



NEWS

JAN / MÄRZ 2014, JAHR 31, NR. 1



KORK STEHT SYNONYM FÜR
DIE QUALITÄT EINES WEINES

BOTE ABENTEUER UND SPASS ZUR BADEZEIT

MATERIA® CORK BY AMORIM

Bestehend aus einem Rumpf aus Kork in Kunststoff, einem Segel, einer Reihe von Schornsteinen und einer Kajüte sprengt BOTE die Grenzen der Vorstellungskraft und nimmt Sie mit auf seine Reise.

Dieses unbezwingbare Spielboot ist der perfekte Begleiter in turbulenten Gewässern, Stürmen und bei Piratenangriffen! Egal wie gefährlich die Reise ist, die Schwimmfähigkeit von Kork garantiert, dass BOTE immer wieder an die Oberfläche gelangt, bereit für neue Abenteuer.



Kork gehört zu den Materialien, die in Form von Weinkorken einen festen Platz in unseren Kindheitserinnerungen einnehmen. Korken waren für uns ein fantastisches Spielzeug, während sich die Erwachsenen endlosen Mahlzeiten hingaben. Bereits damals gehörte es zu unseren Lieblingsspielen, einen Korken, einen Zahnstocher und ein Blatt Papier in ein kleines Segelboot zu verwandeln ... Mit diesem Gedanken im Hinterkopf haben wir uns instinktiv die schwimmenden Eigenschaften von Kork zunutze gemacht, um die Kollektion MATERIA um das Objekt BOTE zu erweitern.

Grégorie Jeanmonod, Elric Petit und Augustin Scott de Matinville, BIG GAME.

INHALT

4

Kork steht synonym für die Qualität eines Weines

5

Wine Vision 2013

6

Naturkorken auf der Bühne des Design Museum in London

Teilnahme von Corticeira Amorim an Veranstaltungen des portugiesischen Weinpanoramas

7

Intercork II fördert Kork auf 9 Märkten

8

Wicanders präsentiert Neuheiten für 2014 auf der Domotex

Wicanders gewinnt internationale Preise

Zeebe-Preis – Floor to Ceiling 2014

9

Amorim Flooring bietet phtalatreie Lösung für stark beanspruchte Oberflächen

Referenzbauwerke

Amorim Flooring North America erweitert Geschäftsportfolio

10

„Casa no Futuro“ (Haus in der Zukunft) aus Kork

Acousticork U90 ist Material erster Wahl für Gebäude in Malaysia

Internationale Presse widmet sich Soul Mate (Seelenverwandter) und Matéria



11

Kork in Hauptrolle bei den Spezialeffekten von Captain America 2 und Transformers 4

Skateboard aus Kork

12

Kork auf Hauptbühne der Modalisboa

Gierlings Velpor betritt das Segment der Kreuzfahrt- und Passagierschiffe

13

Korkkleid bei den Drinks Retailing Awards in London

Corticeira Amorim unterstützt Hommage an Manoel de Oliveira

Effisus E-cork-System für Sanierung des Sitzes der Bank Millennium BCP gewählt

14

Quinta Nova von Drinks International zum besten Weinzentrum gewählt

15

Neuheit: Pomares Gouveia

Önologe für einen Tag

Quinta Nova weitet internationales Vertriebsnetz aus

16

Freiwillige von Corticeira Amorim pflanzen 2014 Eichen und Korkeichen

EDITORIAL

Heute kann man sagen, dass sich der Kork gegen eine ganze Kette von Schwierigkeiten durchsetzen konnte, die zu so widrigen Umständen führten, dass man bereits den Untergang der Branche prophezeite.

Aber die Antwort ließ nicht lange auf sich warten: Forschung & Entwicklung, Innovation, die konsistente Verbesserung der Qualität und die Hartnäckigkeit bei der internationalen Verteidigung eines der größten Vermögen des Landes haben es möglich gemacht, dass sich der Kork zunehmend als Verschluss erster Wahl behaupten konnte.

Im Verlauf der letzten 15 Jahre hat Corticeira Amorim die größten Investitionen in der Geschichte der Branche angeführt. Die Verwendung von Spitzentechnologien und zahlreiche Partnerschaften mit wichtigen Institutionen aus dem Bereich F&E haben die technische Performance des Produkts erhöht und es noch zuverlässiger gemacht, während gleichzeitig die Entwicklung neuer Produkte für das Popular-Premium-Segment bedeutende Wettbewerbsvorteile möglich machte.

Wenn wir zu diesen Faktoren noch die ökologischen Vorteile des natürlichen Verschlusses – Parameter, auf die derzeit sowohl in der Weinbranche als auch bei den Verbrauchern großer Wert gelegt wird – sowie die Fähigkeit von Kork hinzuzufügen, den Produkten, in denen er verwendet wird, einen zusätzlichen Mehrwert zu verleihen, so ist es ganz natürlich, dass der Naturkorken als Maßstab des Marktes für Verschlüsse gilt, nach dem alle anderen Verschlüsse bewertet werden.

Corticeira Amorim engagiert sich auch weiterhin dafür, dass sich der Naturkorken als Verschluss erster Wahl behaupten und Marktanteile von alternativen Verschlüssen hinzugewinnen kann. Dabei macht sich das Unternehmen den deutlichen Vorzug der Verbraucher zunutze, der auf allen Weinmärkten zu beobachtet ist.

Auch in den übrigen Tätigkeitsbereichen wird die gewohnte Dynamik aufrechterhalten: bei den Verbundagglomeraten wurden neue Lösungen und Verbundstoffe präsentiert, die sich optimal für Partnerschaften in den Bereichen Verkehr und Bau eignen; Amorim Flooring konnte mit einer beachtlichen Verkaufssteigerung bei den Produktlinien ArtComfort und VinylComfort die Strategie für Bodenbeläge und Wandverkleidungen konsolidieren und verzeichnet derzeit große Erfolge auf Märkten wie den USA und Deutschland; und auch die Dämmstoffe erobern weiterhin neue Märkte, da ihre zu 100 % natürlichen Lösungen sowohl aufgrund ihrer Leistungen als auch aus optischen Gründen zunehmend Interesse wecken und Kork zum Material erster Wahl für natürliche Häuser machen, ein Konzept, das sich steigender Beliebtheit erfreut.

