AMORIM NEWS

JAN / MAR 2014, ANNÉE 31, Nº 1

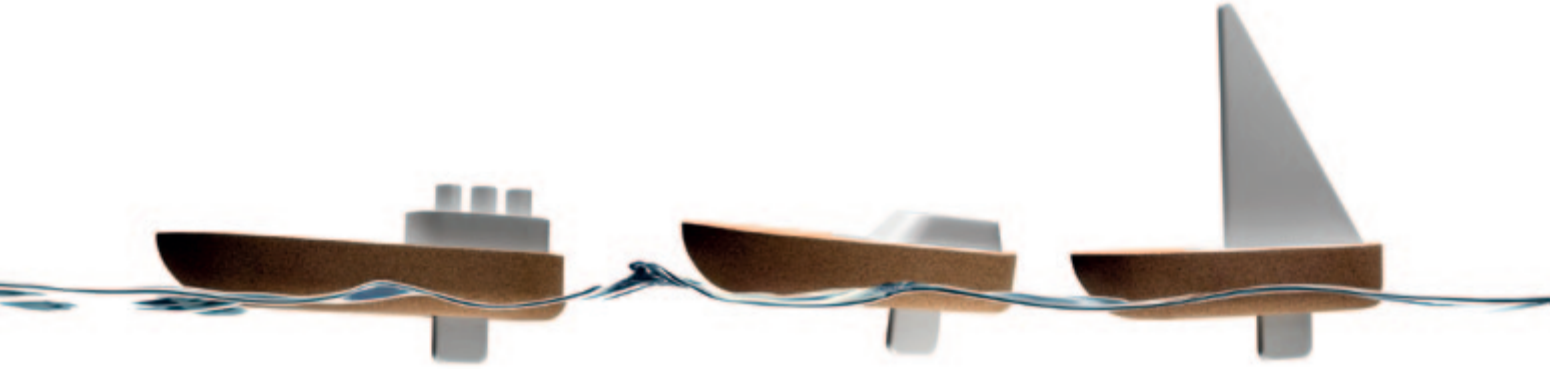
LE LIÈGE EST SYNONYME DE QUALITÉ DU VIN

BOTE
AVENTURE ET DIVERTISSEMENT À L'HEURE DU BAIN

MATERIA® CORK BY AMORIM

L'objet est composé d'une coque en liège et d'une pièce en plastique (voile, série de cheminées ou cabine). Larguez les amarres de l'imagination et laissez-vous emporter par BOTE !

Cet indomptable bateau-jouet est le compagnon idéal pour faire face aux eaux turbulentes, aux tempêtes et aux attaques de pirates ! Grâce à la flottabilité du liège, BOTE survivra toujours aux voyages les plus périlleux, prêt à vivre de nouvelles aventures.



Le liège est l'un des matériaux qui fait partie des souvenirs de notre enfance, sous la forme d'un bouchon de bouteille de vin. Pour nous, c'était un jouet fantastique tandis que les adultes profitaient de repas interminables. À l'époque déjà, l'un de nos jeux préférés consistait à ajouter un cure-dents et une feuille au liège pour le transformer en petit voilier... Et c'est dans cette perspective que nous avons utilisé le liège, de manière instinctive, en tirant parti de ses propriétés de flottaison pour créer la pièce BOTE, destinée à la collection MATERIA.
GRÉGOIRE JEANMONOD, ELRIC PETIT ET AUGUSTIN SCOTT DE MARTINVILLE, BIG-GAME.

Amorim Cork Composites | 00351 227 475 300 | evale.acc@amorim.com

SOMMAIRE

4

Le liège est synonyme de qualité du vin

5

Wine Vision 2013

6

Un bouchon en liège sur la scène du Design Museum, à Londres

Corticeira Amorim participe à des évènements du monde des vins au Portugal

7

Intercork II assure la promotion du liège sur 9 marchés

8

Wicanders présente les nouveautés 2014 au salon Domotex

Wicanders récompensée par des prix internationaux

Prix Zebee – floor to ceiling 2014

9

Amorim Flooring lance une solution sans phtalates pour les surfaces à circulation très dense

Ouvrages de référence

Amorim Flooring North America élargit son portefeuille commercial

10

Casa no Futuro [Maison du Futur] en liège

L'Acousticork U90 choisi pour un bâtiment en Malaisie

La presse internationale distingue Alma Gémea et Matéria

11

Le liège vedette d'effets spéciaux dans *Captain America 2* et *Transformers 4*

Un skate en liège

12

Le liège en vedette au ModaLisboa

Gierlings Velpor fait son entrée dans le segment des croisières et des paquebots

13

Une robe en liège aux Drinks Retailing Awards à Londres

Corticeira Amorim soutient un hommage à Manoel de Oliveira

Effisus Ecork utilisé pour la rénovation du siège de la banque Millennium BCP

14

Quinta Nova élue « Meilleur centre du vin » par Drinks International

15

Nouveauté : Pomares Gouveio

Œnologue pour un jour

Quinta Nova élargit son réseau de distribution internationale

16

Des bénévoles de Corticeira Amorim plantent 2 014 chênes et chênes-lièges

ÉDITORIAL

Aujourd'hui, on peut affirmer que le liège a su s'imposer en dépit d'une série de circonstances que nombre considéraient comme si défavorables que le secteur était voué à un déclin inéluctable.

