



NEWS

ENE/MAR 2014, AÑO 31, N.º 1



EL CORCHO ES SINÓNIMO
DE LA CALIDAD DE UN VINO

BOTE AVENTURA Y DIVERSIÓN EN LA HORA DEL BAÑO

MATERIA® CORK BY AMORIM

Compuesto por un casco de corcho de plástico -una vela, una fila de chimeneas y una cabina -, suelte las riendas de la imaginación y déjese llevar por el BOTE.

¡Este indómito barco para jugar es el compañero perfecto para enfrentar aguas turbulentas, tempestades y ataques de piratas! La flotabilidad del corcho garantiza que, por más peligroso que sea el viaje, BOTE saldrá siempre a la superficie, listo para nuevas aventuras.



El corcho es uno de los materiales que forma parte de nuestros recuerdos de la infancia, en forma de tapón para vino. Para nosotros, era un objeto fantástico para jugar mientras los adultos disfrutaban de comidas interminables. Ya en esa época uno de nuestros juegos favoritos era unir el corcho, un palito y una hoja, transformándolos en un barco pequeño... Y fue con esa perspectiva que, de forma instintiva, utilizamos el corcho aprovechando las propiedades flotantes del material para crear la pieza BOTE para la colección MATERIA.

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

SUMARIO

4

El corcho es
sinónimo de la
calidad de un vino

5

Wine Vision 2013

6

Tapón de corcho
en el escenario del
Design Museum
en Londres

Corticeira Amorim
participa en eventos
del panorama
vinícola portugués

7

Intercork II
promueve el corcho
en 9 mercados

8

Wicanders presenta
novedades para
2014 en Domotex

Wicanders
distinguida con
premios
internacionales

Premio Zebee –
floor to ceiling 2014

9

Amorim
Revestimientos
integra una solución
sin ftalatos para
superficies de
tráfico intenso

Obras de referencia

Amorim Flooring
North America
expande su cartera
comercial

10

'Casa no Futuro'
de corcho

Acousticork U90,
material elegido
para un edificio
en Malasia

Prensa
internacional
consagra
Alma Gémea
y Matéria



11

El corcho
protagoniza efectos
especiales en
Capitán América 2
y Transformers 4

Skate de corcho

12

El corcho fue el
escenario principal
de Modalisboa

Gierlings Velpor
entra en el segmento
de cruceros y buques

13

Vestido de corcho en
los Drinks Retailing
Awards en Londres

Corticeira Amorim
apoya el homenaje
a Manoel de Oliveira

Effisus eork para la
rehabilitación de la
sede de Millenium
BCP

14

Quinta Nova elegida
como Mejor centro
vinico por Drinks
International

15

Novedad:
Pomares Gouveio

Enólogo por un día

Quinta Nova
expande su red
de distribución
internacional

16

Voluntarios de
Corticeira Amorim
plantan 2014 encinas
y alcornoques

EDITORIAL

Actualmente podemos afirmar que el corcho ha conseguido imponerse a una serie de circunstancias que, para muchos, parecían tan adversas, que ya se vaticinaba un supuesto declive del sector.

Pero la respuesta no se hizo esperar: investigación, desarrollo, innovación, una continua mejora de la calidad y tenacidad en la defensa internacional de uno de los mayores activos portugueses permitieron que el corcho se afianzara progresivamente como el tapón por excelencia.

A lo largo de los últimos 15 años, Corticeira Amorim ha liderado la mayor inversión jamás realizada en el sector. La utilización de las tecnologías más avanzadas y numerosas colaboraciones con importantes instituciones de I+D culminaron en un incremento del rendimiento técnico y en una mayor fiabilidad del producto. Paralelamente, el desarrollo de nuevos productos dirigidos al segmento popular premium generó un importante aumento de la competitividad.

Si a estos factores añadimos las características ecológicas del tapón natural, parámetros actualmente muy valorados tanto por la industria vinícola como por el consumidor, y la capacidad que tiene el corcho para crear valor añadido para los productos en los cuales se utiliza, no es de extrañar que el tapón de corcho se considere el benchmarking del mercado de tapones, con respecto al cual se comparan todos los demás.

Corticeira Amorim mantiene su empeño por consolidar el corcho como el tapón de referencia y en conquistar cuota de mercado con respecto a los alternativos, sacando partido de la clara preferencia de los consumidores, ampliamente demostrada en todos los mercados del vino.

En las demás áreas de actividad también se mantiene el habitual dinamismo: los aglomerados compuestos presentan nuevas soluciones y nuevos compuestos, y se confirman como el socio elegido en áreas como los transportes y la construcción; los revestimientos, con un considerable crecimiento en las ventas de las gamas ArtComfort y VinylComfort, consolidan su estrategia y llegan con un destacable éxito a mercados como EE.UU. y Alemania; y los aislamientos siguen conquistando nuevos mercados, ya que sus soluciones 100 % naturales generan un creciente interés, tanto por su resultado como por el aspecto visual, que, en conjunto, los convierte en el material elegido en el emergente concepto de casas naturales.