Wir wissen, dass uns die Zukunft vor immer neue Herausforderungen stellen wird; die Eigenschaften des einzigartigen Materials, das unserer Geschäftstätigkeit zugrunde liegt, die erstklassige Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen sowie die Professionalität und Begeisterung des gesamten Unternehmens für seine Mission lassen uns mit Zuversicht in die Zukunft blicken.

Mit herzlichen Grüßen

António Rios de 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



KORK STEHT SYNONYM FÜR DIE QUALITÄT EINES WEINES

Verbraucherumfragen zeigen, dass sich der Naturkorken auf den verschiedenen Märkten – USA, Australien, Deutschland oder China – als beständiges und starkes Verkaufsargument erweist

Die Ergebnisse einer Studie über den Markt der Verschlüsse, die von Tragon, einem in den USA führenden Beratungsunternehmen für Umfragen durchgeführt wurde, deuten darauf hin, dass die Korkindustrie sehr gute Aussichten hat. Im Allgemeinen – und in einigen Ländern sogar unerwartet – gilt der natürliche Verschluss als erste Wahl für Qualitätsweine.

In Deutschland identifizieren 93 % der Verbraucher den Naturkorken als ein Zeichen für höhere Qualität. In Australien beträgt dieser Wert zwar nur noch 85 %, er ist aber insofern von enormer Bedeutung, als es sich dabei um eines der Länder handelt, in denen der Aufstieg der künstlichen Verschlüsse seinen Anfang nahm. Diese Tatsache spiegelt sich selbstverständlich in einem höheren Preis der mit Kork abgefüllten Weine wider, ganz entsprechend der Studie von AC Nielsen in den USA, derzufolge die Weine mit Naturkorken an der Verkaufsstelle zu höheren Preisen verkauft werden, wobei der Preisunterschied bis zu 1,10\$/Flasche betragen kann.

Auch in den USA wird der natürliche Verschluss weiterhin als sehr positiv wahrgenommen, wobei sich dieses Gefühl seit 2004, dem Jahr, in dem Tragon diese Studie zum ersten Mal durchführte, noch verstärkt hat. Ähnlich wie in Deutschland glauben 93 % der nordamerikanischen Verbraucher, dass Kork synonym für einen Qualitätswein steht, und 50 % der Befragten dieses Marktes – dem größten Weinmarkt der Welt – geben an, dass Schraubverschlüsse eine Lösung für Weine von geringer oder sehr geringer Qualität sein können.

Im diesem Zusammenhang glauben nur 11 % der nordamerikanischen Verbraucher, dass ein Wein von hoher Qualität mit einem Schraubverschluss verkauft werden kann.

In Australien wird der Naturkorken im Vergleich zur Situation vor 10 Jahren zunehmend für Anlässe bevorzugt, bei denen der durchschnittliche Verkaufspreis höher ist, vor allem für besondere Anlässe oder Abendessen, bei denen Tafelweine weniger akzeptiert sind.

Ähnliche Ergebnisse einer vor Kurzem in China präsentierten Studie bekräftigen diese Schlussfolgerungen. Die Studie wurde von O-I in Partnerschaft mit Ubifrance durchgeführt und die Ergebnisse fielen für den Kork äußerst günstig aus. Auf diesem Markt zeigen sowohl Fachleute als auch Verbraucher eine vollkommene Abneigung gegen Kunststoffverschlüsse – die keine Dichtheit garantieren und einige der Aromen des Weins zunichte machen – ebenso wie gegen Schraubverschlüsse – die den Geschmack des Weins verfälschen.

„Auf allen Märkten nimmt der Verbraucher Weine mit Naturkorken als qualitativ hochwertiger wahr als Weine, die mit Schraubverschluss verschlossen sind“ betont Rebecca Bleibaum, Befragterin von Tragon und eine der Rednerinnen auf der Wine Vision, einer wichtigen internationalen Konferenz zum Thema Wein, an der auch António Rios de Amorim als Redner einer Sondergruppe zum Markt der USA teilnahm.

Die von William Reed Business Media organisierte Wine Vision gilt bereits als größte internationale Weinkonferenz, und die Themen reichen von Fusionen und Übernahmen über aufstrebende Märkte und das Wiederaufleben von Kork bis hin zum Weinkonsum in Asien. Drei Tage lang debattierten mehr als 80 Redner über das weitere Vorgehen, das über die Zukunft der Branche entscheiden wird. Auf der Rednerliste standen Namen wie Christophe Salin (Les Domaines Baron de Rothschild), Rick Tigner (Jackson Family Wines), Christian Seely (AXA Malesimes), Margaret Henriquez (Krug – Maison de Champagne), Adrian Bridge (The Fladgate Partnership), Paul Symington (Symington), Ted Baseler (Ste. Michelle Wine Estates) Dennis Canute (Rusden Wines), David Pearson (Opus One Winery), Miguel Torres und Piero Antinori.



