



# NEWS

ENE/MAR 2013, AÑO 30, N.º 1

CORTICEIRA AMORIM INAUGURÓ  
LA MÁS SOFISTICADA UNIDAD  
INDUSTRIAL DE TAPONES EN EE.UU.



# TAPÓN DE CORCHO

## EL PREFERIDO

---



### El 94%

de los consumidores de vino de EE.UU. prefiere el tapón de corcho natural y, de estos, el 93% considera que esta solución es sinónimo de vino de calidad

Fuente: Tragon Corporation

### El 89,3%

de los aficionados franceses al vino prefiere el tapón de corcho en detrimento de cualquier otro tipo de cierre y, de estos, el 89,8% indica que el tapón de corcho conserva todos los aromas de la bebida

Fuente: Ipsos

### El 92%

de los consumidores españoles prefiere los tapones de corcho para las botellas de vino y de cava, y el 86% considera que el tapón de corcho conserva mejor las propiedades del vino

Fuente: Proyecto Cork

### El 90%

de los aficionados italianos al vino considera que el ritual de abrir una botella de vino y oler un tapón de corcho hace más agradable el consumo de vino y, de estos, el 74% asocia el tapón de corcho a la calidad del vino

Fuente: Demoskopia

## SUMARIO

4

Nueva identidad corporativa para Korko Selection y Korko

Amorim Cork Composites y Amorim Isolamentos en Ecobuild

Amorim Cork Composites promociona marcas en Frankfurt

5

Amorim Cork Composites invierte en digital

Máxima calificación para AcoustiCork



6

Productores del nuevo mundo vinícola vuelven al tapón de corcho natural

7

El Douro como nunca lo ha visto...

Un nuevo "Conceitus" en restaurantes

8

Vencedores del WSET distinguidos

Corticeira Amorim refuerza la inversión en EE.UU.

9

Tapones de corcho Amorim en una edición especial de Châteauneuf-du-Pape

Corticeira Amorim entre las diez empresas más innovadoras de Europa

10

Obras de referencia de Amorim Revestimientos

Amorim Benelux elegida "Proveedor del año"

Amorim Revestimientos presenta novedades Wicanders en BAU...

11

...y está presente en diversos certámenes internacionales

12

Francia regula los VOC y Amorim Revestimientos obtiene la máxima nota

Amorim Revestimientos da vida a la "Sauna Lusa"

EcorkHotel de Évora con aglomerado de corcho de Amorim Isolamentos

13

Diseño premiado en Polonia

Sou Fujimoto arquitecto del Serpentine Pavilion 2013



Miguel Vieira Baptista Mentor Prize de Audi

Bouroullec designers of the year 2013

Ronan & Erwan Bouroullec para BMW i

14

Marie Blaise @ Domaine de Boisbuchet UNCORK

Los Pedrita organizan un nuevo taller de corcho

El corcho en el Programa del Máster Design Products del Royal College of Art

## EDITORIAL

Productos de belleza o fármacos con corcho, componentes para naves espaciales con rumbo a Marte, aplicaciones completamente innovadoras o tapones que contribuyen a luchar contra la falsificación de vinos son algunos de los ejemplos de los proyectos de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) de Corticeira Amorim, una empresa con 143 años de historia.

Una historia que da vida a una actividad basada en un recurso natural, el corcho, cuya extracción no solo respeta sino que favorece el equilibrio y viabilidad de un ecosistema único (la dehesa de alcornoque). Y una historia solo posible porque, a lo largo de los años, la empresa ha demostrado capacidad de anticipación, adaptación e innovación.

En los últimos años, destacan los siguientes indicadores que reflejan la apuesta de la empresa por I+D+i:

**21** solicitudes de patentes presentadas en los últimos cinco años.

**43** proyectos de I+D llevados a cabo durante 2012, con la implicación de 100 empleados.

Más de **53.000** horas dedicadas a actividades de investigación en 2012.

**1.200** ideas presentadas por los empleados en el ámbito del programa de innovación CORK.IN.

Como resultado de esa apuesta, se ha asistido al reconocimiento público de Corticeira Amorim en materia de I+D+i, de la que son ejemplos:

**Premio COTEC Inovação** concedido a la gama de productos CORKsorb.

**Premio Kaizen Lean**, del Kaizen Institute, concedido a la unidad de negocios Tapones en la categoría "Excelencia en la productividad", que distingue una arraigada cultura de continua mejora y de aumento de la eficacia.

**Premio HolzLand** concedido al FastConnect® (nueva tecnología de conexión rápida y fácil) de los revestimientos Wicanders®.

Participación en el **12.º European Forum on Eco-innovation – Scaling-up Sustainable Construction through Value Chain Innovation 2012**, un evento de la Comisión Europea, celebrado en Ámsterdam, en el que Corticeira Amorim se presentó como *case study* en el ámbito de la construcción sostenible.

