



## UN ESTUDIO VALIDA LAS CREDENCIALES ECOLÓGICAS DEL CORCHO

La empresa PricewaterhouseCoopers ha realizado un análisis independiente del ciclo vital de los tapones de vino cuyos resultados demuestran claramente que el corcho natural es el mejor tapón para botellas de vino en lo que respecta a su rendimiento medioambiental.

Según este estudio de un año de duración, las emisiones de CO<sub>2</sub> (un factor fundamental en el calentamiento global) derivadas del ciclo vital de un tapón de rosca son 24 veces mayores que las de los tapones de corcho natural, mientras que las de los tapones de plástico son 10 veces mayores.

“Corticeira Amorim decidió encargar una evaluación del impacto ambiental de los principales productos que fabricamos, incluidos los tapones de corcho natural”, declaró António Amorim, Presidente y Director Ejecutivo de dicha empresa.

“Lo que perseguíamos con ello era identificar nuestras posibilidades de mejorar el rendimiento medioambiental de los tapones de corcho, así como ofrecer al sector vinícola cifras detalladas sobre el impacto medioambiental de los distintos tipos de tapón”.

“Los resultados obtenidos en esta investigación ponen de relieve los beneficios medioambientales de los tapones de corcho natural con respecto a otras alternativas”.

El estudio reveló que las emisiones de CO<sub>2</sub> durante el ciclo vital (producción, transporte, envasado asociado y fin de la vida útil) de 1.000 tapones de corcho ascienden a 1.533 g de dióxido de carbono equivalente (CO<sub>2</sub>e) en un periodo de 100 años, mientras que en el caso de los tapones de plástico las emisiones llegan a los 14.833 g de CO<sub>2</sub>e por cada 1.000 unidades y en el de los tapones de rosca a un total de 37.172 g de emisiones de CO<sub>2</sub>e por cada 1.000 unidades.

En estas cifras se tienen en cuenta las emisiones derivadas del transporte de los tapones al mercado del Reino Unido para el proceso de embotellado. De acuerdo con este modelo, los tapones de corcho son transportados desde Portugal, los de plástico desde Bélgica y los de rosca desde Francia. Las cifras también reflejan el uso de la cápsula de PVC que suele cubrir la parte superior de la botella sellada con un tapón de corcho natural o sintético.

El estudio se basó en el análisis de siete indicadores medioambientales clave: la emisión de gases de efecto invernadero, el

consumo de energía no renovable, el consumo de agua, la contribución a la acidificación atmosférica, la contribución al deterioro de la capa de ozono, la contribución a la eutrofización (acumulación de nutrientes) y la producción de residuos sólidos.

Los tapones de corcho resultaron ser la mejor alternativa frente a seis de estos indicadores y la segunda mejor opción, por detrás de los tapones de aluminio, en lo que respecta al consumo de agua.

El estudio realizado por PricewaterhouseCoopers realizó una evaluación crítica por parte de tres entidades independientes, entre las que se encontraba un experto en el análisis del ciclo vital, y se llevó a cabo respetando en todo momento las normas ISO 14040 y 14044. En virtud de estas normas, en todo momento se adoptó el escenario menos favorable para el promotor del estudio (Corticeira Amorim).

Además, el análisis no tuvo en cuenta los impactos medioambientales asociados al proceso de transformación del aluminio en tapones de rosca y de las materias primas en tapones de plástico.

En 2006 y 2007 Corticeira Amorim elaboró una serie de informes de sostenibilidad que

