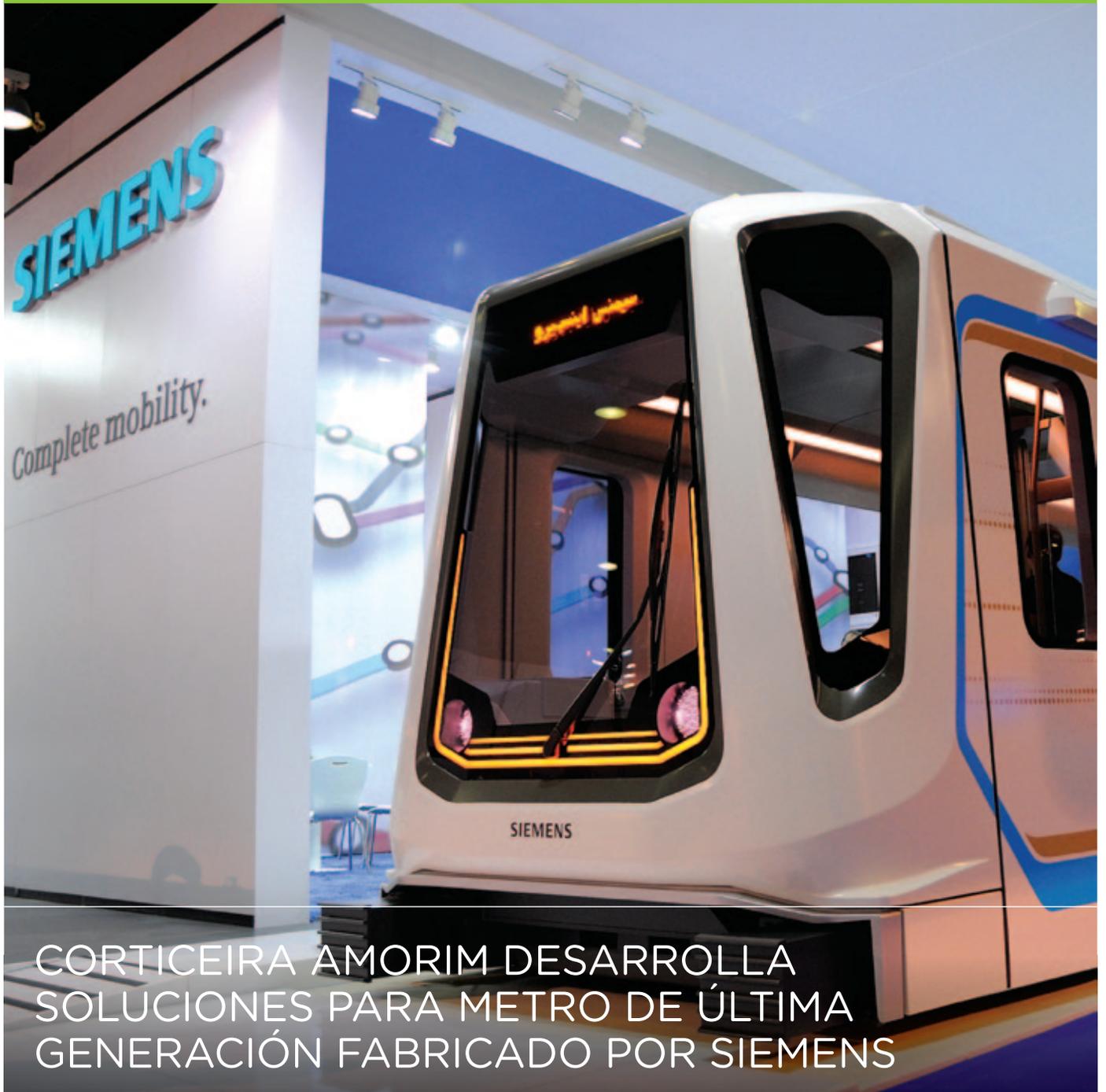




# NEWS

OCT / DIC 2012, AÑO 29, N° 4



CORTICEIRA AMORIM DESARROLLA  
SOLUCIONES PARA METRO DE ÚLTIMA  
GENERACIÓN FABRICADO POR SIEMENS

# AGLOMERADO DE CORCHO EXPANDIDO

## NATURALEZA Y TECNOLOGÍA

### LA SOLUCIÓN IDEAL

#### VENTAJAS

Aislamiento térmico,  
acústico y antivibratorio  
Materia prima renovable  
y 100% natural  
Proceso industrial natural,  
sin aditivos  
Durabilidad ilimitada, sin  
pérdida de características  
Totalmente reciclable  
Excelente estabilidad dimensional

#### APLICACIONES

Paredes exteriores (Etics)  
Paredes dobles  
Cubiertas planas e inclinadas  
Losa flotante (ruidos de impacto)  
Tabiques  
Aislamiento de puertas  
Casas prefabricadas de madera  
Paneles de madera  
térmicos y acústicos  
Juntas de expansión/dilatación  
(densidad adecuada)  
Fachadas exteriores a la vista  
(calidad MDF-fachada)



---

#### **BUILDINGGREEN TOP-10 PRODUCT FOR 2013**

El aglomerado de corcho expandido de *Amorim Isolamentos* fue considerado como uno de los 10 productos más ecológicos y sostenibles del sector de la construcción, por lo que se incluyó en la lista "BuildingGreen Top-10 Product for 2013" de Building Green, la publicación de GreenSpec y de Environmental Building News (EBN), el mayor directorio norteamericano de productos para la construcción sostenible.

---

#### **SUSTAINABILITY PARTNER**

El Portal de Construcción Sostenible consideró el aglomerado de corcho expandido de *Amorim Isolamentos* como un producto que cumple los 10 principios de sostenibilidad: reducción del consumo de recursos, reutilización y/o reciclado, absorción de CO<sub>2</sub>, renovación, pureza de composición, baja energía incorporada, carácter autóctono, inocuidad para la salud humana, durabilidad y/o de bajo mantenimiento, certificación acreditada.

