüssen durch Anbringung des „Cork Mark“-Logos auf dem Etikett kenntlich gemacht werden soll, mit dem Ziel, dem Verbraucher mitzuteilen, dass die Flaschen der Kellerei mit Naturkork verschlossen werden, da dieses Produkt für die Entwicklung des Weins am besten geeignet ist.

Mit einer Philosophie des Erhalts und der Regenerierung ökologisch hochwertiger Reben entwickelt 4monos Weine, die den Charakter jeder Region widerspiegeln, in enger Verbindung mit der Umwelt sowie mit der Bewahrung und Entwicklung der ländlichen Gebiete. Die Kellerei 4monos viticultores erweitert damit die Liste von Kellereien, die die Verbraucher darüber informieren, dass die Weine mit Kork abgefüllt werden, in einer klaren Anspielung auf den Vorzug der verwendeten Verschlussart.

KORK IST BEVORZUGTER VERSCHLUSS IN SPANIEN

92 Prozent der Spanier bevorzugen den Naturkorken für Wein- und Cavaflaschen und 86 Prozent sind der Ansicht, dass der Naturkorken die Eigenschaften des Weins und des Cava besser bewahrt, verglichen mit Verschlüssen wie Kunststoff, Silikon oder Aluminiumkapseln. Dies sind die Hauptfolgerungen einer in Spanien durchgeführten Studie, an der insgesamt 1.200 Verbraucher teilnahmen.

Die Aspekte, auf die beim Kauf eines Weins am meisten Wert gelegt wird, die bevorzugte Verschlussart und der Betrag, den Käufer bereit sind, für das Getränk zu zahlen, waren unter den Punkten, die beim Projekt Cork – Kampagne zur Förderung des Korks – in Spanien analysiert wurden. In Bezug auf die Wahrnehmung des Naturkorkens betonten 27 Prozent, dass er ein Naturprodukt ist, 26 Prozent assoziieren ihn mit Tradition, 14 Prozent sagen, dass er wiederverwertet ist, und 13 Prozent verweisen auf die Qualität des Verschlusses. Nach Ansicht von Sergi Sabrià, Sprecher der Kampagne Cork, „ermöglicht der Naturkorken den perfekten Verschluss für Wein und Cava, da er sich dank seiner Elastizität und Komprimierbarkeit perfekt an den Flaschenhals anpasst.“ Was die Konsumgewohnheiten anbelangt, zeigt die Studie, dass Herkunftsbezeichnung, Preis und Kellerei die Aspekte sind, auf die im Moment der Auswahl eines Weins oder Cava am meisten Wert gelegt wird. Gleich darauf folgen die Anerkennung des Weins, die Verschlussart, das Etikett und zuletzt der Alkoholgehalt. Was die Verschlussart als einen der genannten Aspekte betrifft, sagen 78 Prozent, dass es wichtig ist, diese Angabe auf dem Etikett zu haben, da der Verbraucher Schwierigkeiten hat, den Verschluss zu unterscheiden. Das Programm Cork wird von der Asociación de Empresarios Corcheros de Cataluña (Aecork) - dem katalonischen Verband der Korkunternehmer - mit Unterstützung des portugiesischen Korkverbands (APCOR) und dem Ziel entwickelt, den Kork zu fördern, basierend auf der Botschaft „Kork bewahrt alle guten Dinge“.

92%

Prozent der Spanier bevorzugen den Naturkorken für Wein- und Cavaflaschen

78%

sagen, dass es wichtig ist, diese Angabe auf dem Etikett zu haben, da der Verbraucher Schwierigkeiten hat, den Verschluss zu unterscheiden

Die Schlussfolgerungen der Studie finden Sie unter www.apcor.pt





SPORTS FLOOR FÜR REEBOK CROSSFITS GEWÄHLT

Amorim Cork Composites Sports Floor ist weltweit der offizielle Bodenbelag für das Reebok CrossFits-Modell. Der Bodenbelag wurde bereits in über 10 Ländern bei den Reebok Crossfits verlegt und für 2013 sind noch weitere Locations vorgesehen. Amorim Cork Composites wurde aus zahlreichen Lieferanten ausgewählt, eine Auswahl, die auf der Glaubwürdigkeit und Bekanntheit der Marke, der Qualität, dem Service und den positiven vorherigen Erfahrungen insbesondere aus anderen Sports Floor-Projekten mit dem Team von ACC USA beruht.