Mais la réponse ne s'est pas faite attendre : la recherche et le développement, l'innovation, l'amélioration continue de la qualité et l'opiniâtreté à défendre dans le monde entier l'un des principaux actifs portugais ont permis au bouchon en liège de s'affirmer peu à peu comme l'obturateur d'excellence.

Au long de ces 15 dernières années, Corticeira Amorim a fait le plus grand investissement jamais réalisé dans le secteur. Le recours aux technologies de pointe et l'établissement d'innombrables partenariats avec d'importantes institutions de R & D ont amélioré le niveau de performance technique et la fiabilité du bouchon. Simultanément, le développement de nouveaux produits destinés au segment *popular premium* a généré d'importants gains de compétitivité.

Si nous ajoutons à ces facteurs les atouts écologiques du bouchon naturel, actuellement très valorisés aussi bien par l'industrie vinicole que par les consommateurs, et la capacité du liège à créer de la valeur ajoutée aux produits dans lesquels il est incorporé, il est tout à fait normal que le bouchon en liège soit considéré comme le *benchmarking* du marché des obturateurs par rapport auquel sont évalués tous les autres obturateurs.

Corticeira Amorim poursuit donc son engagement afin d'imposer le bouchon en liège comme obturateur préféré et et de conquérir des parts de marché au détriment des bouchons alternatifs, en tirant parti de la nette préférence des consommateurs, clairement démontrée sur tous les marchés du vin.

Dans les autres domaines d'activité aussi, nous maintenons notre dynamisme habituel : l'UA Agglomérés composés présente de nouvelles solutions et de nouveaux composites, s'affirmant ainsi comme partenaire dans des secteurs tels que les transports et le bâtiment ; l'UA Revêtements, dont les gammes ArtComfort et VinylComfort affichent une belle croissance, consolide sa stratégie et atteint un succès remarquable sur des marchés comme les États-Unis et l'Allemagne ; l'UA Produits d'isolation poursuit sa conquête de nouveaux marchés grâce à ses solutions 100 % naturelles qui suscitent un intérêt croissant tant par leur performance que par leur aspect visuel et s'imposent comme un matériau de choix dans le secteur émergent des maisons naturelles.

Le futur nous présente sans cesse de nouveaux défis, nous en sommes conscients, mais les caractéristiques du matériau particulier qui est à la base de notre activité, la qualité supérieure de nos produits et services, le professionnalisme et l'enthousiasme avec lesquels toute l'organisation assure sa mission nous permettent d'envisager l'avenir avec confiance.

Avec mes cordiales salutations,

António Rios de Amorim

Fiche technique Siège : Rua de Meladas nº 380, 4536-902 Mozelos VFR ; Propriétaire : Groupe Amorim ; Directeur de la Publication : Eduardo Correia ; Coordination : Joana Martins ; Rédaction : Inforpress ; Édition : Groupe Amorim ; Mise en page et Édition électronique : Inforpress ; Impression et Brochage : Lidergraf – Artes Gráficas, S.A. ; Traduction : Expressão, Lda. - http://www.expressao.pt ; Distribution : Iberomail Correio Internacional, Lda. ; Emballage : Porenvel Distribuição, Comércio e Serviços, S.A.; Périodicité : Trimestrielle ; Tirage : 22 000 exemplaires ; Dépôt Légal : VG - 914 - 2001

LE LIÈGE EST SYNONYME DE QUALITÉ DU VIN

Des sondages réalisés auprès de consommateurs de différents marchés (États-Unis, Australie, Allemagne ou Chine) montrent régulièrement que le bouchon en liège est un puissant argument de vente

Les conclusions d'une étude sur le marché des obturateurs menée par Tragon, une société de conseil en sondages leader aux États-Unis, laissent entrevoir d'excellentes perspectives pour l'industrie du liège. De façon générale, voire inattendue dans certains pays, le bouchon naturel est considéré comme la meilleure option pour les vins de qualité.

En Allemagne, 93 % des consommateurs affirment que le bouchon en liège est un signe de meilleure qualité, un chiffre qui descend à 85 % en Australie, mais qui revêt une énorme importance quand on sait que c'est l'un des pays à l'origine de l'apparition des obturateurs artificiels. Ce fait se traduit naturellement par un prix plus élevé pour les bouteilles de vin bouchées avec du liège, en accord avec l'étude réalisée par AC Nielsen aux États-Unis dont les résultats révèlent que les vins avec du liège sont valorisés dans les points de vente, la différence de prix pouvant atteindre 1,10 dollar/ bouteille.

Aux États-Unis toujours, l'obturateur naturel est perçu de manière très positive, un sentiment en constante augmentation depuis 2004, année de la première réalisation de cette étude par Tragon. À l'instar des Allemands, 93 % des consommateurs des États-Unis (principal marché du vin au monde) sont convaincus que le liège est synonyme de vin de qualité et 50 % indiquent que les capsules à vis peuvent être une solution pour les vins de faible ou de très faible qualité.

Dans ce contexte, seuls 11 % des consommateurs américains pensent qu'un vin de grande qualité peut être vendu avec une capsule à vis.

En Australie, si l'on compare avec les résultats obtenus il y a 10 ans, le liège naturel jouit d'une popularité croissante pour les occasions où le prix de vente moyen est plus élevé, notamment pour une occasion spéciale ou un dîner. Néanmoins, cette préférence est moins marquée pour les vins courants.