## SUMARIO

4

La calidad sensorial del vino se destaca en Canadá

ACIT apuesta por el marketing en Internet con su nueva página

Bodega española con el logotipo "cork mark" en su etiqueta



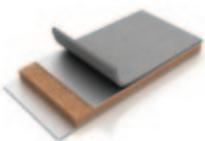
5

El tapón de corcho es el preferido en España

6

Sports Floor elegido para los Reebok CrossFits

Ronan y Erwan Bouroullec diseñan un módulo de corcho para Vitra



7

El corcho se aplica en un metro de última generación fabricado por Siemens

8

Amorim Isolamentos organiza la 4ª Conferencia Internacional

Amorim Flooring moderniza las marcas CORKLIFE y DECOLIFE

9

Amorim Flooring: reunión internacional

AcoustiCORK apuesta por Brasil

Herman den Blijker, famoso chef holandés, se decidió por el Wicanders Vinyl Comfortfloor

10

Quinta Nova logra alcanzar el 11º puesto en la clasificación de la D.O.C. Douro

11

El hotel rural Quinta Nova pasa a formar parte de la red Bikotel



12

La campaña "Tapón Solidario" apoya a Bagos d'Ouro

El aglomerado de corcho expandido de Amorim Isolamentos incluido en el TOP 10 de la BuildingGreen de EE. UU.

13

Colaboradores de Corticeira Amorim plantan alcornoques

14

Corticeira Amorim está presente en China...

15

El granulado de corcho constituye la alianza perfecta con la naturaleza

Gierlings Velpor invierte en el mercado nipón

## EDITORIAL

La ambición de Corticeira Amorim de elevar el perfil del corcho, como materia prima que aporta cultura, sostenibilidad y rendimiento técnico, ha contribuido decisivamente a la divulgación mundial de este material verdaderamente único.

Desde un pequeño negocio de tapones de corcho, allá por el lejano 1870, hasta el grupo económico que actualmente lleva las más diversas aplicaciones de corcho a todos los rincones del mundo, sucesivas generaciones han invertido grandes esfuerzos y numerosos recursos. En particular en las dos últimas décadas, en las que hemos transformado radicalmente esta industria. Gracias a una inversión sin precedentes en I+D+i, hemos abierto las puertas a la innovación de producto y proceso, creando las más sofisticadas aplicaciones, capaces de responder a los desafíos técnicos y medioambientales de algunas de las industrias más exigentes del mundo.

El desarrollo de soluciones de aislamiento para el más reciente metro de Siemens o la selección de suelos Sports Floor para los gimnasios Reebok CrossFits son algunos de los ejemplos documentados en esta edición que certifican el nuevo posicionamiento internacional del corcho, que conquista un mercado cada vez más ávido de productos naturales de calidad. Cabe destacar también las crecientes señales de recuperación de la cuota de mercado para los tapones de corcho, incluso en las regiones vinícolas que más han defendido los tapones artificiales, como Nueva Zelanda y Australia.

La asociación de Corticeira Amorim con Serpentine Gallery Pavilion 2012, el escaparate anual que reúne a lo mejor de la arquitectura internacional, permitió que el mundo descubriese toda la sofisticación del corcho, gracias a la creatividad de los arquitectos Herzog y de Meuron, y del artista chino Ai Weiwei.

Esta iniciativa, sin duda la más notable de los últimos años, junto con tantas otras asociaciones, hicieron de 2012 un año manifiestamente positivo para la empresa. Más de veinte mil clientes en todo el mundo nos han distinguido como referencia imprescindible, y se espera que Corticeira Amorim supere por primera vez en su historia un volumen de negocios de 500 millones de euros.

Conscientes, sin embargo, de los tiempos difíciles que el mundo atraviesa, sabemos que los resultados del pasado no constituirán nunca una garantía de resultados futuros. Con la profesionalidad y dedicación de nuestros empleados y la contribución de nuestros *stakeholders*, nos mantendremos atentos, comprometidos y centrados en conquistar nuevos territorios para el corcho.

Feliz año 2013.

Atentamente,

**António Rios de Amorim**  
Presidente de Corticeira Amorim



**Ficha Técnica** Sede: Rua de Meladas n.º 380, 4536-902 Mozelos VFR; Propiedad: Grupo Amorim; Director: Eduardo Correia; Coordinación: Joana Martins; Redacción: Inforpress; Edición: Grupo Amorim; Diseño Y Edición Electrónica: Inforpress; Impresión Y Acabado: Lidergraf – Artes Gráficas, S.A.; Traducción: Expressão, Lda. - <http://www.expresso.pt>; Distribución: Iberomail Correio Internacional, Lda.; Embalaje: Porenvel Distribuição, Comércio e Serviços, S.A. Periodicidad: Trimestral; Tirada: 22 000 Ejemplares; Depósito Legal: VG - 914 - 2001



## LA CALIDAD SENSORIAL DEL VINO SE DESTACA EN CANADÁ

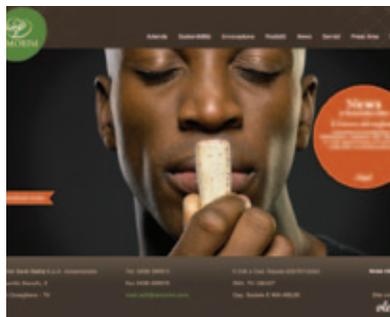
La *Ecole du Vin In Vino Veritas* organizó el seminario *la grande dégustation de Montréal* sobre el impacto de los distintos tipos de tapones en la calidad sensorial del vino embotellado. El seminario contó con la presencia de Lassonde y Domaine Pinnacle como invitados de A.O. Wilson, agente y distribuidor de Corticeira Amorim para el mercado canadiense, Bárbara Jimenez Herrero, enóloga de la consultora OenoQuebec y presidente de la Asociación de Enólogos de Canadá, productores de vino, agentes de venta de vinos y consumidores. En el evento *la grande dégustation de Montréal* participaron 300 productores de vino, donde Portugal tuvo una posición destacada, y cerca de 12.000 consumidores. Paulo Dinis Lopes, del Departamento de Investigación y Desarrollo de Corticeira Amorim, fue el anfitrión del evento.