Reebok ist eine amerikanisch inspirierte, globale Marke, die Sport- und Lifestyleprodukte sowie Marketingprogramme entwickelt, die Kreativität widerspiegeln und das Ziel verfolgen, den vorherrschenden Status Quo stets neu herauszufordern. Die Bodenbeläge Amorim Sports Flooring sind höchst widerstandsfähige Produkte, die sich durch den Komfort sowie dadurch auszeichnen, dass sie die bei den Trainings resultierenden Stöße absorbieren.

RONAN & ERWAN BOUROULLEC ENTWERFEN CORK TABLE FÜR VITRA

In Voraussicht der neuen Anforderungen an die Organisation von Raum und Arbeit hat Vitra auf der ORGATEC 2012 einen von Ronan & Erwan Bouroullec entworfenen Mehrplattisch aus Kork präsentiert. Diese ausgetüftelte Struktur, die für offene aber kleine Räume entworfen wurde, hebt sich durch ihre Vielseitigkeit und Funktionalität hervor: durch eine Reihe von befestigt vertikalen Paneelen kann sie mehrere Arbeitsplätze bilden, die entweder Privatheit oder aber die Interaktion zwischen ihren Nutzern begünstigen.

Ein Angebot, dessen Funktionalität und Nachhaltigkeit zu großen Teilen der Verwendung von Amorim-Kork zu verdanken ist, der nicht nur die Schalldämmung zwischen den Abteilungen gewährleistet, sondern auch zu 100% wiederverwertbar und biologisch abbaubar ist. Corticeira Amorim arbeitet zusammen mit Vitra an der Entwicklung von Produktlösungen aus Kork, die sich an die von der angesehenen Schweizer Marke entworfenen Konzepte anpassen. In diesem Fall „verleiht das Material des Cork Table [der Kork]“, wie in der letzten Ausgabe der von Vitra herausgegebenen Zeitschrift WorkSpirit erwähnt wird, „sehr exponierten Räumen Komfort und Eleganz und wirkt zudem geräuschabsorbierend. Außerdem ist es ein natürliches und nachhaltiges Material.“



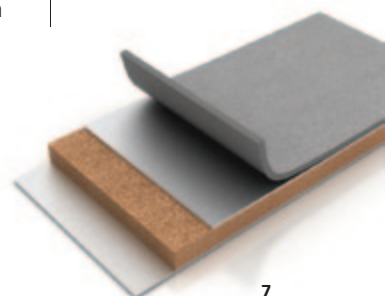


KORK IN METRO DER NEUESTEN GENERATION VON SIEMENS

Amorim Cork Composites hat Lösungen für die Metro der neuesten Generation von Siemens entwickelt – den Inspiro, entworfen unter der Prämisse, eines der effizientesten und nachhaltigsten Fahrzeuge dieser Art zu sein, mit einem avantgardistischen Design. Der neue Inspiro, der zuerst in der polnischen Hauptstadt Warschau zur Verfügung stehen wird, ist derzeit eine der leichtesten Metros der Welt. Die Wagenanzahl ist variabel und liegt zwischen drei und acht, wobei bei einem Fahrzeug mit sechs Wagen eine Gewichtsreduzierung von ca. 18 Tonnen erreicht wird.

Der Inspiro ist leichter, verfügt aber über die Kapazität, mehr Passagiere zu transportieren, und verbraucht weniger Energie, durch den Einfluss einer Reihe von effizienten Maßnahmen, darunter das innovative Fußbodensystem AluCORK von Amorim Cork Composites. Leicht, haltbar und mit hoher technischer Performance verbessert der AluCORK-Boden die Schall- und Wärmedämmung des Inspiro und ermöglicht gleichzeitig eine erhebliche Reduzierung seines Gewichts, die im Bereich von 30 Prozent liegt. Ausschlaggebend für die Wahl von AluCORK war auch die Tatsache, dass es sich um einen Boden aus Kork, einem nachhaltigen und wiederverwertbaren Material, in einem Fahrzeug handelt, das nach einer Lebensdauer von 40 Jahren vollständig wiederverwertet werden soll. Die ersten 35 Inspiro-Fahrzeuge werden in Kürze der Betriebsgesellschaft der Metro von Warschau übergeben.

