



—

Um twist
inesperado

—

helixconcept.com





—

Natureza Design Conveniência

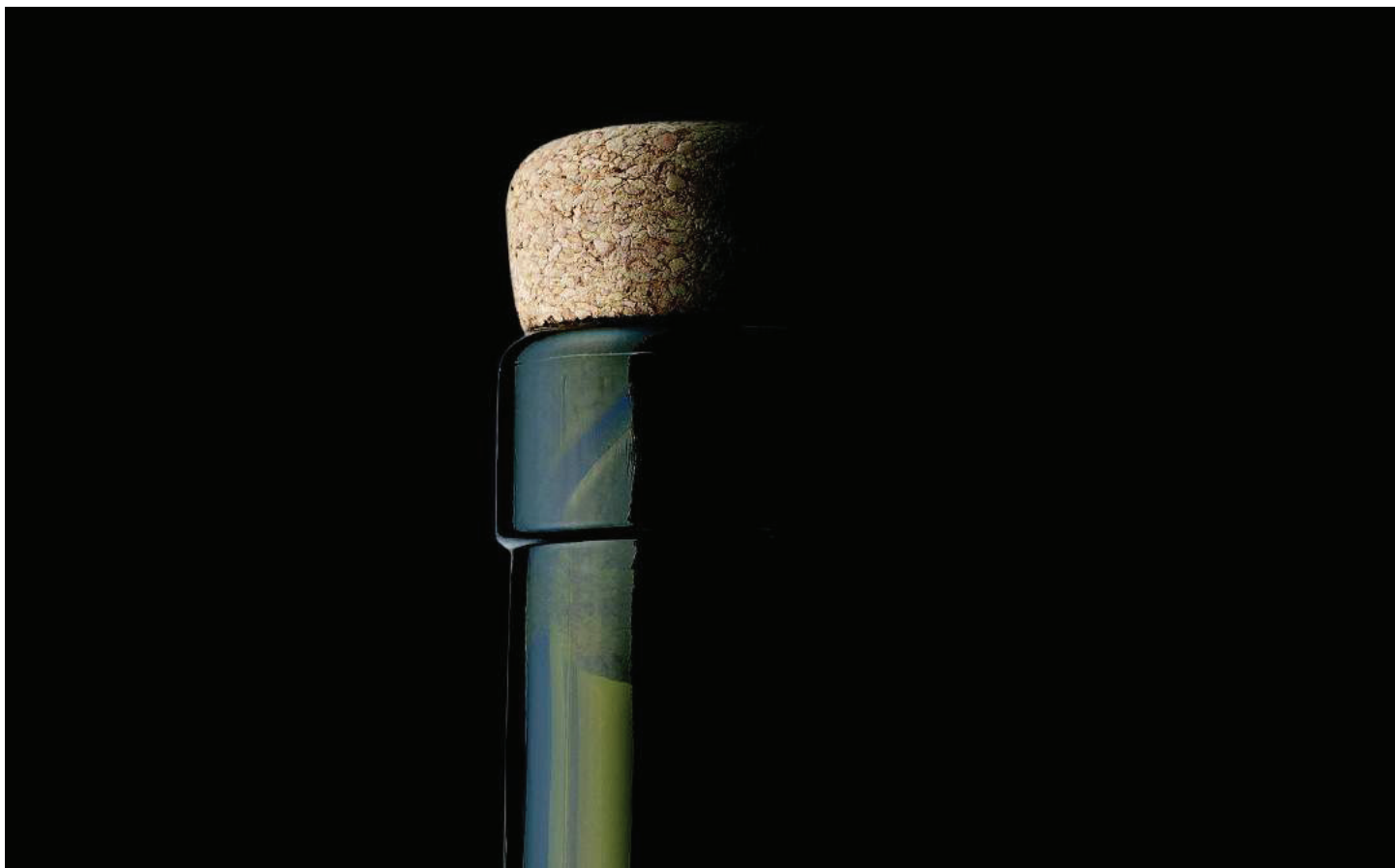
Vinho, cortiça e vidro...

originários da natureza, desenvolveram ao longo dos séculos uma relação muito particular.

Oferecem-nos, em conjunto, um dos maiores prazeres da vida – abrir e desfrutar de uma garrafa de vinho.

Agora, pela mão de dois líderes do mercado mundial de packaging de vinho – Amorim e O-I – é lançada uma evolução pioneira desta clássica combinação.

