



# NEWS

JULI / SEPT 2014, JAHR 31, NR. 3



AMÉRICO AMORIM  
EIN MANN MIT GESCHICHTE, EIN  
UNTERNEHMEN VOLLER LEBEN

# SIX

JAMES IRVINE

SIX ist ein herzlicher Ausdruck von Freundschaft. Das letzte von James Irvine für Corticeira Amorim entworfene Designstück erzählt nach den Worten des Designers „eine kleine Geschichte: die Geschichte eines ausgezeichneten Abendessens am Meer, bei dem die großartige portugiesische Küche mit einer Verköstigung unglaublicher Vintage-Portweine kombiniert wurde. Damals begann ich zu denken, dass diese wunderbaren Flaschen mit größter Sorgfalt aufgenommen und transportiert werden müssen. Und so kam mir die Idee zu meiner Kreation SIX“. SIX erweckt die jahrtausendealte Beziehung zwischen Wein und Kork zu neuem Leben und bietet sich als kleine Hilfe zur Abendessenszeit an. Wenn das Servieren eines Weins allein nicht unbedingt originell ist, präsentieren Sie ihn in SIX ... unerwartet und unwiderstehlich! Oder wie James Irvine sagen würde: Cheers! Alla Salute! Prost! ...



MATERIA® CORK BY AMORIM  
Curated by experimentadesign

## INHALT

4

Américo Amorim: ein Mann mit Geschichte, ein Unternehmen voller Leben

6

Amorim Cork Ventures schließt Protokoll mit Caixa Capital

Green Cork recycelt 9,5 Millionen Korken allein im Jahr 2013

7

Ervideira und El Corte Inglés präsentieren gemeinsam Helix

Weine von Castellani und Monte do Álamo in Kürze in den USA, den Niederlanden und Deutschland erhältlich

8

Corkfabrics bei der Coruche Fashion Cork Referenzbauwerke

Wicanders überrascht bei größter Veranstaltung für den Einzelhandel Kanadas

Amorim Cork Deutschland auf der Holzland & Mdh Expo 2014

Gruppe aus der Republik Tschechien besucht Portugal, um den Kork kennenzulernen

9

Wachsende Beliebtheit von Kork auf dem deutschen Markt ...und in New York

10

Neue Produkte von Home & Office

ACC sponsert Symposium zu Mörtel und thermischen Verkleidungslösungen Neue Produktlinie aus Korkspielzeug

11

Royal College of Arts stellt Kunstwerk aus Kork von Erika Cross aus

Kork als Highlight auf der Biennale von Istanbul

12

Amorim Isolamentos organisiert 5. internationale Konferenz

Neue Kollektion von Gierlings Velpor in den Hauptstädten der Mode

Ehrung der Stiftung Fundação Albertina Ferreira Amorim

13

Spier Cork Creative Bar unter den Highlights der 100% Design South Africa

DAM gewinnt POPs von Serralves mit PIPO



14

Quinta Nova präsentiert Geschenkideen für Weihnachten

Grainha und Pomares mit neuem Packaging

Quinta Nova erneuert Website

15

Vinocamp versammelt Fachleute der Weinbranche in Lissabon

Clã Moscatel Douro: extravaganter und intensiv

## EDITORIAL

Neue Möglichkeiten ergeben sich jeden Tag, und die Geschichte der Amorim-Gruppe wird jede Sekunde neu geschrieben, mit der Kraft und Energie eines jeden Einzelnen von uns.

Seit langem hat die Amorim-Gruppe geographische Grenzen und risikoreiche Schranken überwunden und präsentiert der Welt heute nicht nur den Kork, sondern hebt sich auch in diversen anderen Branchen wie der Immobilien-, Finanz-, Telekommunikations- und Tourismusbranche hervor.

Innovation und Führungsgeist liegen uns in den Genen, und hinter jeder Ecke warten unendlich viele Möglichkeiten. Wir sind das führende Unternehmen, auf das andere führende Unternehmen vertrauen, denn unsere Einstellungen auf dem Markt bleiben auch nach 144 Jahren unverändert: Wir wissen, dass es noch viel zu entdecken gibt, und sind uns stets bewusst, dass die Arbeit nie getan sein wird.

Wir haben schon früh erkannt, wie wichtig es ist, klare Ziele zu haben und sie entschlossen zu verfolgen und mit größter Disziplin und Effizienz anzupassen. Und so entstand aus einem kleinen Korkenbetrieb die Amorim-Gruppe, die sich zu einem der internationalsten, die stärkste Dynamik entfachenden Unternehmen der Wirtschaft entwickelte.

Unser Ziel bestand seit jeher in der Bildung einer integrierten und globalen Gruppe. Wir haben es geschafft. Unsere weltweite Präsenz und unsere Größe ermöglichen es uns, ein Team aus 3 350 Mitarbeitern zu beschäftigen, die täglich für mehr als 20 000 Kunden arbeiten. Die Amorim-Gruppe hält 35 % der weltweiten Korkverarbeitung und ihr jährliches Umsatzvolumen beträgt 543 Mio. Euro, von denen 6 Mio. Euro in Forschung, Entwicklung und Innovation (F&E+I) fließen. Letztere ist übrigens eine strategische Säule für unsere Spitzenposition in verschiedenen Tätigkeitsbereichen, mit absolutem Schwerpunkt auf qualitativer Verbesserung. Es gibt keine Technologie, die die einzigartigen Eigenschaften von Kork zu imitieren vermag, mithilfe der jüngsten Fortschritte in F&E+I ist es jedoch möglich, sich die hohe technische Performance dieses 100% natürlichen Rohstoffs auf eine vollkommen neue Art und Weise zunutze zu machen.