Die Produktlösungen CoreCORK und AluCORK nutzen die natürliche Leichtigkeit und die Schall- und Wärmedämmeigenschaften des Korks, um innovative Innenraumsysteme zu schaffen – Böden, Seitenwände und Deckenpaneelen. Die Hauptvorteile dieser Produktlösungen bestehen in der Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks, der Verringerung der Auswirkungen auf die Umwelt, der Gewichtsreduzierung und den beachtlichen Verbesserungen bei der Schall- und Wärmedämmung.





AMORIM ISOLAMENTOS ORGANISIERT 4. INTERNATIONALE KONFERENZ

100 Fachleute, Kunden und Architekten aus 19 Ländern haben an der 4. internationalen Konferenz von Amorim Isolamentos teilgenommen, einer Veranstaltung, die alle zwei Jahre organisiert wird, um die Potenziale des expandierten Korkagglomerats zu diskutieren und den Erfahrungsaustausch zu fördern.

Die aus der Verwendung von Kork in Bausystemen resultierenden Vorteile für die Schall- und Wärmedämmung, die Nachhaltigkeit des Korks im Vergleich zu anderen Materialien, die Haltbarkeit des Materials und ein 100% natürliches industrielles Herstellungsverfahren gehörten zu den Themen, die bei dieser Veranstaltung behandelt wurden, im Rahmen derer die geladenen Gäste den Korkeichenwald, eine Produktionsstätte, dem Show-Room für Korkanwendungen und ein Referenzbauwerk besichtigten. Die Veranstaltung erfolgte als Erfahrungs- und Know-how-Austausch und zeigte die Diversifizierung bei der Verwendung des expandierten Korkagglomerats, je nach einheimischer Geographie. Zudem wurden neue Konzepte für innovative Anwendungen und Produktlösungen sowohl im Bereich der thermischen Verzögerung des isolierenden Korkagglomerats als auch hinsichtlich der Entwicklung beim Design von Außenfassaden (MD fachada) bekannt gegeben. Insgesamt betrachtet waren es zwei sehr intensive Arbeitstage mit wichtigen Playern auf diesem Gebiet, und es wurden Ideen zu Performance und Anforderungen des Marktes versus absehbare Entwicklung von Materialien ausgetauscht.



AMORIM FLOORING MODERNISIERT DIE MARKEN CORKLIFE UND DECOLIFE

CORKLIFE und DECOLIFE, an den Heimwerkermarkt gerichtete Marken von Amorim Flooring, werden bereits 2013 in einer völlig neuen Optik erhältlich sein. Die bildliche Sprache, die Farben des Logos und der Markenclaim wurden entwickelt, um Kunden zu gewinnen, die eine robuste und natürliche Bodenbelagslösung suchen.

Der Korkbodenbelag CORKLIFE kombiniert zwei scheinbar gegensätzliche Eigenschaften: er ist ein robuster Bodenbelag mit widerstandsfähiger Oberfläche, der aber gleichzeitig komfortabel und weich ist. In Deutschland zum Beispiel weisen Studien darauf hin, dass die Robustheit des Bodenbelags das wichtigste Kriterium bei der Kaufentscheidung ist. Diese Vorstellung wird aber nicht immer mit Kork assoziiert. Mit der Neuveröffentlichung der Sortimente CORKLIFE und DECOLIFE möchte Amorim Flooring nicht nur die Marken modernisieren, sondern auch und vor allem ihre Positionierung dahingehend ausrichten, dass ihre Attribute der Robustheit, Sanftheit und Isolierung, die durch die Verwendung von Kork ermöglicht werden, noch besser verdeutlicht werden.

AMORIM FLOORING: INTERNATIONALES MEETING

Die internationale Tagung von Amorim Flooring behandelte Themen wie die Entwicklung des Unternehmens, Ziele für 2013, Erfolgsfälle sowie die Vorstellung neuer Marketingwerkzeuge und neuer Produkte. Die Veranstaltung war Bühne für die Auszeichnung der besten Performances 2012! Die Tagung zählte mit der Anwesenheit von über 70 Mitarbeitern der internationalen Teams: Verkäufer aus acht Ländern, Verantwortliche für die direkten Märkte, Exekutivleitung, Marketingabteilung, Entwicklungsabteilung, Finanzabteilung, operative Abteilung und Gäste.

