



# NEWS

JUL / SEP 2014, AÑO 31, N.º 3



AMÉRICO AMORIM  
UN HOMBRE CON HISTORIA,  
UNA EMPRESA CON VIDA

# SIX

JAMES IRVINE

SIX es una afectuosa expresión de amistad. El último objeto diseñado por James Irvine para Corticeira Amorim cuenta, en palabras del propio diseñador, «una pequeña historia: la de una excelente cena al lado del mar, que combinó la fantástica gastronomía portuguesa y la degustación de increíbles vinos de Oporto Vintage. En ese momento empecé a pensar que estas botellas maravillosas necesitan que se abracen y transporten con el máximo cuidado. Y fue así cómo surgió la idea de crear el SIX». Evocando la milenaria relación entre el vino y el corcho, SIX se propone ayudarle a la hora de aparecer para cenar. Si regala un vino, no es muy original: preséntelo en SIX... ¡Inesperado e irresistible! Como diría James Irvine: Cheers! Alla Salute! ¡Salud!



MATERIA® CORK BY AMORIM  
Curated by experimentadesign

## SUMARIO

4

Américo Amorim: un hombre con historia, una empresa con vida

6

Amorim Cork Ventures celebra protocolo con Caixa Capital

Green Cork recicla 9,5 millones de tapones en el 2013

7

Ervideira y El Corte Inglés juntos en el lanzamiento de Helix

Vinos Castellani y Monte do Álamo próximamente disponibles en EE. UU., Holanda y Alemania

8

Corkfabrics en el Coruche Fashion Cork

Obras de Referencia

Wicanders sorprende en el mayor acontecimiento minorista de Canadá

Amorim Cork Deutschland participa en la Holzland & MDH Expo 2014

Grupo de la República Checa visita Portugal para conocer corcho

9

Popularidad del corcho aumenta en el mercado Alemán...  
... y en Nueva York

10

Home & Office lanza nuevos productos

ACC patrocina Simposio de Argamasas y Soluciones Térmicas de Revestimiento

Nueva línea de juguetes de corcho

11

Royal College of Art exhibe obra de Erika Cross de corcho

Corcho destaca en la Bial de Diseño de Estambul

12

Amorim Isolamentos promueve 5.ª conferencia internacional

Nueva colección Gierlings Velpor en las principales ciudades de moda

Fundación Albertina Ferreira Amorim homenajeada

13

Spier Cork Creative Bar destacado en la feria 100% Design South Africa

DAM vence POPs, de Serralves, con PIPO



14

Quinta Nova presenta sugerencias de Navidad

Grainha y Pomares con nuevo packaging

Quinta Nova renueva sitio web

15

Vinocamp reunió a profesionales del vino en Lisboa

Clã Moscatel Douro: extravagante e intenso

## EDITORIAL

Las oportunidades surgen todos los días y la historia del Grupo Amorim se escribe cada segundo, con la fuerza y energía de cada uno de nosotros.

El Grupo hace mucho que traspasó las fronteras geográficas y las condicionantes arriesgadas, presentando el corcho al mundo y destacando en diversos sectores, como el inmobiliario, financiero, telecomunicaciones y turismo.

La innovación y el liderazgo forman parte de nuestro DNA y existe un conjunto infinito de posibilidades en cada esquina. Somos la empresa líder en la que otros líderes confían, porque nuestra forma de estar en el mercado, tras 144 años, no ha cambiado: sabemos que todavía hay mucho que descubrir y tenemos presente que la obra nunca está acabada.

Desde temprano que comprendemos la necesidad de tener objetivos claros, de perseguirlos con determinación, de adecuarlos con el máximo rigor y eficacia. Así fue cómo, a partir de una pequeña fábrica de tapones, el Grupo Amorim se convirtió en una de las empresas portuguesas más internacionales y dinamizadoras de la economía.

Nuestro objetivo siempre ha sido crear un grupo integrado y global. Lo hemos conseguido. Nuestra presencia mundial y la dimensión nos permiten tener un equipo con 3350 colaboradores que trabajan a diario para más de 20.000 clientes. El Grupo Amorim posee el 35 % de la transformación mundial del corcho, genera un volumen de negocios anual de 543 millones de euros, de los cuales 6 millones de euros se destinan a Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i). Además, este es un pilar estratégico en nuestro liderazgo en diversos segmentos de actividad, con un foco absoluto en la mejora cualitativa. Ninguna tecnología es capaz de imitar las propiedades únicas del corcho, aunque con la ayuda de los recientes avances en I+D+i se puede disfrutar del alto rendimiento técnico de esta materia prima, 100 % natural, como nunca antes había sucedido.