Aus all diesen Gründen ist der Moment, den wir durchleben, eine bedeutsame Etappe in der Geschichte unserer Gruppe und, wie ich gestehen muss, auch in meinem persönlichen Leben. Es war ein 1. September, an dem ich vor 62 Jahren meine Tätigkeit in dieser enormen Familie aufgenommen habe. Ich bin sehr zufrieden und überzeugt von all dem, was wir im Laufe dieser Jahre zusammen erbaut haben, und möchte diese Rentrée nutzen, um allen unseren Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern einen besonderen Dank auszusprechen.

Die Leidenschaft für den Kork ist eine ewige Herausforderung!

**Américo Amorim**

Vorstandsvorsitzender

Amorim Investimentos e Participações, S.G.P.S., S.A.



**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

# AMÉRICO AMORIM EIN MANN MIT GESCHICHTE, EIN UNTERNEHMEN VOLLER LEBEN



Die Laufbahn des 80-jährigen Américo Amorim ist nach wie vor ein lebendiges Beispiel für die aus Arbeit und individueller Entschlossenheit freigesetzte Kraft – ein Beispiel, das mehreren Generationen in der ganzen Welt als Inspiration dient. Eine reale Geschichte, die mit jedem Geburtstag des Vorsitzenden der Amorim-Gruppe und mit jedem Jubiläum von Amorim aufs Neue bestätigt wird. Man kann von einem historischen Meilenstein sprechen, wenn jemand in heutiger Zeit von sich behaupten kann, dass er 62 Jahre seines Lebens dem Aufbau eines erfolgreichen Geschäftes gewidmet hat. Im Jahr seines 80. Geburtstags verdient diese Zahl ganz besondere Beachtung.

*Die Amorim-Gruppe verfolgt seit jeher ihre Mission, sich an die Prinzipien wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Entwicklung zu halten, und ist ihren Grundsätzen, auf die sie ihr Vermögen aufgebaut hat, stets treu geblieben: Vision, Verantwortung, Fleiß, Kreativität und Innovation.*

*Ihre Mission ist heute umso wichtiger, wenn es darum geht, sich durch herausragende Leistungen bei Management, Produkten und Dienstleistungen abzugrenzen.*

Américo Amorim wurde 1934 in Mozelos, Santa Maria da Feira geboren und wurde noch als Kind zum Waisen. Erwachsen geworden ist er in der Zeit des Kalten Krieges. In dem bescheidenen, der Korkenherstellung gewidmeten Familienunternehmen fand er im Jahr 1952 nach Abschluss der höheren Handelsschule seine erste Arbeit. Die Entbehrungen seiner Kindheit und Jugend führten zu einer starken Motivation, die eine unvergleichliche Energie in ihm freisetzte und ihn so zu einer der emblematischsten Persönlichkeiten der Unternehmenswelt werden ließ.

Sein unternehmerischer Charakter brachte ihn mit 21 Jahren zu dem Entschluss, Europa und später auch andere Kontinente zu erkunden, mit der steten Mission, den Kork in neue Länder und zu neuen Kulturen zu bringen. Seine zahlreichen Erlebnisse machte er sich zunutze, um so viele Informationen wie möglich über die wirtschaftlichen und politischen Systeme zu sammeln, wobei er sich die Unterschiede zwischen den Funktionsweisen verschiedener politischer Regime wie Diktatur, Kommunismus und Demokratie aus nächster Nähe ansah. Diese kulturellen und unternehmerischen Erfahrungen prägten das Unternehmen stark in den 50-er Jahren, als Amorim & Irmãos mit dem Export begann. Dies war der erste Schritt hin zur Internationalisierung.

Die 60-er Jahre waren schließlich geprägt von der Gründung des Unternehmens Corticeira Amorim im Jahr 1963.

Das Gesellschaftskapital war damals zwischen den Amorim-Brüdern (Américo, António, José und Joaquim) und ihrem Onkel Henrique aufgeteilt, und erst im Jahr 1969 wurden die vier Brüder, denen anfangs nur 20 % des Unternehmens gehörten, zu dessen alleinigen Gesellschaftern.

Der ruhelose Geist von Américo Amorim sagte ihm, dass sich Kork zu einem Rohstoff entwickeln würde, den die Welt entdecken und begehren würde, und er identifizierte sogleich die Vertikalisierungsmöglichkeiten dieser Branche. Die Gruppe setzt seither auf die Diversifizierung der Tätigkeit durch Investitionen in Branchen und geographische Gebiete mit großem Rentabilitätspotenzial.

Aus einem Familienbetrieb entstanden, hat die Amorim-Gruppe mit Dutzenden Unternehmen auf allen fünf Kontinenten und in diversen Wirtschaftsbereichen inzwischen eine konsolidierte Position eingenommen. Vom Kork (über Corticeira Amorim) bis hin zu Textilien (über das hundertjährige, auf Samt und technische Textilien spezialisierte Unternehmen Gierlings Velpor) und vom Weinbau bis hin zum Weintourismus.



*„Der ruhelose Geist von Américo Amorim sagte ihm, dass sich Kork zu einem Rohstoff entwickeln würde, den die Welt entdecken und begehren würde, und er identifizierte sogleich die Vertikalisierungsmöglichkeiten dieser Branche.“*



# AMORIM CORK VENTURES SCHLIESST PROTOKOLL MIT CAIXA CAPITAL

Das neugegründete Unternehmen Amorim Cork Ventures und Caixa Capital haben ein Kooperationsprotokoll unterzeichnet, um das Unternehmertum in der portugiesischen Korkbranche anzuregen. In dem Protokoll werden der Austausch von Know-how und Erfahrungen, insbesondere im Bereich der Investitionstätigkeit, sowie die Begleitung von Startups durch Caixa Capital verankert, unterstützt durch die unternehmerische Expertise und Erfahrung von Corticeira Amorim in der Korkbranche.