Sabemos que el futuro nos presenta continuos retos, sin embargo, las características del singular material en el que se basa nuestra actividad, la calidad superior de nuestros productos y servicios, y la profesionalidad y el entusiasmo que toda la organización demuestra con respecto a su misión nos permiten afrontar el futuro con confianza.

Saludos cordiales,

António Rios de 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



EL CORCHO ES SINÓNIMO DE LA CALIDAD DE UN VINO

Los sondeos al consumidor demuestran que, de modo consistente y en los diferentes mercados (EE.UU., Australia, Alemania o China), el tapón de corcho se presenta como un poderoso argumento de venta.

Las conclusiones de un estudio sobre el mercado de aislantes, realizado por Tragon, una consultora líder en realización de encuestas en EE.UU., indican muy buenas perspectivas para la industria del corcho. De forma generalizada, y en algunos países hasta inesperada, el aislante natural aparece como la opción para los vinos de calidad.

En Alemania, el 93 % de los consumidores identifican el tapón de corcho como signo de mayor calidad, una cifra que desciende hasta el 85 % en Australia, pero que se asume de una gran importancia, dado que este es uno de los países que estuvo en la génesis de la aparición de sellantes artificiales. Naturalmente, este hecho se refleja en el precio más elevado para los vinos embotellados con corcho y está en línea con el estudio de AC Nielsen en EE.UU. según el cual los vinos con corcho se valoran en el punto de venta, con una diferencia de precios que puede alcanzar 1,10 \$/botella.

Es también en EE.UU. donde se mantiene una percepción muy positiva del aislante natural, un sentimiento que ha aumentado desde 2004, año en que Tragon realizó este estudio por primera vez. A semejanza de Alemania, el 93 % de los consumidores norteamericanos considera que el corcho es sinónimo de un vino de calidad y el 50 % de los encuestados, del que es el mayor mercado de vino del mundo, indica que los tapones de rosca pueden ser una solución para vinos de baja o muy baja calidad.

En este contexto, sólo el 11 % de los consumidores norteamericanos cree que el vino de alta calidad puede venderse con tapón de rosca.

En Australia, y en comparación con lo que se constataba hace 10 años, el corcho natural es cada vez más preferido para ocasiones donde el precio medio de venta es más elevado, principalmente una ocasión especial o una cena, pero menos aceptados para vinos corrientes.

Conclusiones similares quedan reforzadas por otro estudio presentado recientemente en China. Conducido por O-I en asociación con Ubifrance, presenta también conclusiones altamente beneficiosas para el corcho. Este es un mercado donde tanto profesionales como consumidores se muestran totalmente contrarios a los aislantes de plástico – que no garantizan el aislamiento y anulan algunos de los aromas del vino – y a los tapones de rosca – que corrompen el sabor del vino.

“En todos los mercados, el consumidor considera que los vinos que tienen un tapón de corteza natural son de mayor calidad en comparación con los que utilizan tapones de rosca”, destaca Rebecca Bleibaum, investigadora de Tragon y una de las ponentes del Wine Vision, una importante conferencia internacional dedicada al vino, donde también estuvo António Rios de Amorim, como ponente de una conferencia dedicada al mercado de EE.UU.

Con tópicos que incluyeron las funciones y adquisiciones, los mercados emergentes o el renacimiento y el consumo del vino en Asia, Wine Vision - organizada por William Reed Business Media – ya está considerada como la mayor conferencia internacional del vino. Durante tres días se debatió la agenda que marcará el futuro del sector con más de 80 oradores, incluyendo nombres como Christophe Salin (Les Domaines Baron de Rothschild), Rick Tigner (Jackson Family Wines), Christian Seely (AXA Millesimes), 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) y como Miguel Torres y Piero Antinori.



WINE VISION 2013 “Shaking up the wine industry”

Conversando con
António Rios de Amorim:

“Es una conferencia única. Nuestra participación nos permitió estar más cerca de los acontecimientos y de los desafíos que marcan la actualidad de la industria del vino”.

“Los tapones de corcho presentan ventajas en términos técnicos, precios y sostenibilidad, así como en la percepción de valor claramente identificada por el consumidor”.

“El mercado de EE.UU. es uno de los que presenta mayores índices de crecimiento. Recientemente se ha convertido en el mayor mercado de consumo de vino del mundo y los consumidores americanos tienen una historia que relaciona a los vinos de gamas bajas con tapones de rosca. Actualmente existe una preferencia clara – un estudio indica que el 87 % de los consumidores prefieren vinos embotellados con tapones de corchos – un hecho muy beneficioso para la industria del corcho”.