## ACIT APUESTA POR EL MARKETING EN INTERNET CON SU NUEVA PÁGINA

*Amorim Cork Italia* (ACIT) dispone ahora de un portal que servirá de plataforma para un conjunto de campañas en Internet, pensadas para sensibilizar al consumidor sobre el valor del corcho. A pesar de que todavía está en fase de evolución, la página es mucho más atractiva para profesionales del sector y el gran público. Compatible con los principales dispositivos móviles, está previsto también el lanzamiento de la página de seguidores del programa de reciclaje Etico en Facebook.

El principal objetivo es fomentar la publicidad viral, con el objetivo de llevar a los consumidores a las bodegas clientes de Corticeira Amorim, aumentando así la percepción de una empresa líder a 360 °. Stefano Notturmo, fundador de la agencia web Olojin y responsable del diseño gráfico de la página, defiende que "en la base del concepto creativo del portal estuvo el carácter innovador de la comunicación de Corticeira Amorim, destacando la imagen y los detalles gráficos". Asimismo, añadió que "los contenidos marcan la diferencia, pero es gracias al componente técnico de los textos y de las imágenes que los mensajes llegan a todos los públicos".

[www.amorimcorkitalia.com](http://www.amorimcorkitalia.com)



## BODEGA ESPAÑOLA CON EL LOGOTIPO "CORK MARK" EN SU ETIQUETA

La bodega 4monos viticultores se ha unido a la iniciativa con la que se pretende indicar en las etiquetas el uso del tapón de corcho, mediante la colocación del logotipo "cork mark", con la intención de informar al consumidor de que las botellas de las bodegas se han embotellado con tapón de corcho natural, considerando este material como el mejor para la evolución de los vinos.

Con la filosofía de mantener y recuperar viñedos con un alto valor ecológico, 4monos elabora unos vinos que reflejen el carácter de cada zona, en estrecha vinculación con el ambiente y la preservación del desarrollo de las zonas rurales. La bodega 4monos viticultores pasa a aumentar, de esta manera, el listado de bodegas que informan a los consumidores de que los vinos se han embotellado con tapones de corcho, en una clara alusión a la preferencia del tipo de tapón utilizado.

# EL TAPÓN DE CORCHO ES EL PREFERIDO EN ESPAÑA

El 92% de los españoles prefiere el tapón de corcho para las botellas de vino y cava, y el 86% considera que el tapón de corcho preserva mejor las propiedades del vino y del cava en comparación con los taponés sintéticos, como los de plástico, silicona o el encapsulado de aluminio. Estas son las principales conclusiones a las que ha llegado un estudio realizado en España a un universo de 1200 consumidores.

Los aspectos más valorados a la hora de comprar un vino, el tipo de tapón preferido y el dinero que se está dispuesto a pagar por la bebida, fueron algunas de las cuestiones estudiadas por el proyecto Cork (campana de promoción del corcho en España). Por lo que respecta a la percepción que se tiene sobre el tapón de corcho, el 27% destaca que es un producto natural, el 26% lo asocia a la tradición, el 14% dice que lo recicla y el 13% pone de manifiesto su calidad como aislante. Para Sergi Sabrià, portavoz de la campana Cork, "el tapón de corcho es el tapón perfecto para el vino y el cava, ya que se adapta perfectamente al cuello de la botella gracias a su elasticidad y compresibilidad". En cuanto a los hábitos de consumo, el estudio demuestra que la denominación de origen, el precio y la bodega son los aspectos más valorados a la hora de decantarse por un vino o cava. A estos aspectos les siguen el reconocimiento del vino, el tipo de tapón, la etiqueta y, por último, la graduación alcohólica. Teniendo en cuenta que el tipo de tapón es uno de los aspectos mencionados, el 78% afirma que considera importante que esta indicación figure en la etiqueta, dado que el consumidor tiene dificultad para distinguir el tipo de tapón empleado en la botella. El programa Cork está siendo desarrollado por la Asociación de Empresarios Corcheros de Cataluña (Aecork), con el respaldo de la Asociación Portuguesa de Corcho (Apcor), y pretende promocionar el corcho basándose en el mensaje "El corcho preserva lo bueno".

## 92%

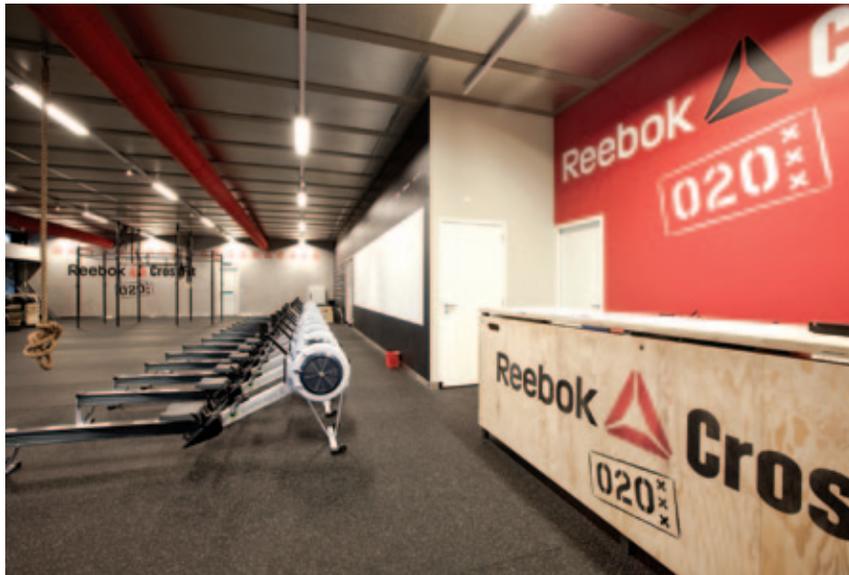
*Este es el porcentaje de españoles que prefiere el tapón de corcho en las botellas de vino y cava.*

## 78%

*Este es el porcentaje de encuestados que considera importante que este dato se indique en la etiqueta, ya que el consumidor tiene dificultades para distinguir el tipo de tapón.*

Las conclusiones del estudio realizado se pueden consultar en [www.apcor.pt](http://www.apcor.pt)





# SPORTS FLOOR ELEGIDO PARA LOS REEBOK CROSSFITS

*Sports Floor*, de *Amorim Cork Composites*, ha sido el revestimiento mundial oficial elegido para el modelo Reebok CrossFits. Este pavimento ya se ha instalado en las Reebok Crossfits en más de 10 países, estando prevista su implantación en más lugares para 2013. *Amorim Cork Composites* fue elegida entre innumerables proveedores por la credibilidad y notoriedad de su marca, así como por su calidad, servicio y anteriores experiencias positivas, concretamente en otros proyectos de superficies deportivas con el equipo de ACC USA.