Die Unterstützung von Amorim Cork Ventures durch Caixa Capital, die Gesellschaft für Risikokapitalfondsverwaltung der Gruppe CGD, erfolgt im Rahmen der Mission, in Fonds und Unternehmensprojekte zu investieren, die von qualifizierten Managementteams geleitet werden, über ein großes Wachstums- und Wertschöpfungspotential verfügen, eine angemessene Eigenkapitalrendite in Aussicht stellen und auf verantwortungsvolle und nachhaltige Weise zur Schaffung gesellschaftlichen Reichtums und Wohlstands beitragen.

Amorim Cork Ventures wurde mit dem Ziel gegründet, die Entwicklung/Planung neuer und vorwiegend an die ausländischen Märkte gerichteter Produkte und Geschäfte mit Kork zu fördern und den Unternehmern nicht nur Zugang zu Finanzierung, sondern auch zu Management-Kompetenzen, Know-how und Kontaktnetzen in verschiedenen Branchen und Ländern zu bieten.



GREEN CORK RECYCELTE 9,5 MILLIONEN KORKEN ALLEIN IM JAHR 2013

Green Cork, ein portugiesisches Recycling-Programm für gebrauchte Korken, hat im Rahmen seiner Wiederaufforstungskampagne 2013/2014 mit dem Erlös aus 9,5 Millionen im Jahr 2013 gesammelten Korken ca. 95 000 heimische Bäume gepflanzt. Diese Zahl entspricht 43 Tonnen Naturkorken und 3 % aller Korken, die sich insgesamt jedes Jahr in Portugal in Umlauf befinden. Das im Jahr 2008 gestartete Projekt Green Cork der NRO Quercus wurde in Partnerschaft mit Corticeira Amorim, der Hypermarktkette Continente, den Einkaufszentren von Dolce Vita, Schulen, Abfallentsorgungsunternehmen und anderen Akteuren entwickelt, die dieses Projekt auf lokaler Ebene möglich machen. Mit den Aktionen von Green Cork soll das Recycling von Naturkorken gefördert und gleichzeitig der Erhalt des heimischen Waldes in Portugal gesichert werden. Seit Beginn des Programms wurden 52 Mio. Naturkorken recycelt – die zusammen genommen 5773 Tonnen CO<sub>2</sub> binden – und 193 000 Bäume gepflanzt.



WELTWEITE  
MARKTEINFÜHRUNG  
EINES NEUEN  
WEIN-PACKAGINGS

## ERVIDEIRA UND EL CORTE INGLÉS PRÄSENTIEREN GEMEINSAM HELIX

Der alentejanische Weinerzeuger Ervideira bringt mit seinen Marken „S de Sol“ (S wie Sonne) und „Lusitano“ (Lusitaner) als erster das neue Wein-Packaging Helix auf den Markt. Diese Weltneuheit wurde zusammen mit Corticeira Amorim und El Corte Inglés auf einer Veranstaltung zur weltweiten Markteinführung dieses innovativen Packagings in Lissabon präsentiert.

Duarte Leal da Costa, geschäftsführender Direktor von Ervideira, kommentiert die Premiere mit folgenden Worten: „Wir sind sehr froh über diese Innovation, die unter Wahrung eines umweltfreundlichen Premium-Images endlich den Convenience-Faktor in das Schnelldreher-Segment der Rot- und Weißweine bringt.“ Eigens für Schnelldreher unter den Weinen entwickelt, macht dieses innovative, von Corticeira Amorim und dem nordamerikanischen Unternehmen Owens-Illinois entwickelte Konzept es möglich, das Binom Glas/Naturkorken um den Faktor des einfachen Öffnens zu ergänzen, denn dieser Korken lässt sich nur unter Einsatz von Daumen und Zeigefinger aus der Flasche ziehen.

Auf der Präsentationsveranstaltung erklärte Carlos Jesus, Marketing- und Kommunikationsleiter von Corticeira Amorim: „Nach vier Jahren der Forschung und Entwicklung zusammen mit unseren Partnern von Owens-Illinois erfüllt uns die weltweite Markteinführung von Helix in Portugal mit großer Freude. In einem Moment, in dem Innovation von fundamentaler Bedeutung für unser Land ist, liefert Helix den Beweis dafür, dass die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen greifbare Wettbewerbsvorteile für so wichtige Wirtschaftszweige wie Kork, Wein und Handel bringt“.

Susana Santos, Leiterin für Außenbeziehungen von El Corte Inglés, betonte, wie wichtig es ist, innovative Produkte in das Angebot aufzunehmen: „Gastgeber der weltweiten Präsentation dieses Produkts zu sein ist ein Privileg, denn immer wenn unsere Lieferanten neue Produkte innovieren und entwickeln, kommt dies auch unseren Kunden zugute“.

WEINE VON  
CASTELLANI  
UND MONTE DO  
ÁLAMO IN KÜRZE  
IN DEN USA,  
DEN NIEDER-  
LANDEN UND  
DEUTSCHLAND  
ERHÄLTlich

Die positiven Reaktionen der Weinerzeuger auf Helix zeigen sich sehr deutlich daran, dass sich derzeit bereits um die 50 Weinerzeuger in verschiedenen Phasen der Abfüllung und Markteinführung befinden, sowohl in den für die Markteinführung als vorrangig definierten Ländern (Portugal, Spanien, Frankreich und Italien) als auch in den verschiedenen Exportländern.