El momento que vivimos es, por todo ello, una etapa destacable en la historia de nuestro Grupo y, les confieso, en mi vivencia personal. Fue un 1 de septiembre cuando comencé mis funciones en esta enorme familia, hace 62 años. Es con mucha satisfacción que me identifico en lo que hemos construido juntos a lo largo de estos años y aprovecho este regreso a la actividad para dirigir un especial agradecimiento a cada uno de nuestros colaboradores, clientes y socios de negocio.

¡La pasión por el corcho es un eterno desafío!

**Américo Amorim**

Presidente del Consejo de Administración  
Amorim Investimentos e Participações, S.G.P.S., S.A.



**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

# AMÉRICO AMORIM UN HOMBRE CON HISTORIA, UNA EMPRESA CON VIDA



Con 80 años de edad, la trayectoria de Américo Amorim es un ejemplo vivo del poder del trabajo y de la determinación individual que inspira a múltiples generaciones en todo el mundo. Una historia real que se reafirma en cada aniversario personal y profesional del presidente del Grupo Amorim. Es un marco histórico poder afirmarse, en los días de hoy, que se dedicó 62 años a la construcción de un negocio de éxito. Una fecha todavía más gloriosa en el año en el que se señala su 80.º cumpleaños.

*Siempre con la misión de respetar los principios del desarrollo económico, social y medioambiental, el Grupo Amorim sigue asentado en las bases sobre las que construyó su patrimonio: visión, responsabilidad, diligencia, creatividad e innovación.*

*Hoy en día, su misión es todavía más relevante en la demarcación por la excelencia en lo que se refiere a gestión, productos y servicios.*

Américo Amorim nació en 1934, en Mozelos, Santa Maria da Feira. Quedó huérfano cuando todavía era un niño y creció durante la guerra fría. La modesta empresa familiar de corcho fue su primer empleo, en 1952, tras haber estudiado el Curso General de Comercio. Las condicionantes que caracterizaron su infancia y juventud fueron la fuerza motivadora para que, dentro de sí mismo, naciera una energía sin igual, que lo convirtió en una de las más emblemáticas figuras del mundo empresarial.

Emprendedor por naturaleza, decidió con 21 años partir para descubrir Europa y, más tarde, otros continentes. Su misión siempre fue llevar el corcho a nuevos países y culturas. Gracias a este conjunto de vivencias, aprovechó para absorber la máxima información sobre los sistemas económicos y políticos, observando de cerca las diferencias entre el modo de funcionamiento de varios regímenes, como la dictadura, el comunismo y la democracia. Un bagaje cultural y empresarial que vino a caracterizar los años 50 de la empresa, como la década en la que Amorim & Irmãos se convierte en exportadora. El primer paso rumbo a la internacionalización.

Los años 60 quedan marcados por la fundación de Corticeira Amorim, que nace en 1963, con el capital social repartido entre los hermanos Amorim (Américo, António, José y Joaquim) y su tío Henrique. En 1969, los cuatro hermanos, que al principio solo tenían el 20 % de la empresa, se convirtieron en sus únicos accionistas.

El espíritu inquieto de Américo Amorim le decía que el corcho se transformaría en una materia prima que el mundo iría a descubrir y desear, e identificaría inmediatamente las potencialidades de verticalización de este sector. El Grupo apuesta, entonces, por la diversificación de la actividad, a través de la inversión en sectores y áreas geográficas con alto potencial de rentabilidad.

De origen familiar, el Grupo Amorim posee actualmente una posición consolidada en decenas de empresas en los cinco continentes y en diversas áreas económicas. Desde el corcho, a través de Corticeira Amorim, al textil, con la centenaria Gierlings Velpor —especializada en terciopelos y textiles técnicos—, a la vitivinicultura y al enoturismo.



*«El espíritu inquieto de Américo Amorim le decía que el corcho se transformaría en una materia prima que el mundo iría a descubrir y desear, e identificaría inmediatamente las potencialidades de verticalización de este sector.»*



# AMORIM CORK VENTURES CELEBRA PROTOCOLO CON CAIXA CAPITAL

La recién constituida Amorim Cork Ventures y Caixa Capital han firmado un protocolo de cooperación con el objetivo de estimular el ecosistema nacional de emprendimiento en el sector del corcho. El protocolo establece la puesta en común de conocimientos técnicos y experiencias, en concreto en la actividad de inversión y seguimiento de *startups* por parte de Caixa Capital, fortalecida por la especialización y experiencia empresarial de Corticeira Amorim en el sector del corcho.