**Premio internacional Crystal Cabin Award** atribuido al proyecto LIFE (*Lighter, Integrated, Friendly and Eco-Efficient aircraft cabin*), en la categoría *Visionary Concepts*, en el que el confort térmico y acústico, proporcionado por la utilización de paneles sándwich CORECORK, es uno de los aspectos innovadores del interior proyectado para la aeronave.

Nombramiento de Corticeira Amorim para **la final de la edición 2012/2013 de los European Business Awards**. La empresa fue seleccionada para el TOP 10 en la categoría de Innovación, un reconocimiento que premia la excelencia asociada a la innovación, siempre con el máximo respeto por rigurosos principios éticos.

Los empleados forman parte de este éxito. Los nuevos capítulos de la ya centenaria historia de Corticeira Amorim y del corcho seguirán dependiendo mucho de su actuación, la cual, estamos convencidos, seguirá teniendo como resultado la creación de valor para las diferentes partes implicadas y para el bienestar (económico, social y medioambiental) de las generaciones futuras.

Un saludo cordial,

**Nuno Barroca**  
Vicepresidente 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.expressao.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



## NUEVA IDENTIDAD CORPORATIVA PARA KORKO SELECTION Y KORKO

Amorim Cork Composites, en una estrategia de consolidación en el mercado de bienes de gran consumo, dispone de nuevos catálogos para las marcas Korko Selection y Korko. Estas propuestas responden a la reformulación de gama y marcas, que define una identidad única para cada una de las insignias.

Los productos Korko, concebidos para *Home & Organizer* y disponibles en el canal de gran consumo, disponen de funcionalidad, diseño contemporáneo y calidad, además de ser respetuosos con el medioambiente. Korko Selection, dirigida a *Home* y disponible en canales minoristas seleccionados, es el resultado de una cuidada selección de objetos de diseño para la casa. Inspirada en el estilo contemporáneo, en el que la elegancia se alía a la funcionalidad y la estética resulta práctica, esta colección se integra armoniosamente en el día a día de una casa. Desde utensilios y útiles de cocina a artículos que simplifican las rutinas, todos los productos Korko Selection son el resultado de la depuración de un proceso único de búsqueda del objeto perfecto.

## AMORIM CORK COMPOSITES Y AMORIM ISOLAMENTOS EN ECOBUILD

Ecobuild es una feria anual de construcción –celebrada entre el 5 y el 7 de marzo en Londres– en la que se promocionan productos sostenibles entre un público objetivo muy especializado, principalmente del Reino Unido. Dada la afinidad con la actividad de Corticeira Amorim, cuya segunda mayor área de actuación es la construcción, la empresa estuvo representada a través de dos unidades de negocios.

Amorim Cork Composites (ACC) participó con el objetivo de maximizar la promoción de las soluciones de aislamiento acústico ACOUSTICORK y la emulsión para la cobertura de fachadas CORKWALL. Cabe destacar que ACC fue una de las cinco organizaciones que despertó mayor curiosidad entre un grupo de arquitectos VIP invitados al evento.

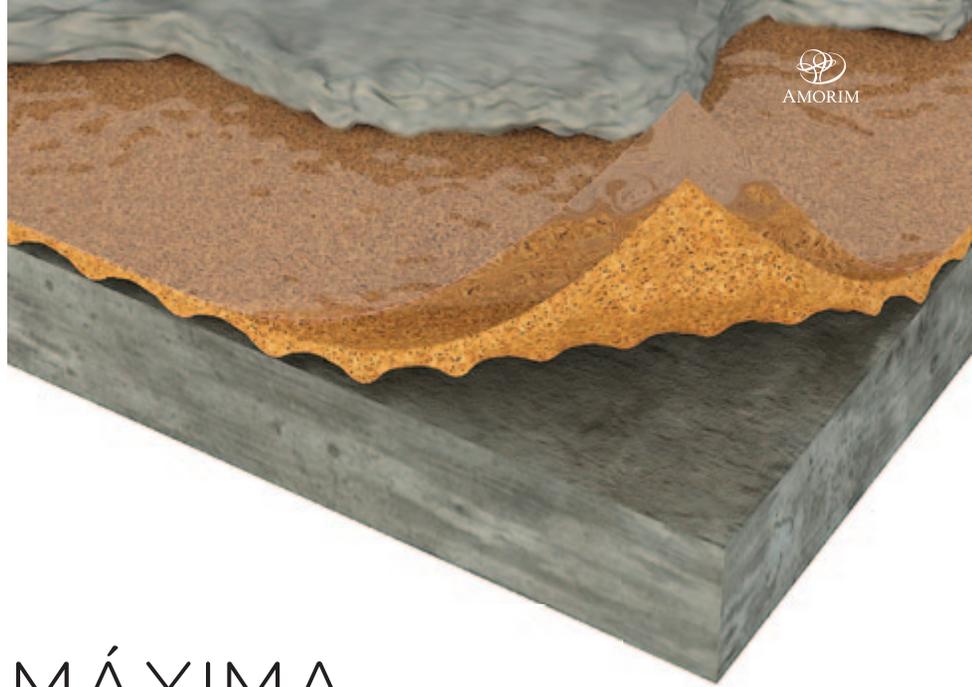
A su vez, la presencia de Amorim Isolamentos se realizó en colaboración con Secil Argamassas y el evento sirvió de plataforma para presentar las soluciones constructivas de aislamiento exterior (ETICS) con aglomerado expandido (AISOL) y las argamassas Secilvit Cork y ecoCork cal hidráulica con incorporación de granulados de corcho de Amorim Isolamentos, un sistema que garantiza la eficacia térmica basado en materiales naturales. También se presentaron las diversas soluciones de aislamiento térmico y acústico con aglomerados de corcho, entre las que destacan el MDfachada como solución de aislamiento exterior.