Auf die Markteinführung der Weine von Ervideira folgen die Weine von Monte do Álamo aus Portugal und von dem großen italienischen Weinerzeuger Castellani, die schon bald für Weintrinker in den USA, den Niederlanden und Deutschland erhältlich sind.



## CORKFABRICS BEI DER CORUCHE FASHION CORK

Wie bereits in der Vergangenheit war Kork auch dieses Mal das Hauptmaterial der Modenschau Coruche Fashion Cork, einer der Initiativen der VI. Ausgabe der internationalen Korkmesse FICOR. Unter dem Motto „Amor à Cortiça“ (Liebe für den Kork) nahmen zahlreiche renommierte Designer des Landes die Herausforderung an, innovative und vielseitige Kleidungsstücke aus diesem ökologischen Rohstoff zu kreieren, darunter Katty Xiomara, Anabela Baldaque sowie Elsa Barreto und Mónica Gonçalves, Gründerin der Marke GRIGI und bekannt für ihre Korkmaschen-Kreation. Amorim Cork Composites unterstützte die Modenschau, indem es diverse Stoffe aus seinem neuesten Corkfabrics-Sortiment zur Verfügung stellte. Corticeira Amorim war außerdem am Bühnenbild und am Laufsteg beteiligt und überließ für deren Gestaltung die ausgewählten Produkte aus dem Dekwall-Sortiment von Wicanders.



## REFERENZ- BAUWERKE

### **Bauwerk: Sildoor-Laden**

Ort: Angola, Luanda  
Produkt: Vinylcomfort  
Gesamtfläche: 450m<sup>2</sup>



### **Bauwerk: Farfetch**

Ort: Leça do Balio (frühere  
Einrichtungen von Lionesa), Portugal  
Produkt: Vinylcomfort Frozen Oak  
Gesamtfläche: 3.800 m<sup>2</sup>

### **Bauwerk: Kantine des Parlaments von Kapverde**

Ort: Kapverde  
Produkt: WoodComfort  
Gesamtfläche: 170m<sup>2</sup>

## WICANDERS ÜBERRASCHT BEI GRÖSSTER VERANSTALTUNG FÜR DEN EINZELHANDEL KANADAS

Amorim Flooring hat an der 13. Ausgabe der Shnier Summit teilgenommen, einer der größten Zusammenkünfte der Branche in Kanada, um der Öffentlichkeit die wichtigsten Neuheiten von Wicanders zu präsentieren. Das Potenzial von Kork wurde anhand von interaktiven Ausstellungen veranschaulicht, die eigens vorbereitet wurden, um die Vorteile der Technologie Corktech zu demonstrieren und neue Produkte wie beispielsweise die Bodenbeläge der Kollektion Artcomfort zu präsentieren.

## AMORIM CORK DEUTSCHLAND AUF DER HOLZLAND & MDH EXPO 2014

Die diesjährige Ausgabe der jährlich stattfindenden HOLZLAND & MDH EXPO in Hannover versammelte mehr als zweihundert Aussteller, und natürlich durfte auch Amorim Cork Deutschland nicht fehlen. Das Unternehmen warb bei dieser Veranstaltung für die Premium-Marke Wicanders und vor allem für die Kollektion Artcomfort, ein Bodenbelag von Spitzenqualität, der durch die Verwendung der Technologie Realistic Surface Technology (RST) eine unvergleichliche Kombination aus Ästhetik, Komfort und Langlebigkeit bietet.

## GRUPPE AUS DER REPUBLIK TSCHECHIEN BESUCHT PORTUGAL, UM DEN KORK KEN- NENZULERNEN

Amorim Flooring wurde dank seines Partners Likor die Ehre zuteil, eine Besuchergruppe aus Kunden, Architekten und Designern begrüßen zu dürfen, die nach Portugal kamen, um ihre Kenntnisse über den Kork und seine besonderen Eigenschaften zu vertiefen, durch die er sich von allen anderen Materialien unterscheidet. Mit auf der Reise war auch ein tschechisches Fernsighteam von Jihočeská Televize, das diverse Reportagen für diesen tschechischen Fernsehsender drehte.





# WACHSENDE BELIEBTHEIT VON KORK AUF DEM DEUTSCHEN MARKT ...

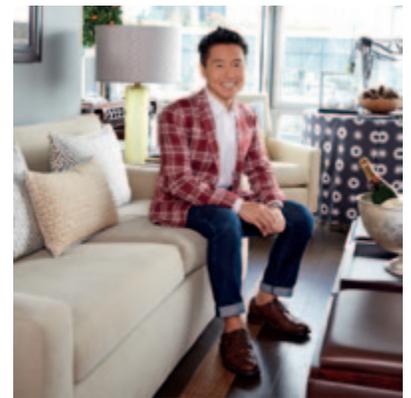
Der Portugiesische Korkverband (APCOR) und der Deutsche Korkverband (DKV) haben auf dem deutschen Markt eine neue gemeinsame Kampagne zur Förderung von Kork als Material par excellence für den Bau und die Gestaltung von Innenräumen gestartet. Protagonistin dieser Kampagne ist die anerkannte Designerin und Fernsehmoderatorin Eva Brenner.