Une autre étude, récemment présentée en Chine et menée par O-I en partenariat avec Ubifrance, aboutit à des conclusions similaires, particulièrement avantageuses pour le liège. Sur ce marché, aussi bien les professionnels que les consommateurs se montrent totalement opposés aux obturateurs en plastique (qui ne garantissent pas l'étanchéité et annihilent certains arômes du vin) et aux capsules à vis (qui altèrent la saveur du vin).

« Quel que soit le marché, les consommateurs perçoivent les vins avec un bouchon en liège naturel comme étant de meilleure qualité par rapport à ceux qui sont fermés avec une capsule à vis », souligne Rebecca Bleibaum, chercheur chez Tragon et oratrice de Wine Vision, une importante conférence internationale dédiée au vin, à laquelle a également participé António Rios de Amorim en tant qu'orateur d'une table ronde sur le marché américain.

Avec des sujets comme les fusions et acquisitions, les marchés émergents, la renaissance du liège et la consommation de vin en Asie, Wine Vision, organisée par William Reed Business Media, est déjà considérée comme la principale conférence internationale sur le vin. Pendant 3 jours, plus de 80 orateurs, dont Christophe Salin (Les Domaines Baron de Rothschild), Rick Tigner (Jackson Family Wines), Christian Seely (AXA Millésimes), 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 et Piero Antinori, ont discuté de l'agenda qui marquera l'avenir du secteur.

WINE VISION 2013 "Shaking up the wine industry"

Pour António Rios de Amorim,

« Cette conférence est unique. Notre participation nous a permis de nous rapprocher des évènements et des défis qui marquent l'actualité de l'industrie du vin ».

« Les bouchons en liège présentent des avantages techniques ainsi qu'au niveau du prix, de la durabilité et de la perception de valeur clairement identifiée par le consommateur ».

« Le marché américain est l'un de ceux qui présentent les plus forts indices de croissance. Il est devenu depuis peu le principal marché mondial en matière de consommation de vin, et les consommateurs américains ont une histoire qui allie vins bas de gamme et capsules à vis. Aujourd'hui, une nette préférence se dessine : selon une étude, 87 % des consommateurs préfèrent les vins avec un bouchon en liège, ce qui constitue évidemment un grand avantage pour l'industrie du liège ».

UN BOUCHON EN LIÈGE SUR LA SCÈNE DU DESIGN MUSEUM, À LONDRES

Le liège portugais a fait sa réapparition à Londres. Grâce à un partenariat établi avec Corticeira Amorim, il occupe, jusqu'au 4 mai, une place importante dans l'exposition *In the Making*, du Design Museum, qui présente 24 objets semi-fabriqués et apporte à ce fameux espace l'esthétique de l'objet inachevé.

Placée sous le commissariat des mondialement célèbres designers Edward Barber et Jay Osgerby, *In the Making* met le bouchon en vedette par le biais d'une barre de liège semi-transformée, une option qui souligne la singularité du processus de transformation de cette matière première naturelle. Une manière de rendre intuitive la perception de la valeur *premium* associée à ce noble objet.

Lors de la présentation, Edward Barber et Jay Osgerby ont souligné le fait que le bouchon en liège est « peut-être le plus simple de tous les objets exposés. Extrait du chêne-liège tous les 9 ans, le liège a besoin de temps pour atteindre l'épaisseur idéale avant de se transformer en bouchon », avant d'ajouter que « nous avons choisi d'interrompre la production, en montrant la barre de liège partiellement utilisée, afin de mettre en évidence la beauté de la matière première et de l'objet lui-même ».

Les objets sélectionnés ont tous en commun un facteur distinctif ou une qualité inattendue, qui les rend facilement identifiables avant qu'ils ne prennent leur forme finale. L'exposition capte un instant particulier de la fabrication d'une grande variété d'objets, comme une balle de tennis, une batte de cricket, une pièce de monnaie, un billet de banque, et même un diamant.

L'exposition transmet ainsi le dialogue fascinant et permanent des designers avec le processus de transformation, caractéristique de leur travail.

CORTICEIRA AMORIM PARTICIPE À DES ÉVÈNEMENTS DU MONDE DES VINS AU PORTUGAL

Corticeira Amorim a participé à deux des plus emblématiques initiatives liées au vin du Portugal : le « Gala Meilleurs de l'année » du magazine *Revista de Vinhos* et « Les meilleurs de l'année 2013 » du magazine *Wine – A Essência do Vinho*.

La première, qui s'est déroulée début février au *Campo Pequeno* à Lisbonne, a distingué les meilleurs vins portugais dans différentes catégories. Corticeira Amorim a parrainé l'un des 19 prix en jeu – *O Senhor do Vinho* (Le seigneur du vin) – remis cette année à l'œnologue José Neiva par Arménio Costa, responsable commercial des marchés de la péninsule Ibérique.

Quant à l'évènement du magazine *Wine*, auquel ont participé près de deux cents invités, il a récompensé les 12 meilleurs de l'année 2013 au niveau national, tant dans le secteur du vin que dans celui de la gastronomie. Remis par Carlos de Jesus, de Corticeira Amorim, le prix « Œnologue de l'année » est revenu à Francisco Albuquerque, de Madeira Wine Company.