WINE VISION 2013 „Shaking up the wine industry“

Im Gespräch mit António Rios de Amorim:

„Diese Konferenz ist einzigartig. Unsere Teilnahme hat es uns ermöglicht, näher an den Geschehnissen und Herausforderungen zu sein, die die aktuelle Situation der Weinbranche prägen.“

„Naturkorken verfügen über Vorteile in technischer Hinsicht, in Bezug auf Preis und Nachhaltigkeit sowie bei der vom Verbraucher eindeutig identifizierten Wahrnehmung des Wertes.“

„Der Markt der USA gehört zu denjenigen mit den höchsten Wachstumsquoten. Vor Kurzem wurde er zum weltweit größten Markt für Wein, und die amerikanischen Verbraucher haben seit jeher Weine der niedrigeren Preisklasse mit Schraubverschlüssen verbunden. Derzeit gibt es eine deutliche Präferenz – eine Studie deutet darauf hin, dass 87 % der Verbraucher Weine bevorzugen, die mit Naturkorken verschlossen sind – eine Tatsache, die sich durchaus positiv auf die Korkindustrie auswirkt.“



NATURKORKEN AUF DER BÜHNE DES DESIGN MUSEUM IN LONDON



Der portugiesische Kork zeigt sich erneut in London. Als Ergebnis einer Partnerschaft mit Corticeira Amorim kommt ihm bis zum 4. Mai ein herausragender Platz bei der Ausstellung In the Making im Design Museum zu, bei der 24 teilweise verarbeitete Objekte präsentiert werden und die Ästhetik des unvollendeten Objekts diese renommierte Bühne betritt.

Unter Leitung der international bejubelten Designer Edward Barber und Jay Osgerby fokussiert In the Making den Korken über ein teilweise verarbeitetes Stück Kork, eine Option, die die Einzigartigkeit des Verarbeitungsprozesses dieses natürlichen Rohstoffs zeigt. Auf diese Weise wird die Wahrnehmung des mit diesem edlen Objekt verbundenen Premium-Wertes intuitiv.

In ihrer Präsentation betonen Edward Barber und Jay Osgerby, dass der Naturkorken „vielleicht das schlichteste aller ausgestellten Objekte ist. Der Kork wird in Zyklen von neun Jahren von der Korkeiche geschält und braucht Zeit, um die ideale Dicke zu erreichen, bevor er zu einem Korken verarbeitet werden kann“. Und sie fügen hinzu, dass sie beschlossen haben, „die Produktion dort anzuhalten, wo erst ein Teil des Korkstücks genutzt wurde, und damit sowohl die Schönheit des Rohstoffs als auch das eigentliche Objekt zu zeigen.“

Allen ausgewählten Objekten ist ein Unterscheidungsfaktor oder eine unerwartete Eigenschaft gemein, die leichter auszumachen ist, bevor sie ihre endgültige Form einnehmen. So hält die Ausstellung einen außergewöhnlichen Augenblick in der Produktion einer Vielzahl von Objekten fest, darunter ein Tennisball oder ein Cricket-Schläger, eine Münze oder ein Geldschein und sogar ein Diamant. Auf diese Weise übermittelt die Ausstellung den faszinierenden und ständigen Dialog zwischen den Designern und dem Verarbeitungsprozess, der für ihre Arbeit so charakteristisch ist.

TEILNAHME VON CORTICEIRA AMORIM AN VER- ANSTALTUNGEN DES PORTUGIE- SISCHEN WEIN- PANORAMAS

Corticeira Amorim war auf zwei der emblematischsten Weininitiativen des Landes vertreten: bei der Gala „Melhores do Ano“ (die Besten des Jahres) der Zeitschrift „Revista de Vinhos“ und bei der Veranstaltung „Os Melhores do Ano 2013“ (die Besten des Jahres 2013) der Zeitschrift „Wine - A Essência do Vinho“.

Die erste Veranstaltung fand Anfang Februar im Lissabonner Campo Pequeno statt und widmete sich den besten portugiesischen Weinen in verschiedenen Kategorien. Corticeira Amorim sponserte „O Senhor do Vinho“ (Der Herr des Weins), einen der 19 Preise des Wettbewerbs, den der Vertriebsbeauftragte für die Märkte der iberischen Halbinsel Arménio Costa bei der diesjährigen Ausgabe dem Önologen José Neiva überreichte.

Bei der Veranstaltung der Zeitschrift Wine wurden unter der Anwesenheit von etwa 20 geladenen Gästen die 12 Besten des Jahres 2013 auf nationaler Ebene in den Bereichen Wein und Gastronomie ausgezeichnet. Der Preis „Enólogo do Ano“ (Önologe des Jahres) wurde Francisco Albuquerque von der Madeira Wine Company überreicht, aus Händen von Carlos de Jesus von Corticeira Amorim.



© Revista de Vinhos



INTERCORK II FÖRDERT KORK AUF 9 MÄRKTEN

Der portugiesischen Korkverband (Apcor) hat am 25. Februar eine neue internationale Kampagne zur Korkförderung mit der Bezeichnung Intercork II präsentiert, im Rahmen einer Veranstaltung, die mit der Anwesenheit des Wirtschaftsministers António Pires de Lima zählen konnte. Die auf 7,3 Millionen Euro veranschlagte Kampagne wird zu 80 % von Compete – dem thematischen operationellen Programm Wettbewerbsfaktoren – und zu 20 % von den mit Apcor verbundenen Unternehmen finanziert und dient der Förderung von Kork auf neun unterschiedlichen Märkten.

Dies ist seit ihrer erstmaligen Veranstaltung im Jahr 1999 die sechste Kampagne zur internationalen Förderung von Kork, und das Ziel besteht zum einen in einer Fortsetzung früherer Aktionen in den Märkten Deutschland, USA, Kanada, Frankreich, Italien und China und zum anderen darin, die Präsenz von Kork auf neuen Märkten wie Brasilien, Schweden und Dänemark auszubauen, wobei in den beiden ersteren eine Kampagne zur Förderung von Korken und Baumaterialien veranstaltet wird und in den übrigen der Naturkorken im Mittelpunkt steht.

Ähnlich wie bei Intercork I konzentriert sich das Motto auf die Trilogie „Kultur, Natur und Zukunft“ und präsentiert Kork als ein Material, das über einzigartige Vorzüge in Sachen Nachhaltigkeit verfügt, gleichzeitig aber auch erwiesene Qualität und technische Leistungsfähigkeit sowie Design und Innovation bietet. Bei der Eröffnungssitzung betonte João Rui Ferreira, Vorsitzender von Apcor: „Intercork II wird uns ermöglichen, die Präferenz und Anerkennung der Verbraucher für Korkprodukte zu festigen und unseren Kunden, insbesondere in der Welt des Weins, auf diese Weise eine zusätzliche Wertsteigerung zu bieten“.