Reebok es una marca de inspiración americana, global, que desarrolla productos deportivos y de estilo de vida, así como programas de marketing, que reflejan la creatividad o tratan de desafiar constantemente el statu quo vigente. Los pavimentos *Amorim Sports Flooring* son soluciones altamente flexibles, que se distinguen por el confort que proporcionan y por absorber el choque del impacto derivado de los entrenamientos.

## RONAN Y ERWAN BOUROLLEC DISEÑAN CORK TABLE PARA VITRA

Anticipándose a las nuevas exigencias de la organización del espacio y del trabajo, Vitra presentó, en ORGATEC 2012, una mesa multipuesto de corcho diseñada por Ronan y Erwan Bouroullec. Ideal para espacios abiertos, de pequeñas dimensiones, esta ingeniosa estructura destaca por su versatilidad y funcionalidad: a través de un conjunto de paneles verticales fijos, puede crear varios espacios de trabajo, favoreciendo la privacidad o la interacción entre los usuarios.

Una propuesta cuya funcionalidad y sostenibilidad se deben principalmente a la incorporación del corcho Amorim que, además de garantizar el aislamiento acústico entre las secciones, es 100% reciclable y biodegradable. Corticeira Amorim ha colaborado con Vitra en el desarrollo de soluciones de corcho que se adaptan a los conceptos ideados por la prestigiosa marca suiza. En este caso, tal como se refleja en la última edición de la revista *WorkSpirit* editada por Vitra, "El material de Cork Table [el corcho] proporciona comodidad y elegancia a espacios de gran exposición y además absorbe el ruido. Asimismo, es un material natural y sostenible".



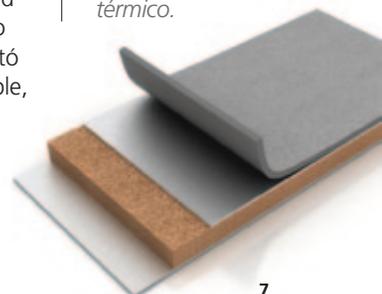


# EL CORCHO SE APLICA EN UN METRO DE ÚLTIMA GENERACIÓN FABRICADO POR SIEMENS

Corticeira Amorim se ha encargado de desarrollar soluciones para el metro de última generación de la empresa Siemens (Inspiro), concebido bajo la premisa de ser uno de los vehículos más eficientes y sostenibles de este género, con un diseño vanguardista. El nuevo Inspiro, que estará disponible en Varsovia, la capital de Polonia, es actualmente uno de los metros más ligeros del mundo. Con un número de vagones que puede variar de tres a ocho unidades, este metro presenta una reducción del peso de unas dieciocho toneladas, teniendo como punto de partida un vehículo de seis vagones.

Más ligero, pero con capacidad para transportar a un mayor número de pasajeros, el Inspiro consume menos energía, gracias a una serie de medidas de eficiencia, entre las que figura el innovador sistema de suelo AluCORK, de Amorim Cork Composites. El suelo AluCORK, caracterizado por su ligereza, durabilidad y alto rendimiento técnico, favorece el aislamiento acústico y térmico del Inspiro, posibilitando al mismo tiempo una reducción significativa de su peso, de alrededor del 30%. En la elección de AluCORK, resultó un factor determinante el hecho de que se tratara de un suelo de corcho, un material sostenible y reciclable, en un vehículo que se pretende reciclar en su totalidad, tras una vida útil de 40 años. Los primeros 35 vehículos Inspiro se van a entregar en breve a la empresa de explotación del metro en Varsovia.

*Las soluciones CoreCORK y AluCORK aprovechan la ligereza natural, y las propiedades de aislamiento acústico y térmico del corcho para crear sistemas de interiores innovadores: suelo, laterales y paneles de techo. Las principales ventajas de estas soluciones son la reducción de la huella de carbono, la reducción del impacto ambiental, la reducción del peso, y notables mejoras en el aislamiento acústico y térmico.*





AMORIM  
FLOORING  
MODERNIZA  
LAS MARCAS  
CORKLIFE Y  
DECOLIFE

CORKLIFE e DECOLIFE, las marcas de *Amorim Flooring* destinadas al mercado del bricolaje, estarán disponibles en 2013 con un nuevo aspecto totalmente renovado. El lenguaje pictórico, los colores del logotipo y el reclamo de las marcas se han desarrollado para captar clientes que buscan una solución de revestimiento sólida y natural.

El pavimento de corcho CORKLIFE combina dos características aparentemente opuestas: se trata de un revestimiento sólido con una superficie resistente que, a su vez, es confortable y suave. En Alemania, por ejemplo, los estudios indican que la solidez del pavimento es el criterio más importante a la hora de decidirse por comprar uno. No obstante, esa idea no siempre aparece asociada al corcho. Con el relanzamiento de las gamas CORKLIFE y DECOLIFE, *Amorim Flooring* pretende no solo modernizar la marca, sino, principalmente, ajustar su posicionamiento para evidenciar mejor sus características de solidez, suavidad y aislamiento por el uso de corcho.

# AMORIM ISOLAMENTOS ORGANIZA LA 4ª CONFERENCIA INTERNACIONAL

Cien profesionales, clientes y arquitectos, procedentes de 19 países distintos, participaron en la 4ª Conferencia Internacional de *Amorim Isolamentos*, un evento bienal que se organiza para debatir las posibilidades del aglomerado de corcho expandido y promover el intercambio de experiencias.