TAPÓN DE CORCHO EN EL ESCENARIO DEL DESIGN MUSEUM EN LONDRES



El corcho portugués vuelve a aparecer en Londres. Fruto de una asociación con Corticeira Amorim, ocupa hasta el 4 de mayo un lugar importante en la exposición In the Making del Design Museum, que presenta 24 objetos semielaborado y trae a este reconocido escenario la estética del objeto inacabado.

Organizada por los diseñadores internacionalmente aclamados Edward Barber y Jay Osgerby, In the Making enfoca el tapón a través de un trazo de corcho semitransformado, una opción que muestra la singularidad del proceso de transformación de esta materia prima natural. De esta forma, se vuelve intuitiva la percepción del valor *premium* asociado a este noble objeto.

En su presentación, Edward Barber y Jay Osgerby resaltan que el tapón de corcho es “quizás el más simple de todos los objetos expuestos. Extraído del alcornoque, el corcho se extrae en ciclos de nueve años y necesita tiempo para alcanzar el espesor ideal para transformarse en un tapón”, añadiendo que “decidimos parar la producción cuando el trazo de corcho está solo parcialmente aprovechado, lo que muestra tanto la belleza de la materia prima como el objeto propiamente dicho”.

El conjunto de objetos seleccionados tienen en común un factor distintivo o una calidad inesperada, identificados más fácilmente antes de conseguir su forma final. La exposición capta así un instante peculiar de la producción de una diversidad de objetos, entre los que se encuentran una pelota de tenis o un bate de cricket, una moneda o una nota y hasta incluso un diamante.

La exposición transmite así un encanto de diálogo permanente de los diseñadores con el proceso de transformación, característico de su trabajo.

CORTICEIRA AMORIM PARTICIPA EN EVENTOS DEL PANORAMA VINÍCOLA PORTUGUÉS

Corticeira Amorim estuvo presente en dos de las más emblemáticas iniciativas vinícolas del país: la Gala Mejores del Año, de la Revista de Vinhos, y Los Mejores del Año 2013, promovida por la revista Wine – A Essência do Vinho.

El primer evento se celebró a principios de febrero, en Campo Pequeno (Lisboa), y consagró a los mejores vinos portugueses en las diferentes categorías. Corticeira Amorim patrocinó uno de los 19 premios a concurso – “O Senhor do Vinho” – entregado en la edición de este año al enólogo José Neiva, por el responsable comercial para los mercados de la Península Ibérica, Arménio Costa.

Con cerca de doscientos invitados, el evento de la revista Wine distinguió a los 12 mejores de 2013, a nivel de Portugal, en el vino y en la gastronomía. El premio “Enólogo del Año” fue entregado por Carlos de Jesus, de Corticeira Amorim, a Francisco Albuquerque, de Madeira Wine Company.



© Revista de Vinhos



INTERCORK II PROMUEVE EL CORCHO EN 9 MERCADOS

La Asociación portuguesa de corcho presentó el día 25 de febrero una nueva campaña internacional de promoción del corcho, denominada Intercork II, en un evento que contó con la presencia del Ministro de Economía, António Pires de Lima. Con el presupuesto estimado de 7,3 millones de euros y financiada el 80 % por el programa Compete (Programa Operacional Temático Factores de Competitividad) y el 20 % por los asociados de Apcor, la campaña promoverá el corcho en nueve mercados distintos.

Esta es la sexta campaña de Promoción Internacional del Corcho, desarrollada desde 1999 y pretende dar continuidad a las acciones anteriormente ejecutadas en los mercados de Alemania, EE.UU., Canadá, Francia, Italia y China, así como reafirmar el corcho en nuevos mercados, como Brasil, Suecia y Dinamarca –, y en los dos primeros se desarrollará una campaña para la promoción de tapones y de materiales de construcción, y en los restantes la promoción tendrá como objetivo los tapones de corcho.

Al igual de lo que ocurrió en Intercork I, el lema se centra en la trilogía “Cultura, Naturaleza y Futuro”, que presenta el corcho como material de credenciales únicas en cuanto a sostenibilidad, sino también con pruebas facilitadas sobre calidad y rendimiento técnico, así como de diseño e innovación.

Como destacó João Rui Ferreira, presidente de Apcor, en la sesión de apertura: “ Intercork II nos va a permitir fortalecer la preferencia y reconocimiento de los consumidores por los productos de corcho y, de esa forma, aumentar el valor para nuestros clientes, con especial importancia para el mundo del vino”.