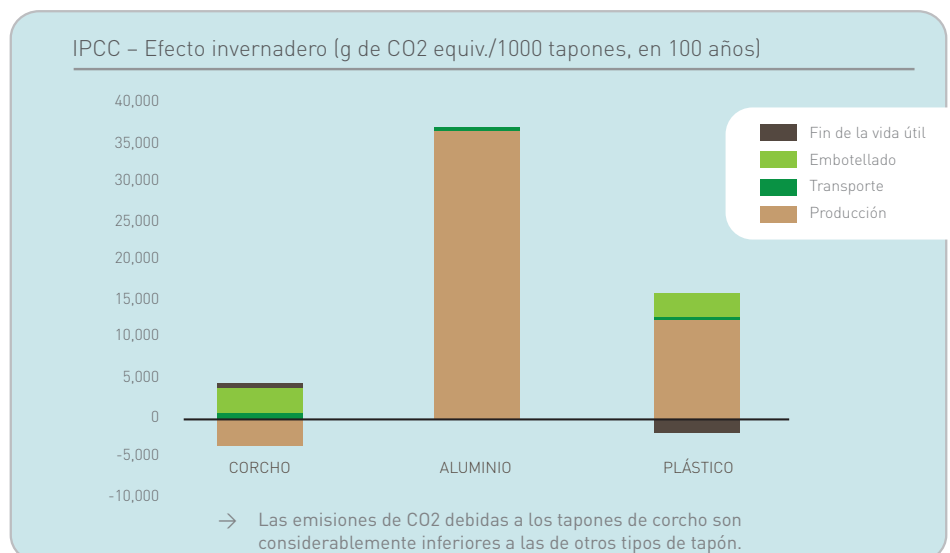
ponían de manifiesto el papel crucial que desempeñan los alcornoques en la retención del dióxido de carbono, preservando la biodiversidad y combatiendo la desertificación, así como la importancia de la fabricación del corcho en el desarrollo sostenible.

El Sr. Amorim declaró que este encargo de analizar el ciclo vital permitía ampliar la sólida base de conocimiento de la empresa en relación con los asuntos de sostenibilidad relativos a sus productos.

“Muchos de los sectores de la industria vinícola global están trabajando duro para tratar de reducir su impacto medioambiental y este estudio vuelve a poner de manifiesto la importancia fundamental del corcho en dicho proceso”, mencionó éste.

“El tapón de corcho natural es la única opción para aquellos vinicultores, distribuidores y minoristas que quieren reducir al mínimo su huella de carbono, así como adoptar las mejores prácticas ambientales. Y nosotros somos el socio natural retenedor de CO<sub>2</sub> que les ayuda en sus esfuerzos por conseguir todo esto”.

Accediendo a la dirección [www.corkfacts.com](http://www.corkfacts.com) y [www.amorim.com](http://www.amorim.com) se puede consultar el informe del análisis del ciclo vital de los tapones de botellas de vino que realizó PricewaterhouseCoopers en 2008, así como una presentación resumida de éste.





## AMORIM EN EL TOP 50 DE EMPRESAS ECOLÓGICAS

Amorim es la única empresa proveedora de tapones que aparece en la lista de las 50 principales empresas con una sólida influencia medioambiental publicada por la importante revista británica "the drinks business".

El reconocimiento al principal productor de corcho natural del mundo le vino por "su compromiso con la preservación de los alcornoques, la biodiversidad y el uso racional del terreno a través de su análisis de los materiales de los tapones y su huella ambiental".

Amorim también recibió elogios por "fomentar los beneficios ecológicos del corcho y trabajar con el WWF en la Certificación del Consejo de Manejo Forestal (FSC)".

La publicación "the drinks business" resaltó los cientos de miles de resultados que se pueden encontrar buscando en Internet sobre la campaña internacional "Save Miguel" (Salvar Miguel) creada por Amorim, así como los miles de alcornoques virtuales plantados por distintos miembros del público gracias a la campaña realizada en Internet.

Amorim ocupó el puesto núm. 25 de la "Lista Verde", publicada en la edición de enero de 2009 de la revista.

El criterio empleado para ocupar un puesto en la lista era la medida en que una empresa lograba influir en el público respecto a cuestiones medioambientales. Como consecuencia, los primeros puestos fueron copados por cadenas minoristas, con la empresa británica Tesco en primera posición, seguida de la americana Wal-Mart y de la cadena internacional francesa Carrefour.

António Amorim, presidente y director ejecutivo de Corticeira Amorim, dijo estar encantado con el hecho de que Amorim hubiese recibido este importante reconocimiento comercial por su compromiso con el medio ambiente.

"Esta lista reconoce a una serie de organizaciones que están trabajando duro por reducir su impacto ambiental y que en dicho proceso están influyendo en los consumidores en relación con distintas cuestiones medioambientales", declaró el Sr. Amorim.