Las ventajas en cuanto al aislamiento térmico y acústico del uso del corcho en los sistemas de construcción, la sostenibilidad del corcho en oposición a otros materiales, la durabilidad del material y un proceso industrial 100% natural fueron algunos de los temas abordados, en un evento en el que los invitados tuvieron la oportunidad de visitar el alcornocal, una unidad industrial, la exposición de aplicaciones de corcho y una obra de referencia. El evento transcurrió en un ambiente de intercambio de experiencias y conocimientos, poniendo de manifiesto la diversificación existente en el uso del aglomerado de corcho expandido, en función de la geografía de cada uno. También se dieron a conocer nuevos conceptos de aplicaciones y soluciones innovadoras, tanto a nivel del retraso térmico del aglomerado de corcho aislante como en cuanto a la evolución del diseño de las fachadas exteriores (MD fachada). En resumen, fueron dos días muy intensos de trabajo, con importantes líderes del sector, donde se intercambiaron ideas sobre el rendimiento y las necesidades de mercado en oposición a la evolución prevista de materiales.

## AMORIM FLOORING REUNIÓN INTERNACIONAL

La reunión internacional de *Amorim Flooring* abordó temas como la evolución de la empresa, los objetivos para 2013, los casos de éxito, la presentación de nuevas herramientas de marketing y nuevos productos. ¡El evento fue el escenario de los mejores resultados de 2012! La reunión contó con la presencia de más de 70 colaboradores de los equipos internacionales: vendedores de ocho países, responsables de los mercados directos, dirección ejecutiva, departamento de marketing, departamento de desarrollo, departamento financiero, departamento de operaciones y algunos invitados.

## ACOUSTICORK APUESTA POR BRASIL

*Amorim Cork Composites* está visitando a arquitectos, instaladores y empresas constructoras del Nordeste brasileño para promocionar sus productos *AcoustiCORK*. Lo que se pretende con ello es ampliar la presencia de esta gama en el mercado brasileño de la construcción.

## EL FAMOSO CHEF HOLANDÉS HERMAN DEN BLIJKER SE DECANTA POR WICANDERS VINYL COMFORTFLOOR

En su programa de la televisión holandesa, llamado "Herman Gaat Ver", el chef Herman den Blijker hace las maletas y viaja desde Francia, España y Portugal a Curazao, Sicilia e Ibiza. Herman traspasa fronteras para visitar y ayudar a sus compatriotas holandeses. En uno de los episodios del programa, Herman eligió la referencia Wicanders Vinyl Comfortfloor Alaska Oak para redecorar el restaurante Bayside de la ciudad de Albufeira, en el Algarve portugués. *Amorim Benelux* se comprometió inmediatamente a participar en el programa, facilitando el pavimento y la instalación en el Bayside.



### Obras de Referencia

**Bodegas Grandissime, Francia**  
CorkComfort Harmony HPS Flotante

**Cafetería Gijón, España**  
Decolife en el suelo y CorkComfort Slate Arctic en paredes y terraza

**Museo Goto en Tokio, Japón**  
CorkComfort Glue Down HPS Slate Eclipse en las salas del Museo y en el pequeño auditorio

### Austria

**Tabak Trafik**  
Tipo de proyecto:  
Tienda  
Ubicación: 9020  
Klagenfurt / Austria  
Producto: Floating  
Wood Parquet,  
biselado por los  
cuatro lados,  
cepillado  
Ref: RW04243  
oak rustic  
Superficie total: 180 m<sup>2</sup>  
Empresa instaladora:  
Rainer Böden  
9020 Klagenfurt

### Alemania

**Siemes  
Schuhcenter**  
Tipo de proyecto:  
Tiendas  
Ubicación: Neuwied  
Producto:  
Woodcomfort  
Glue-down HPS  
Ref: Cherry  
Superficie total: 860 m<sup>2</sup>

**Aqueonautas**  
Tipo de proyecto:  
Tiendas  
Ubicación: Flensburg  
Producto: Wicanders  
Parquet  
Ref: Sand Oak,  
colección Victoria  
Superficie total: 90 m<sup>2</sup>

**ergonomie**  
Tipo de proyecto:  
Tienda  
Ubicación: Detmold  
Producto:  
Woodcomfort  
Floating HPS  
Ref: Oak Rustic 1 banda  
Superficie total: 150 m<sup>2</sup>

### Ferias

**MADE EXPO  
en Milán, Italia**  
para presentar  
las colecciones  
VinylComfort e  
Woodcomfort con  
el cliente Liuni.