## AMORIM CORK COMPOSITES PROMOCIONA MARCAS EN FRANKFURT

A principios de año, Amorim Cork Composites (ACC) estuvo presente en dos de los mayores eventos del sector: la Exposición de tendencias de la feria Ambiente y Paperworld, en Frankfurt. Ambiente está considerada la mayor feria mundial del sector y Amorim Cork Composites aprovechó la iniciativa para promocionar las marcas MATERIA, Korko Selection y Korko. Durante los cinco días del evento, más de 300 personas, de 39 países diferentes, tuvieron contacto con los productos y colecciones de las tres marcas.

En Paperworld, la empresa presentó las nuevas colecciones Neon y Taylor, de la marca Korko, y también el nuevo producto WallCork Paper, de la marca Cork4u. También se presentaron las soluciones CORKFabrics, que suscitaban bastante interés y atrajeron a numerosos visitantes al stand de ACC. CORKFabrics es una innovadora línea de productos de corcho, que resulta de la introducción en el sector de nuevas técnicas de impresión y del empleo de la tecnología de laminado/pegado de productos complementarios del corcho, que potencia la ampliación del ámbito de utilización del corcho a nuevas aplicaciones que tradicionalmente utilizan el textil y el cuero.



## AMORIM CORK COMPOSITES INVIERTE EN DIGITAL

La empresa Corticeira Amorim está reforzando su apuesta por el posicionamiento *online*, a través de un nuevo concepto de website basado en la máxima *Reinventing how cork engages the world*.

En [www.amorimcorkcomposites.com](http://www.amorimcorkcomposites.com) es posible acceder a una variada cartera de productos y a sus respectivas marcas (18 en total), que reúnen el potencial de aplicación del corcho y el liderazgo de la empresa en el desarrollo de soluciones pioneras y de verdadero valor añadido para el mercado. Además de la concentración de una amplia cartera de marcas, hasta ahora dispersas en diversas plataformas web, la nueva página refuerza el posicionamiento de Amorim Cork Composites. Sostenible e innovadora, la empresa se diferencia por su carácter tecnológico y por su continua valorización del corcho, a través de la incorporación de otros materiales.

## MÁXIMA CALIFICACIÓN PARA ACOUSTICORK

Los productos ACOUSTICORK U32 y U68, de Amorim Cork Composites, destinados al aislamiento de morteros, han obtenido la calificación A+ concedida por el BRE (*Building Research Establishment*) de Londres, en una evaluación *Environmental Product Declaration* (EPD). Este reconocimiento llega después de que los mismos productos obtuviesen la misma certificación para las gamas de subpavimentos con anterioridad.

Los productos se sometieron con éxito a un estudio de análisis de ciclo de vida del BRE, que determinó el impacto medioambiental inherente a su utilización, desde la materia prima pasando por la producción hasta el final de la vida útil del producto. Esta distinción del aislamiento de morteros ACOUSTICORK con la nota máxima A+ es una prueba, según las normas internacionales, de su excelente rendimiento medioambiental y permite el reconocimiento y evaluación de sistemas como el BREEAM (*Building Research Establishment Environmental Assessment Method*). Cabe mencionar, a modo de ejemplo, que todos los edificios públicos del Reino Unido se evalúan según el marco normativo de referencia BREEAM.

# PRODUCTORES DEL NUEVO MUNDO VINÍCOLA VUELVEN AL TAPÓN DE CORCHO NATURAL

Australia, EE.UU., Nueva Zelanda y Sudáfrica son algunos de los mercados de vino en los que, recientemente, varios productores han anunciado el retorno al tapón de corcho natural.

Haselgrove, una productora australiana de vinos *premium*, fue una de las últimas bodegas que comunicó su decisión de volver a utilizar el tapón de corcho, después de un periodo de prueba con tapones de rosca (*screwcap*). El motivo de este cambio se debe a la necesidad de contar con un tapón que contribuya al correcto desarrollo de sus vinos, algunos de ellos vendidos a casi 90 euros la botella.