Helix é a combinação ideal entre uma garrafa de vidro com uma rosca interior no gargalo e uma rolha de design ergonómico. Oferece uma imagem de qualidade, preserva a excelência do sabor e os benefícios ambientais associados a ambos, vidro e cortiça, numa solução inovadora e altamente funcional.



Para muitos consumidores, o ritual de abrir uma garrafa e a sonoridade característica associada [o tradicional “pop”], são fundamentais no momento de apreciar um vinho e uma componente do seu próprio ADN – como é demonstrado pelas 12 mil milhões de rolhas consumidas por ano no mundo inteiro. A abertura de uma garrafa de vinho está fortemente associada ao prazer do convívio – uma partilha com família ou amigos – e ao prazer sensorial associado à própria degustação, em que o aroma e sabor do vinho são libertados.

Fruto de um design exclusivo da garrafa de vidro e da rolha de cortiça, Helix permite, pela primeira vez, que os consumidores possam usufruir deste ritual incluindo o clássico “pop”, sem a necessidade de um saca-rolhas.

A rolha apresenta uma série de estrias que se ajustam na perfeição à rosca interior do gargalo das garrafas de vidro, permitindo ao utilizador extrair o vedante natural sem esforço, apenas segurando e rodando a parte superior. Depois de aberta, a rolha pode ser de novo inserida na garrafa, de forma a que, por exemplo, um vinho branco possa voltar a ser tapado e guardado no frigorífico para posteriormente ser consumido.

Helix cria uma barreira hermética natural, assegurando a preservação de um vinho engarrafado por um período de dois anos, quando armazenado horizontal ou verticalmente.

Em testes exaustivos conduzidos por Amorim e O-I, o vinho armazenado em garrafas de vidro Helix com rolhas de cortiça não revelou alterações no sabor, aroma ou cor, durante um período de 26 meses.

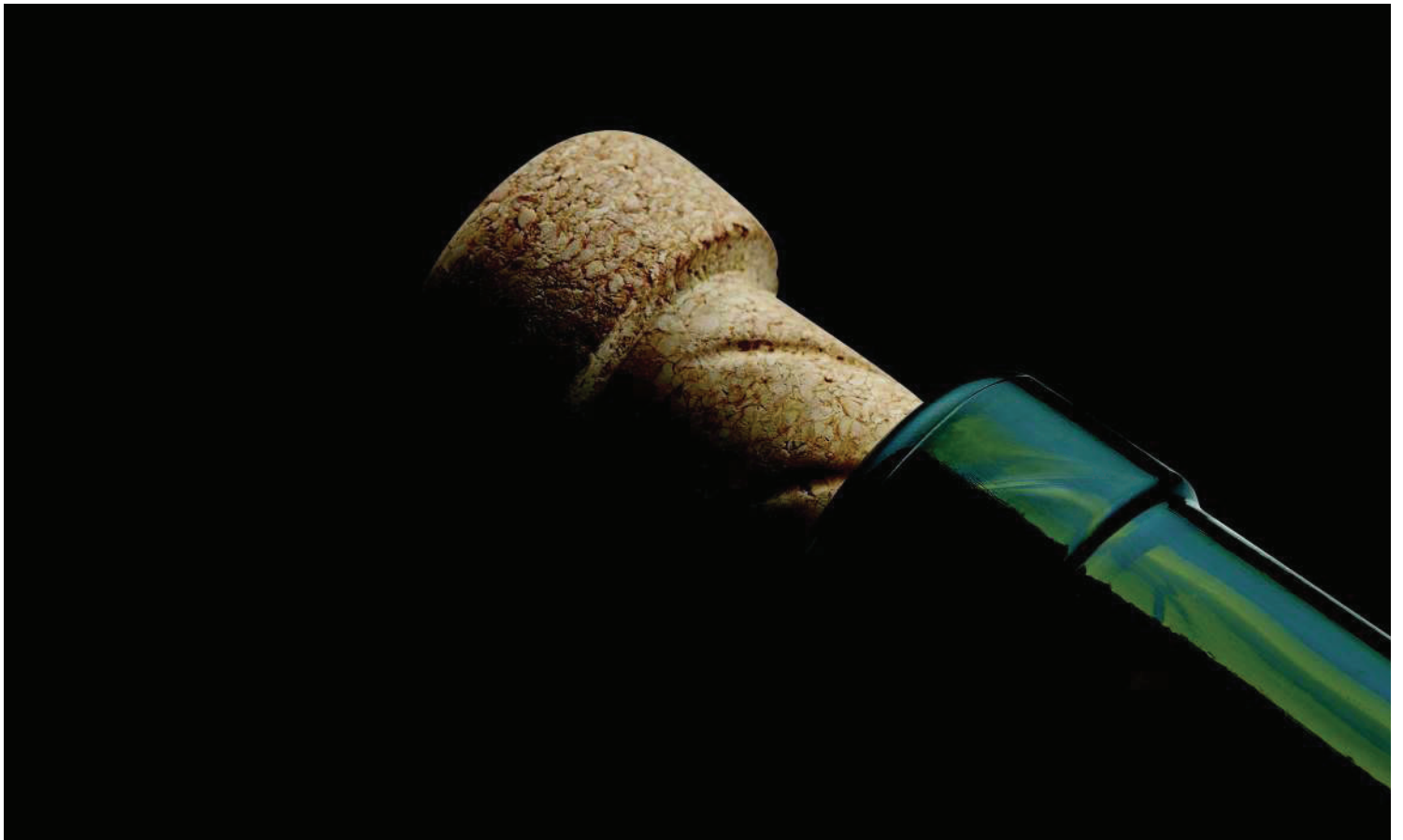
Tanto o SO₂ livre como o SO₂ total comportaram-se de acordo com as normas da indústria vitivinícola. Testes complementares efectuados a elevadas temperaturas demonstraram, mais uma vez, o excelente nível de hermeticidade proporcionada pela solução (ver caixa).