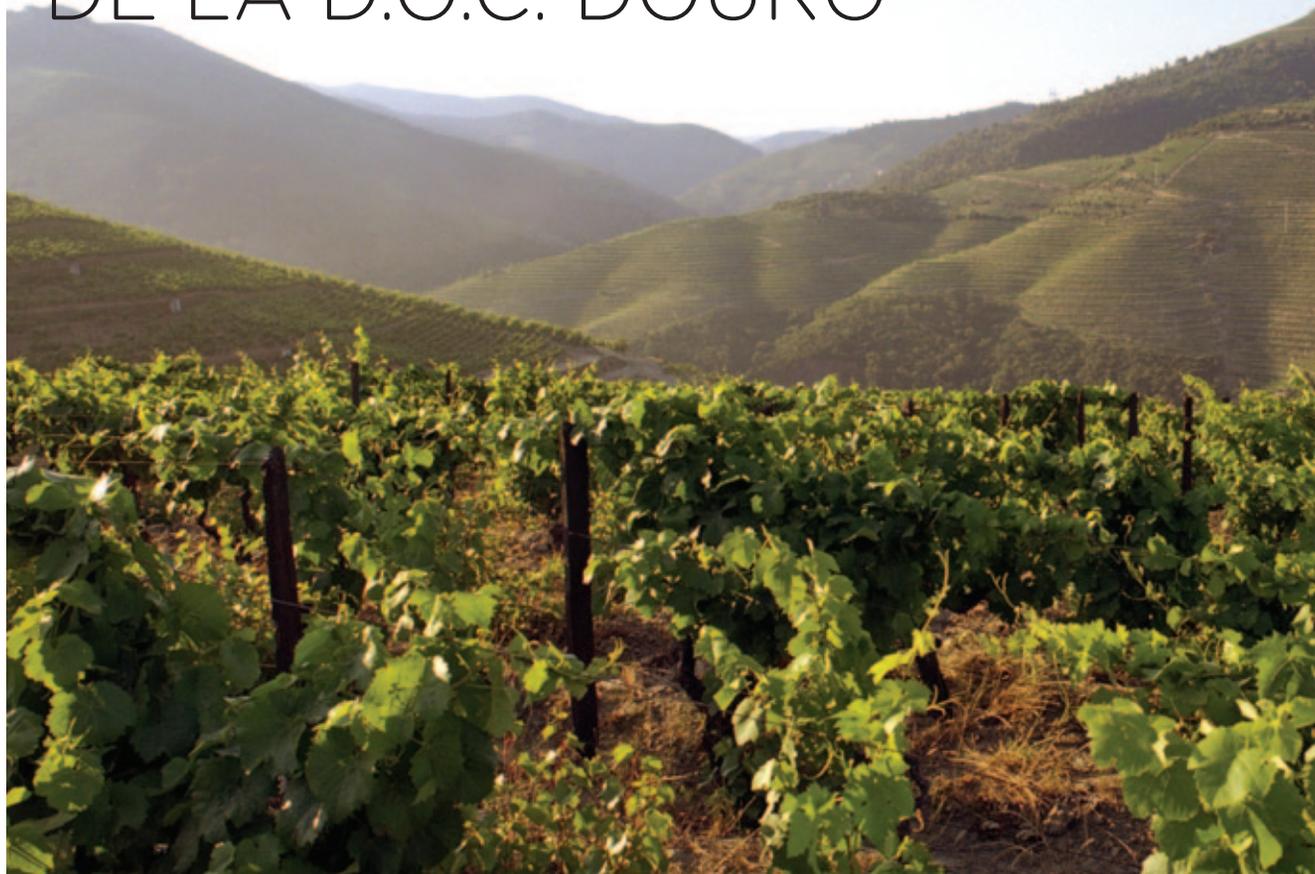
### Próximas

**BAU: Principal feria  
comercial mundial  
de Arquitectura,  
Materiales  
y Sistemas,**  
14-19 de enero en  
Múnich (Alemania)

**Surfaces:  
Exposición  
comercial  
internacional para  
los profesionales  
del revestimiento  
de suelos,**  
29-31 de enero,  
Las Vegas (EE. UU.)

**Domotex Asia  
Chinafloor,**  
26-28 de marzo,  
Shanghai (China)

# QUINTA NOVA LOGRA ALCANZAR EL 11º PUESTO EN LA CLASIFICACIÓN DE LA D.O.C. DOURO



En 2011, Quinta Nova logró alcanzar el 11º lugar en volumen de negocios, en la clasificación de la D.O.C. Douro, de un total de 368 productores. Todo esto se deriva de la estrategia de vinos del Douro en el segmento de alta gama que la empresa viene materializando desde 2005, año en el que se puso en marcha el proyecto. En estos últimos años, Quinta Nova ha presentado un crecimiento medio anual del 20%. En 2011, su facturación total fue de aproximadamente 2 millones de euros, un notable ejemplo de éxito en tan solo 6 años, respaldado por las áreas complementarias de *gourmet* y enoturismo. En 2012, las exportaciones van a representar alrededor del 50% del volumen total de negocios.

Con 220.000 botellas vendidas en 2011, la calidad de estos vinos ha sido reconocida internacionalmente por los mejores críticos. De hecho, recientemente, en la guía de *Robert Parker* los tres grandes reservas de Quinta Nova (Referência, Quinta Nova y Touriga Nacional), fueron distinguidos con 94, 93 y 92 puntos respectivamente. Quinta Nova se encuentra actualmente haciendo realidad un sueño: el lanzamiento de *Mirabilis*, que celebra la creación de un vino blanco de alta calidad, tipo "Borgoña", sublime, suave y crocante. La empresa ha apostado por mercados de nicho, más exigentes y con un elevado poder adquisitivo, y ya se encuentra presente en un total de 23 países. Nuestra intención es mantener nuestra posición en Europa y crecer en mercados estratégicos como los de Estados Unidos y Brasil. Para más adelante se ha reservado la consolidación de la estrategia de vinos tintos y más novedades en los vinos de alta calidad de la cosecha 2011.

“Tras el lanzamiento del primer reserva blanco en 2006 (Grainha Branco Reserva) y después de haber realizado algunos estudios de maduración en botella, seguíamos teniendo ganas de elaborar un vino blanco de calidad excepcional. La región disponía de la materia prima, aunque era difícil de conseguir, ya que la mayoría de los pequeños agricultores ya había arrancado de raíz las cepas viejas de calidad. Por otra parte, las barricas de los primeros blancos presentaban las condiciones ideales y un largo viaje a las tierras de Borgoña, en 2011, incrementó nuestras ganas de ir más allá”.



“En estos últimos dos años, hemos optado por trabajar con varios importadores regionales en estos mercados”.

**Luísa Amorim**  
 Administradora de Quinta Nova

## Y VUELVEN LOS BLANCOS...

Acaban de llegar al mercado las nuevas cosechas de blancos de la gama Pomares: el Moscatel 2012 y el Branco 2012, unas variedades que nadie puede perderse, tanto por su relación calidad/precio, como por su intensidad y seducción.