© Revista de Vinhos

INTERCORK II ASSURE LA PROMOTION DU LIÈGE SUR 9 MARCHÉS

Le 25 février dernier, l'Association portugaise du liège (Apcor) a présenté une nouvelle campagne internationale de promotion du liège, baptisée Intercork II, lors d'un évènement auquel a participé António Pires de Lima, ministre de l'Économie. Estimée à 7,3 millions d'euros et financée à 80 % par le programme Compete (Programme opérationnel thématique facteurs de compétitivité) et à 20 % par les associés d'Apcor, la campagne est destinée à promouvoir le liège sur 9 marchés différents.

Il s'agit de la 6ème campagne de cette initiative de promotion internationale du liège lancée en 1999. Son objectif est double : d'un côté, poursuivre les actions précédemment menées sur les marchés allemand, américain, canadien, français, italien et chinois, et d'un autre côté, affirmer le liège sur de nouveaux marchés, comme le Brésil, la Suède et le Danemark, en ciblant les bouchons et les matériaux de construction sur les deux premiers et les bouchons en liège sur les autres.

Tout comme pour l'Intercork I, le thème est axé sur la trilogie « Culture, nature et futur ». Le liège y est présenté comme un matériau aux qualités uniques et indéniables en termes de durabilité, de qualité, de performance technique, de design et d'innovation. Comme l'a souligné João Rui Ferreira, président de l'Apcor, lors de la séance d'ouverture : « L'Intercork II permettra de renforcer la préférence et la reconnaissance des consommateurs à l'égard des produits en liège et donc d'ajouter de la valeur à nos clients, en particulier dans le monde du vin ».

La campagne InterCork II a été lancée le 11 mars en Italie. L'événement a eu lieu à Milan, au restaurant de Carlo Cracco, ambassadeur du liège dans ce pays. Pour le célèbre chef italien, *« le liège et le chêne-liège constituent un précieux patrimoine culturel, environnemental et économique, synonyme d'excellence. Dans le cadre de mon métier, je recherche toujours la qualité maximale ; c'est pourquoi je soutiens le liège et j'ai accepté d'être son ambassadeur en Italie ».*

La nouvelle campagne en Italie fait suite à la précédente et repose sur le message « *Le liège, c'est plaisir, charme et environnement ».*

WICANDERS PRÉSENTE LES NOUVEAUTÉS 2014 AU SALON DOMOTEX

Amorim Flooring a présenté les plus récentes nouveautés de la gamme Wicanders au Domotex, l'un des principaux salons de revêtements du monde, qui s'est tenu à Hanovre en janvier dernier.

Parmi les nouvelles solutions figurent en particulier les nouveaux formats de la collection Artcomfort et l'incorporation de nouveaux aspects visuels dans la ligne Vinylcomfort. L'espace Corktech, destiné aux solutions de revêtements muraux et de sol avec du liège intégré, a également attiré l'attention des visiteurs du stand.

La ligne de produit Artcomfort, qui utilise la technologie d'image optique RST et offre des aspects visuels naturels absolument impressionnants, dispose désormais d'un portefeuille composé de lattes de 1 830 mm de long. Ce type de solution est idéal pour donner l'illusion d'un espace plus grand et apporter de l'élégance. En outre, les planches biseautées aux quatre extrémités renforcent l'authenticité des aspects visuels de bois. Les nouveaux formats, proposés avec sept aspects visuels dans des tons qui varient du clair au très foncé, mettent en valeur ce look bois, une tendance somme toute éternelle.

Tous ces produits sont protégés avec le NPC (*Natural Power Coat*), un vernis écologique innovant de dernière génération, qui permet aux revêtements de sol en liège vernissés d'appartenir, pour la première fois, à la classe d'usage 32 (ISO 10874), AC6 (EN13329) et d'offrir une garantie de 20 ans.

La gamme Vinylcomfort a été enrichie de cinq nouveaux aspects visuels de bois reflétant les tendances actuelles en matière de décoration d'intérieur. La nouvelle palette de couleurs, qui varie des tons pastels et naturels aux tons de gris et de noir, est proposée avec une couche de résistance à l'usure de 0,3 mm pour usage domestique dans le format 1 220 x 185 mm.

WICANDERS RÉCOMPENSÉE PAR DES PRIX INTERNATIONAUX

Dans le cadre du concours *Design dla konesera* (Design pour connaisseurs), les lecteurs du magazine *Dobre Wnetrze* (Bons intérieurs) ont élu l'aspect visuel Slate Eclipse de Wicanders meilleur produit de la catégorie « Revêtements muraux et de sol, plans de travail de cuisines et salles de bain ».

Par ailleurs, un jury composé de plus de 100 designers d'intérieur a récompensé l'aspect visuel Dekwall Malta Platinum dans la catégorie « Revêtements muraux » en lui attribuant le prix « Dobry Design 2014 » (Bon Design), organisé par le magazine *Dobrze Mieszkaj* (Bien vivre). Ces récompenses reflètent l'intérêt croissant de la communauté internationale des designers d'intérieur, dans ce cas précis polonais, pour les revêtements en liège.

PRIX ZEBEE – FLOOR TO CEILING 2014

La qualité des produits Wicanders a été récompensée par un prix international, le « Zebee – Floor to Ceiling 2014 », décerné par *Floor to Ceiling Interior Design Showroom* aux États-Unis.