Además, el cambio permitirá sacar partido del reconocido factor de venta que el tapón de corcho aporta en China, uno de los mayores mercados mundiales en términos de potencial de crecimiento del consumo de vino. Según Ryan Kinghorn, director general de Haselgrove, **«El corcho es el único tapón que permite posicionar mi vino como *premium* en ese mercado. (...) Para nosotros, Corticeira Amorim ha sido un líder en la innovación de la calidad del producto y, por eso, confiamos en la utilización de corcho en nuestras botellas de vino, no solo en los lotes que enviamos para exportación, sino también para los destinados a consumo interno».**

En 2011, el productor Klein Constantia, de Sudáfrica, decidió volver al corcho en su Perdeblokke Sauvignon Blanc 2010, después de utilizar durante tres años tapones de rosca. El enólogo de la marca en aquel momento, Adam Mason, resumió esta decisión de la siguiente forma: **«Al embotellar con tapones de rosca estábamos restando calidad al vino».**

En Australia, Rusden Wines, tras cinco años utilizando tapones de rosca, también decidió regresar al corcho. **«Resultó evidente que el corcho es lo mejor para nuestros vinos»**, resume el enólogo Christian Canute, que también añade que es la única forma de superar los problemas de reducción de aromas, que se producían con los *screwcaps*.

En Nueva Zelanda, histórica defensora de los tapones artificiales, también se están dejando notar movimientos semejantes. Tony Bish, enólogo de Sacred Hill, considera que una de las principales ventajas del corcho, frente a los tapones alternativos, es la seguridad que ofrece para los vinos destinados a largos periodos de conservación. Bish reconoce que, en los últimos años, **se ha asistido a una enorme evolución en lo que respecta a la calidad de los tapones de corcho y eso ha hecho que muchas marcas consideren su regreso a esta solución natural.**

*Reconocimiento  
de las imbatibles  
credenciales  
técnicas y de  
sostenibilidad  
del tapón  
natural*





«Resultó evidente que el corcho es lo mejor para nuestros vinos»

Christian Canute, enólogo



## EL DOURO COMO NUNCA LO HA VISTO...

Quinta Nova se distingue por la innovación y la forma creativa en la que sorprende a sus clientes. Reflejo de esa posición son los nuevos servicios que permiten a todos los visitantes enriquecer su conocimiento de la región, con un paseo en un barco clásico, en un velero o, incluso, en helicóptero. Entre programas sencillos y complejos, con momentos enogastronómicos, la región tiene otro encanto cuando se ve desde el río o el cielo.

## UN NUEVO “CONCEITUS” EN RESTAURANTES

Conceitus, el joven restaurante de Quinta Nova, apuesta por los sabores locales y productos de temporada para conquistar clientes, un concepto que ha cautivado a muchos amantes de la gastronomía en este nuevo espacio que, desde su apertura en mayo, ha registrado una creciente afluencia.

Cualquier visitante puede llevar sus propios vinos y degustarlos en armonía con los menús —sin pagar descorche—, probar las novedades del año a precio de bodega, escoger un vino del botellero histórico u optar por una botella magnum.

Esta mejora en términos de calidad final de los tapones de corcho, que productores y consumidores reconocen y valoran, estuvo liderada, a partir de finales de los años 90, por Corticeira Amorim. Desde aquel entonces comenzó a formar equipos internos de Investigación y Desarrollo (I+D) e invirtió en tecnología puntera con el objetivo de garantizar la calidad del producto. Como curiosidad, Corticeira Amorim dispone de 16 cromatógrafos que permiten realizar el análisis químico más sofisticado del mundo y, solo en la última década, ya ha invertido más de 50 millones de euros en I+D+i.

Actualmente, los principales críticos de vino del mundo reconocen el tapón de corcho como referencia de calidad. **En China, los sondeos indican que casi la totalidad de consumidores de vino asocian los tapones de rosca con vinos de baja calidad y, según un estudio de Tragon Corporation, el 93% de los consumidores norteamericanos creen que el tapón de corcho aporta al vino un estatus de calidad.**

En lo que respecta al mercado de EE.UU., según la consultora AC Nielsen, entre las 100 marcas de vinos más vendidas en este país, el valor medio de una botella con tapón de corcho es 1,10 dólares superior con respecto a las que utilizan tapones artificiales, lo que demuestra que el corcho añade valor al vino, un valor reconocido por el consumidor.



## VENCEDORES DEL WSET DISTINGUIDOS

En el ámbito de la colaboración establecida con Wine & Spirit Education Trust, Corticeira Amorim patrocinó dos becas de estudio de esta afamada institución de enseñanza del Reino Unido, especializada en formación técnica de vinos y bebidas espirituosas.

Una vez terminada la formación, Carlos de Jesus, director de Marketing y Comunicación de Corticeira Amorim, estuvo en la ceremonia de entrega de premios, en el Guildhall, en Londres, y, junto con la experta en vinos Jancis Robinson, entregó el certificado a Pierre Brunelli, del restaurante London Greenhouse.