InterCork II se inició el 11 de marzo en Italia. El evento tuvo lugar en el restaurante de Carlo Cracco, embajador del corcho en ese país, situado en Milán. Para el reconocido chef italiano *“El corcho y el alcornoque conforman un precioso patrimonio cultural, ambiental y económico, y es sinónimo de excelencia. En mi profesión siempre busco la máxima calidad y es por eso que apoyo el corcho y asumo el papel de ser su embajador en Italia.”*

La nueva campaña en Italia surge como consecuencia de la anterior y tiene como base los mensajes: *“El corcho es gusto, encanto y ambiente”*.



WICANDERS DISTINGUIDA CON PREMIOS INTERNACIONALES

Los lectores de la revista "Dobre Wnetrze" (*Buenos interiores*) eligieron la imagen Slate Eclipse de Wicanders con el premio de mejor producto, en la categoría "revestimientos para suelo y paredes, mostradores de trabajo para cocinas y cuartos de baño", en el concurso "Design dla konesera" (*Diseño para maestros*).

A su vez, la imagen Dekwall Malta Platinum fue galardonada en la categoría "revestimientos de paredes", con el título Dobry Design 2014 (*Buendiseño*), promocionado por la revista "Dobrze Mieszkaj" (*Vivir bien*), de responsabilidad de un jurado compuesto por más de 100 diseñadores de interiores. Estos premios reflejan el interés creciente en los revestimientos de corcho por parte de la comunidad internacional de diseñadores de interiores, en este caso en el mercado polaco.

Amorim Revestimientos presentó en Domotex, que se considera una de las ferias más importantes de revestimientos del mundo y que tuvo lugar en Hannover en enero, las novedades más recientes de la gama Wicanders.

Entre las nuevas soluciones, se prestó una atención especial a las nuevas dimensiones de la colección Artcomfort y la incorporación de nuevas imágenes en la línea Vinylcomfort. El área Corktech, apoyada por los argumentos para uso de soluciones de revestimientos para suelo y pared con corcho integrado, también generó un fuerte impacto en los visitantes del stand.

La línea de producto Artcomfort, que utiliza tecnología de imagen óptica RST y alcanza una expresividad única en las imágenes naturales, tiene ahora un portfolio que abarca reglas de 1830 mm de longitud. Este tipo de solución es ideal para crear el efecto de un espacio mayor y elegante y asume incluso una mayor expresividad por el hecho de que las baldosas presentan las cuatro extremidades biseladas, lo que refuerza así la autenticidad de las imágenes de madera. Los nuevos tamaños están disponibles en siete imágenes, que varían desde tonos claros a muy oscuros, aunque todos ellos resaltan la apariencia de madera como una tendencia eterna.

Todas las imágenes están protegidas con NPC (*Natural Power Coat*), un barniz ecológico de última generación, que ofrece una nueva norma permitiendo que, por primera vez, los pavimentos de corcho barnizados alcancen una clase de uso 32 (ISO 10874), AC6 (EN13329) y una garantía de 20 años.

En la gama Vinylcomfort, se introdujeron cinco nuevas imágenes de madera, que reflejan las tendencias actuales del diseño de interiores. Con una variedad entre tonos pasteles y naturales hasta tonos de grises y negros, la nueva gama de colores está disponible con una capa resistente al desgaste de 0,3 mm para uso doméstico, en el tamaño de 1220 x 185 mm.

PREMIO ZEBEE - FLOOR TO CEILING 2014

La calidad de los productos Wicanders fue galardonada con un premio internacional: el "Zeebe - Floor to Ceiling 2014", atribuido por *Floor to Ceiling Interior Design Showroom* en los EE.UU.

Este premio, creado este año, señala el inicio de un proyecto anual que pretende destacar a los proveedores de productos *Floor to Ceiling* (FTC) ya sea a nivel individual o a nivel mundial.

Zeebe valora el carácter distinto de sus proveedores, así como la industria, lo que incentiva la dinamización de más negocios a través del desarrollo de sus categorías y del refuerzo de los puntos fuertes de cada una.



OBRAS DE REFERENCIA

SA Home Loans

Durban, África del Sur
Dekwall Iberia

Curro Scholls

Ciudad del Cabo, África del Sur
Corkcomfort Original Natural

Apartamentos turísticos

Praia da Vitória, Terceira, Azores
Vinylcomfort Maple

Restaurante Portus Cale

Aeropuerto de Maputo, Mozambique
Corkcomfort Slate Moccasin

Bloque de apartamentos

Melbourne, Australia
Woodcomfort Oak Toffee

Royal Wolf Containers (contenedores ecológicos)

Melbourne, Australia
Corkcomfort Originals Natural

AMORIM FLOORING NORTH AMERICA EXPANDE SU CARTERA COMERCIAL

La referencia comercial más reciente de Amorim Revestimentos en los Estados Unidos (AFNA –Amorim Flooring North America) y el Salón de culturas, en Greensboro, Carolina del Norte, que acaba de ser inaugurado. Mediante materiales ecológicos en los diferentes salones, el suelo que se proporciona – *Corkcomfort Originals Harmony HPS* flotante – se enmarca completamente en el lema del diseñador de desarrollar una instalación 100 % ecológica.