El apoyo de Caixa Capital a Amorim Cork Ventures surge en el marco de la misión de la sociedad gestora de fondos de capital de riesgo del Grupo CGD de invertir en fondos y proyectos empresariales liderados por equipos de gestión cualificados, con un alto potencial de crecimiento y valorización, que pongan en perspectiva una adecuada remuneración de los capitales propios y contribuyan a generar riqueza y bienestar social, de forma responsable y sostenible.

Amorim Cork Ventures se constituyó con el propósito de fomentar la creación/proyección de nuevos productos y negocios con corcho, orientados fundamentalmente a los mercados externos, y que proporciona a los emprendedores acceso no solo a financiación, sino también a competencias de gestión, conocimientos y a redes de contactos en diferentes sectores y países.



GREEN CORK  
RECICLA 9,5  
MILLONES  
DE TAPONES  
EN EL 2013

Green Cork, un programa portugués de reciclaje de tapones de corcho usados, fue responsable de la plantación de unos 95.000 árboles autóctonos en la campaña de reforestación del 2013/2014, como resultado de los 9,5 millones de tapones recogidos a lo largo del 2013. Este número equivale a 43 toneladas de tapones de corcho y representa cerca del 3 % del total de tapones que circulan al año en Portugal. Implementado en el 2008, Green Cork es el proyecto de la ONG Quercus, desarrollada en colaboración con Corticeira Amorim, Continente, Dolce Vita, colegios, empresas de recogida de residuos y otras entidades que, localmente, viabilizan este proyecto. Su actuación tiene como objetivo promover el reciclaje de tapones de corcho y simultáneamente asegurar la conservación del bosque autóctono nacional. Desde que comenzó el programa, se reciclaron 52 millones de tapones de corcho, que en conjunto retienen 5773 toneladas de CO<sub>2</sub>, y se plantaron 193.000 árboles.



VINOS  
 CASTELLANI  
 Y MONTE  
 DO ÁLAMO  
 PRÓXIMAMENTE  
 DISPONIBLES  
 EN EE. UU.,  
 HOLANDA Y  
 ALEMANIA

En una demostración efectiva de la buena receptividad de Helix, más de media centena de productores de vino está actualmente en diferentes fases de embotellado y lanzamiento en el mercado, tanto en sus países definidos como prioritarios para el lanzamiento (Portugal, España, Francia e Italia) como en los diversos países de exportación.

Tras el lanzamiento de los vinos de Ervideira, le seguirán los de Monte do Álamo, de Portugal, y los de Castellani, un gran productor italiano, que próximamente estarán disponibles para los consumidores en los EE. UU., en Holanda y Alemania.

# ERVIDEIRA Y EL CORTE INGLÉS JUNTOS EN EL LANZAMIENTO DE HELIX

El productor vitivinícola alentejano Ervideira es el primero que pone a disposición en el mercado el nuevo packaging de vino Helix, con las marcas «S de Sol» y «Lusitano». Una novedad presentada en Lisboa en conjunto con Corticeira Amorim y El Corte Inglés en el acto de lanzamiento mundial de este packaging innovador. Según Duarte Leal da Costa, director ejecutivo de Ervideira, «Estamos muy satisfechos con esta innovación que, manteniendo una imagen premium y ecológica, al final ha traído el factor de conveniencia al segmento de vinos blancos y tintos de consumo frecuente.»

Especialmente diseñado para vinos de consumo rápido, este innovador concepto creado por Corticeira Amorim y por la norteamericana Owens-Illinois, permite que, a partir del binomio cristal/tapón de corcho, se introduzca el concepto de abertura fácil, pues basta usar el pulgar y el índice para retirar el tapón de corcho de la botella.

En el acto de presentación, Carlos Jesus, director de Comunicación y Marketing de Corticeira Amorim, explicó que «tras cuatro años de I+D, en conjunto con nuestros socios de Owens-Illinois, nos complace hacer el lanzamiento mundial de Helix en Portugal. En un momento en el que la innovación es tan crucial para nuestro país, Helix es la prueba de que la colaboración entre empresas crea verdaderas ventajas competitivas para sectores económicos tan importantes como el corcho, el vino o el comercio.»

Susana Santos, directora de relaciones externas de El Corte Inglés, subrayó la importancia de acoger productos innovadores: «ser anfitrión de la presentación mundial de este producto es un privilegio porque, siempre que nuestros proveedores innovan y crean nuevos productos, nuestros clientes salen beneficiados.»