Im Mittelpunkt der Werbung mit dem Slogan „*Schöner leben. Mit Kork*“ stehen Ratschläge sowie Möbel- und Dekorationstipps von Eva Brenner, die zum Beispiel erklärt, welche Art von Bodenbelag am besten für Kinderzimmer geeignet ist oder welche Produkte für das Wohnzimmer zu empfehlen sind.

Ziel dieser im Jahr 2010 gestarteten Werbeaktion ist die weitere Steigerung der bereits stetig wachsenden Beliebtheit von Kork in Deutschland, dem derzeit größten Importeur von Kork als Material für den Bau und die Gestaltung von Innenräumen.

## ... UND IN NEW YORK

Im Rahmen des Programms Intercork II kommt dem renommierten amerikanischen Innenraumdesigner Vern Yip, der auch für seine Raumausstattungsrendungen im Fernsehen bekannt ist, die Funktion als neuester Botschafter für Kork zu. Vern Yip äußert sich folgendermaßen zu Kork: „Der Kork als Material für Wandverkleidungen und Bodenbeläge vermittelt Ruhe und Schlichtheit und steht daher in vollkommenem Einklang mit der Natur. Die erweiterte Vielfalt an neuen Oberflächenbehandlungen ermöglicht einen einzigartigen und modernen Stil, der sich perfekt in die Wohnung eines jeden Einzelnen einfügt“.



Seine Vorliebe für den Kork wurde deutlich, als Vern Yip – mit Unterstützung von Amorim Flooring North America – den Fußboden seiner Privatwohnung in Manhattan mit Kork sanierte, wobei er sich für einen Korkboden von Wicanders entschied. Ende Juli öffnete er Vertretern der wichtigsten Medien Manhattans und Torontos in einer nie dagewesenen Initiative die Tür zu seiner Wohnung, damit sie sich an Ort und Stelle von den Vorteilen der natürlichen Eigenschaften von Kork in Kombination mit der exklusiven Technologie Corktech von Amorim Flooring überzeugen konnten.



## NEUE PRODUKTE VON HOME & OFFICE

Im Bereich Home & Office hat Amorim Cork Composites zwei neue Produkte auf den Markt gebracht: Egg Holder, ein Eierbecher aus der Kollektion Soul Mate (Seelenverwandter), und Dr. House aus der Kollektion Korko Selection. Egg Holder kombiniert Kork und Fayencen und ist eine Ergänzung der Produktlinie The Whistler, die im Jahr 2010 in Partnerschaft mit Matcerâmica kreiert wurde. Dr. House wiederum ist ein funktionaler und innovativer, vollständig aus Kork gefertigter Schreibtischorganisator. Gemeinsam ist den beiden von der Produktdesignerin Raquel Castro entworfenen Produkten ihr von betont zeitgemäßen Zügen geprägtes Design.

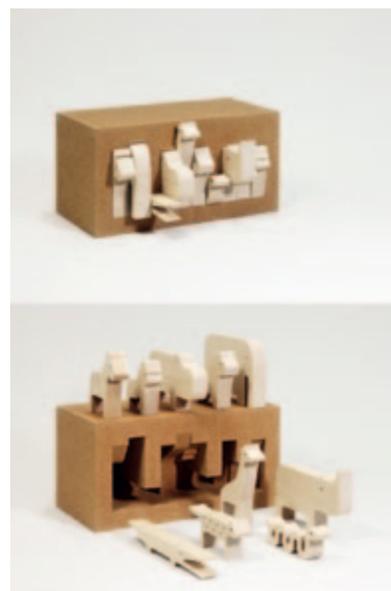


## ACC SPONSERT SYMPOSIUM ZU MÖRTEL UND THERMISCHEN VERKLEIDUNGS- LÖSUNGEN

Die 1. Ausgabe des „Simpósio de Argamassas e Soluções Térmicas de Revestimento“ (Symposium zu Mörtel und thermischen Verkleidungslösungen) konnte auf die Unterstützung von Amorim Cork Composites (ACC) zählen, das sich als Platin-Sponsor an dieser Initiative beteiligte. Die Beteiligung an der Veranstaltung, auf der Bauunternehmer, Hersteller, Forscher, einflussreiche Fachleute, Planer und andere Experten aus der Branche aufeinander trafen, wurde als Gelegenheit genutzt, um Corkwall zu präsentieren. Dieses Produkt ist für die Oberflächenbearbeitung und Sanierung von Außenfassaden, Innenwänden und Dächern vorgesehen. Es wirkt als effiziente Wärme- und Schallbarriere, die Energieverlusten und Oberflächenrisiken vorbeugt. Corkwall ist Ergebnis einer Mischung aus Korkgranulat und Polymerharzen und wird durch Aufspritzen angebracht. Es ist sehr einfach und schnell anzubringen und kann zur Verkleidung bestehender Oberflächen jeder Art, von Metall bis hin zu Mörtel, und selbst auf Oberflächen mit geringer Porosität verwendet werden.

## NEUE PRODUKTLINIE AUS KORKSPIELZEUG

Bleebla, ein portugiesisches Spielzeugdesign-Unternehmen, hat soeben ein neues pädagogisches Produkt für Kinder auf den Markt gebracht. Die „Caixa dos Bichos“ (Tierkasten) ist ein Pflasterstein aus Kork, der an einer Seite von zehn Tieren zum Leben erweckt wird, die aus seiner regelmäßigen Geometrie herausluden. Jedes Tier findet einen passgenauen Unterschlupf im Kasten, wodurch ein dreidimensionales Puzzle entsteht. Die „Caixa dos Bichos“ repräsentiert die Welt der Tiere durch stilisierte Formen, in denen die Ausdruckskraft natürlicher Materialien ihre Wirkung entfaltet und insbesondere im Fall des Korkagglomerats von Amorim Cork Composites ein einzigartiges sensorisches Erlebnis ermöglicht.