Créé cette année, ce prix marque le lancement d'un projet annuel dont l'objectif consiste à distinguer les fournisseurs de produits *Floor to Ceiling* (FTC), tant au niveau individuel que global.

Le Zebee valorise le caractère spécifique des fournisseurs ainsi que l'industrie, en encourageant la mise en place de nouvelles activités au travers du développement de ses catégories et du renforcement des points forts de chacune d'elles.

AMORIM FLOORING LANCE UNE SOLUTION SANS PHTALATES POUR LES SURFACES À CIRCULATION TRÈS DENSE

Amorim Flooring vient d'annoncer le lancement d'une solution de finition sans phtalates pour tous les revêtements de sol à circulation très dense appartenant à sa marque *premium* Wicanders. Une évolution qui garantit l'élimination des phtalates, une substance présente dans les plastifiants considérée comme nocive pour la santé, dans toute la gamme HPS (*High Performance Surface*).

Spécialement conçue pour les zones très fréquentées (espaces commerciaux, centres d'entreprises ou espaces publics), cette innovation permet également d'améliorer la qualité de l'air intérieur tout en conservant les caractéristiques initiales de la solution comme la flexibilité, la transparence et la durabilité.

Cette nouvelle technologie, disponible dans les lignes de produit Corkcomfort, Woodcomfort et Artcomfort qui deviennent ainsi des options plus écologiques et plus saines, renforce la responsabilité environnementale de Wicanders.

OUVRAGES DE RÉFÉRENCE

SA Home Loans
Durban, Afrique du Sud
Dekwall Iberia

Curro Scholls
ville du Cap, Afrique du Sud
Corkcomfort Original Natural

Appartements touristiques
Praia da Vitória, Terceira, Açores
Vinylcomfort Maple

Restaurant Portus Cale
aéroport de Maputo, Mozambique
Corkcomfort Slate Moccaccin

Immeuble d'appartements
Melbourne, Australie
Woodcomfort Oak Toffee

Royal Wolf Containers (conteneurs écologiques)
Melbourne, Australie
Corkcomfort Originals Natural

AMORIM FLOORING NORTH AMERICA ÉLARGIT SON PORTEFEUILLE COMMERCIAL

Le Salon des cultures récemment inauguré à Greensboro, en Caroline du Nord, est la toute dernière référence commerciale d'Amorim Flooring aux États-Unis (AFNA – Amorim Flooring North America).

Le revêtement de sol fourni pour les différentes salles – Corkcomfort Originals Harmony HPS flottant – à base de matériaux écologiques, répond parfaitement à l'objectif du désigner, qui était de créer une installation 100 % verte. Amorim Flooring est également pressentie pour de futures installations de la marque dans deux nouveaux locaux situés dans le sud-ouest des États-Unis et dont l'ouverture est prévue l'année prochaine.

CASA NO FUTURO [MAISON DU FUTUR] EN LIÈGE

Amorim Cork Composites a fourni le liège pour le projet « Casa com Cortiça » [Maison avec du liège] de l'architecte Ren Ito, intégré dans l'exposition *Casa no Futuro*, qui s'est tenue du 14 décembre 2013 au 26 janvier 2014 au Centre d'art national de Tokyo (Japon). Choisi pour ses caractéristiques naturelles et thermiques, le liège a été appliqué sur le toit de la maison comme revêtement final. Cette exposition a accueilli les projets de 45 architectes qui ont présenté différentes visions autour du concept *Casa no Futuro*.

L'ACOUSTICORK U90 CHOISI POUR UN BÂTIMENT EN MALAISIE

L'AcoustiCORK U90 d'Amorim Cork Composites a été choisi pour être utilisé sous les mortiers flottants d'un nouveau bâtiment commercial et résidentiel de Kuala Lumpur, en Malaisie. Plusieurs facteurs ont pesé dans ce choix, comme la durabilité du produit (recyclable), la performance acoustique, la facilité d'installation, la capacité à supporter des charges et l'assistance technique offerte dans la phase de projet. En tout, ce sont 15 000 m² d'AcoustiCORK U90 qui seront installés. Le produit est en conformité avec la législation acoustique en vigueur dans ce pays.

LA PRESSE INTERNATIONALE DISTINGUE ALMA GÉMEA ET MATÉRIA

Ces derniers mois, quelques-uns des produits les plus emblématiques des marques Alma Gémea et MATERIA ont été mentionnés dans des médias et blogs de référence internationale qui ont souligné leur caractère innovant.

Alma Gémea dans le *Financial Times*
Conçue par Raquel Castro, la collection *The Whistler* de la marque Alma Gémea a été mise à l'honneur dans le *Financial Times* le 22 novembre dernier avec un article qui évoque le renouveau des marques portugaises au sein du panorama mondial, et ce malgré la conjoncture peu favorable que connaît le pays.