Der Auftakt der Intercork II fand am 11. März in Mailand, Italien im Restaurant von Carlo Cracco, dem italienischen Botschafter für Kork statt. Nach Ansicht des anerkannten italienischen Chefkochs sind *„Kork und Korkeiche [...] ein kostbares kulturelles, ökologisches und ökonomisches Erbe und stehen synonym für Exzellenz. In meinem Beruf suche ich stets nach höchster Qualität, daher unterstütze ich den Kork und übernehme die Rolle seines Botschafters in Italien.“*

Die neue Kampagne in Italien ist eine Fortsetzung der vorherigen und gründet auf der Botschaft: *„Kork ist Geschmack, Charme und Ambiente.“*



WICANDERS GEWINNT INTERNATIONALE PREISE

Die Leser der Zeitschrift „Dobre Wnetrze“ (*Schöner Innenraum*) haben die Optik Slate Eclipse von Wicanders mit dem Preis für das beste Produkt in der Kategorie „Bodenbeläge und Wandverkleidungen, Arbeitsflächen für Küchen und Badezimmer“ des Wettbewerbs „Design dla konesera“ (Design für Kenner) ausgezeichnet. Die Optik Dekwall Malta Platinum wiederum erhielt den von der Zeitschrift „Dobrze Mieszkaj“ (*Schön leben*) gesponserten Titel Dobry Design 2014 (*Schönes Design 2014*) in der Kategorie „Wandverkleidungen“, eine Entscheidung, die von einer Jury aus 100 Innendesignern getroffen wurde.

Diese Auszeichnungen spiegeln das wachsende Interesse der internationalen Innendesigner-Gemeinschaft, in diesem Fall auf dem polnischen Markt, an Bodenbelägen und Wandverkleidungen aus Kork wider.

ZEBEE-PREIS – FLOOR TO CEILING 2014

Die Qualität der Produkte von Wicanders wurde mit einem internationalen Preis anerkannt: dem „Zebec – Floor to Ceiling 2014“, der beim *Floor to Ceiling Interior Design Showroom* in den USA verliehen wurde. Der in diesem Jahr erstmalig verliehene Preis bildet den Auftakt für ein einjähriges Projekt, im Rahmen dessen die Lieferanten von *Floor to Ceiling* (FTC)-Produkten sowohl auf individueller als auch auf globaler Ebene ausgezeichnet werden. Zebec wertet den distinguierten Charakter der Lieferanten ebenso wie die Branche auf, indem er zur Dynamisierung neuer Geschäfte über die Weiterentwicklung ihrer Kategorien und den Ausbau der Stärken jedes einzelnen anregt.

Amorim Flooring hat im Januar die Neuheiten aus dem Produktsortiment von Wicanders auf der Domotex in Hannover präsentiert, einer der wichtigsten Messen für Verkleidungen und Bodenbeläge weltweit.

Ein besonderer Schwerpunkt bei der Präsentation der neuen Produktlösungen lag auf den neuen Maßen der Kollektion Artcomfort und den neuen Optiken der Produktlinie Vinylcomfort. Auch die Corktech-Produkte riefen – gestützt auf die Argumente, die für eine Verwendung von Lösungen mit integriertem Kork in Bodenbelägen und Wandverkleidungen sprechen – starkes Interesse bei den Besuchern des Stands hervor.

Das Portfolio der Produktlinie Artcomfort, die dank der Verwendung der neuesten optischen Bildtechnologie RST eine bei natürlichen Optiken einmalige Ausdrucksstärke erzielt, bietet nun Produkte mit einer Länge von 1830 mm. Diese Art von Lösung ist ideal, um den Effekt eines größeren und eleganten Raums zu erzielen, und erhält zusätzliche Ausdruckskraft durch die vier abgeschrägten Seiten der Platten, die die Authentizität der Holzoptiken noch verstärken. Die neuen Größen sind in sieben Optiken erhältlich, die von hellen bis hin zu sehr dunklen Farbtönen reichen und eine Hommage an den Holzlook als einen ewigen Trend darstellen.

Alle Optiken sind mit NPC (*Natural Power Coat*) geschützt, einem ökologischen Lack der neuesten Generation, der einen neuen Standard bietet, mit dem die lackierten Korkböden erstmals eine Nutzungsklasse von 32 (ISO 10874), AC6 (EN13329), und einen Garantiezeitraum von 20 Jahren erreichen.

Das Sortiment von Vinylcomfort wurde um fünf neue Holzoptiken erweitert, die die aktuellen Trends im Innendesign widerspiegeln. Die neue Farbpalette reicht von Pastelltönen und natürlichen Tönen bis hin zu Grautönen und Schwarz und ist in einer Größe von 1220 x 185 mm mit einer 0,3 mm dicken abnutzungsbeständigen Schicht für den häuslichen Gebrauch erhältlich.



REFERENZBAUWERKE

SA Home Loans

Durban, Südafrika
Dekwall Iberia

Curro Scholls

Kapstadt, Südafrika
Corkcomfort Original Natural

Tourismusapartements am Strand

Praia da Vitória, Terceira, Azoren
Vinylcomfort Maple

Restaurant Portus Cale

Flughafen von Maputo, Mosambik
Corkcomfort Slate Moccasin

Appartementblock

Melbourne, Australien
Woodcomfort Oak Toffee

Royal Wolf Containers (Ökologische Container)

Melbourne, Australien
Corkcomfort Originals Natural

AMORIM FLOORING NORTH AMERICA ERWEITERT GESCHÄFTS-PORTFOLIO

Die neueste Geschäftsreferenz von Amorim Flooring in den USA (AFNA – Amorim Flooring North America) ist der soeben eröffnete Salon der Kulturen in Greensboro, North Carolina. Der von AFNA gelieferte und in den verschiedenen Salons verlegte Boden aus ökologischen Materialien – *Corkcomfort Originals Harmony HPS* schwimmend verlegt – entspricht in idealer Weise dem Ziel des Designers, eine 100% grüne Einrichtung zu entwickeln.