ACOUSTICORK SETZT AUF BRASILIAN

Amorim Cork Composites besucht derzeit Architekten, Installateure und Bauunternehmen im Nordosten Brasiliens, um für die AcoustiCORK-Produkte zu werben. Das Ziel besteht darin, die Präsenz des Sortiments auf dem brasilianischen Baumarkt zu erweitern.

HERMAN DEN BLIJKER, BERÜHMTER HOLLÄNDISCHER CHEFKOCH, WÄHLT WICANDERS VINYL COMFORTFLOOR

In der holländischen Fernsehsendung „Herman Gaat Ver“ packt Chefkoch Herman den Blijker die Koffer und reist von Frankreich, Spanien und Portugal nach Curaçao, Sizilien und Ibiza. Herman reist ins Ausland, um Holländer zu besuchen und ihnen zu helfen. Bei einer der Folgen dieser Sendung hat Herman Wicanders Vinyl Comfortfloor Alaska Oak zur Umdekorierung des Restaurants Bayside in Albufeira, in der Algarve, ausgewählt. Amorim Benelux hat sich sogleich zur Teilnahme an der Sendung verpflichtet und den Boden sowie die Verlegung im Bayside spendiert.



Referenzbauwerke von Amorim Flooring

Caves Grandissime, Frankreich

CorkComfort Harmony HPS Schwimmboden

Cafeteria Gijón, Spanien

Decolife für den Boden und CorkComfort Slate Arctic an Wänden und Tresen

Goto-Museum in Tokyo, Japan

CorkComfort Glue Down HPS Slate Eclipse in den Räumen des Museums und in der kleinen Aula

Österreich

Tabak Trafik

Projektart: Laden
Ort: 9020 Klagenfurt / Österreich
Produkt: Floating Wood Parquet, vierseitig abgefast, geschrotppt
Variante: RW04243 oak rustic
Gesamtfläche: 180m²
Verleger: Fa. Rainer Böden 9020 Klagenfurt

Deutschland

Siemes

Schuhcenter
Projektart: Laden
Ort: Neuwied
Produkt: Woodcomfort Glue-down HPS
Variante: Cherry
Gesamtfläche: 860m²

Aequonautas

Projektart: Laden
Ort: Flensburg
Produkt: Wicanders Parquet
Variante: Sand Oak, Kollektion Victoria
Gesamtfläche: 90m²

ergonomie

Projektart: Laden
Ort: Detmold
Produkt: Woodcomfort Floating HPS
Variante: Oak Rustic 1-Stab Landhausdiele
Gesamtfläche: 150m²

Messen

MADEEXPO in Mailand, Italien

zur Vorstellung der Kollektionen VinylComfort und Woodcomfort mit dem Kunden Liuni.

Die nächsten Messen

BAU – World's leading trade fair for Architecture, Materials, Systems

14 - 19 Januar, München (Deutschland)

Surfaces – Floor covering professionals international trade show

29 – 31 Januar, Las Vegas (USA)

Domotex Asia

Chinafloor
26 – 28 März, Shanghai (China)

QUINTA NOVA ERZIELT 11. PLATZ BEIM DOC DOURO-RANKING



Im Jahr 2011 hat die Quinta Nova mit ihrem Umsatzvolumen den 11. Platz beim DOC Douro-Ranking erzielt, an dem insgesamt 368 Erzeuger teilnahmen. Dies ist das Ergebnis der Strategie, die das Unternehmen seit 2005, dem Jahr, in dem das Projekt begann, für das Spitzensegment der Douro-Weine verfolgt. In den vergangenen Jahren hat Quinta Nova ein durchschnittliches jährliches Wachstum von 20% verzeichnet. Im Jahr 2011 betrug der Gesamtumsatz ca. 2 Millionen Euro, ein beachtlicher und beispielhafter Erfolg in nur 6 Jahren, mit Unterstützung der ergänzenden Bereiche Gourmet und Weintourismus. Im Jahr 2012 werden die Exporte ca. 50% des Gesamtumsatzes ausmachen.