MATERIA dans un magazine australien
L'édition de février de *Wish Magazine*, magazine de décoration australien, mentionne le produit *Gelo (Ice Bucket)*, de la marque MATERIA, dans la rubrique « Must have ». Conçu par Filipe Alarcão, cet article y est considéré comme indispensable pour décorer la maison en raison de son caractère innovant et de son style insolite. *Gelo* est l'accessoire parfait pour garder la température idéale du champagne ou s'assurer que la glace pour les boissons ne fondra pas avant la fin de la fête. Ce seau à glace muni d'un couvercle et revêtu d'une enveloppe en plastique tire le meilleur profit des propriétés d'isolation thermique du liège ainsi que de sa texture unique. La température intérieure demeure basse tandis que l'extérieur ne perd jamais le toucher naturellement chaud et sec de ce matériau.

Des produits Alma Gémea recommandés en Espagne
Le blog espagnol *Trendencias* – www.trendenciasshopping.com – a publié un article sur le liège dans lequel les produits Alma Gémea, développés par Amorim Cork Composites en partenariat avec Matcerâmica, sont classés comme produits innovants. La publication souligne le potentiel du liège en tant que produit pratique, durable et biodégradable.

Corticeira Amorim fournit des granulés de liège pour deux méga productions de Hollywood qui sortiront en 2014

LE LIÈGE VEDETTE D'EFFETS SPÉCIAUX DANS *CAPTAIN AMERICA 2* ET *TRANSFORMERS 4*

Depuis quelque temps déjà, le liège est traditionnellement utilisé comme principal matériau pour les effets spéciaux au cinéma. *Mission Impossible*, avec Tom Cruise, *Gangster Squad*, avec Sean Pen, et *Total Recall*, avec Colin Farrell, sont quelques exemples de films où la légèreté et la douceur du liège des granulés ont été exploitées pour simuler des explosions.

La bonne performance et le statut de matériau écologique ont dicté le choix du liège pour deux autres grandes productions hollywoodiennes. *Captain America 2* et *Tranformers 4* ont des points communs : tous deux sont essentiellement des films de fiction, avec des acteurs célèbres (comme Scarlett Johansson et Mark Wahlberg), et attirant un grand nombre de spectateurs qui seront ainsi, eux aussi, en contact avec le liège portugais.

Outre les granulés, le regranulé de liège expansé a déjà été utilisé dans *SOS Fantômes* pour simuler des déchets qui tombaient des bâtiments ainsi que dans *Volcano* ou dans *Le pic de Dante* pour recréer des roches volcaniques. Il est également courant dans les films où l'on voit des balles frapper quelque chose que les particules projetées après l'impact soient en liège.

Toutefois, l'utilisation du liège au cinéma ne se limite pas aux effets spéciaux. Dans le plus récent volet de la saga *Hunger Games – L'Embrasement*, il existe une scène, avec Johanna Mason (Jena Malone) et Caesar Flickerman (Stanley Tucci), où l'actrice porte une audacieuse robe en liège.

UN SKATE EN LIÈGE

Un innovant skate en liège a été récemment présenté par l'un des principaux fournisseurs de composites en Australie. Doté d'un design naturel et présentant un excellent niveau de performance, il offre une promenade agréable et toute en douceur sur n'importe quelle surface. Entièrement fabriqué en Corecork (100 % liège), ce skate est l'un des plus écologiques du marché. Le liège de la planche fonctionne comme anti-dérapant et élimine la nécessité d'utiliser une toile d'émeri.

LE LIÈGE EN VEDETTE AU MODALISBOA

***Un projet de scénographie et de décoration d'intérieur a utilisé trois types de liège pour les espaces du* Pátio da Galé**

Les défilés de ModaLisboa | Lisboa Fashion Week se sont déroulés du 7 au 9 mars au *Pátio da Galé*, à Lisbonne, sur un sol en liège Wicanders de Corticeira Amorim. Le podium, scène principale de l'évènement, a ainsi été revêtu de liège, une matière première naturelle, confortable, qui a amélioré l'acoustique de l'espace et apporté une touche esthétique différente.

L'utilisation du liège ne s'est d'ailleurs pas limitée au sol puisqu'il a été aussi le principal élément du projet de scénographie et de décoration d'intérieur de tout l'évènement mené par les architectes Rita Muralha et Raul Santos.

À l'instar de ce qui s'est passé pour le Serpentine Gallery Pavilion, l'aggloméré de liège expansé, qui se caractérise par une couleur foncée, a été largement appliqué en tant que revêtement des murs intérieurs ainsi que dans du mobilier intérieur conçu à cet effet.

C'est ainsi que différentes zones sociales de l'évènement ont été revêtues de liège comme la salle des défilés, le Club, la zone sociale, le *Wonderoom* et les coulisses, entre autres.

Le liège est un patrimoine national, une industrie très importante pour l'économie portugaise et une excellente matière première écologique. ModaLisboa étant une plateforme de communication, dont la mission est depuis toujours de divulguer la production et le design portugais, nous avons voulu pour cette édition associer le liège à la mode, en lui conférant une multiplicité d'utilisations ».
Eduarda Abbondanza, présidente de l'Association ModaLisboa

GIERLINGS VELPOR FAIT SON ENTRÉE DANS LE SEGMENT DES CROISIÈRES ET DES PAQUEBOTS

Après son retour dans le segment des transports publics il y a 4 ans, Gierlings Velpor a successivement remporté de nouveaux projets dans les sous-segments routier et ferroviaire. À ce sujet, on peut souligner la récente nomination de l'entreprise pour les nouveaux projets du métro de Lisbonne.