Amorim Flooring wird auch für zukünftige Einrichtungen der Marke an zwei neuen Standorten im Südwesten der USA in Erwägung gezogen, deren Eröffnung für das kommende Jahr vorgesehen ist.

AMORIM FLOORING BIETET PHTHALATFREIE LÖSUNG FÜR STARK BEANSPRUCHTE OBERFLÄCHEN

Amorim Flooring hat soeben die Einführung einer phtalatfreien Oberflächenbehandlung für alle stark beanspruchten Bodenbeläge seiner Premiummarke Wicanders bekanntgegeben. Diese Entwicklung garantiert den Ersatz der Phtalate – eine in Weichmachern vorhandene und als gesundheitsschädlich geltende Substanz – in allen Produktreihen mit HPS (*High Performance Surface*).

Diese Innovation wurde speziell für stark beanspruchte Bereiche (Geschäftsräume, Unternehmenszentren oder öffentliche Bereiche) entwickelt und bietet außerdem Vorteile was die Verbesserung der Raumluftqualität anbelangt, wobei die ursprünglichen Eigenschaften dieser Produktlösung wie Flexibilität, Transparenz und Langlebigkeit gewährleistet bleiben.

Diese neue Technologie ist in den Produktlinien Corkcomfort, Woodcomfort und Artcomfort erhältlich, die sich als umweltfreundlichere und gesündere Optionen präsentieren, und unterstreicht die Verpflichtungen von Wicanders zum Umweltschutz.



„CASA NO FUTURO“ (HAUS IN DER ZUKUNFT) AUS KORK

Amorim Cork Composites hat Kork für das Projekt „Casa com Cortiça“ (Haus mit Kork) geliefert, ein Projekt des Architekten Ren Ito im Rahmen der Ausstellung „Casa no Futuro“ (Haus in der Zukunft“, die vom 14. Dezember bis 26. Januar 2014 im Nationalen Kunstzentrum Tokio in Japan stattfand. Kork war aufgrund seiner natürlichen und thermischen Eigenschaften das Material der Wahl und wurde als Endverkleidung am Dach des Hauses verwendet. Teil dieser Ausstellung waren Projekte von insgesamt 45 Architekten, die verschiedene Visionen rund um das Konzept „Haus in der Zukunft“ präsentierten.

ACOUSTICORK U90 IST MATERIAL ERSTER WAHL FÜR GEBÄUDE IN MALAYSIA

AcoustiCORK U90 von Amorim Cork Composites wurde zur Verwendung unter dem schwimmenden Estrich eines neuen Geschäfts- und Wohngebäudes in Kuala Lumpur, Malaysia ausgewählt. Ausschlaggebend für die Entscheidung waren verschiedene Faktoren, insbesondere die Nachhaltigkeit des Produkts (Wiederverwertbarkeit), die Schalldämmleistung, die leichte Verlegung, die Belastungsfähigkeit sowie die während der Projektphase gebotene technische Unterstützung. AcoustiCORK U90 wird auf insgesamt 15.000 m² verlegt und erfüllt die in diesem Land geltenden Schalldämmungsvorschriften.

INTERNATIONALE PRESSE WIDMET SICH SOUL MATE (SEELENVERWANDTER) UND MATERIA

Amorim Cork Composites wurde in den vergangenen Monaten verstärkt in internationalen Referenzmedien und Blogs erwähnt, was dem innovativen Charakter einiger der emblematischsten Produkte der Marken Soul Mate (Seelenverwandter) und MATERIA zu verdanken ist.

Soul Mate (Seelenverwandter) in der Financial Times

Die von Raquel Castro kreierte Kollektion „The Whistler“ der Marke Soul Mate wurde am 22. November in der Zeitung Financial Times als Beispiel in einem Artikel erwähnt, in dem das Revival beschrieben wird, das portugiesische Marken weltweit trotz der derzeitigen Konjunktur des Landes durchleben.

MATERIA als Highlight in australischer Zeitschrift

Das Produkt Gelo (Ice Bucket) der Marke MATERIA war unter den Highlights der Rubrik „must have“ in der Februarausgabe der australischen Innenausstattungszeitschrift Wish Magazine. Das von Filipe Alarcão entworfene Produkt wurde als ein unverzichtbarer Artikel zur Wohnungsdekoration empfohlen, der sich durch Innovation und einen ungewöhnlichen Stil auszeichnet.

„Gelo“ ist das perfekte Partyzubehör, da es den Champagner auf idealer Temperatur hält und sicherstellt, dass das Eis für die Getränke nicht schmilzt, bevor die Party vorbei ist.

Dieser Eiskübel mit Deckel und Kunststoffverkleidung nutzt auf optimale Weise die thermische Isolierfähigkeit von Kork sowie seine einzigartige Textur. Die Temperatur im Inneren bleibt niedrig, während das Äußere zu keinem Zeitpunkt den warmen und trockenen Touch verliert, der bei diesem Material so natürlich ist.



Soul Mate-Produkte in Spanien empfohlen

Die von Amorim Cork Composites in Partnerschaft mit Matcerâmica entwickelten Soul Mate-Produkte wurden in einem Artikel über Kork im spanischen Blog Tendencias – www.tendenciasshopping.com – als innovativ eingestuft. Der Artikel hebt das Potenzial von Kork als praktisches, nachhaltiges und biologisch abbaubares Produkt hervor.