Mit 220.000 verkauften Flaschen im Jahr 2011 wird die Qualität der Weine auf internationaler Ebene von den besten Kritikern anerkannt. Erst kürzlich wurden die drei großen Reserva-Weine der Quinta Nova - Referência, Quinta Nova und Touriga Nacional - im Weinführer von Robert Parker mit 94, 93 und 92 Punkten ausgezeichnet. Die Quinta Nova verwirklicht derzeit einen Traum: die Markteinführung des Mirabilis, mit dem die Kreation eines erhabenen, sanften und knackigen Spitzenweißweins vom Typ „Burgunder“ gefeiert wird. Das Unternehmen hat auf Nischenmärkte gesetzt, die anspruchsvoller sind und eine höhere Kaufkraft haben, und ist bereits in 23 Ländern vertreten. Die Perspektive besteht darin, die Position in Europa beizubehalten und in strategischen Märkten wie den Vereinigten Staaten und Brasilien zu wachsen. Für später sind die Konsolidierung der Strategie für Rotweine und weitere Neuheiten bei den Spitzenweinen des Jahrgangs 2011 vorgesehen.

„Nach der Markteinführung des ersten Reserva-Weißweins im Jahr 2006 - dem Grainha Branco Reserva - und nach einigen Studien zur Flaschenreife blieb uns der Wille, einen Weißwein außergewöhnlicher Qualität herzustellen. Der Rohstoff war in der Region vorhanden, aber schwer zu bekommen, da die meisten kleinen Winzer die qualitativ hochwertigen alten Rebstöcke bereits herausgerissen hatten. Andererseits waren die Fässer der ersten Weißweine genau richtig, und eine lange Reise in die Region Burgund im Jahr 2011 hat unseren Willen gestärkt, noch weiter zu gehen“



„In den letzten zwei Jahren haben wir uns entschieden, mit verschiedenen regionalen Importeuren auf diesen Märkten zusammenzuarbeiten“

Luísa Amorim

Geschäftsführerin der Quinta Nova

UND DIE WEISSEN KEHREN ZURÜCK...

Die neuen Jahrgänge der Weißweine aus dem Pomares-Sortiment sind bald auf dem Markt: der Moscatel 2012 und der Branco 2012. Aufgrund ihres Preis-Leistungs-Verhältnisses, ihrer Intensität und des umfassenden Charakters sollten sie nicht verpasst werden.



Zuletzt erhaltene Preise

Wine Spectator

QN Grande Reserva Clássico 2009
92 Punkte
QN Grande Reserva Touriga Nacional 2009
91 Punkte
QN Grande Reserva Referência 2009
90 Punkte

International Wine & Spirits Competition

Grainha Reserva Tinto 2009
Silbermedaille

Selections Mondiales Canada

Pomares Tinto 2010
Gold Goldmedaille

Die nächsten Messen

Essência do Vinho

Palácio da Bolsa in Porto – Portugal
7. bis 10. Februar 2013

Prowein

Messe Düsseldorf – Deutschland
24. bis 26. März 2013



HOTEL RURAL QUINTA NOVA WIRD TEIL DER BIKOTEL-KETTE

Rennrad- und Mountainbiketouristen können auf einen neuen und erstklassigen Standort zählen. Das Hotel Rural Quinta Nova der Bikotel-Kette, mit detailliert vorbereiteten Programmen: Straßen- und Bergwege mit Karten, technischen Daten und GPS-Koordinaten; 8 km-Rundweg durch die lokalen Weinberge; Fußwege in der Umgebung; Parkplätze; Garage; Service zur täglichen und nächtlichen Reinigung und Trocknung der Radlerausstattung; Werkstatt für kleinere Reparaturen. Zum Angebot gehört außerdem eine Speisekarte mit vielen Kohlenhydraten und reichlich Obst und Gemüse. Bringen Sie Ihr Fahrrad mit und entdecken Sie den Douro. Tourismus, Wein und Fahrräder... alles bestens organisiert!

www.quintanova.com
www.biketels.com





KAMPAGNE „ROLHA SOLIDÁRIA“ (SOLIDARISCHER KORKEN) UNTERSTÜTZT BAGOS D'OURO

Amorim & Irmãos hat die Kampagne „Rolha Solidária“ zur Unterstützung von Bagos d'Ouro ins Leben gerufen, einem Verein zur Unterstützung im Bereich der Bildung von Kindern und Jugendlichen der Douro-Region. Bei jedem verkauften Korken spendet Amorim & Irmãos 2% des Verkaufswerts an diesen Verein.