ENSAIO DE ENVELHECIMENTO ACELERADO

Foram realizados testes exaustivos, em que as garrafas e rolhas Helix com vinho branco tranquilo foram armazenadas horizontalmente, a uma temperatura de 35°C, durante 30 dias. Findo este período, quando sujeito a avaliação, Helix apresentou um desempenho extraordinário em áreas-chave, que incluem:

- Capacidade de vedação
- Migração do vinho
- Absorção do vinho
- Remoção manual da rolha
- Reintrodução manual da rolha

(Ensaio conduzido por Amorim e O-I, 2012.)



A evolução de uma combinação clássica

Helix é a primeira verdadeira inovação de packaging de vinho do século XXI, abrindo um novo mundo de possibilidades para a indústria vitivinícola.

Inúmeras pesquisas revelam que, em todos os mercados, os consumidores demonstram uma forte preferência por rolhas de cortiça no que concerne ao vinho: 94% dos consumidores dos EUA preferem rolhas de cortiça (estudo "Tragon", 2012), bem como nove em cada dez consumidores franceses (inquérito "Ipsos", 2010), enquanto 86% dos espanhóis acreditam que a cortiça preserva melhor a qualidade do vinho do que os vedantes artificiais ("Cork Project", 2012). A rolha de cortiça reúne também a preferência de 85% dos consumidores italianos, com 88% a considerar que é um prazer abrir uma garrafa de vinho e cheirar a rolha (inquérito "Demoskopie", 2011).

De forma idêntica, 82% dos consumidores europeus de vinho tranquilo têm uma preferência esmagadora pelo vidro ("FEVE Consumer Preference and Packaging in Europe, 2010"), considerando-o o melhor material para preservar o sabor e proteger o ambiente.

Em Abril de 2011, um estudo realizado junto dos consumidores dos EUA e conduzido pela O-I revelou que estes tencionam comprar mais produtos em vidro: cerca de 94% dos norte-americanos afirmaram que se pudessem adquirir o seu vinho favorito em qualquer recipiente, escolheriam o vidro.

No processo de desenvolvimento de Helix, Amorim e a O-I levaram a cabo uma pesquisa de cariz qualitativo e quantitativo junto dos consumidores em França, Reino Unido, EUA e China, com o objectivo de melhor conhecerem as suas preferências relativamente a vedantes para o vinho. Nestes mercados, verificou-se uma clara aceitação da solução Helix, que a descreveram como "inteligente", "estética", "convivial", "interessante" e "surpreendente" (ver caixa na página seguinte).