A él se sumará Sebastien Nickel, el otro vencedor de la beca de estudios, para realizar una visita a Portugal, donde tendrán la oportunidad de conocer la dehesa, la industria del corcho y todos los factores diferenciadores que contribuyen a su condición de tapón preferido.

WSET es la mayor entidad mundial de formación y calificación de vino y bebidas espirituosas. Cuenta con más de 500 socios de formación, en 60 países. En el último curso, certificaron a más de 43.000 estudiantes.



# CORTICEIRA AMORIM REFUERZA LA INVERSIÓN EN EE.UU.

Amorim Cork America inauguró en febrero su nueva unidad de ventas y distribución, localizada en el centro de Napa Valley. El proyecto, que cuenta con más de 13.500 m<sup>2</sup> de superficie total y 5.000 m<sup>2</sup> de superficie cubierta, es el más moderno e innovador del mundo.

*«La construcción de este centro forma parte de nuestra estrategia de inversión en el mercado vinícola norteamericano y, obviamente, en la industria del tapón de corcho. En los últimos años hemos experimentado un crecimiento del orden de los dos dígitos, fruto de la preferencia del tapón de corcho por parte de los productores vinícolas locales y, naturalmente, de los millones de consumidores», explica Pedro Fernandes, director general de Amorim Cork América.*

La sostenibilidad medioambiental ha sido uno de los pilares en el desarrollo de la nueva unidad industrial. Además de primar la iluminación natural, se utilizaron, en la medida de lo posible, materiales de construcción ecológicos y también se invirtió en soluciones de reciclaje.

Actualmente, EE.UU. es el mayor mercado consumidor de vino y ha superado a otros países históricamente más representativos, como Italia o Francia. El comienzo de la presencia de Corticeira Amorim en ese mercado se remonta a 1991, fecha en la que comenzó la cooperación con el grupo norteamericano GTS (Global Technologies System), para la producción, comercialización y distribución de productos de corcho con caucho.

## TAPONES DE CORCHO AMORIM EN UNA EDICIÓN ESPECIAL DE CHÂTEAUNEUF- DU-PAPE

Con motivo de la realización de la tercera edición de la feria de vinos "Les Printemps du Châteauneuf-du-Pape", un grupo de jóvenes productores de vino de esta región de vinos francesa se reunió para crear una edición especial.

Compuesta por 51 grandes vinos de la cosecha de 2010, esta edición se pone ahora a la venta con precios que, en el caso de las especialísimas botellas Nabucodonosor de 15 litros, alcanzan los 1.680 €.

Para garantizar la máxima calidad de su producto, los productores seleccionaron taponos de corcho Amorim para cerrar las botellas de esta preciada edición.

Los productores, en un gesto de filantropía muy aplaudido, decidieron que el valor recaudado con las ventas de esta edición se donaría a la Fundación ICM (Institut du Cerveau et de la Moelle Épinière), que se dedica a la investigación en el área de las neurociencias y cuyo padrino es el comediante francés Patrick Timsit. Así, al adquirir una de las botellas de esta distinguida cosecha de Châteauneuf-du-Pape, los coleccionistas no solo están enriqueciendo su botellero, sino que también están apoyando la investigación médica y científica del área de las patologías neurológicas.



*«Una excelente iniciativa para promocionar los valores y principios en los que creemos en Europa: libertad, democracia, derecho a la libre expresión, mercados competitivos y sociedades abiertas».*

**José María Aznar,**  
ex-presidente  
de España

# CORTICEIRA AMORIM ENTRE LAS DIEZ EMPRESAS MÁS INNOVADORAS DE EUROPA

En la edición 2012/2013 de los European Business Awards, Corticeira Amorim fue una de las 100 empresas reconocidas con la condición de "Ruban d'Honneur". La empresa fue seleccionada para el TOP10 en la categoría de Innovación, un reconocimiento que premia la excelencia asociada a la innovación, siempre con el más estricto respeto por rigurosos principios éticos. La I+D+i ha sido desde siempre, pero con especial énfasis desde finales de los años 90, uno de los pilares estratégicos de Corticeira Amorim. Fruto de esta estrategia, la empresa cuenta con una variada cartera de productos de corcho, que suministra a las organizaciones mundiales más exigentes.

Las multinacionales Iberdrola, Ikea, Volkswagen y DHL, y las empresas portuguesas Delta, Jerónimo Martins y Portucel también resultaron recibiendo esta distinción. Las empresas que se presentaron a los European Business Awards 2012/2013 representan, en conjunto, un volumen de negocios superior al trillón de euros y 28 países, entre los que destaca la entrada de algunas geografías emergentes como Turquía, Armenia, Georgia y Kazajstán. En total, estas organizaciones son responsables de 2,7 millones de empleos en el continente europeo. Los vencedores se conocerán al final de abril, en una ceremonia que se celebrará en Estambul.