## CORKFABRICS EN EL CORUCHE FASHION CORK

Igual que viene siendo habitual, el corcho fue el principal material utilizado en el desfile Coruche Fashion Cork, una de las iniciativas de la VI Edición de la FICOR (Feria Internacional del Corcho) en dicha ciudad. Con el lema «Amor al corcho», fueron varios los diseñadores portugueses consagrados que aceptaron el desafío de crear prendas innovadoras y versátiles a partir de esta materia prima ecológica, entre los cuales Katty Xiomara, Anabela Baldaque, Elsa Barreto y Mónica Gonçalves, la creadora de la marca GRIGI, reconocida por la creación de tejido de corcho. Un desfile de moda que contó con el apoyo de Amorim Cork Composites, que puso a disposición al efecto diversos tejidos de su recién creada gama Corkfabrics. La colaboración de Corticeira Amorim se extendió a la cesión de material para la escenografía del escenario y de la pasarela, y fueron seleccionados al efecto productos de la gama Dekwall, de Wicanders.



## OBRAS DE REFERENCIA

**Obra: Tienda Sildoor**  
Localización: Luanda (Angola)  
Producto: Vinylcomfort  
Superficie total: 450 m<sup>2</sup>



**Obra: Farfetch**  
Localización: Leça do Balio (antiguas instalaciones de Lionesa), en Portugal  
Producto: Vinylcomfort Frozen Oak  
Superficie total: 3800 m<sup>2</sup>

**Obra: Comedor Asamblea de la República de Cabo Verde**  
Localización: Cabo Verde  
Producto: WoodComfort  
Superficie total: 170 m<sup>2</sup>

## WICANDERS SORPRENDE EN EL MAYOR ACONTECIMIENTO MINORISTA DE CANADÁ

Amorim Flooring participó en la 13.ª edición de Shnier Summit, una de las mayores convenciones del sector en Canadá, con el objetivo de divulgar las principales novedades de Wicanders. Las potencialidades del corcho se demostraron por medio de exposiciones interactivas, preparadas con el objetivo de demostrar las ventajas de la tecnología Corktech, y de presentación de nuevos productos, en que merecieron un destaque especial los pavimentos de la colección Artcomfort.

## AMORIM CORK DEUTSCHLAND PARTICIPA EN LA HOLZLAND & MDH EXPO 2014

Se celebró en Hannover, en Alemania, la edición anual de la HOLZLAND & MDH EXPO 2014, que reunió a más de dos centenas de expositores, entre quienes se encontraba Amorim Cork Deutschland, que marcó presencia con la promoción de la marca *premium* Wicanders y en particular la colección Artcomfort, un pavimento de calidad superior que ofrece, recurriendo a la tecnología Realistic Surface Technology (RST), una combinación sin igual entre estética, confort y durabilidad.

## GRUPO DE LA REPÚBLICA CHECA VISITA PORTUGAL PARA CONOCER CORCHO

Amorim Flooring recibió a un grupo de visitantes —compuesto por clientes, arquitectos y diseñadores—, a través de su socio Likor, que visitaron Portugal para profundizar sus conocimientos sobre corcho y las características que lo diferencian con relación a otros materiales. En este viaje embarcó también un equipo de televisión checa de la Jihočeská Televize, que preparó diversos reportajes para el canal nacional.





# POPULARIDAD DEL CORCHO AUMENTA EN EL MERCADO ALEMÁN...

La Associação Portuguesa de Cortiça (Asociación Portuguesa de Corcho, APCOR) y la Asociación Alemana de Corcho (DKV) comenzaron una nueva campaña conjunta de promoción del corcho como material de excelencia para la construcción y diseño de interiores en el mercado alemán, esta vez protagonizada por la reconocida diseñadora y presentadora de televisión Eva Brenner.

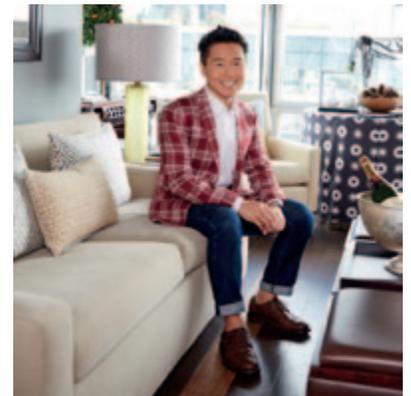
Con el eslogan «*Schöner leben. Mit Kork*» (Una vida bella. Con corcho), los anuncios se centran en consejos y sugerencias de mobiliario y decoración dados por Eva Brenner, que explica, por ejemplo, qué tipo de suelo es más adecuado para un dormitorio de niños o qué productos son adecuados para la sala de estar.