Ao oferecer uma solução de utilização fácil e ergonómica, Helix permite aos produtores de vinho ir de encontro às preferências de consumo de uma gama alargada de vinhos, incluindo os de um segmento de preço em que a comodidade se manifesta relevante. Preferencialmente dirigida para o segmento "popular premium" e de rápida rotação de vinho tranquilo, Helix é um inovador conceito de "packaging" a um preço competitivo. Pode ser implementada de forma simples e rápida, apenas com uma ligeira adaptação nas linhas de engarrafamento.

Cortiça e vidro: o melhor para o vinho...

Com um legado de 300 anos, a combinação da cortiça com o vidro é parte integrante da história de todos os grandes vinhos. Actualmente, está unanimemente associada a vinhos de qualidade e detém a confiança dos consumidores de que o conteúdo é entregue em excelentes condições. Existem várias razões que sustentam esta preferência: ambos, a cortiça e o vidro, possuem características especiais que os tornam, em conjunto, a solução ideal para preservar o vinho.

A casca do sobreiro, a cortiça, é leve e compressível, cada rolha é constituída por cerca de 800 milhões de células. A sua estrutura única permite que a rolha se adapte naturalmente à forma do gargalo da garrafa, protegendo o seu conteúdo, revelando-se um elemento crucial para o desenvolvimento do carácter especial do vinho.

O vidro é belo na sua simplicidade e pureza. Três elementos naturais – areia, calcário e carbonato de sódio – e vidro reciclado constituem os seus ingredientes primários. As matérias-primas utilizadas para fazer vidro são seguras e existem em abundância. Não poroso, puro e inerte, o vidro conserva a subtilidade do sabor e aroma do vinho durante muitos anos. Dado que o vidro não necessita de revestimento interior, não há risco de alteração de sabor ou de reacção química com o vinho. O aspecto e a sensação das garrafas de vidro sugere facilmente a ideia de elevado sabor e qualidade.

CONSIDERADA PELOS CONSUMIDORES “O MELHOR DOS DOIS MUNDOS”

Estudos de mercado desenvolvidos em França, Reino Unido, China e EUA demonstraram uma aceitação esmagadora de Helix em todos os mercados. Os inquiridos destacaram as seguintes vantagens:

- Reúne a imagem de excelência da rolha tradicional com a comodidade da abertura fácil
- Agradável de abrir – o “twist and pop”
- Inovadora, única e moderna
- Premium e elegante
- Fácil de voltar a fechar
- Funciona como uma rolha tradicional
- Sustentável

Os consumidores revelaram-se entusiastas da solução quer nos mercados de vinho tradicionais (por exemplo, França), quer nos mercados emergentes (por exemplo, EUA, Reino Unido e China).

(inquérito Ipsos, 2010)