# ROYAL COLLEGE OF ARTS STELLT KUNSTWERK AUS KORK VON ERIKA CROSS AUS

In Form einer Kreation von Erika Cross war Kork unter den Materialien, die vom 18. bis 29. Juni auf der jährlichen Ausstellung des Royal College of Art (RCA) in London präsentiert wurden. Dieses Projekt ist Ergebnis einer Partnerschaft zwischen dieser Londoner Schule und Corticeira Amorim, mithilfe derer die Aufnahme eines Kork-Moduls in den Master-Studiengang Design ermöglicht wurde, der zu den prestigereichsten Design-Studiengängen weltweit zählt.

Übergreifendes Merkmal des Projekts „Tri-Fold“ von Erika Cross ist die Verwendung eines architektonischen Materials, das auf Korkagglomerat (von Amorim Cork Composites) und einem wasserdichten Gewebe basiert. Die Eigenschaften dieser Komponenten verleihen dem Produkt seine Steifigkeit, so dass robuste, leichte und individuell gestaltbare Schutz- oder Stützstrukturen geformt werden können. Das Projekt ist Beispiel für eine optimale Ausschöpfung der Effizienz dieser Materialien mithilfe neuer Techniken und Herstellungsprozesse.

Die Ausstellung des RCA ist eine einzigartige Gelegenheit, um mit den besten unter den aufstrebenden Kreativtalenten unserer Zeit in Kontakt zu treten. Bei der diesjährigen Ausstellung wurden 575 Projekte von Postgraduierten in Design und Humanwissenschaften aus über 40 Ländern präsentiert. Die präsentierten Objekte stammen aus verschiedensten Schaffensbereichen – von Malerei und Bildern über Glasartikel und Schmuck bis hin zu Möbeln und Textilien.

## KORK ALS HIGHLIGHT AUF DER BIENNALE VON ISTANBUL

„Die Partnerschaft mit Corticeira Amorim hat es uns ermöglicht, eine Reihe von Design-Lösungen zu kreieren, die andernfalls nicht realisierbar gewesen wären. Als Material, das unmittelbar ein Gefühl von Wärme und Persönlichkeit vermittelt und gleichzeitig in technologischer Hinsicht sehr fortschrittlich ist, passt der Kork perfekt zum Thema der Biennale: *The future is not what it used to be.*“

Die Biennale, deren Eröffnung am 1. November vorgesehen ist, wird sechs Wochen lang eine privilegierte Plattform bieten, um die Rolle des Designs in unserer heutigen Gesellschaft neu zu überdenken. Die Veranstaltung wird von der Stiftung für Kunst und Kultur von Istanbul (IKSV) organisiert, unter kuratorischer Leitung von Zöe Ryan, und auf dem Programm stehen Diskussionen u. a. zu den Themen Design, Technologie, Mode und Stadtplanung. Außerdem werden über 50 Projekte von Architekten und Designern aus der ganzen Welt ausgestellt.

Kork wird eines der Hauptmaterialien der Biennale sein und dank des renommierten Architekturstudios Superpool in Form des zeitgemäßen Mobiliars, der Bodenbeläge und Wandverkleidungen sowie der Lampen in vielen edlen Räumlichkeiten der Veranstaltung die Blicke auf sich ziehen.





# AMORIM ISOLAMENTOS ORGANISIERT 5. INTERNATIONALE KONFERENZ

Nach dem Erfolg der vorherigen Ausgaben fand am 26. und 27. September die 5. Internationale Konferenz von Amorim Isolamentos in Lissabon statt. An der Initiative nahmen mehr als 100 Architekten aus 18 verschiedenen Ländern teil, die dort ihr Know-how über das expandierte Korkagglomerat austauschen konnten, dessen Anpassungsfähigkeit und großes Potential für Bausysteme einen besonderen Schwerpunkt bildeten.

Auf dem Programm der Veranstaltung standen die Präsentation der neuesten Entwicklungen des Materials, die Einzigartigkeit eines industriellen Herstellungsprozesses ohne Zusatzstoffe und die neuen Dämmkonzepte. Ein weiteres Highlight bildeten die neuen Anwendungen von expandiertem Korkagglomerat für Fassaden und die Dämm Lösungen zur Gebäudesanierung.

Am ersten Tag wurde den Teilnehmern die Möglichkeit geboten, einen Korkeichenwald und zwei Produktionsstätten von Corticeira Amorim, darunter Amorim Isolamentos in Vendas Novas, zu besichtigen. Am zweiten Tag wurden zehn Seminare mit Vorträgen von Architekten, Fachleuten und Kunden aus 18 Ländern Europas, Asiens und Amerikas angeboten.

Mit dieser Veranstaltung konnten die Kenntnisse über den globalen Markt sowie auf die Trends und Erwartungen insbesondere im Bereich innovativer Designlösungen, Herstellungsverfahren und Nachhaltigkeit der Materialien vertieft werden.

## NEUE KOLLEKTION VON GIERLINGS VELPOR IN DEN HAUPTSTÄDTEN DER MODE

Gierlings Velpor hat vor Kurzem seine neue Leder- und Samtkollektion für die Herbst-/Wintersaison 2015/2016 herausgebracht. Zu den wichtigsten Neuheiten zählen die neuen Digitaldruck-Designs und die Jaquard-Samtstoffe. Gierlings Velpor setzt auf eine globale Verkaufsförderungsstrategie und wird auf den wichtigsten internationalen Textilmessen präsent sein. Auf London, Mailand und New York, wo die neuen Kollektionen bereits präsentiert wurden, folgen im November die Modehauptstädte Paris und Tokio.