"Estamos contentos de que Amorim haya sido incluida entre estas empresas y además nos alegra ver que también se ha reconocido

a varios de los clientes de Amorim por sus credenciales ecológicas".

Torres, Foster's, Concha y Toro, Constellation Brands, Vranken-Pommery Monopole, Freixenet, Diageo y Pernod Ricard son algunas de las principales empresas internacionales incluidas en la "Lista Verde".

Para obtener más información sobre las credenciales ecológicas de Amorim, visite el sitio Web [www.corkfacts.com](http://www.corkfacts.com).



→ La revista "the drinks business" ha reconocido a Amorim por sus credenciales ecológicas, incluido su compromiso con la biodiversidad.

## CERTIFICACIÓN FSC AMPLIADA

Amorim continúa desarrollando su certificación del Consejo de Manejo Forestal (FSC) en virtud del estricto Programa Smartwood de Rainforest Alliance con cuatro unidades de negocio de procesamiento del corcho y dos operaciones de ventas que ahora poseen la certificación de "cadena de custodia".

Hace poco Amorim Cork América y Amorim Cork Sudáfrica se convirtieron en las primeras empresas de ventas en recibir el prestigioso reconocimiento por sus positivas prácticas medioambientales.

Entre las cuatro unidades de negocio certificadas en Portugal se incluyen dos unidades principales en materias primas, la unidad de tapones de corcho y otra más de compuestos de corcho.

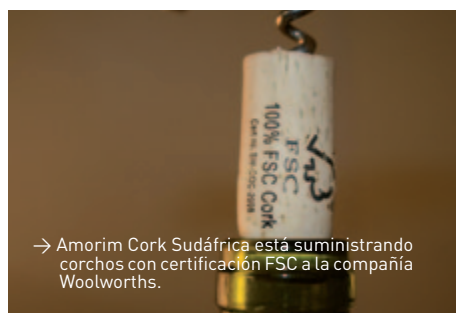
El Consejo de Manejo Forestal es una organización sin ánimo de lucro que se dedica a promover una gestión responsable de los bosques de todo el mundo. Este organismo se encarga de fijar normas que garanticen que las prácticas forestales se realizan de una forma responsable desde la perspectiva medioambiental, beneficiosa desde la perspectiva social y viable desde la perspectiva económica.

"La certificación FSC implica que debemos llevar a cabo nuestras actividades respetando en todo momento un conjunto de normas medioambientales muy estrictas que garantizan que nuestros productos de corcho

han sido fabricados de acuerdo con una cadena de custodia fijada que comienza en el alcornoque y continúa hasta el momento en el que el tapón se vende al vinicultor", dijo Daryl Eklund, Director General de Amorim Cork América.

"A nuestros clientes les inspira confianza el hecho de que los corchos naturales que nos compran sean el resultado de unas sólidas prácticas sostenibles en las que se protegen los alcornoques y se valora a los trabajadores por sus conocimientos y habilidades".

Amorim también ha unido fuerzas con la cadena comercial Woolworths en Sudáfrica para ofrecer vinos con tapones de corcho natural que ha sido cosechado en alcornoques con la certificación FSC. Los corchos naturales marcados con el logotipo FSC se pueden encontrar en la amplia gama de vinos biológicos de Woolworths en toda la República de Sudáfrica.



→ Amorim Cork Sudáfrica está suministrando corchos con certificación FSC a la compañía Woolworths.

Ivan Oertle, del Departamento de Compras de Vinos y Refrescos de Woolworths, declaró que la adquisición de los primeros corchos con certificación FSC de Sudáfrica formaba parte de las "Buenas Prácticas Comerciales" de la compañía.

"Woolworths se ha comprometido a obtener todos sus materiales de envasado de madera (por ejemplo, el corcho) de proveedores sostenibles certificados", comentó el Sr. Oertle.

Además de la mejora significativa en la calidad del corcho en los últimos años, el Sr. Oertle señaló la positiva función medioambiental del corcho, la cual lo coloca en una posición de ventaja con respecto a otros tipos de tapón.