Amorim Revestimentos se está teniendo en cuenta igualmente para futuras instalaciones de la marca en dos nuevos locales, con apertura prevista para el próximo año en el sudoeste americano.

AMORIM REVESTIMENTOS INTEGRA UNA SOLUCIÓN SIN FTALATOS PARA SUPERFICIES DE TRÁFICO INTENSO

Amorim Revestimentos acaba de anunciar el lanzamiento de una solución de acabado sin ftalato para todos los pavimentos de mucho tráfico de su marca *premium* Wicanders. Esta evolución garantiza la sustitución de los ftalatos – una sustancia presente en los plastificantes, que puede considerarse perjudicial para la salud – en toda la gama HPS (*High Performance Surface*).

Especialmente diseñada para áreas de mucho tráfico (espacios comerciales, centros empresariales o zonas públicas), esta innovación presenta incluso beneficios a nivel de mejora de la calidad del aire interior, lo que asegura simultáneamente características originales de la solución, tales como flexibilidad, transparencia y durabilidad.

Esta nueva tecnología está disponible en las líneas de producto Corkcomfort, Woodcomfort y Artcomfort, que se presentan como opciones más ecológicas y saludables, y refuerza la responsabilidad ambiental de Wicanders.



“CASA NO FUTURO” DE CORCHO

Amorim Cork Composites suministró corcho para el proyecto “Casa con Corcho”, del arquitecto Ren Ito, que formó parte de la exposición “Casa no Futuro”, celebrada del 14 de diciembre al 26 de enero de 2014, en el Centro de Arte Nacional de Tokio, en Japón. La elección del corcho como material se debió a sus características naturales y térmicas, y se aplicó en el tejado de la casa como revestimiento final. Esta exposición acogió, en total, a 45 arquitectos que presentaron diferentes visiones relacionadas con el concepto “Casa no Futuro” (Casa del futuro).

ACOUSTICORK U90, MATERIAL ELEGIDO PARA UN EDIFICIO EN MALASIA

AcoustiCORK U90, de Amorim Cork Composites, fue elegido para su utilización debajo de la solera flotante de un nuevo edificio, de tipo comercial y residencial, en Kuala Lumpur (Malasia). Para esta elección resultaron determinantes varios factores, en particular la sostenibilidad del producto (reciclable), el rendimiento acústico, la facilidad de instalación, la capacidad para soportar cargas y, también, el apoyo técnico ofrecido durante la fase de proyecto. En total se instalarán 15.000 m² de AcoustiCORK U90, un producto que cumple la legislación acústica vigente en aquel país.

PRENSA INTERNACIONAL CONSAGRA ALMA GÉMEA Y MATÉRIA

Amorim Cork Composites ha destacado en los últimos meses en medios y blogs de referencia internacional, una presencia que se debe a la innovación de algunos de los productos más emblemáticos de las marcas Alma Gémea e MATERIA.

Alma Gémea en el Financial Times

La colección “The Whistler”, de la marca Alma Gémea, diseñada por Raquel Castro, se ha destacado en el periódico Financial Times el pasado día 22 de noviembre como ejemplo de un artículo que retrata el resurgimiento de las marcas portuguesas en el panorama mundial, a pesar de la coyuntura que atraviesa el país.

Revista australiana destaca MATERIA

La edición de febrero de Wish Magazine, publicación australiana de decoración, destacó el producto Gelo (*Ice Bucket*), de la marca MATERIA, en la sección “must have”. El producto diseñado por Filipe Alarcão fue recomendado como artículo indispensable para decorar la casa, caracterizado por la innovación y estilo inhabitual. “Gelo” es el accesorio perfecto para una fiesta, al mantener la temperatura ideal del champán o al garantizar que el hielo de las bebidas no se derrite antes de que se acabe la fiesta. Esta cubitera, con tapa y cubierta con un forro de plástico, saca el máximo provecho de las propiedades de aislamiento térmico del corcho así como de su textura única. La temperatura interior permanece baja, aunque en el exterior nunca se pierde el toque cálido y seco, natural de este material.



Productos Alma Gémea recomendados en España

El blog español Tendencias —www.tendenciasshopping.com— publicó un artículo sobre el corcho, en el cual califica como innovadores los productos Alma Gémea, desarrollados por Amorim Cork Composites en colaboración con Matcerâmica. En esta publicación se destaca el potencial del corcho como producto práctico, sostenible y biodegradable.