## GIERLINGS VELPOR A LA CONQUISTA DE AMÉRICA LATINA

Encuadrada en uno de los ejes estratégicos de 2013 –la expansión geográfica del negocio–, Gierlings Velpor estuvo presente en “Colombiatex de las Américas”, la mayor plataforma del sector de la moda de América Latina. El evento, que tuvo lugar en la Plaza Mayor de Medellín, permitió proyectar la empresa a través de la implicación directa y de contactos personales con potenciales clientes, representantes de ventas y aliados estratégicos.

## OBRAS DE REFERENCIA DE AMORIM REVESTIMENTOS

### **Wald-Hotel Heppe, Alemania**

900 m<sup>2</sup> de Wicanders Corkcomfort Originals en las suites y habitaciones del hotel

### **Centro de conferencias**

#### **Aura Nova, Polonia**

320 m<sup>2</sup> de Wicanders Vinylcomfort

## AMORIM BENELUX ELEGIDA “PROVEEDOR DEL AÑO”

Amorim Benelux BV ha sido distinguida, por tercera vez, proveedor del año por Parket Tree Cooperation. Este reconocimiento sucede a los de 2002 y 2009.

# AMORIM REVESTIMENTOS PRESENTA NOVEDADES WICANDERS EN BAU...



Amorim Revestimentos estuvo presente en la importante feria de Múnich, en la que, ante los más de 235.000 visitantes, presentó las novedades de la marca Wicanders, haciendo especial hincapié en las renovadas colecciones de Vinylcomfort y Parquet.

La colección Vinylcomfort dispone ahora, en su línea de uso residencial, de ocho nuevos acabados que acompañan las más recientes tendencias de diseño de interiores. Predominan los tonos claros y grises, ideales para ambientes más minimalistas y sofisticados y, también, acabados más rústicos de tonos medios, ideales para espacios con encanto y elegancia. También ha reforzado la gama de acabados de piedra con dos propuestas en tonos blancos y beis, perfectos para formar parte de decoraciones de inspiración mediterránea, a la vez que mantiene todas las características de un suelo cálido y confortable.



## ...Y ESTÁ PRESENTE EN DIVERSOS CERTÁMENES INTERNACIONALES

Después del éxito en BAU, Amorim Revestimientos participó un mes más tarde, en febrero, en el salón SAMSE, en Francia, que contó con la presencia de 3.000 visitantes, entre profesionales y consumidores finales

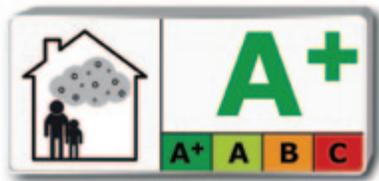
También en enero, AFNA (Amorim Flooring North America) estuvo en Surfaces 2013, en Las Vegas, donde promocionó las cuatro mayores colecciones de Wicanders: Artcomfort, Vinylcomfort, Corkcomfort y Woodcomfort. Sus dos primeras gamas tuvieron una acogida especialmente buena entre los participantes, hecho al que también contribuyó su aplicación en el pavimento del stand de la marca.

El evento también estuvo marcado por el lanzamiento de la aplicación móvil (*iPhone*, *Blackberry* y *Android*) de AFNA. La *app*, que proporciona un *link* directo a la página web y ofrece información relevante sobre las gamas, es otro paso en la estrategia de aproximación directa al consumidor y confirma el carácter innovador de la empresa.

Cabe destacar, asimismo, la introducción de la línea Registered Embossing, con ocho nuevos acabados que destacan por la perfecta sincronización entre el diseño de la textura de relieve de la superficie y la imagen óptica del acabado de madera reproducido, que intensifica la sensación de profundidad.

La gama Parquet, a su vez, apuesta por el refuerzo de acabados con superficies más elaboradas para la colección Kentucky, cuyo aspecto se distingue por la recreación de fisuras esculpidas a mano por artesanos profesionales y que recrean un aspecto gastado y antiguo de suelos seculares, ideales para dar un toque de encanto y distinción a espacios contemporáneos. La colección Parquet Classics incluye nuevos acabados de origen europeo, que enfatizan la belleza y el carácter de un suelo de madera auténtica. Se encuentra disponible en el sistema de instalación lock&fold.

BAU es la feria de arquitectura, materiales y sistemas de construcción más importante de Europa, a la que asistieron 2.060 expositores y más de 235.000 visitantes de 150 países.



## FRANCIA REGULA LOS VOC Y AMORIM REVESTIMENTOS OBTIENE LA MÁXIMA NOTA

El 1 de enero de 2012 entró en vigor en Francia una legislación que obliga a que los productos de construcción para interiores presenten una garantía de calidad sobre emisiones de compuestos orgánicos volátiles (VOC) y formaldehído. Basada en una directiva europea, que pretende garantizar la inexistencia de productos de construcción que comprometan la salud humana, esta obligación resulta extensible a todos los productos que se comercialicen en el mercado.