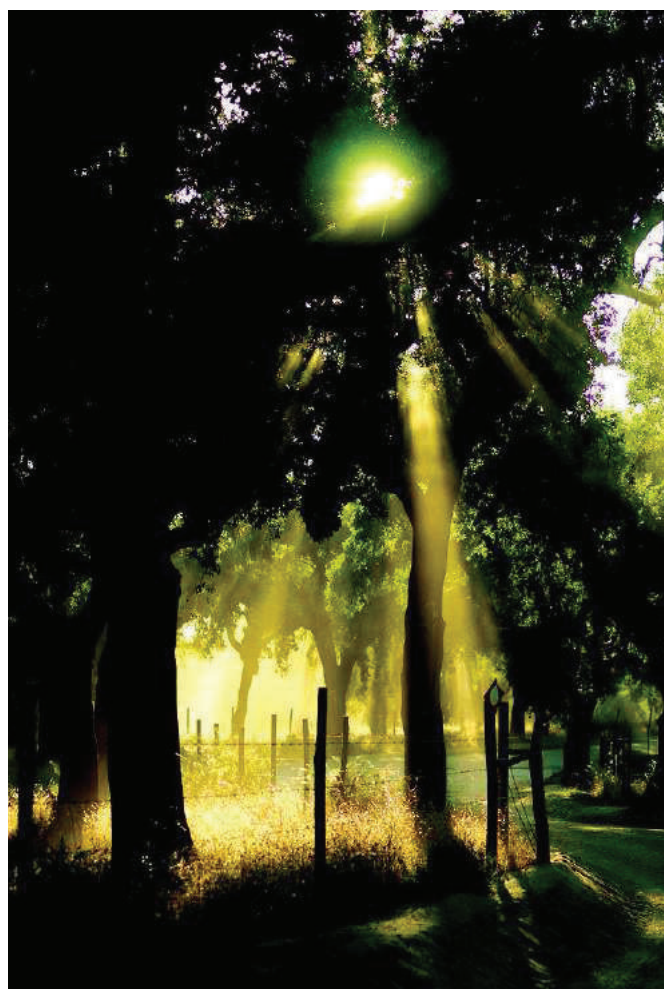
...o melhor para o ambiente

Com a crescente consciencialização, entre os consumidores, da necessidade de protecção ambiental, o vidro e a cortiça apresentam outra vantagem-chave: são duas matérias-primas para “packaging” naturais e sustentáveis.

O vidro é 100% reciclável e pode ser reciclado de forma continuada sem qualquer perda de pureza ou qualidade, economizando energia e matérias-primas: cada 10% de vidro reciclado utilizado na produção resulta numa redução de aproximadamente 5% nas emissões de carbono e de cerca de 3% em poupança energética.

A cortiça tem um elevado impacto positivo em termos ambientais. Biodegradável e reciclável, é 100% renovável e retirada manualmente dos sobreiros, que nunca são abatidos. Cada rolha de cortiça absorve cerca de 112gr de CO₂, ao contrário dos vedantes artificiais que emitem CO₂ para a atmosfera (Análise de Ciclo de Vida por PriceWaterhouseCoopers).

A produção de cortiça desempenha um importante papel na preservação da biodiversidade – o montado de sobreiro é a base de um dos 35 “hotspots” mundiais de biodiversidade – e no combate à desertificação social e ambiental, promovendo o trabalho agrícola mais bem pago do mundo e regulando os ciclos hídricos vitais.



A parceria entre dois líderes mundiais

Resultado de quatro anos de colaboração entre Amorim e O-I, o desenvolvimento de Helix baseou-se nas credenciais de inovação e do extraordinário conhecimento do mercado internacional do vinho de ambas as empresas, ambas com mais de um século de actividade.



O maior fabricante mundial de rolhas de cortiça, Amorim (Euronext: COR) tem mais de 140 anos de experiência a servir produtores de vinho.

Com sede em Portugal – a maior área de montado de sobro no mundo – a empresa fornece rolhas de cortiça a mais de 15 mil clientes de 82 países, através de uma rede de filiais integralmente detidas, em todos os mercados de vinho do mundo.

A vasta gama de rolhas naturais e técnicas de Amorim, encontra-se em constante evolução, orientada pelos processos de I&D da empresa. Ao longo dos últimos anos, a inovação tecnológica constante tem aperfeiçoado o desempenho das rolhas de cortiça, aumentando o número de produtores de vinho que, em todo o mundo, optam pela cortiça, em detrimento de outros vedantes.

Para mais informações, visite:
www.amorimcork.com

Amorim & Irmãos, SA
Rua dos Corticeiros, nr. 850
4536-904 Santa Maria de Lamas
Portugal



Owens-Illinois, Inc. (NYSE: OI) é o maior fabricante mundial de recipientes de vidro e parceiro preferencial de muitas marcas que lideram o mercado mundial de alimentos e bebidas.

Com receitas de 7 mil milhões de dólares em 2012, a empresa tem sede em Perrysburg, Ohio, EUA e emprega aproximadamente 22.500 colaboradores em 79 unidades industriais de 21 países. O-I oferece a um mercado mundial crescente embalagens de vidro seguras, sustentáveis, puras, icónicas e que permitem criar uma imagem de marca. A campanha da O-I Glass Is Life™ promove a divulgação das vantagens das embalagens de vidro em mercados-chave por todo o mundo.

Com unidades industriais historicamente situadas no coração de cada uma das mais importantes regiões europeias produtoras de vinho, O-I evoluiu de braço dado com a indústria vitivinícola. Actualmente, concilia um conhecimento profundo da vinicultura com a visão estratégica e o conhecimento tecnológico que seria expectável do maior fabricante mundial de embalagens de vidro.

Para mais informações, visite:
www.o-i.com ou www.glassislife.com

O-I Europe Sàrl
Route de Buyère 2
1030 Bussigny-près-Lausanne
Suíça

Para mais informações sobre Helix, por favor visite:
helixconcept.com
ou contacte o seu representante comercial.