### Premios recientes

#### Wine Spectator

QN Grande Reserva Clásico 2009  
 92 puntos  
 QN Grande Reserva Touriga Nacional 2009  
 91 puntos  
 QN Grande Reserva Referência 2009  
 90 puntos

#### International Wine & Spirits Competition

Grainha Reserva Tinto 2009  
 Medalla de plata

#### Selections Mondiales Canada

Pomares Tinto 2010  
 Medalla de oro

### Próximas ferias

#### Essência do Vinho

Palacio de la Bolsa, Oporto – Portugal  
 7 al 10 de febrero de 2013

#### Prowein

Messe, Dusseldorf – Alemania  
 24 al 26 de marzo de 2013



## EL HOTEL RURAL QUINTA NOVA PASA A FORMAR PARTE DE LA RED BIKOTEL

Los cicloturistas de carretera y montaña tienen a partir de ahora un nuevo lugar de referencia. El Hotel Rural Quinta Nova ya forma parte de la red Bikotel con programas detallados y garantiza: circuitos de carretera y montaña con mapas, datos técnicos y coordenadas de GPS; un circuito de 8 km entre los viñedos locales; recorridos a pie por los alrededores; menús ricos en hidratos de carbono, frutas y verduras; aparcamiento; garaje; servicios de lavado y secado diarios y nocturnos del equipo del ciclista; taller para pequeñas reparaciones. Traiga su bicicleta y acérquese a conocer el Duero. El turismo, el vino y las bicicletas... ¡con total moderación!

[www.quintanova.com](http://www.quintanova.com)  
[www.biketels.com](http://www.biketels.com)





## LA CAMPAÑA “TAPÓN SOLIDARIO” APOYA A BAGOS D’OURO

*Amorim & Irmãos* ha lanzado la Campaña “Tapón Solidario”, concebida para apoyar a Bagos d’Ouro, una asociación que apoya la educación de los niños y jóvenes de la región del Duero. Por cada tapón vendido, *Amorim & Irmãos* donará el 2% de su valor de venta a la Asociación.

*Amorim & Irmãos* está planteando este desafío a varios productores de vino, sin que la participación en dicha campaña conlleve ningún coste para ellos. La iniciativa ha recibido una buena acogida por parte de un grupo de productores de vino que se comprometieron a apoyar el trabajo de la asociación Bagos d’Ouro. El tapón solidario es fácilmente reconocible por el logotipo de Bagos d’Ouro, pudiendo combinarse con la marca del productor.

## EL AGLOMERADO DE CORCHO EXPANDIDO DE AMORIM ISOLAMENTOS INCLUIDO EN EL TOP 10 DE LA BUILDINGGREEN DE EE. UU.

El aglomerado de corcho expandido de *Amorim Isolamentos* fue considerado como uno de los 10 productos más ecológicos y sostenibles del sector de la construcción, por lo que se incluyó en la lista “BuildingGreen Top-10 Product for 2013” de Building Green, la publicación de GreenSpec y de Environmental Building News (EBN), el mayor directorio norteamericano de productos para la construcción sostenible.

Se trata de un reconocimiento que distingue el aglomerado expandido de corcho como uno de los productos más innovadores en cuanto a construcción sostenible, considerándose de hecho una solución eficiente desde el punto de vista energético y del buen uso de materiales. “Tras un año en el que hemos sido testigos de periodos de sequía extrema, que culminaron con inundaciones en todo el país, la lista Top-10 de los productos sostenibles de 2013 contempla varias soluciones responsables para la gestión de la humedad y la irrigación”, afirma Alex Wilson, fundador de BuildingGreen y editor ejecutivo de GreenSpec. Wilson también revela que en esta selección de productos se dio prioridad a “las empresas que priorizan las cuestiones de resistencia y eficiencia energética, que se plantean un buen uso de materiales y recurrir a las tecnologías punta”.

De las ventajas técnicas asociadas al uso del aglomerado de corcho expandido, cabe destacar su rendimiento a nivel de aislamiento térmico y acústico, y el mismo rendimiento durante la vida útil del producto. Se trata de un producto 100% natural, renovable y reciclable. El proceso productivo es altamente eficiente y no genera residuos. “Estamos encantados de recibir esta distinción. Se trata de un nuevo reconocimiento de las características ecológicas y de rendimiento del principal producto de *Amorim Isolamentos*, basándose siempre en la cultura de una organización totalmente orientada al desarrollo sostenible”, añade Carlos Manuel, director general de *Amorim Isolamentos*.





## EL ALCORNOQUE COMO PRIORIDAD EN LA LUCHA CONTRA LA DESERTIFICACIÓN

Según un informe de WWF (*World Wildlife Fund*), Portugal es y va a seguir siendo uno de los países del sur de Europa más afectados por la desertificación. Las pérdidas de fertilidad del suelo, de productividad biológica y de potencial de producción económica se están viendo aceleradas por el fenómeno del calentamiento global. Actualmente, las zonas más susceptibles a la desertificación coinciden con las zonas donde más se acentúan los fenómenos de despoblación.

Dado que el alcornoque constituye la base del ecosistema de la dehesa, que lleva aparejado elevados niveles de biodiversidad, la mejora de la materia orgánica de los suelos y la regulación del ciclo hidrológico, este árbol está considerado como una especie prioritaria en la lucha contra la desertificación. Medidas como la densificación de las áreas o de nuevas plantaciones de alcornoque son soluciones para frenar el proceso de degradación del suelo y de pérdida de productividad biológica y económica.

*El alcornoque se instituyó como Árbol Nacional de Portugal por el papel fundamental que desempeña en la fijación del CO<sub>2</sub>, la preservación de la biodiversidad y la lucha contra la desertificación. El sector del corcho es el responsable de aproximadamente el 2% de las exportaciones de Portugal.*

## COLABORADORES DE CORTICEIRA AMORIM PLANTAN ALCORNOCOS

Repoblar Portugal con flora autóctona es el lema que impulsó a los colaboradores de Corticeira Amorim a plantar 2012 alcornoques en la finca Herdade do Monte Velho, en la ciudad de Ponte de Sôr, en el distrito de Portalegre. Dicha acción fue llevada a cabo por los colaboradores de las unidades industriales que se encuentran al Sur del Tajo, manteniendo un estrecho vínculo con el proyecto "Floresta Comum" (Bosque Común) de QUERCUS y en colaboración con la Santa Casa da Misericórdia.