En este ámbito, Amorim Revestimientos procedió a la realización de las pruebas de laboratorio de todos sus productos, que obtuvieron, en su totalidad, la nota máxima A+, lo que demuestra la excelencia de la calidad en emisiones orgánicas y formaldehído.

## AMORIM REVESTIMENTOS DA VIDA A LA “SAUNA LUSA”

Se llama “Sauna Lusa” y utiliza el corcho como revestimiento. Según José Carlos Tinoco, diseñador responsable del producto, esta es una sauna única en el mundo. En la fase de construcción del prototipo, el diseñador se alió con Amorim Revestimientos para obtener el conocimiento necesario para las pruebas de laboratorio, en particular de resistencia del corcho al calor, ya que no existían datos anteriores sobre su utilización como revestimiento de saunas. «Además de las diferencias en el aspecto y en la textura, existen ventajas energéticas. El corcho es un mal conductor térmico, lo que se traduce en una disminución de la energía necesaria para que alcanzar una temperatura adecuada», explica el diseñador.

Las placas de corcho estuvieron cerca de 700 horas expuestas a temperaturas de 104° C y, como menciona José Carlos Tinoco, «el comportamiento fue ejemplar en lo que respecta a posibles dilataciones, contracciones, liberación de olores o toxicidad». Las pruebas se repitieron, esta vez con el corcho aplicado en el prototipo, y los resultados fueron positivos.

La “Sauna Lusa” acabó dando lugar a una línea de productos realizados en corcho. Es el caso del “Simbiosis”, un combinado que reúne sauna en corcho, baño turco y ducha. José Carlos Tinoco también está diseñando piezas de mobiliario e iluminación realizadas en corcho para, según él mismo dice, «completar la inclusión de la sauna» en un determinado ambiente.



## ECORKHOTEL DE ÉVORA CON AGLOMERADO DE CORCHO DE AMORIM ISOLAMENTOS

El Ecorkhotel, Évora Suites & SPA, cuya apertura está prevista para el 2.º trimestre de este año, es un cuatro estrellas superior que nace de una inversión de siete millones de euros. Compuesto por 56 suites privadas, spa, gimnasio, piscina interior y exterior, restaurante y salas de reunión, el hotel está dirigido, sobre todo, a los mercados internacionales, por su concepto de eco-resort.

La parte exterior del hotel está revestida por un total de 1.200 m<sup>2</sup> de aglomerado de corcho expandido, de la referencia MD Fachada, suministrado por Amorim Isolamentos.

La elección del aglomerado de corcho expandido como elemento preponderante en la estética del edificio conjuga plenamente con el encuadramiento paisajístico de la región, un magnífico paisaje alentejano rodeado de dehesa de alcornoque. Esta opción aportará una serie de beneficios excepcionales en lo que respecta al ahorro energético, un importante valor añadido en un hotel concebido con el objetivo de ser ecoeficiente.

## DISEÑO PREMIADO EN POLONIA

La gama de revestimientos Wicanders Flock Moonlight recibió el "Dobry Design 2013 – Good Design", atribuido por la revista de decoración polaca *Dobrze Miesz* y concedido por un jurado compuesto por un centenar de arquitectos y diseñadores de interiores. La entrega del premio se realizó en una gala celebrada en el Intercontinental Hotel de Varsovia, en diciembre.

## SOU FUJIMOTO ARQUITECTO DEL SERPENTINE PAVILION 2013

En la lista de arquitectos responsables de las increíbles construcciones que animan los jardines de la Serpentine Gallery, aparece en 2013 el arquitecto japonés Sou Fujimoto. Sou Fujimoto participó en la Cork Competition @ Boisbuchet, en la cual su destacada Cork Chair fue distinguida con una mención honorífica.



## MIGUEL VIEIRA BAPTISTA MENTOR PRIZE DE AUDI

Miguel Vieira Baptista ha sido galardonado con el premio "Audi Mentor Prize", seleccionado por los propios Bouroullec. Miguel Vieira Baptista es el diseñador de la pieza ARO para MATERIA, cork by Amorim, curated by experimentadesign. También cabe destacar que Miguel Vieira Baptista expuso en Colonia una retrospectiva de sus trabajos, incluido el ARO.

## BOUROULLEC DESIGNERS OF THE YEAR 2013

La prestigiosa revista alemana *A&W (Architektur & Wohnen)* ha elegido a los hermanos Ronan y Erwan Bouroullec "Diseñadores del año 2013". Este es un reconocimiento del magnífico trabajo de esta joven pareja de diseñadores franceses y también una confirmación de las grandes expectativas puestas en sus futuros trabajos. El corcho Amorim fue el elegido para su innovadora Vitra Cork Table, incorporándolo así al conjunto de objetos que componen el notable mundo Bouroullec.