## EHRUNG DER STIFTUNG FUNDAÇÃO ALBERTINA FERREIRA AMORIM

Die Freiwillige Feuerwehr von Lourosa hat der Stiftung Fundação Albertina Ferreira Amorim als Dank für die geleistete Unterstützung des Feuerwehrkorps die Goldmedaille für besondere Dienste verliehen. Die vom Kommandanten der Freiwilligen Feuerwehr von Lourosa, José Carlos Pinto, verliehene Medaille wurde von António Ferreira de Amorim entgegengenommen.



# SPIER CORK CREATIVE BAR UNTER DEN HIGHLIGHTS DER 100% DESIGN SOUTH AFRICA

**Entworfen vom renommierten Unternehmen  
Wiid Design in Partnerschaft mit Corticeira Amorim**

Im Rahmen der 100% Design, der im Gallagher Convention Centre in Johannesburg veranstalteten größten Ausstellung für Designprodukte Südafrikas, hat Wiid Design die Spier Cork Creative Bar entwickelt, ein in Partnerschaft mit dem Studio dhk Architects und Corticeira Amorim verwirklichtes Projekt.

So wurde Kork zum Hauptmaterial in einem der Ausstellungsräume, die im Laufe der Veranstaltung am meisten Aufmerksamkeit auf sich zogen. Die im zeitgemäßen Mobiliar angewandte Korkauswahl für diesen Raum ist insofern ideal, als sie auf die Feierlichkeiten inmitten von Kreativität, Design und einer ausgezeichneten Weinkarte Bezug nimmt.

Kork wurde auch außerdem aufgrund seiner technischen Performance als vorrangiger Rohstoff für dieses Projekt gewählt, zu dessen wichtigsten Anforderungen die Unempfindlichkeit gegenüber Flüssigkeiten und eine leichte Reinigung gehörten. Laurie Wiid van Heerden, für die Erstellung des Konzepts verantwortliche Designerin, begründet ihre Wahl außerdem damit, dass es sich bei Kork um ein nachhaltiges, vollständig biologisches und wiederverwertbares Material handelt.

Die 100% Design South Africa war eine der Initiativen der Welthauptstadt des Designs (World Design Capital) und versammelte Fachleute u. a. aus den Bereichen Design, Hotellerie, Freizeit und Wohnen sowie Inneneinrichtung aus der ganzen Welt.

## DAM GEWINNT POPs VON SERRALVES MIT PIPO

Die traditionelle und für die portugiesische Weinkultur so charakteristische Holzpipe hat die Designer Hugo Silva und Joana Santos zu ihrer Kreation „Pipo“ inspiriert, ein leicht transportierbarer kleiner Hocker oder auch Ablagetisch aus expandiertem Korkagglomerat von Amorim Isolamentos mit einem Trageriemen aus Hanf. Dieses Projekt gewann in der Kategorie Möbel den Preis POPs – Projetos Originais Portugueses (Originelle portugiesische Projekte), eine bereits zum sechsten Mal stattfindende Initiative von Loja de Serralves.

Pipo wurde eigens für diesen Wettbewerb entworfen und ist eine Hommage an das bestimmte Anbaugebiet Douro und die Stadt Porto. Die Mobilität des Produkts wird mit der Ausweitung des Weinvertriebs assoziiert. Dieses Designerstück ist das erste von der Möbelmarke DAM aus São João de Madeira präsentierte Produkt aus Kork. Die Verwendung von expandiertem Korkagglomerat verleiht dem Produkt seine Leichtigkeit und Rutschfestigkeit.



Der Hocker oder Ablagetisch Pipo wird mit dem Siegel „Selo POPs“ vertrieben, das das Produkt als originell, kreativ und kommerziell umsetzbar kennzeichnet.



# QUINTA NOVA PRÄSENTIERT GESCHENKIDEEN FÜR WEIHNACHTEN

Quinta Nova präsentiert in ihrem Weihnachtskatalog 2014 erneut eine Reihe innovativer Ideen für die näher rückende Weihnachtszeit. Unter den Vorschlägen finden sich in diesem Jahr neue Weine und Gourmet-Produkte, die in unterschiedlichen Verpackungen erhältlich und nach diversen Segmenten organisiert sind, so dass mit Sicherheit für jeden das Richtige dabei ist (Sparsegment, klassisches Segment, Premium- und Icon-Segment).

Und da die Weihnachtszeit zu Freizeitunternehmungen einlädt und Quinta Nova auch ein Synonym für Weintourismus von gehobener Qualität ist, sind auch Gutscheine (für Übernachtungen, Weinproben oder Mahlzeiten im Restaurant Conceitus) erhältlich, mit denen Sie einen Besuch in einem der ältesten und emblematischsten Weingüter des Anbaugebiets Douro verschenken können, das in diesem Jahr sein 250. Jubiläum feiert. Eine Reihe innovativer Geschenkideen für Verwandte und Freunde oder auch für Kunden und Partner aus Ihrem beruflichen Netzwerk. Besuchen Sie uns rechtzeitig unter [www.quintanova.com](http://www.quintanova.com).