*Corticeira Amorim liefert
Korkgranulat für zwei
Hollywood-Megaproduktionen
mit Premiere 2014*

KORK IN HAUPTROLLE BEI DEN SPEZIALEFFEKTEN VON CAPTAIN AMERICA 2 UND TRANSFORMERS 4

Die Verwendung von Kork als Hauptmaterial für Spezialeffekte in Kinofilmen hat bereits eine gewisse Tradition. So kamen Korkgranulate aufgrund der Leichtigkeit und Weichheit des Materials zur Simulation von Explosionen in Mission Impossible mit Tom Cruise, Gangster Squad mit Sean Pen und Total Recall mit Colin Farrel zum Einsatz.

Bei der Auswahl von Kork für zwei weitere Hollywoodproduktionen waren die gute Leistungsfähigkeit und der Status als ökologisches Material ausschlaggebend. Gemeinsam sind den beiden Filmen Captain America 2 und Transformers 4 eine ausgeprägte fiktive Komponente, renommierte Schauspieler (wie Scarlet Johansson und Mark Wahlberg) und die Tatsache, dass sie viele Zuschauer in ihren Bann ziehen, die auf diese Weise ebenfalls mit dem portugiesischen Kork in Kontakt kommen.

Abgesehen von Granulaten wurde auch schon expandiertes Korkregrenulat verwendet, in Ghostbusters um von den Gebäuden fallende Teile zu simulieren und in Volcano und Dante's Peak zur Nachbildung von Vulkangestein. In Filmen, in denen Kugeln auf ein Material treffen, ist es außerdem üblich, dass die nach dem Einschuss herausgeschleuderten Partikel aus Kork bestehen.

Die Verwendung von Kork in Kinofilmen ist jedoch nicht auf die Spezialeffekte beschränkt. Im jüngsten Kapitel der Saga „Die Tribute von Panem – Catching Fire“ trägt Johanna Mason (Jena Malone) in der Szene mit Caesar Flickerman (gespielt von dem Schauspieler Stanley Tucci) ein verwegenes Kleid aus Kork.

SKATEBOARD AUS KORK

Einer der größten Lieferanten von Verbundstoffen Australiens hat vor Kurzem sein innovatives Skateboard aus Kork präsentiert. Ein Produkt in natürlichem Design und mit ausgezeichneter Performance, das für eine sanfte und ruhige Fahrt auf jeder Oberfläche sorgt. Das Board besteht vollständig aus Corecork (100% Kork), was es zu einem der umweltfreundlichsten auf dem Markt macht, und die Verwendung dieses Materials für das Deck verleiht ihm Rutschfestigkeit und macht damit die Verwendung von Sandpapier überflüssig.





Szenographie- und Innendesignprojekt mit drei Arten von Kork für die Räumlichkeiten des Pátio da Galé

Die Modenschauen der ModaLisboa | Lisboa Fashion Week fanden vom 7. bis 9. März im Pátio da Galé in Lissabon statt, auf einem Wicanders-Korkboden von Corticeira Amorim. So betrat Kork die Hauptbühne der Veranstaltung und brachte einen natürlichen und komfortablen Rohstoff mit Vorteilen für die Raumakustik und differenzierter Ästhetik auf den Laufsteg.

Kork war übrigens das Hauptelement des von den Architekten Rita Muralha und Raul Santos geleiteten Szenographie- und Innendesignprojekts für die gesamte Veranstaltung, und seine Verwendung blieb nicht auf den Bodenbelag beschränkt.

Ähnlich wie beim Serpentine Gallery Pavilion wurde eigens zu diesem Zweck präpariertes expandiertes Korkagglomerat – das sich durch seinen dunklen Farbton auszeichnet – großflächig zur Verkleidung der Innenwände sowie für das Innenmobiliar verwendet.

So wurden verschiedene Gemeinschaftsbereiche der Veranstaltung mit Kork verkleidet, zum Beispiel der Raum für die Modenschauen, der Club, der Gemeinschaftsbereich, der Wonderoom und der Backstage-Bereich.

„Kork ist ein nationales Erbe, eine für unsere Wirtschaft sehr wichtige Industrie und ein hervorragender ökologischer Rohstoff. ModaLisboa ist eine Kommunikationsplattform, deren Mission seit jeher in der Verbreitung der Produktion und des Designs unseres Landes besteht, und so wurde bei dieser Ausgabe angestrebt, Kork mit Mode zu verbinden und ihm eine Vielzahl von Verwendungen zukommen zu lassen.“
Eduarda Abbondanza, Vorsitzende des Verbands Associação ModaLisboa



GIERLINGS VELPOR BETRITT DAS SEGMENT DER KREUZFAHRT- UND PAS-SAGIERSCHIFFE

Nach seinem Eintritt in das Segment öffentlicher Transportmittel vor vier Jahren hat Gierlings Velpor nach und nach neue Projekte in den Untersegmenten Straßen- und Schienenverkehr erobert. Besonders erwähnenswert ist wohl die jüngste Nominierung des Unternehmens für die neuen Projekte der U-Bahn von Lissabon.

Dieses Jahr wurde mit dem Eintritt in das Segment der Kreuzfahrt- und Passagierschiffe eine neue Etappe erreicht. Der gemäß allen Anforderungen und Normen dieser Branche gefertigte Polyestersamt *flame retardant* von Gierlings Velpor schmückt heute die Sitze und Sofas des Passagierschiffs Funchal.

KORKKLEID BEI DEN DRINKS RETAILING AWARDS IN LONDON

Corticeira Amorim hat sich mit der größten Veranstaltung des britischen Getränkehandels, den „Drinks Retailing Awards“, zusammengetan und Kork für die Kreation eines exklusiven Kleides bereitgestellt, das der renommierte Designer Kevin Freeman für die Moderatorin der Veranstaltung Rosie Davenport, Herausgeberin der in der Branche führenden Zeitschrift *Off License News*, entwarf.

Bei diesem Kleid wird die Vorstellung von Wein- und Champagnerkorken vollkommen neu erfunden, ausgehend von Scheiben aus Kork. Der flexible Stoff wurde mit fein geschliffenem Naturkork hergestellt.