## RONAN & ERWAN BOUROULLEC PARA BMW I

Quite Motion es el resultado de la singular colaboración entre los diseñadores franceses Ronan & Erwan Bouroullec y BMW i. Una instalación que interpreta la idea de movilidad sostenible, en una experiencia suave, que invita a los espectadores a sentarse o a descansar, a caminar o a quedarse, ya sea en conjunto o individualmente. El corcho Amorim es un material básico en esta instalación que se presentará en el Salone del Mobile, del 9 al 14 de abril, en la Facoltà Teologica, Via dei Cavalieri del Santo Sepolcro, Milán.





MARIE BLAISSE  
@ DOMAINE DE  
BOISBUCHET  
UNCORK

Del 7 al 13 de julio, este taller se centrará en el auténtico y preciso proceso desde el material hasta la forma, presentando el corcho como un material con cualidades fascinantes y aplicaciones desafiantes. Se invita a los participantes a seguir el proceso creativo de la naturaleza, a explorar sus propias fuentes de inspiración y a crear una forma propia de trabajar con el corcho. El taller está organizado en cooperación con Corticeira Amorim.

## LOS PEDRITA ORGANIZAN UN NUEVO TALLER DE CORCHO

*Heart of the Matter* es el nombre del taller, que tendrá lugar en Domaine de Boisbuchet, del 25 al 31 de agosto de 2013. Bajo el lema "Para los verdaderos fans del corcho y entusiastas de la creatividad", este tercer taller creativo conducido por los Pedrita invita al desarrollo de nuevos productos, en los que el corcho aparezca no solo como un sustituto de otro material o con una función decorativa, sino como la solución en sí misma.



## EL CORCHO EN EL PROGRAMA DEL MÁSTER DESIGN PRODUCTS DEL ROYAL COLLEGE OF ART

Como parte de un nuevo módulo de estudio, un grupo de talentosos alumnos del programa *Design Products* del Royal College of Art ha creado una serie de innovadores diseños con corcho. Esta iniciativa es resultado de una asociación entre el Royal College of Art y Corticeira Amorim. La última colaboración con destacadas instituciones internacionales forma parte de la constante estrategia de Amorim de transformar el corcho en un material presente en los principales proyectos de diseño y arquitectura.

Carlos de Jesus, director de Marketing y Comunicación de Corticeira Amorim, destaca la importancia de esta iniciativa para el desarrollo de nuevas aplicaciones y de nuevos mercados para el corcho natural: «El Royal College of Art ofrece una formación en diseño de reconocido prestigio internacional. Esta cooperación es una oportunidad para que una comunidad de estudiantes competente y prometedora entre en contacto con el corcho, dándole la oportunidad de descubrir las propiedades, posibilidades y características de este material».



El programa del máster *Design Products* se encuentra estructurado en unidades temáticas o “plataformas”. La unidad que participa en la nueva colaboración es la Plataforma 15, que reta a los estudiantes a que exploren directamente materiales a través del proceso y a que diseñen para la producción. Se centra en la sutil esencia de los objetos y en la comprensión de los contextos. Requiere un gran interés por la cultura visual y la estética, con el fin de crear un diseño relevante, valioso y bello. Bajo el lema “Yo soy 7 mil millones”, se retará a los estudiantes a que diseñen un producto o aplicación con el corcho como base que resulte útil, relevante, que cuente con una estética refinada y que pueda producirse en serie y comercializarse en cualquier parte del mundo. Como premisa, destaca la relación dialéctica entre el material (corcho) y su utilización propuesta.

De acuerdo con Harry Richardson y Max Lamb, tutores del programa *Design Products* y coordinadores de la Plataforma 15: «El patrocinio de Amorim nos ha permitido llevar a cabo un desafiante y estimulante periodo de investigación para evaluar la utilización de un material destacado para el diseño de productos. En muchos sentidos, el corcho es un punto de partida excelente para considerar productos futuros, que cuenta con un gran abanico de atractivas propiedades que permiten muchas soluciones imaginativas. Resulta interesante ver cómo la mayoría de las ideas y productos resultado de la investigación no solo son innovadores y se adaptan perfectamente a su función, sino que también ofrecen una visión de producción sostenible».

La inclusión de un módulo dedicado al corcho representa la primera fase del proyecto desarrollado en cooperación con el Royal College of Art. Dos meses después de la fecha de lanzamiento del proyecto ya se han presentado los primeros prototipos, que reflejan claramente el alto nivel de conocimiento técnico y teórico de los alumnos, así como el entusiasmo que el corcho despierta en ellos. A la vista de los resultados iniciales, Carlos de Jesus afirma que «se ha propuesto un abordaje diferenciador en cuanto al uso del corcho y una serie de interesantes soluciones para sectores tan diferentes como la automoción, la acuicultura, la construcción y el diseño de interiores».

# ACOUSTICORK

ACOUSTICORK  
AMPLÍA LA GAMA  
DE PRODUCTOS  
CON GARANTÍA A+



ESTOS SUBPAVIMENTOS  
Y AISLANTES DE MORTEROS  
CUENTAN CON LA CLASIFICACIÓN A+