Esta acción promocional, comenzada en el 2010, pretende reforzar la creciente popularidad del corcho en Alemania, actualmente el mayor importador de corcho como material de construcción y diseño de interiores.

## ... Y EN NUEVA YORK

En el marco del programa Intercork II, el prestigioso diseñador de interiores estadounidense Vern Yip, también conocido por ser una referencia ligada a programas de decoración en televisión, es el más reciente embajador del corcho.

Según Vern Yip: «El corcho, como material de revestimiento y pavimento, transmite serenidad y simplicidad y, por ello, está en armonía perfecta con la naturaleza. Una variedad ampliada de nuevos acabados ofrece un estilo único y moderno, y que se encaja a la perfección en la casa de cualquier persona.»



En una demostración clara de esta preferencia, Vern Yip renovó el suelo de su vivienda privada en Manhattan y seleccionó un pavimento de corcho de Wicanders, y contó al efecto con el apoyo de Amorim Flooring North America. A finales de julio, en una iniciativa inédita, abrió la puerta de su casa a los principales medios de comunicación locales y de Toronto, con el objetivo de demostrar in situ las ventajas de las propiedades naturales del corcho combinadas con la tecnología Corktech, exclusiva de Amorim Flooring.



## HOME & OFFICE LANZA NUEVOS PRODUCTOS

El área de Home & Office, de Amorim Cork Composites, acaba de lanzar dos productos nuevos: Egg Holder: copa de huevo, en la colección Alma Gémea y Dr. House que forma parte de la Korko Selection. Egg Holder combina corcho y fayenza, y complementa la línea The Whistler, creada en el 2010, en colaboración con Matcerâmica. A su vez, el Dr. House consiste en un funcional e innovador Memo - Organizador de mesa, hecho íntegramente de corcho. Creados por la diseñadora de producto Raquel Castro, ambos productos tienen en común un diseño de líneas marcadamente contemporáneas.

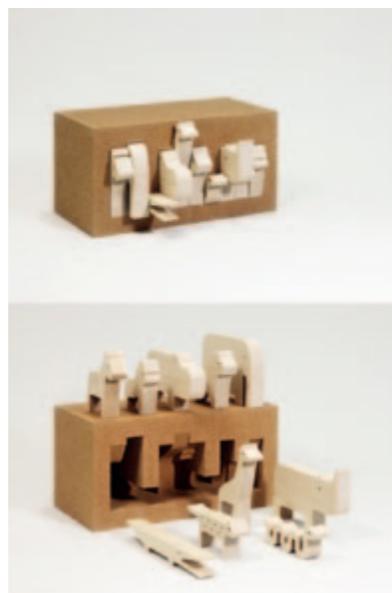


## ACC PATROCINA SIMPOSIO DE ARGAMASAS Y SOLUCIONES TÉRMICAS DE REVESTIMIENTO

La 1.ª edición del Simposio de Argamasas y Soluciones Térmicas de Revestimiento contó con el apoyo de Amorim Cork Composites (ACC), que se asoció a esta iniciativa como patrocinador Platina. La participación en este acto, que reunió a constructores, fabricantes, investigadores, prescriptores, diseñadores y otros profesionales del sector, fue capitalizada con la presentación del Corkwall. Este es un producto destinado al acabado y la rehabilitación de fachadas exteriores, paredes interiores y cubiertas. Funciona como una barrera térmica eficiente que previene pérdidas de energía y fisuras de la superficie. Corkwall resulta de la mezcla de granulado de corcho y resinas poliméricas y se aplica por medio de proyección. Es muy fácil y rápido de instalar y puede utilizarse para revestir cualquier tipo de superficie, aunque sea poco porosa, desde metal hasta argamasas ya existentes.

## NUEVA LÍNEA DE JUGUETES DE CORCHO

Bleebbla, una empresa portuguesa de diseño de juguetes, acaba de lanzar un nuevo producto pedagógico para niños. La «Caja de los Bichos» es un paralelepípedo de corcho, con una de las caras animada por 10 animales que miran de reojo hacia fuera de su geometría regular. Cada animal encuentra su refugio en la caja, en forma de negativo, formando un puzle tridimensional. La «Caja de los Bichos» representa el mundo animal por medio de sus formas estilizadas, a las que se asocia el uso de materiales naturales y sus cualidades expresivas, concretamente el aglomerado de corcho, de Amorim Cork Composites, que hace posible una experiencia sensorial única.