"El corcho es un material natural que lleva utilizándose desde hace miles de años para tapar los recipientes que contienen el vino y presenta una excelente trayectoria de resultados", afirmó éste.

"Factores como la baja huella de carbono y la sostenibilidad certificada del corcho son una parte muy importante de nuestras Buenas Prácticas Comerciales. El uso de tapones de corcho con certificación FSC pone de relieve nuestro compromiso por utilizar unas buenas prácticas comerciales, de las cuales queremos que participen nuestros clientes, y además nos permite cambiar la forma que tiene la gente de comprar y usar materiales en general".



## LA CAMPAÑA "SAVE MIGUEL" CONSIGUE PRESENCIA GLOBAL

Una innovadora campaña de sensibilización para promover las cualidades medioambientales de los alcornoques y los productos de corcho natural ha conseguido rápidamente una sólida presencia global.

Lanzada por Amorim en Australia durante el pasado mes de agosto, la campaña "Save Miguel" (Salvar Miguel), que cuenta con un sitio Web educativo y un vídeo en línea presentado por el actor de Hollywood Rob Schneider, se ha propagado rápidamente llegando a miles de consumidores de todo el mundo.

En sólo tres meses, el contenido del vídeo en línea asociado a la campaña fue visto más de 450.000 veces.

El sitio Web de la campaña "Save Miguel" ([www.savemiguel.com](http://www.savemiguel.com)) atrajo el interés de 50.000 visitantes distintos en su primer mes en línea. El sitio Web sigue atrayendo la atención de muchas personas, con un promedio de 5.000 visitantes distintos al mes, lo que eleva el total de visitas a más de 85.000.

Al mismo tiempo, un grupo de FaceBook ha reunido a más de 4.000 miembros, personas desconocidas unidas a través de Internet por su apoyo al corcho natural. Son muchos los blogs de todo el mundo que han incluido enlaces al sitio Web de "Save Miguel", pero es que además el interés por la campaña sigue creciendo.

En el vídeo de "Save Miguel", Rob Schneider se embarca en una búsqueda por encontrar a "Miguel" y salvarlo. Tras un divertido viaje, el protagonista descubre que en realidad Miguel es un alcornoque adulto situado en lo más profundo de los alcornoques portugueses.

"Aunque el vídeo puede parecer alegre, en realidad conlleva un mensaje muy serio sobre el cambio climático", comentó Carlos de Jesus, Director de Marketing y Comunicación de Amorim.

"Con el componente educativo de esta campaña se pretende informar a los consumidores de los beneficios sociales, medioambientales y económicos del uso de productos de corcho, y especialmente del impacto positivo de comprar vinos con tapones de corcho natural".

Según los ecologistas, un descenso en la fabricación del corcho (que podría producirse a consecuencia del aumento en el uso de otros tapones alternativos) podría hacer peligrar el futuro de los alcornoques y provocar una pérdida del hábitat, así como un aumento de las emisiones de CO2.

Se estima que los alcornoques de la cuenca mediterránea ayudan a contrarrestar 10 millones de toneladas masivas de CO2 al año, lo que los convierte en unos importantes depuradores de carbono.

Los alcornoques sustentan además una gran biodiversidad natural e impiden la degradación del suelo en vastas extensiones de Portugal, Italia, España y África del Norte.

La fabricación de tapones de corcho para el vino crea además miles de puestos de trabajo, estimándose en más de 100.000 las personas del Mediterráneo que dependen directa o indirectamente de la industria del corcho.

"El tapón de corcho natural es el único tipo de tapón que es realmente respetuoso con el medio ambiente (renovable, reciclable y biodegradable), además de jugar un importante papel en la retención del dióxido de carbono", comentó el Sr. de Jesus.

"Y con el sector vinícola global haciendo un gran hincapié en la sostenibilidad medioambiental, Amorim, como principal fabricante de corcho mundial, puede desempeñar un importante papel de apoyo en todos estos esfuerzos".

*Para obtener más información sobre la campaña "Save Miguel", visite el sitio Web [www.savemiguel.com](http://www.savemiguel.com).*



→ Carlos de Jesús (a la izquierda) de Amorim ayuda al fundador de Laithwaites Tony Laithwaite a plantar un alcornoque.