**Corticeira Amorim
provee gránulos de
corcho a estas dos
mega-producciones
de Hollywood, con
estrella en 2014**

EL CORCHO PROTAGONIZA EFECTOS ESPECIALES EN CAPITÁN AMÉRICA 2 Y TRANSFORMERS 4

El uso de corcho como material principal para efectos especiales en el cine ya es algo tradicional. Películas como Misión imposible con el actor Tom Cruise, Brigada de Élite con Sean Pen, y Desafío total con Colin Farrel, son algunos de los ejemplos que ya experimentaron los granulados de corcho para simular explosiones, aprovechando la ligereza y suavidad del material.

El buen rendimiento y el estado de material ecológico estuvieron presentes en la selección del corcho para dos producciones más importantes de Hollywood. Capitán América 2 y Transformers 4 tienen en común una fuerte vertiente de ficción, actores consagrados (como Scarlet Johansson y Mark Wahlberg) y el hecho de atraer a mucha audiencia que, de esta forma, también estarán en contacto con el corcho nacional.

Además de los granulados, también el regranulado de corcho expandido ya se utilizó en Cazafantasmas para simular residuos que caían de los edificios, y en Volcano y Un pueblo llamado Dante's Peak para recrear rocas volcánicas. En las películas en las que se muestran balas chocando contra algún material, aún es habitual que las partículas proyectadas después del impacto sean de corcho.

El uso de corcho en el cine no se limita, sin embargo, a los efectos especiales. En el capítulo más reciente de la saga "Los juegos del hambre; en llamas", en la cena en que Johanna Mason (Jena Malone) se encuentra con Caesar Flickerman (papel representado por el actor Stanley Tucci), el vestido es un atrevido modelo de corcho.

SKATE DE CORCHO

Uno de los principales proveedores de compuestos de Australia presentó recientemente un innovador skate de corcho. Un producto con un *diseño* natural y con un excelente rendimiento que ofrece un deslizamiento suave y tranquilo sobre cualquier superficie. Se encuentra totalmente fabricado con Corecork (100 % corcho), lo que lo convierte en uno de los más ecológicos del mercado y, además, la utilización de este material en el deck sirve de antideslizante y elimina la necesidad de utilizar lija.





Proyecto de escenografía y diseño de interiores con tres tipos de corcho para los espacios del Pátio da Galé

Los desfiles de ModaLisboa | Lisboa Fashion Week tuvieron lugar entre el 7 y 9 de marzo en el Pátio da Galé, en Lisboa, en un suelo de corcho Wicanders de Corticeira Amorim. De esta forma, el corcho ocupó el escenario principal del evento, y se aportó a la pasarela una materia prima natural, cómoda, que beneficia la acústica del espacio y estética diferenciada.

El corcho fue además el elemento principal del proyecto de escenografía y diseño de interiores de todo el evento – responsabilidad de los arquitectos Rita Muralha y Raul Santos – y su uso no se limitó al suelo.

Al igual que ocurrió en el Serpentine Gallery Pavilion, el aglomerado de corcho expandido – que se caracteriza por una tonalidad oscura – fue ampliamente utilizado como revestimiento de paredes interiores, así como en formato de mobiliario interior, preparado para este efecto.

De esta forma, diferentes áreas sociales del evento se revistieron con corcho, como por ejemplo la sala de desfiles, club, área social, wonderoom y backstage.

“El corcho es un patrimonio nacional, una industria muy importante en nuestra economía y una materia prima ecológica excelente. Al ser ModaLisboa una plataforma de comunicación y al tener desde siempre como misión la divulgación de la producción y diseño nacional, en esta edición se pretendió asociar el corcho a la moda, lo que le atribuye una infinidad de usos”.
Eduarda Abbondanza, Presidente de la Asociación ModaLisboa



GIERLINGS VELPOR ENTRA EN EL SEGMENTO DE CRUCEROS Y BUQUES

Tras volver a entrar en el segmento del transporte público, hace cuatro años, Gierlings Velpor ha conquistado sucesivamente nuevos proyectos en los subsegmentos vial y ferroviario, destacando el reciente nombramiento de la empresa para los nuevos proyectos del Metro de Lisboa.

Este año se ha alcanzado una nueva etapa con la entrada en el segmento de los cruceros y buques. Cumpliendo todos los requisitos y las normas exigidos en este sector, el terciopelo de poliéster ignífugo suministrado por Gierlings Velpor decora hoy las sillas y sofás del buque Funchal.

VESTIDO DE CORCHO EN LOS DRINKS RETAILING AWARDS EN LONDRES

Corticeira Amorim se ha asociado al mayor evento del comercio británico de bebidas, los "Drinks Retailing Awards", cediendo corcho para la creación de un vestido exclusivo, creado por el consagrado diseñador Kevin Freeman para la presentadora del evento, Rosie Davenport, editora de Off License News, la revista líder del sector.