# ROYAL COLLEGE OF ARTS EXHIBE OBRA DE ERIKA CROSS DE CORCHO

De la mano de Erika Cross, el corcho fue uno de los materiales presentados en la exposición anual de Royal College of Art (RCA), en Londres, del 18 al 29 de junio. Este proyecto resulta de una colaboración entre la escuela de Londres y Corticeira Amorim, que hizo posible la inclusión de un módulo dedicado al corcho en el Máster de diseño, uno de los cursos de diseño más prestigiosos mundialmente.

El proyecto «Tri-Fold», de Erika Cross, presenta como característica común el recurso a un material arquitectónico basado en el corcho aglomerado (de Amorim Cork Composites) y tejido impermeable que, usando las propiedades de los componentes para otorgar rigidez, pueden formar estructuras robustas, ligeras y personalizables de protección o apoyo. Una exploración de la eficiencia de los materiales, a través de nuevas técnicas y procesos de fabricación.

La exposición del RCA es una oportunidad única de estar en contacto con la mejor creatividad contemporánea emergente. La edición de este año reunió 575 proyectos de los posgrados de Diseño y Humanidades, de más de 40 países. Los objetos presentados comprenden una serie de áreas de actuación, desde pinturas a cuadros, artículos de cristal a joyas y de mobiliario a textil.

## CORCHO DESTACA EN LA BIENAL DE DISEÑO DE ESTAMBUL

«La colaboración con Corticeira Amorim nos dio la oportunidad de crear un conjunto de soluciones de diseño con corcho que de otra forma no se podrían llevar a cabo. Como material que inmediatamente transmite la sensación de calor y personalidad, aunque tecnológicamente avanzado, el corcho se encuadra perfectamente con el tema de la Bienal: *The future is not what it used to be.*»

Con inauguración prevista para el 1 de noviembre, la Bienal será, durante seis semanas, una plataforma privilegiada para repensar el papel del diseño en la sociedad actual. Esta exposición, organizada por la Fundación Cultura y Arte de Estambul (iKSV) con Zöe Ryan como comisaria, contemplará el debate de temas como el diseño, la tecnología, la moda, el urbanismo, entre otros, y será una muestra de más de 50 proyectos de arquitectos y diseñadores de todo el mundo.

El corcho será uno de los principales materiales de la Bienal y aparecerá, de la mano del reconocido estudio de arquitectura Superpool, en formato de mobiliario contemporáneo, en recubrimientos de paredes y en lámparas, en diversos espacios nobles de la exposición.





# AMORIM ISOLAMENTOS PROMUEVE 5.ª CONFERENCIA INTERNACIONAL

Tras el éxito de las ediciones anteriores, se celebró en Lisboa la 5.ª Conferencia Internacional de Amorim Isolamentos, los días 26 y 27 de septiembre. La iniciativa reunió a más de 100 arquitectos de 18 nacionalidades diferentes y permitió la puesta en común de conocimientos técnicos sobre el aglomerado de corcho expandido y se destacó su adaptabilidad y potencial para los sistemas de construcción.

El programa de la conferencia contempló la presentación de las más recientes evoluciones del material, la singularidad de un proceso de producción industrial sin aditivos, los nuevos conceptos de aislamiento. Asimismo, se destacaron las nuevas aplicaciones del aglomerado de corcho expandido para fachadas y las soluciones de aislamiento para la rehabilitación de edificios.

Durante el primer día, los participantes tuvieron oportunidad de visitar un alcornocal y dos unidades industriales de Corticeira Amorim, incluido Amorim Isolamentos en Vendas Novas (Portugal). El segundo día vino marcado por diez seminarios con intervención de arquitectos, técnicos y clientes de 18 países de la Europa, Asia y América.

La celebración de esta conferencia permitió profundizar el conocimiento sobre el mercado global, tendencias y expectativas, concretamente en lo que se refiere a soluciones innovadoras de diseño, procesos de producción y sostenibilidad de los materiales.

## NUEVA COLECCIÓN GIERLINGS VELPOR EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DE MODA

Gierlings Velpor ha lanzado recientemente su nueva colección de pieles y terciopelos para las estaciones de otoño/invierno 2015-2016. Los nuevos diseños en estampación digital y los terciopelos jaquard se encuentran entre las principales novedades. Apostando por una estrategia de promoción global, Gierlings Velpor estará presente en las principales ferias internacionales del sector textil. Después de Londres, Milán y Nueva York, donde ya se presentaron las nuevas colecciones, le siguen las ciudades de París y Tokio en noviembre.