Das Kleidungsstück zog bei dieser Feier alle Aufmerksamkeit auf sich und forderte die traditionelle Wahrnehmung des Naturkorkens als einen Gegenstand des alltäglichen Lebens heraus, während es gleichzeitig Raum für neue Vorstellungen in Bezug auf den Verwendungsrahmen dieses Materials bot.

Rose Davenport, die bereits für ihre unkonventionellen Kleider bei dieser jährlichen Veranstaltung bekannt ist, erklärte, dass sie damit die Vielseitigkeit des Materials veranschaulichen wollte. Kevin Freeman wiederum, Mentor von *Renaissance Couture*, betont, dass „Kork ein sehr interessantes Arbeitsmaterial ist. Das Endergebnis ist ein Kleidungsstück von hoher Qualität, das auf jedem roten Teppich die Aufmerksamkeit auf sich ziehen kann“.



CORTICEIRA AMORIM UNTERSTÜTZT HOMMAGE AN MANOEL DE OLIVEIRA

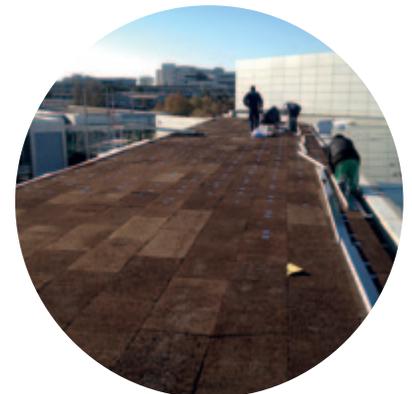
Dank der Unterstützung von Corticeira Amorim war Kork bei der Veranstaltung zu Ehren des portugiesischen Regisseurs Manoel de Oliveira präsent. Die Feier anlässlich seines 105. Geburtstags fand vergangenen Dezember im AXA-Gebäude in Porto statt.

Bei der gemeinsam mit Douro Film Harvest und Shortcutz Porto in Gang gebrachten Initiative ging es vorrangig um die Kreation einer kollektiven künstlerischen Installation, bei der mit etwa 40 000 Stecknadeln – puzzleartig angeordnet – das Gesicht des Regisseurs nachgebildet wurde.

Die Anfertigung dieser Installation dauerte vier Tage, während derer das Publikum die Möglichkeit hatte, die Entwicklung des Bildes nicht nur mitzuverfolgen, sondern sogar zu seinem Endergebnis beizutragen.

EFFISUS ECORK-SYSTEM FÜR SANIERUNG DES SITZES DER BANK MILLENIUM BCP GEWÄHLT

Das System Effisus Ecork, entwickelt von Up-Way Systems in Partnerschaft mit Amorim Isolamentos, wurde für die vollständige Sanierung von vier Dächern des Gebäudes der Bank Millennium BCP im Gebäudekomplex Tagus Park in Oeiras gewählt. Die Wärmedämmung mit expandiertem Korkagglomerat – Effisus Ecork – maximiert die Undurchlässigkeit und die thermische Effizienz. Die Verwendung dieses natürlichen Materials von Amorim Isolamentos kommt der Leistungsfähigkeit der integrierten Effisus-Systeme auch insofern zugute, als es für eine hohe Formstabilität, Langlebigkeit (unbegrenzt), eine gute Druckfestigkeit, gute Dämmeigenschaften (neben der Wärmedämmung auch Schall- und Schwingungsdämpfung) sowie für eine hohe Dichte sorgt. Hinzu kommt die Tatsache, dass es sich um ein nachhaltiges Material handelt. Durch die Verwendung von expandiertem Korkagglomerat wird zum einen der Erhalt des Korkeichenwaldes gesichert und zum anderen gewährleistet, dass das verwendete Material zu 100 % natürlich, frei von Zusatzstoffen, recyclingfähig und wiederverwendbar ist. Ein qualitativ hochwertiges, effizientes und nachhaltiges portugiesisches Material. Effisus Ecork kann nicht nur als Dämmstoff im Inneren des integrierten Systems verwendet werden, sondern auch zur Außendämmung.





QUINTA NOVA VON DRINKS INTERNATIONAL ZUM BESTEN WEINZENTRUM GEWÄHLT

Acht Jahre nach ihrer Eröffnung im Jahr 2005 und inmitten der Feierlichkeiten zu ihrem 250-jährigen Bestehen erhält die Quinta Nova N. S. Carmo den achten Preis für ihr Weintourismus-Projekt. Soeben wurde sie von der englischen Zeitschrift Drinks International im Rahmen der jährlichen „Wine Tourism Awards“ als „Bestes Weinzentrum – Wärmstens Empfohlen“ ausgezeichnet.

Es sei erwähnt, dass dies das erste Mal war, dass dieser Preis einem portugiesischen Unternehmen verliehen wurde, „was uns sehr ehrt und uns motiviert, unsere intensiven Arbeiten noch zu vertiefen, insbesondere wenn wir uns die starke Konkurrenz und vor allem die zahlreichen Bewerbungen aus Ländern wie Chile, Spanien, Südafrika, Kanada und Neuseeland vor Augen halten“ erklärt Luisa Amorim, die Geschäftsführerin.

Die Jury unter dem Vorsitz des Kritikers und Redakteurs Christian Davis hob die vielen innovativen Erlebnisse hervor, von denen vor allem die Picknicks, das Restaurant, die Rundwege, die Weinaktivitäten, das Wine Caching und die Weinlese eine besondere Erwähnung verdienen, und verwies auf die zauberhafte Landschaft und die perfekten Kommunikationswerkzeuge und Werbelinks.

Die diesjährige, höchst angesehene Auszeichnung ist eine weitere Bestätigung der hohen Qualität, mit der die Quinta ihr internationales Publikum empfängt, das zu fast 70 % aus ausländischen Besuchern besteht, die sie jährlich besuchen, wenn sie an den Douro reisen. Die Eröffnung des Conceitus Winery Restaurants, das den Besucher mit Speisen aus der Region – harmonisch begleitet von den preisgekrönten Weinen des Gutes – verwöhnt, trug zu großen Teilen zu diesem wachsenden Erfolg bei.