El vestido reinventa la idea de tapones de vino y champán, a partir de discos de corcho. El tejido flexible se elaboró con corcho natural, finamente lapidado.

La prenda fue el centro de atención en esta ceremonia, desafiando la percepción tradicional del tapón de corcho como objeto cotidiano y ampliando, simultáneamente, la visión sobre el ámbito de uso de este material.

Rose Davenport, ya famosa por usar vestidos irreverentes en este evento anual, explicó que su intención era demostrar la versatilidad del material.

A su vez, Kevin Freeman, mentor de Renaissance Couture, destaca que "el corcho es un material muy interesante para trabajar. El resultado final es una prenda de alta calidad, capaz de llamar la atención en cualquier alfombra roja".



CORTICEIRA AMORIM APOYA EL HOMENAJE A MANOEL DE OLIVEIRA

Fruto de un apoyo de Corticeira Amorim, el corcho estuvo presente en el evento de homenaje al director portugués Manoel de Oliveira, con motivo de su 105.º aniversario, celebrado en el Edificio AXA Porto el pasado diciembre.

La iniciativa, impulsada junto con Douro Film Harvest y Shortcutz Porto, se desarrolló mayoritariamente en torno a la creación de una instalación artística colectiva, elaborada con cerca de 40 mil pins, que – a modo de puzzle – compusieron el rostro del director.

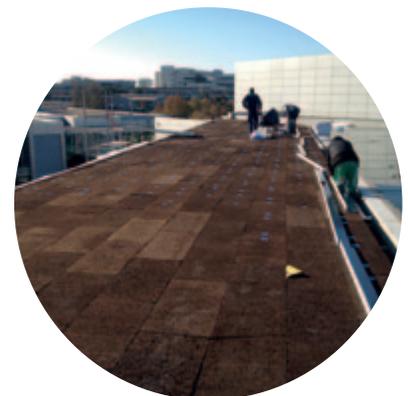
La construcción de esta instalación transcurrió durante cuatro días, de modo que el público tuvo la oportunidad de seguir la evolución de la imagen hasta contribuir al resultado final.

EFFISUS ECORK PARA LA REHABILITACIÓN DE LA SEDE DE MILLENIUM BCP

El sistema Effisus Ecork, creado por Up-Way Systems en colaboración con Amorim Isolamentos, ha sido seleccionado para la rehabilitación integral de cuatro cubiertas del edificio de Millenium BCP, en el complejo Tagus Park, en Oeiras.

El aislamiento térmico con aglomerado de corcho expandido — Effisus Ecork — maximiza la impermeabilización y la eficiencia térmica. La utilización de este material natural de Amorim Isolamentos también mejora el rendimiento de los sistemas integrados Effisus en lo que respecta a su estabilidad dimensional, durabilidad (ilimitada), buena resistencia a la compresión, buen aislamiento (acústico y vibratorio además de térmico) y buena densidad.

También cabe destacar el carácter sostenible del material. La aplicación de aglomerado de corcho expandido garantiza la conservación del bosque de alcornoque y la utilización de un material 100 % natural, sin aditivos, reciclable y reutilizable. Un material portugués de excelente calidad, eficaz y sostenible. Effisus Ecork también puede utilizarse como aislante si se incorpora en el interior del sistema integrado o también como aislamiento exterior.



QUINTA NOVA ELEGIDA COMO MEJOR CENTRO VÍNICO POR DRINKS INTERNATIONAL



Abierta en 2005, Quinta Nova N. S. Carmo recibe, a punto de cumplir su 9.º año de vida y durante la celebración de sus 250 años de existencia, el 8.º premio concedido a su proyecto de enoturismo. Acaba de ser distinguida como “Mejor centro vínico – Altamente recomendado” por la revista inglesa Drinks International, en su concurso anual de los “Wine Tourism Awards”.

Cabe mencionar que esta es la primera vez que una empresa portuguesa recibe este premio, «lo cual nos honra especialmente y nos motiva para ahondar en el intenso trabajo que estamos realizando, especialmente si tenemos en cuenta la gran competencia, en particular de cientos de candidaturas de países como Chile, España, África do Sul, Canadá, Australia y Nueva Zelanda» explica su administradora, Luísa Amorim.

El jurado, encabezado por el crítico y editor Christian Davis, destacó las diversas experiencias innovadoras, entre las cuales resaltó los picnics, el restaurante, los circuitos a pie, las actividades vnicas, el wine caching y las vendimias, así como el deslumbrante paisaje y las excelentes herramientas de comunicación y enlaces promocionales.