## FUNDACIÓN ALBERTINA FERREIRA AMORIM HOMENAJEADA

Los Bomberos Voluntarios de Lourosa le otorgaron a la Fundación Albertina Ferreira Amorim la Medalla de Servicios Distinguidos Gran Oro como forma de agradecimiento por el apoyo prestado a la cooperación de bomberos. El comandante de los Bomberos Voluntarios de Lourosa, José Carlos Pinto, le entregó la medalla a António Ferreira de Amorim.



# SPIER CORK CREATIVE BAR DESTACADO EN LA FERIA 100% DESIGN SOUTH AFRICA

***Diseñado por la prestigiosa empresa Wiid Design  
en colaboración con Corticeira Amorim***

En el marco de la feria 100% Design, la mayor exposición de productos de diseño de Sudáfrica, que se celebró en el Gallagher Convention Centre, en Johannesburgo, Wiid Design desarrolló el Spier Cork Creative Bar, un proyecto realizado en colaboración con el estudio dhk Architects y Corticeira Amorim.

Así, el corcho fue el principal material de uno de los espacios que atrajo más la atención a lo largo de toda la feria. Utilizada en mobiliario contemporáneo, la selección del corcho para este espacio es ideal, puesto que este remite a una celebración entre la creatividad, el diseño y una excelente carta de vinos.

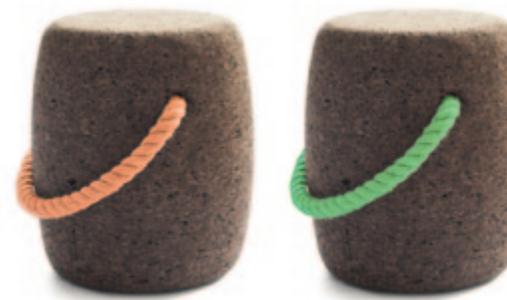
El corcho también se ha elegido como la materia prima privilegiada para este proyecto dado su rendimiento técnico. La resistencia a líquidos y la facilidad de limpieza son requisitos importantes del proyecto. Laurie Wiid van Heerden, diseñador responsable de la creación del concepto, sostiene asimismo su elección por tratarse de un material sostenible, totalmente orgánico y reciclable.

100% Design South Africa fue una de las iniciativas de la Capital Mundial del Diseño y reunió a profesionales de todo el mundo de las áreas del diseño, la hostelería, el ocio y residencial, decoración de interiores, entre otros.

## DAM VENCE POPs, DE SERRALVES, CON PIPO

La tradicional barrica de madera característica de la cultura del vino portugués inspiró la creatividad de los diseñadores Hugo Silva y Joana Santos, quienes hicieron nacer el Pipo, un pequeño asiento o una mesita de apoyo fácil de transportar, hecha a partir de aglomerado de corcho expandido, de Amorim Isolamentos, y cuerda de cáñamo. Un proyecto que ganó, en la categoría de mobiliario, el premio POPs (Proyectos Originales Portugueses), una iniciativa de la tienda de la Fundación Serralves que ya va en su 6.ª edición.

Pipo se diseñó especialmente para este concurso y representa un homenaje a la región demarcada del Duero a la ciudad de Oporto. La movilidad del producto se asocia a la expansión comercial del vino. Esta pieza es el primer producto de corcho presentado por DAM, marca de mobiliario de S. João da Madeira. El uso del aglomerado de corcho expandido le otorga al producto un toque ligero y antiderrapante.



Asiento o mesa de apoyo, Pipo se comercializará con el «Sello POPs», que define el producto como original, creativo y comercialmente viable.



## QUINTA NOVA PRESENTA SUGERENCIAS DE NAVIDAD

Quinta Nova vuelve presentar un conjunto de propuestas innovadoras para la Navidad que se acerca, por medio del catálogo de Navidad 2014. El abanico de sugerencias cuenta, este año, con nuevos vinos y productos *gourmet*, disponibles en diferentes embalajes y organizados en diversos segmentos, lo que hace posible una elección más adecuada para cada ocasión (segmento económico, clásico, *premium* e *icon*).

Y dado que la época invita al ocio y que Quinta Nova también es sinónimo de enoturismo de calidad, están asimismo disponibles bonos (de alojamiento, catas de vino o comidas en el restaurante Conceitus) para una visita a una de las más antiguas y emblemáticas bodegas en la región del Duero, que celebra este año 250 años de existencia. Un conjunto de sugerencias innovadoras para familiares y amigos o incluso para la red profesional de clientes y socios. Consulte nuestra página web en [www.quintanova.com](http://www.quintanova.com).