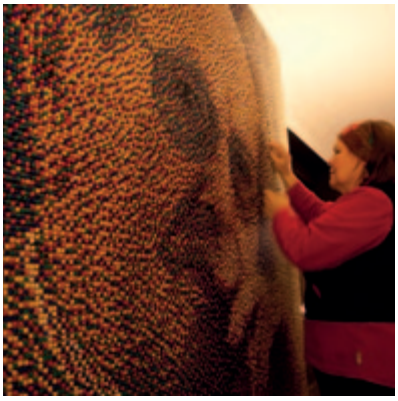
Cette année, une nouvelle étape a été franchie avec l'entrée dans le segment des croisières et des paquebots. Répondant à toutes les conditions et normes exigées par ce secteur, le velours en polyester *flame retardant* fourni par Gierlings Velpor décore aujourd'hui les chaises et les canapés du paquebot Funchal.

UNE ROBE EN LIÈGE AUX DRINKS RETAILING AWARDS À LONDRES

Corticeira Amorim s'est associée aux *Drinks Retailing Awards*, le plus grand évènement du commerce britannique de boissons, en offrant du liège pour une robe exclusive, créée par le célèbre designer Kevin Freeman et portée par la présentatrice de l'évènement, Rosie Davenport, éditrice d'*Off License News*, magazine leader du secteur.

À partir de disques de liège, la robe réinvente l'idée des bouchons de vin et de champagne. Le tissu flexible a été élaboré avec du liège naturel, finement taillé. Cette pièce, objet de toutes les attentions au cours de la cérémonie, bouscule la perception traditionnelle que l'on a du bouchon de liège en tant qu'objet du quotidien tout en élargissant le regard porté sur les domaines d'application de ce matériau.

Célèbre pour les robes audacieuses qu'elle porte chaque année à l'occasion de cet évènement, Rose Davenport a expliqué que son intention était de prouver la versatilité du matériau. De son côté, Kevin Freeman, mentor de Renaissance Couture, souligne que « le liège est un matériau très intéressant à travailler. Le résultat final est une pièce de grande qualité, capable d'attirer tous les regards sur n'importe quel tapis rouge ».



CORTICEIRA AMORIM SOUTIENT UN HOMMAGE À MANOEL DE OLIVEIRA

Grâce au soutien apporté par Corticeira Amorim, le liège était présent à l'hommage qui a été rendu au réalisateur portugais Manoel de Oliveira en décembre dernier à l'Edifício AXA Porto à l'occasion de son 105e anniversaire.

Organisée par Douro Film Harvest et Shortcutz Porto, cette initiative s'est essentiellement développée autour de la création d'une installation artistique collective représentant le visage du réalisateur avec près de 40 000 pins assemblés comme un puzzle.

Au cours de la construction de cette installation qui a duré quatre jours, le public a eu l'occasion d'accompagner l'évolution de l'image, et même de contribuer au résultat final.

EFFISUS ECORK UTILISÉ POUR LA RÉNOVATION DU SIÈGE DE LA BANQUE MILLENNIUM BCP

Le système Effisus Ecork, créé par Up-Way Systems en partenariat avec Amorim Isolamentos, a été choisi pour la rénovation intégrale de quatre couvertures du bâtiment de la banque Millennium BCP situé dans le complexe Tagus Park, à Oeiras.

L'isolation thermique avec de l'aggloméré de liège expansé – Effisus Ecork – optimise l'étanchéité et l'efficacité thermique. L'utilisation de ce matériau naturel d'Amorim Isolamentos renforce également la performance des systèmes intégrés Effisus en termes de stabilité dimensionnelle, de durabilité (illimitée), de résistance à la compression, d'isolation (thermique, acoustique et anti-vibrations) et de densité.

Sans parler du caractère durable du matériau. En appliquant de l'aggloméré de liège expansé, on est sûr de préserver la suberaie et d'utiliser une matière première 100 % naturelle, sans additifs, recyclable et réutilisable. Un matériau portugais, de qualité supérieure, efficace et durable. Effisus Ecork peut être utilisé aussi bien comme isolant incorporé à l'intérieur du système intégré que comme isolant pour l'extérieur.

QUINTA NOVA ÉLUE « MEILLEUR CENTRE DU VIN » PAR DRINKS INTERNATIONAL

Ouverte en 2005, et fêtant ses 250 ans d'existence, Quinta Nova N. S. Carmo voit son projet d'œnotourisme récompensé par un 8ème prix. Elle vient en effet d'être élue « Meilleur centre du vin – Hautement recommandé » par le magazine anglais *Drinks International* à l'occasion de son concours annuel des *Wine Tourism Awards*.

Signalons que c'est la première fois que ce prix est attribué à une entreprise portugaise, « ce qui nous honore et nous incite à approfondir l'intense travail que nous sommes en train de développer afin de faire face à la forte concurrence, notamment de centaines de candidatures de pays comme le Chili, l'Espagne, l'Afrique du Sud, le Canada, l'Australie et la Nouvelle-Zélande », explique Luísa Amorim, administratrice.

Présidé par le critique et éditeur Christian Davis, le jury a mis en avant les nombreuses expériences innovantes, en particulier les piques-niques, le restaurant, les circuits pédestres, les activités liées à la vigne et au vin, le *Wine Catching* et les vendanges, ainsi que le paysage époustouflant et les excellents outils de communication et liens promotionnels.