Diese Herausforderung stellt Amorim & Irmãos verschiedenen Weinerzeugern, wobei der Beitritt zur Kampagne mit keinerlei Kosten für den Erzeuger verbunden ist. Die Initiative wird von einer Reihe von Weinerzeugern sehr positiv aufgenommen, und sie erklären sich bereit, die Arbeit von Bagos d'Ouro zu unterstützen. Der solidarische Korken ist leicht an dem Logo von Bagos d'Ouro zu erkennen, das mit dem der Marke des Erzeugers kombiniert werden kann.

EXPANDIERTES KORKAGGLOMERAT VON AMORIM ISOLAMENTOS UNTER DEN TOP 10 DER BUILDINGGREEN IN DEN USA

Das expandierte Korkagglomerat von Amorim Isolamentos wurde als eines der 10 ökologischsten und nachhaltigsten Produkte für den Bau anerkannt und befindet sich unter den „BuildingGreen Top-10 Product for 2013“ von Building Green, einer Veröffentlichung von GreenSpec und Environmental Building News, dem größten nordamerikanischen Produktverzeichnis für den nachhaltigen Bau (EBN).

Diese Anerkennung zeichnet das expandierte Korkagglomerat als eines der innovativsten Produkte für den nachhaltigen Bau aus - es wurde als eine in Bezug auf Energie und gute Materialverwendung nachhaltige Produktlösung anerkannt. „Nach einem Jahr, in dem wir extreme Trockenperioden erlebt haben, die schließlich mit Überschwemmungen im ganzen Land endeten, zieht die Top 10 der nachhaltigen Produkte für 2013 verschiedene verantwortungsvolle Lösungen für das Feuchtigkeits- und Bewässerungsmanagement in Betracht“, meint Alex Wilson, Gründer von BuildingGreen und Chefredakteur von GreenSpec. Wilson verrät auch, dass sie bei dieser Produktauswahl „Unternehmen bevorzugt haben, für die die Fragen der Widerstandskraft und der Energieeffizienz vorrangig sind und die auf eine gute Materialverwendung und die Nutzung von Spitzentechnologien achten“.

Bei den technischen Vorteilen, die mit der Verwendung von expandiertem Korkagglomerat verbunden sind, ist insbesondere auf die Leistung im Bereich der Schall- und Wärmedämmung und die über die gesamte Lebensdauer des Produkts hinweg gleichbleibende Performance hinzuweisen. Das Produkt ist 100 Prozent natürlich, erneuerbar und wiederverwertbar. Der Herstellungsprozess ist höchst effizient und erzeugt keinen Abfall. „Wir nehmen diese Auszeichnung mit großer Freude entgegen. Sie ist eine weitere Anerkennung der ökologischen Eigenschaften und der Leistungsfähigkeit des Hauptprodukts von Amorim Isolamentos, welche stets auf der Kultur einer vollständig auf nachhaltige Entwicklung ausgerichteten Organisation beruhen“, fügt Carlos Manuel, Generaldirektor von Amorim Isolamentos, hinzu.





KORKEICHE VORRANGIG IM KAMPF GEGEN DIE VERSTEPPUNG

Einem Bericht des WWF - World Wildlife Fund zufolge ist und bleibt Portugal eines der am stärksten von Versteppung betroffenen Länder Südeuropas. Die Verluste an Bodenfruchtbarkeit, biologischer Produktivität und wirtschaftlichem Produktionspotenzial werden durch das Phänomen der Erderwärmung beschleunigt. Derzeit fallen die Gebiete mit der größten Anfälligkeit für Versteppung mit den Gegenden zusammen, in denen der größte Bevölkerungsschwund zu beobachten ist.

Da die Korkeiche die Grundlage für das Ökosystem des Korkeichenwalds bildet, das mit einer größeren Artenvielfalt, der Verbesserung der organischen Materie im Boden und der Regulierung des Wasserkreislaufs verbunden ist, wird sie als prioritäre Art im Kampf gegen die Versteppung anerkannt. Maßnahmen wie die Verdichtung der Flächen oder neuer Korkeichenpflanzungen sind Lösungen, um den Prozess der Verschlechterung der Bodenqualität und des Verlusts der biologischen und wirtschaftlichen Produktivität zu bremsen.