Este prestigioso galardón confirma el buen resultado obtenido por la Quinta entre el público internacional, como demuestra el casi 70 % de extranjeros que a ella acuden anualmente cuando visitan el Douro. A este creciente éxito ha contribuido en gran medida la apertura del Conceitus Winery Restaurant que cautiva por el trabajo centrado en la local food, siempre maridada con los vinos premiados de la propiedad.

Después de varios premios a lo largo de estos años 8 años de proyecto

2013

Boa Cama Boa Mesa, concedido por Expresso

2011

“One of the 9 must-see wineries in the world”, concedido por American Airlines

2010

Best Wine Tourism Award – Experiencias innovadoras

2009

Global Best Wine Tourism Award – Arte y Cultura

2008

Best Wine Tourism Award – Arquitectura, parques y jardines

2007

Best Wine Tourism Award – Alojamiento

2006

Enoturismo do Ano, concedido por Revista de Vinhos

NOVEDAD: POMARES GOUVEIO

Quinta Nova acaba de lanzar al mercado el nuevo Pomares Gouveio, un blanco extra-seco, sin madera, de aromas finos a frutas de pulpa blanca, cítricos y pétalos de rosa. Un vino monovarietal complejo, mineral y profundo, que no se puede perder. También se encuentran disponibles las nuevas cosechas de la gama Pomares de Quinta Nova: blanco de 2013 y tinto de 2012. blanco de 2013 y tinto de 2012. Un abanico de elecciones exquisitas para ocasiones especiales.

ENÓLOGO POR UN DÍA

“Enólogo por un día” es la última propuesta para pasar una estancia especial en el Hotel Quinta Nova. Una oportunidad para aprender a realizar una mezcla de vino, de forma individual o en grupo. El programa incluye: visita técnica a la bodega, cata, realización de mezclas, embotellado, taponado y etiquetado del vino. La estancia también puede complementarse con las sugerencias gastronómicas del restaurante Conceitus, en el que es posible saborear un Vintage abierto al fuego o hacer una cata de vino alrededor de la chimenea. La escapada perfecta en pleno corazón del Douro. Para más información hotelquintanova@amorim.com.

QUINTA NOVA EXPANDE SU RED DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL

A lo largo del último año, la estrategia de expansión internacional de Quinta Nova se ha visto reforzada con la ampliación de la red de distribución de vinos en nuevos mercados.

En 2013, Brasil fue uno de los países en los cuales la marca apostó por su difusión comercial, en particular en los estados de São Paulo, Espírito Santo, Estado Federal, Curitiba, Rio de Janeiro y Bahía.

En EE.UU., también se amplió la red de distribución y, actualmente, cuenta con distribución en el estado de Washington, Oregón, Colorado, Texas, Luisiana, Illinois, Florida, Pensilvania, Carolina del Norte y Carolina del Sur.

Recientemente, Quinta Nova también entró en el mercado de Singapur, en el segmento medio/alto para vinos premium.

PREMIOS

Mirabilis Grande Reserva Tinto 2011

Mejor vino en Brasil 2014
Revista Baco, concedido por
Marcelo Copello (Brasil)
94/100 pontos
Wine Anorak, concedido por
Jamie Goode (Reino Unido)

Clã Special Reserve

90/100 pontos
Wine Align, concedido por
David Lawrason (Canadá)
Medalla de oro
Austrian Wine Challenge (Austria)

Quinta Nova LBV 2009

91 pontos
Wine Spectator (EE.UU.)
Medalla de oro
Austrian Wine Challenge (Austria)



VOLUNTARIOS DE CORTICEIRA AMORIM PLANTAN 2014 ENCINAS Y ALCORNOQUES

La iniciativa se llevó a cabo en la zona del Caramulo devastada por incendios forestales

Los colaboradores de Corticeira Amorim se unieron a Quercus para otra acción de repoblación forestal con árboles autóctonos de Portugal. La iniciativa tuvo lugar en un terreno común de la Sierra do Caramulo y que también tuvo como objetivo el homenaje a las brigadas de bomberos.

La acción transcurrió en una área de tres hectáreas, que se incendió hace dos años, donde se plantaron más de 2000 árboles y es una de las diversas iniciativas de repoblación forestal con especies autóctonas que han sido iniciadas por los voluntarios de Corticeira Amorim. Por el momento, ya se han plantado más de ocho mil árboles autóctonos, con especial incidencia de alcornoques. La plantación de encinas y alcornoques en la Sierra do Caramulo va a ayudar a crear en el futuro una barrera para el avance de incendios, dado que las especies autóctonas

frondosas están más adaptadas a las condiciones del suelo y del clima del territorio y son más resistentes a los incendios, plagas, enfermedades, largos periodos de sequía o de lluvia intensa.

Una acción de voluntariado que se realizó en el ámbito de Floresta Comum, un programa de fomento e incentivo para la creación de un bosque autóctono con altos índices de biodiversidad y de producción de servicios de ecosistema.