Conscientes de la importancia del alcornoque, tanto en términos económicos y comerciales, como en cuanto a sus beneficios ambientales derivados de una buena gestión de las zonas de alcornocal, los colaboradores de Corticeira Amorim pusieron en marcha, en el año 2011, una serie de acciones estructuradas de repoblación. Recientemente, plantaron 3400 alcornoques en la localidad de Vila Pouca de Aguiar, en el distrito de Vila Real, por lo que después de la acción de Ponte Sôr, ya se han plantado un total de 6100 alcornoques. Lo que se pretende con esta acción es aumentar el número de alcornoques por hectárea en las zonas actuales de producción de alcornoques.



Stand Vinitech

## CORTICEIRA AMORIM ESTÁ PRESENTE EN CHINA...

Considerado como uno de los países emergentes en cuanto a consumo de vino, China es un mercado prioritario para Corticeira Amorim. En este sentido, la empresa participó recientemente en la feria de alimentación "2012 FHC – Food, Drink, Hospitality, Foodservice, Bakery & Retail Industries" de Shanghái, para dar a conocer las ventajas de usar el tapón de corcho en cuanto a sostenibilidad, rendimiento técnico y posibles aspiraciones.

Durante el evento, Corticeira Amorim transmitió a los amantes chinos del vino los hechos que convierten y seguirán convirtiendo al corcho en la mejor solución natural para tapar el vino. El sentimiento general del mercado en cuanto al tapón de corcho es muy positivo, una opción natural para los vinos de gran calidad. Y, entretanto, es imperioso reforzar el mensaje de la sostenibilidad y el elevado rendimiento del tapón natural, consolidando su posicionamiento y, al mismo tiempo, el de Corticeira Amorim como proveedora de excelencia. Según Carlos de Jesus, Director de Comunicación y Marketing de Corticeira Amorim, "FHC constituye una plataforma privilegiada para dar a conocer el mensaje del tapón de corcho en China, un mercado con gran interés por el prestigio que este tapón natural confiere al vino". La feria "2012 FHC China" duró tres días y recibió la visita de más de 30.000 personas de toda China.

Para obtener más información sobre el evento, visite el sitio Web://[www.fhcchina.com](http://www.fhcchina.com)

## ... EN FRANCIA...

*Amorim France* estuvo presente en la Vinitech de Burdeos (Francia). La Vinitech es una de las ferias de vino más importantes de Europa, además de un punto de encuentro para los profesionales de los sectores de la vitivinicultura, arboricultura y hortofruticultura. *Amorim France* sorprendió con un *stand* innovador, un nuevo concepto vinculado con la filosofía de la empresa, la dinámica moderna y con un gran interés estético. El *stand*, fabricado con aglomerado de corcho expandido, logró captar la atención de muchos clientes y visitantes, que se acercaron para tocar e incluso oler las paredes de corcho. Con más de 45 000 visitantes, 800 expositores y 1000 marcas representadas, esta presencia en la Vinitech resultó ser de gran importancia desde el punto de vista comercial, en un contexto vitivinícola menos favorable.

## ... Y EN DUBÁI

*Amorim Cork Composites (ACC)*, *Amorim Flooring* y *Amorim Isolamentos*, empresas de Corticeira Amorim en el ámbito de la construcción, estuvieron presentes en el BIG 5 Show de Dubai, la más importante feria de la construcción de Oriente Medio. ACC promocionó las soluciones de subpavimentos AcustiCORK y las juntas de expansión de la marca ExpandiCORK. *Amorim Isolamentos* promocionó el aglomerado expandido de corcho, mientras que *Amorim Flooring* estuvo presente con el suelo para el *stand*, aplicándose concretamente el suelo Wicanders Corkcomfort Harmony.

## EL GRANULADO DE CORCHO CONSTITUYE LA ALIANZA PERFECTA CON LA NATURALEZA

El estudio de arquitectura Casadei Weber de Milán se decantó por el granulado de corcho de *Amorim Cork Composites* para un proyecto de las arquitectas Maddalena Casadei y Dunja Weber que recreaba el típico ambiente de hotel, pero con una perspectiva contemporánea. El proyecto se expuso en la Hostelco, la feria de hostelería de Barcelona, donde los visitantes disfrutaron de una sala de estar con una visión futurista. El granulado de corcho colocado en el jardín interior del hotel constituye la alianza perfecta con la naturaleza.

## GIERLINGS VELPOR INVIERTE EN EL MERCADO NIPÓN

*Gierlings Velpor* volvió a estar presente en la Jitac de Tokio, la más importante feria del sector textil en Japón, mercado que está en franca recuperación y que tiene particular preferencia por los productos textiles de origen europeo. La colección *Gierlings Velpor* otoño/invierno 2013/14 sigue favoreciendo el segmento medio-alto, manteniendo la calidad y la inversión en creatividad, a través de nuevas texturas, diseños y materiales. La inversión en Japón forma parte de la apuesta estratégica por las nuevas geografías. También para la presentación de la colección otoño/invierno 2013/14, *Gierlings Velpor* estuvo en la Première Vision de París, en la Moda In de Milán y en la Munich Fabric Start de Múnich.



# MIRABILIS

---

## UN VINO DE ENSUEÑO



[WWW.QUINTANOVA.COM](http://WWW.QUINTANOVA.COM)

---

Tras tres años de investigaciones, ¡la perseverancia por fin ha dado su fruto! Quinta Nova ha descubierto la materia prima ideal: uvas procedentes de pequeños viñedos muy antiguos en los que predominan las castas Viosinho y Gouveio, y otras diversas castas de pequeña producción, ya casi inexistentes en la región. Son viñedos con una producción muy escasa, de zonas clasificadas como de transición entre los suelos pizarrosos y graníticos. Las uvas de estos viñedos aportan a los mostos una autenticidad sublime, en la que la frescura y el aroma se acentúan de manera natural. El Mirabilis es un vino con de gran estructura, concebido para mantenerse en botella en perfectas y excelentes condiciones durante muchos años. Con una extremada elegancia, donde se entrelazan la frescura y la acidez, resulta difícil resistirse. Su nombre procede del latín y significa "algo maravilloso", además de ser la denominación que recibe una flor de las regiones subtropicales de América.