Die Korkeiche wurde aufgrund ihrer fundamentalen Bedeutung für die CO₂-Bindung, den Erhalt der Artenvielfalt und den Kampf gegen die Versteppung zum portugiesischen Baum des Landes ernannt. Die Korkbranche ist für ca. 2% der portugiesischen Exporte verantwortlich.

MITARBEITER VON CORTICEIRA AMORIM PFLANZEN KORKEICHEN

Die Anpflanzung einheimischer Flora in Portugal ist das Motto, das die Mitarbeiter von Corticeira Amorim dazu bewegte, auf dem Gut Herdade do Monte Velho in Ponte de Sôr, im Bezirk Portalegre, 2012 Korkeichen zu pflanzen. Die Aktion wurde von den Mitarbeitern der südlich des Tejo gelegenen Produktionsstätten entwickelt, in enger Verbindung mit dem Projekt Floresta Comum der Umweltorganisation QUERCUS und in Zusammenarbeit mit der gemeinnützigen Organisation Santa Casa da Misericórdia.

Im Bewusstsein der Bedeutung der Korkeiche sowohl für Wirtschaft und Geschäft als auch hinsichtlich der Vorteile für die Umwelt, die sich aus einer guten Bewirtschaftung der Korkeichenwaldflächen ergeben, haben die Mitarbeiter von Corticeira Amorim im Jahr 2011 eine Reihe von strukturierten Bewaldungsaktionen eingeleitet. Vor kurzem haben sie 3400 Korkeichen in Vila Pouca de Aguiar im Bezirk Vila Real gepflanzt, und nach Ponte Sôr beträgt die Zahl der gepflanzten Korkeichen insgesamt 6100. Die Aktion soll die Anzahl Korkeichen pro Hektar auf den derzeit für die Korkwirtschaft genutzten Flächen erhöhen.



Stand Vinitech

CORTICEIRA AMORIM ZEIGT PRÄSENZ IN CHINA...

Als eines der Länder, die den Weinkonsum betreffend am stärksten in Erscheinung treten, ist China ein vorrangiger Markt für Corticeira Amorim. In diesem Sinne nahm das Unternehmen vor Kurzem an der Messe für Nahrungsmittel „2012 FHC – Food, Drink, Hospitality, Foodservice, Bakery & Retail Industries“ in Shanghai teil, um die Vorteile des Naturkorkens bezüglich Nachhaltigkeit und technischer Performance sowie hinsichtlich der Aspirationen vorzustellen.

Während der Veranstaltung vermittelte Corticeira Amorim den chinesischen Weinliebhabern die Tatsachen, die den Kork heute wie morgen zur besten Lösung Verschießen von Wein. Allgemein ist der Markt gegenüber allem, was den Naturkorken betrifft, sehr positiv eingestellt und betrachtet ihn als natürliche Wahl für Weine großartiger Qualität. Die Botschaft der Nachhaltigkeit und hohen Performance des natürlichen Verschlusses muss jedoch dringend stärker betont werden, womit die Positionierung dieses Verschlusses und gleichzeitig auch die von Corticeira Amorim als Lieferant par excellence gestärkt wird. Laut Carlos de Jesus, Leiter für Kommunikation und Marketing von Corticeira Amorim, ist „FHC eine privilegierte Plattform zur Übermittlung der Botschaft des Naturkorkens in China, einem Markt, der eine große Vorliebe für das Prestige hat, das dieser natürliche Verschluss dem Wein verleiht“. Die „2012 FHC China“ dauerte drei Tage und zählte mit über 30.000 Besuchern aus ganz China.