## GRAINHA Y POMARES CON NUEVO PACKAGING

Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo acaba de lanzar nuevos *packagings* premium para los vinos Grainha y Pomares, con creatividad de Omdesign.

Disponibles en caja de cartón, de dos botellas y en tubo, la gama Grainha Reserva se presenta ahora en un embalaje diferenciador, mientras que en la gama Pomares se reforzó la identidad por medio de una imagen más limpia, fuerte y elegante, en armonía con los valores de la marca.

## QUINTA NOVA RENUEVA SITIO WEB

Con el objetivo de dar respuesta a las necesidades de sus clientes y socios, Quinta Nova ha apostado por renovar su sitio web, [www.quintanova.com](http://www.quintanova.com), desde ahora también accesible en formato *tablet* y *smartphone*.

El nuevo sitio web presenta ahora una navegación optimizada y fácil de usar. A un clic de distancia, los cibernautas acceden de forma más intuitiva y rápida a los principales productos y servicios de la empresa y se les dirige fácilmente a la información detallada de su búsqueda.

## VINOCAMP REUNIÓ A PROFESIONALES DEL VINO EN LISBOA

La ciudad de Lisboa fue el destino de la edición del 2014 de Vinocamp, un evento internacional, centrado en la comunicación digital y las redes sociales, que junta amantes y profesionales del vino de autor, de la región del Mediterráneo.

A lo largo de dos días, los participantes tuvieron la oportunidad de discutir, en este evento promovido por Apcor, temas relacionados con la industria, incluido el tema de la innovación. El programa incluyó un taller dedicado al tapón de corcho, con la participación de Carlos de Jesus, director de Marketing y Comunicación de Corticeira Amorim y también director de Operaciones de la campaña Intercork II. El último día se le dedicó a la visita de las unidades industriales de Corticeira Amorim en Coruche, en donde se dio a conocer algunas de las fases del proceso productivo de los tapones de corcho.

La iniciativa Vinocamp, que nació en el 2010, es una forma de profundizar conocimientos y acercar, mediante un uso intensivo de las redes sociales, a las diversas empresas del sector vinícola.



# CLÃ MOSCATEL DOURO: EXTRAVAGANTE E INTENSO

¿Y si el Clã fuera un moscatel? Quinta Nova presenta el Clã Moscatel Douro. Un vino diferente, más intenso en boca y que, al mismo tiempo, conserva la suavidad de un moscatel. Hecho a partir de la variedad Moscatel Gallego Blanco («*Muscat Blanc à Petits Grains*»), este es un vino bastante peculiar. Extravagante y sofisticado, Clã Moscatel presenta un intenso perfume y una suave textura. Una estructura lineal y una profunda y succulenta expresión, que oscila entre delicados aromas a flor de naranja y aroma a albaricoque maduro. Con moderada acidez y gran precisión de final de boca, muy larga. **Atrévase a probarlo.**



# TAPÓN DE CORCHO VALORIZA PRECIO MEDIO DEL VINO Y ES FUERTE ARGUMENTO DE VENTAS

El análisis de la evolución de ventas del TOP 100 de marcas premium en EE. UU. indica que desde el 2010, año en que comenzó el estudio, se registró un crecimiento del 30 % en la cuota de mercado de los vinos con tapón de corcho, lo que compara con el registro del 9 % observado en los vinos embotellados con tapones alternativos.

Según los datos de AC Nielsen, el papel del tapón de corcho en la valoración del vino salió reforzado en el último estudio. El precio medio de los vinos con tapón de corcho fue de 12,99 dólares estadounidenses, un importe superior en 4,09 dólares (+ 46 %) al de los vinos embotellados con tapones alternativos.



Evolución del precio medio de venta del TOP 100 de marcas premium de vino, de agosto del 2013 a agosto del 2014

PRECIO MEDIO	16/08/2014	17/08/2013	DIFERENCIA	% DIFERENCIA
TAPÓN DE CORCHO	\$ 12,99	\$ 12,30	\$ 0,69	5,6%
ALTERNATIVOS	\$ 8,90	\$ 9,27	\$ -0,37	- 4,0%

Fuente: A.C. Nielsen Metodología: Las marcas seleccionadas son las 100 mayores marcas de vinos de mesa portuguesas, de 750 ml, que presentan mayores índices de ventas en los últimos 12 meses. Las marcas premium son las que, como media, cuestan más de 6 dólares por botella en el periodo de 12 meses. Los estudios de Nielsen incluyen todas las áreas metropolitanas de los EE. UU. Los resultados son referentes al periodo de cuatro semanas, que terminó el 16/08/2014.