Cette prestigieuse récompense vient confirmer la bonne réputation dont jouit Quinta Nova auprès du public international, comme en témoignent les quasi 70 % d'étrangers qui la visitent chaque année lorsqu'ils se trouvent dans la région du Douro. L'ouverture du Conceitus Winery Restaurant a énormément contribué à ce succès croissant. Son travail autour de la gastronomie locale harmonieusement accompagnée des vins lauréats de la propriété a su captiver la clientèle.

Après les divers prix reçus au long de ces 8 années de projet

2013
Boa Cama Boa Mesa [Bonne table bon lit] par le journal *Expresso*

2011
One of the 9 must-see wineries in the world [L'une des 9 meilleures caves au monde à ne pas manquer] par American Airlines

2010
Best Wine Tourism Award – Expériences innovantes

2009
Global Best Wine Tourism Award – Art et culture

2008
Best Wine Tourism Award – Architecture, parcs et jardins

2007
Best Wine Tourism Award – Hébergement

2006
Enoturismo do Ano [Œnotourisme de l'année], par le magazine *Revista de Vinhos*

NOUVEAUTÉ : POMARES GOUVEIO

Quinta Nova vient de lancer sur le marché le nouveau Pomares Gouveio, un blanc extra-sec, sans bois, aux arômes fins de fruits à pulpe blanche, d'agrumes et de pétales de rose. Un vin issu d'un seul cépage, complexe, minéral et profond, à ne pas manquer. Les nouveaux millésimes de la gamme Pomares de Quinta Nova (Blanc 2013 et Rouge 2012) sont également disponibles. Un éventail de choix époustouflants pour des occasions spéciales.

ŒNOLOGUE POUR UN JOUR

« Œnologue pour un jour » est la plus récente activité proposée dans le cadre d'un séjour spécial à l'hôtel Quinta Nova. L'occasion d'apprendre à produire un assemblage de vin, individuellement ou en groupe.
Le programme comprend : visite technique à la cave, dégustation, coupage, remplissage, embouteillage et étiquetage du vin. Le séjour peut être complété par les suggestions gastronomiques du restaurant Conceitus, où il est possible de savourer un Vintage ouvert selon la méthode du feu ou faire une dégustation de vins au pied de la cheminée. La petite escapade idéale en plein cœur du Douro.
Pour de plus amples informations : hotelquintanova@amorim.com.

QUINTA NOVA ÉLARGIT SON RÉSEAU DE DISTRIBUTION INTERNATIONALE

Tout au long de l'année écoulée, la stratégie d'expansion internationale de Quinta Nova a été renforcée avec l'expansion du réseau de distribution des vins sur de nouveaux marchés.

En 2013, le Brésil a été l'un des pays où la marque a misé sur la publicité, notamment dans les États de São Paulo, Espirito Santo, Estado Federal, Curitiba, Rio de Janeiro et Bahia.

Aux États-Unis, le réseau de distribution a également été élargi, les vins étant actuellement commercialisés dans les États de Washington, Oregon, Colorado, Texas, Louisiane, Illinois, Floride, Pennsylvanie, Caroline du Nord et Caroline du Sud.

Plus récemment, Quinta Nova a fait son entrée sur le marché de Singapour dans le segment moyen / haut de gamme pour les vins *premium*.

PRIX

Mirabilis Grande Reserva Tinto 2011 (rouge)
Meilleur vin au Brésil 2014
Magazine *Baco*, par Marcelo Copello (Brésil)
94/100 points
Wine Anorak, par Jamie Goode (Royaume-Uni)

Clã Special Reserve
90/100 points
Wine Align, par David Lawrason (Canada)
Médaille d'or
Austrian Wine Challenge (Autriche)

Quinta Nova LBV 2009
91 points
Wine Spectator (États-Unis)
Médaille d'or
Austrian Wine Challenge (Autriche)

DES BÉNÉVOLES DE CORTICEIRA AMORIM PLANTENT 2 014 CHÊNES ET CHÊNES-LIÈGES

L'initiative s'est déroulée dans la zone de Caramulo qui avait été dévastée par des incendies de forêt

Les collaborateurs de Corticeira Amorim se sont associés à Quercus pour une nouvelle action de reboisement avec des arbres autochtones du Portugal. Cette initiative, qui a eu lieu sur un terrain inculte de la Serra do Caramulo, avait également pour objectif de rendre hommage aux pompiers. Cette fois-ci, plus de 2 000 arbres ont été plantés sur une surface de 3 hectares qui avait brûlé il y a 2 ans. À ce jour, plus de 8 000 arbres autochtones, en particulier des chênes-lièges, on été plantés dans le cadre de ce projet de reboisement mené à bien par les volontaires de Corticeira Amorim.
La plantation de chênes et de chênes-lièges dans la Serra do Caramulo va aider à créer une barrière contre la propagation des flammes dans la mesure où les espèces autochtones feuillues sont plus adaptées aux conditions pédo-climatiques du territoire et résistent mieux au feu, aux parasites, aux maladies et aux longues périodes de sécheresse ou de pluie intense. Une action de bénévolat intégrée dans le programme *Floresta Comum* [Forêt commune] visant à encourager et à dynamiser la création d'une forêt autochtone présentant de forts indices de biodiversité et de fourniture de services d'écosystème.