## GRAINHA UND POMARES MIT NEUEM PACKAGING

Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo hat soeben neue Premium-Packagings für ihre Weine Grainha und Pomares herausgegeben, mit kreativer Gestaltung durch Omdesign. Erhältlich in einer Kartonkiste mit zwei Flaschen oder in einem Kartonrohr, präsentiert sich das Grainha Reserva-Sortiment jetzt in einer differenzierenden Verpackung, während die Produktidentität des Pomares-Sortiments mit einem klareren, ausdrucksstärkeren und eleganteren, perfekt in Einklang mit den Werten der Marke stehenden Bild gestärkt wurde.

## QUINTA NOVA ERNEUERT WEBSITE

Um den Anforderungen ihrer Kunden und Partner besser gerecht werden zu können, hat Quinta Nova auf die Erneuerung ihrer Website [www.quintanova.com](http://www.quintanova.com) gesetzt, die jetzt auch im Tablet- und Smartphone-Format zur Verfügung steht. Die Webseite präsentiert sich jetzt mit optimierter Navigation und Benutzerfreundlichkeit. Nur einen Klick entfernt können Internetnutzer jetzt noch intuitiver und schneller auf die Hauptprodukte und Dienstleistungen des Unternehmens zugreifen und werden direkt zu den Informationen weitergeleitet, die ihrer Suche entsprechen.

## VINOCAMP VERSAMMELT FACHLEUTE DER WEINBRANCHE IN LISSABON

Die Stadt Lissabon war Austragungsort der diesjährigen Ausgabe von Vinocamp, einer internationalen Veranstaltung, deren Bekanntheit vorwiegend auf digitaler Kommunikation und sozialen Netzwerken beruht und die Weinliebhaber sowie Fachleute auf dem Gebiet der Autorenweine aus der Mittelmeerregion zusammenbringt.

Die zweitägige, vom portugiesischen Korkverband Apcor organisierte Veranstaltung bot den Teilnehmern Gelegenheit zur Diskussion von Themen rund um die Weinindustrie, einschließlich Innovation. Auf dem Programm stand auch ein Workshop zum Thema Naturkorken, an dem sich Carlos de Jesus beteiligte, Marketing- und Kommunikationsleiter von Corticeira Amorim sowie operativer Leiter der Kampagne Intercork II. Am letzten Tag war eine Besichtigung der Produktionsstätten von Corticeira Amorim in Coruche vorgesehen, wo einige Phasen des Produktionsprozesses von Korken vorgestellt wurden.

Die im Jahr 2010 gestartete Initiative Vinocamp bietet einen Weg, vorhandene Kenntnisse zu vertiefen und durch eine intensive Nutzung der sozialen Netzwerke Kontakte zwischen den verschiedenen Playern der Weinbranche herzustellen.



# CLÃ MOSCATEL DOURO: EXTRAVAGANT UND INTENSIV

Und wenn der Clã ein Muskateller wäre? Quinta Nova präsentiert den Clã Moscatel Douro. Ein etwas anderer Wein, der intensiver im Geschmack ist, gleichzeitig aber den sanften Charakter eines Muskatellers bewahrt. Dieser aus der Rebsorte Moscatel Galego Branco („*Muscat Blanc à Petits Grains*“) erzeugte Wein ist von außergewöhnlichem Charakter. Der extravagante und raffinierte Clã Mostatel präsentiert sich mit intensivem Duft, sanfter Textur, geradliniger Struktur und einem profunden und saftigen Ausdruck, geprägt von den wohl ausgewogenen und delikaten Aromen von Orangenblüte und reifer Aprikose. Er verfügt über eine moderate Säure und einen sehr langen und höchst präzisen Abgang. Wagen Sie den Versuch und probieren Sie ihn.



# NATURKORKEN HEBT DEN DURCHSCHNITTSPREIS EINES WEINS UND IST EIN STARKES VERKAUFSARGUMENT

Die Analyse der Verkaufsentwicklung bei den TOP 100 Premium-Marken in den USA kommt zu dem Schluss, dass seit 2010, dem Jahr, in dem die Studie begonnen wurde, beim Marktanteil der mit Naturkorken verschlossenen Weine eine Zunahme von 30 % zu verzeichnen war, während Weine mit alternativen Verschlüssen auf gerade einmal 9 % kamen.

Den Daten von AC Nielsen zufolge wurde die wichtige Rolle des Naturkorkens bei der Aufwertung eines Weins in dieser neuesten Studie bekräftigt. Der Durchschnittspreis von Weinen mit Naturkorken betrug \$ 12,99, ein Wert der um \$ 4,09 (+ 46 %) über dem Durchschnittspreis von Weinen mit alternativen Verschlüssen lag.



Entwicklung des durchschnittlichen Verkaufspreises der TOP 100 Premium-Weinmarken zwischen August 2013 und August 2014

DURCHSCHNITTSPREIS	16/08/2014	17/08/2013	DIFFERENZ	DIFFERENZ IN %
NATURKORKEN	\$ 12.99	\$ 12.30	\$ 0.69	5.6%
ALTERNATIVE VERSCHLÜSSE	\$ 8.90	\$ 9.27	\$ -0,37	- 4.0%

Quelle: A.C. Nielsen Methodik: Ausgewählt wurden die 100 größten in 750 ml-Flaschen verkauften Tafelwein-Marken des Landes, die in den vergangenen 12 Monaten die höchsten Umsatzindexe verzeichneten. Premium-Marken sind Marken, die über einen Zeitraum von 12 Monaten im Durchschnitt mehr als 6 Dollar pro Flasche kosten. Die Untersuchungen von Nielsen erstrecken sich auf alle Großstadtgebiete der USA. Die Ergebnisse beziehen sich auf den am 16/08/2014 endenden Vier-Wochen-Zeitraum.