Für weitere Informationen zur Veranstaltung besuchen Sie bitte die Seite <http://www.fhcchina.com>

... IN FRANK- REICH

Amorim France war auf der Vinitech im französischen Bordeaux präsent. Die Vinitech ist eine der wichtigsten Weinmessen Europas und ein Treffpunkt für Fachleute der Wein- und Baumzucht- sowie der Obst- und Gemüsebauindustrie. Amorim France überraschte mit einem innovativen Stand, einem neuen und auf die dynamische, moderne und sehr um Ästhetik bemühte Philosophie des Unternehmens ausgerichteten, dynamischen Konzept. Der aus expandiertem Korkagglomerat gefertigte Stand zog die Aufmerksamkeit vieler Kunden und Besucher auf sich, die sich ihm näherten, um die Korkwände zu berühren oder gar daran zu riechen. Bei über 45 Tausend Besuchern, 800 Ausstellern und 1000 vertretenen Marken erwies sich diese Präsenz bei der Vinitech als in kommerzieller Hinsicht sehr wichtig, in einem für den Wein weniger günstigen Kontext.

... UND IN DUBAI

Amorim Cork Composites (ACC), Amorim Flooring und Amorim Isolamentos, Unternehmen von Corticeira Amorim mit Interesse am Bau, waren bei der BIG 5 Show in Dubai dabei, der wichtigsten Baumesse des nahen Ostens. ACC warb für die AcoustiCORK-Produktlösungen für Unterböden und die Dehnfugen der Marke ExpandaCORK. Amorim Isolamentos warb für das expandierte Korkagglomerat und Amorim Flooring war mit dem Boden für den Stand vertreten, für den Wicanders Corkcomfort Harmony verwendet wurde.

KORKGRANULAT IST DIE PERFEKTE VERBINDUNG ZUR NATUR

Das Architekturbüro Casadei Weber aus Mailand hat das Korkgranulat von Amorim Cork Composites für ein Projekt der Architektinnen Maddalena Casadei und Dunja Weber ausgewählt, bei dem ein typisches Hotelambiente nachgebildet wurde, allerdings mit einer zeitgemäßen Perspektive. Das Projekt wurde bei der Hostelco – der Hotelleriemesse von Barcelona – ausgestellt, wo die Besucher in den Genuss eines Lounge-Bereichs mit futuristischer Optik kamen. Das im Innengarten des Hotels verteilte Korkgranulat stellte die perfekte Verbindung zur Natur her.

GIERLINGS VELPOR INVESTIERT IN DEN JAPANISCHEN MARKT

Gierlings Velpor war erneut auf der Jitac in Tokyo präsent, der wichtigsten Messe der Textilbranche in Japan, einem sich sichtbar erholenden Markt mit besonderer Vorliebe für Textilien europäischer Herkunft. Die Kollektion Autumn/Winter 2013/14 von Gierlings Velpor richtet sich auch weiterhin bevorzugt an das mittlere/hohe Marktsegment, wobei die Qualität beibehalten und durch neue Texturen, Designs und Materialien in Kreativität investiert wird. Die Investition in Japan ist Teil des strategischen Einsatzes in neuen geographischen Gebieten. Zur Präsentation der Kollektion Autumn/Winter 2013/14 war Gierlings Velpor außerdem auf der Première Vision in Paris, der Moda In in Mailand und der Munich Fabric Start in München.



MIRABILIS

EIN TRAUMHAFTER WEIN



WWW.QUINTANOVA.COM

Nach drei Jahren der Erforschung hat sich die Ausdauer gelohnt! Die Quinta Nova hat den idealen Rohstoff entdeckt: Trauben, die aus kleinen und sehr alten Weinbergen stammen, wo überwiegend die Rebsorten Viosinho und Gouveio sowie verschiedene weitere Rebsorten geringen Ertrags wachsen, die in der Region kaum mehr vorhanden sind. Es sind Weinberge mit einem sehr geringen Ertrag, in Gebieten, die als Übergangsbereiche zwischen Schiefer- und Granitböden klassifiziert sind. Die Trauben dieser Weinberge verleihen dem Most eine erhabene Unverfälschtheit, bei der Frische und Aroma natürlich akzentuiert werden. Mirabilis ist ein Wein mit großer Struktur, der so konzipiert wurde, dass er sich in der Flasche über lange Jahre hinweg in seinem edlen und vollkommenen Zustand erhalten lässt. Bei so außergewöhnlicher Eleganz, wo Frische und Säure ineinander übergehen, ist es schwer, zu widerstehen. Der Name stammt aus dem Lateinischen und bedeutet „etwas Wunderbares“; auch eine Blume aus den amerikanischen Subtropen trägt diese Bezeichnung.