Im Verlauf seines achtjährigen Bestehens hat das Projekt zahlreiche Preise gewonnen:

2013

Boa Cama Boa Mesa (Gutes Bett, Guter Tisch), von der Zeitung Expresso

2011

„One of the 9 must-see wineries in the world“ von American Airlines

2010

Best Wine Tourism Award - Innovative Erlebnisse

2009

Global Best Wine Tourism Award - Kunst und Kultur

2008

Best Wine Tourism Award - Architektur, Parks und Gärten

2007

Best Wine Tourism Award - Unterkunft

2006

Enoturismo do Ano (Weintourismus des Jahres) von der Weinzeitschrift Revista de Vinhos

NEUHEIT: POMARES GOUVEIO

Die Quinta Nova hat soeben den neuen Pomares Gouveio auf den Markt gebracht, einen sehr trockenen Weißwein ohne Holz, mit feinen Aromen von Früchten mit weißem Fruchtfleisch, Zitrusfrüchten und Rosenblütenblättern. Ein aus einer einzigen Rebsorte gewonnener, komplexer, mineralischer und tiefgründiger Wein, den Sie sich nicht entgehen lassen sollten. Auch die neuen Jahrgänge aus dem Pomares-Sortiment der Quinta Nova sind bereits erhältlich: die Weißweine von 2013 und die Rotweine von 2012. Eine atemberaubende Auswahl für besondere Anlässe.

ÖNOLOGE FÜR EINEN TAG

„Önologue für einen Tag“ ist das neueste Highlight auf dem Programm und sorgt für einen ganz besonderen Aufenthalt im Hotel Quinta Nova. Hierbei wird dem Gast die Gelegenheit geboten, in der Gruppe oder auch allein zu lernen, wie man eine Partie Wein herstellt. Zum Programm gehören die fachtechnische Besichtigung der Kellerei sowie die Probe, der Verschnitt, die Abfüllung, das Verkorken und die Etikettierung des Weins. Außerdem tragen die gastronomischen Empfehlungen des Restaurants Conceitus dazu bei, den Aufenthalt besonders angenehm zu gestalten: hier wird neben Weinproben am Kamin das Öffnen eines Vintage mit Feuer und einer Portweinzange geboten. Das perfekte Reiseziel mitten im Herzen des Douro. Weitere Informationen erhalten Sie unter hotelquintanova@amorim.com.

QUINTA NOVA WEITET INTERNATIONALES VERTRIEBS- NETZ AUS

Im vergangenen Jahr wurde die internationale Expansionsstrategie der Quinta Nova mit der Ausweitung des Weinvertriebsnetzes auf neue Märkte ausgebaut.

Im Jahr 2013 setzte die Marke bei der kommerziellen Verbreitung ihrer Produkte unter anderem auf Brasilien, mit Schwerpunkt auf den Bundesstaaten São Paulo, Espirito Santo, Curitiba, Rio de Janeiro und Baía sowie auf dem Hauptstadtdistrikt Distrito Federal.

Auch in den USA wurde das Vertriebsnetz ausgeweitet, und der Vertrieb erstreckt sich nun auf Washington State, Oregon, Colorado, Texas, Louisiana, Illinois, Florida, Pennsylvania sowie North- und South Carolina. Und erst vor Kurzem hat Quinta Nova das mittlere/hohe Marktsegment für Premium-Weine in Singapur betreten.



PREISE

Rotwein Mirabilis Grande Reserva Tinto 2011

Bester Wein in Brasilien 2014
Zeitschrift Baco, von Marcelo Copello (Brasilien)
94/100 Punkte
Wine Anorak, von Jamie Goode (Großbritannien)

Clã Special Reserve

90/100 Punkte
Wine Align, von David Lawrason (Kanada)
Goldmedaille
Austrian Wine Challenge (Österreich)

Quinta Nova LBV 2009

91 Punkte
Wine Spectator (USA)
Goldmedaille
Austrian Wine Challenge (Österreich)

FREIWILLIGE VON CORTICEIRA AMORIM PFLANZEN 2014 EICHEN UND KORKEICHEN

Eine Initiative in der von Waldbränden zerstörten Gegend von Caramulo

Die Mitarbeiter von Corticeira Amorim haben sich mit der Umweltorganisation Quercus zusammengetan, um eine weitere Wiederaufforstungsaktion mit in Portugal heimischen Bäumen zu starten. Diese Initiative erfolgte zu Ehren der Feuerwehr auf einem unbewirtschafteten Stück Land in der Serra do Caramulo. Die Aktion, im Rahmen derer mehr

als 2000 Bäume gepflanzt wurden, erstreckte sich auf eine drei Hektar große Fläche, auf der es vor zwei Jahren gebrannt hatte, und sie ist eine von vielen Wiederaufforstungsaktionen mit heimischen Bäumen, die von den Freiwilligen von Corticeira Amorim durchgeführt wurden. Bis heute wurden bereits mehr als 8000 heimische Bäume gepflanzt, wobei den Korkeichen ein besonderer Stellenwert zukommt.

Die Anpflanzung von Eichen und Korkeichen in der Serra do Caramulo wird in Zukunft zur Bildung einer Barriere gegen das Fortschreiten von

Waldbränden beitragen, da die heimischen Laubbaumarten am besten an die Boden- und Klimabedingungen der Gegend angepasst sind und am widerstandsfähigsten gegen Waldbrände, Plagen, Krankheiten und lange Zeiträume der Trockenheit oder intensiver Regenfälle sind.

Diese Freiwilligenaktion erfolgte im Rahmen von Floresta Comum, einem Programm, das die Entstehung eines heimischen Waldes mit großer Artenvielfalt und Diensten für das Ökosystem fördert und entsprechende Anregungen bietet.