### DIRECT WINES RESPALDA EL USO DEL CORCHO

Direct Wines, la mayor empresa distribuidora de vinos independiente del mundo, se ha asociado con Amorim formalizando un acuerdo que permitirá plantar un gran número de alcornoques nuevos cada año en los bosques portugueses.

Amorim plantará los alcornoques en representación de Laithwaites, una de las diversas marcas de Direct Wines, en una medida que pone de relieve el compromiso de este empresa vinatera británica con el uso del corcho natural.

"Estamos muy contentos de poner en marcha esta iniciativa con Amorim," comentó Tony Laithwaite, presidente de Laithwaites.

"Llevamos trabajando con ellos casi una década y el hecho de crear este plan nos permitirá ayudarles a preservar los alcornoques que se extienden a lo largo de siete países distintos en dos continentes".

Como parte de la asociación, Laithwaites ha instalado papeleras de reciclaje en sus tiendas de todo el Reino Unido para recoger los corchos usados. Amorim se encargará de usar estos corchos para elaborar una gran variedad de productos, que van desde revestimientos para suelos respetuosos con el medio ambiente hasta zapatos de diseño.

Tanto la iniciativa de plantación de alcornoques como la de reciclaje del corcho ponen de relieve la aportación que el sector vinícola puede hacer en lo que respecta a la protección y el mantenimiento de los alcornoques mediterráneos occidentales.

"Felicito a Tony Laithwaite por su liderazgo en un asunto tan crucial," comentó Carlos de Jesus, Director de Marketing y Comunicación de Amorim.

"Desde hace tiempo el Sr. Laithwaite tiene claro que el corcho y el vino van de la mano, no sólo por la tradición o complejos detalles técnicos, sino porque además permiten hacer realidad ese equilibrio sostenible del que todo el mundo habla en la actualidad".



→ La campaña "Save Miguel" promueve las cualidades medioambientales de los alcornoques y los productos de corcho natural.



## ESCRÍBANOS

Para obtener más información sobre el corcho y/o Amorim, escribanos a:  
The Editor, Bark to Bottle  
Fax: +61 3 9654 3785 Internet: [www.corkfacts.com](http://www.corkfacts.com)  
Correo electrónico: [carlos.dejesus.ai@amorim.com](mailto:carlos.dejesus.ai@amorim.com)

# NOTICIAS BREVES

## ITALIA VENDE 200 MILLONES DE CORCHOS

Hace poco, Amorim Cork Italia vendió su tapón de corcho número 200 millones. Este importante hito pone de manifiesto la solidez de Amorim en uno de los mercados vinícolas más competitivos e influyentes del mundo, así como el papel desempeñado por el corcho en el sector vinícola italiano.

Amorim Cork Italia y Corticeira Amorim agradecen la confianza que han depositado los vinicultores italianos en los productos de Amorim y aprovechan para reafirmar su compromiso con el crecimiento de la actividad comercial vinícola de Italia.

## LA PETICIÓN SUPERA SUS PREVISIONES

Una campaña en línea de la Federación Francesa del Corcho en asociación con la Asociación Portuguesa de Corcho (APCOR) ha conseguido recaudar más de 14.000 firmas para una petición en apoyo del corcho y los alcornoques.

Originariamente la campaña se había puesto como objetivo conseguir 10.000 firmas, una cifra que permitiría salvar un total de 1.500 alcornoques, el equivalente a 7,5 hectáreas de alcornoques.

La Federación Francesa del Corcho y APCOR están financiando la gestión o plantación sostenible de un alcornoque por cada seis firmas recibidas en el sitio Web de la campaña en la dirección [www.petitionpourleliege.org](http://www.petitionpourleliege.org).

Ambas organizaciones se encuentran trabajando con el Instituto Mediterráneo del Corcho, un grupo involucrado en la gestión sostenible de los alcornoques del sur de Francia.

Yann Arthus-Bertrand, presidente de la organización medioambiental GoodPlanet, y Jean-Marie Pelt, presidente del Instituto Europeo de Ecología, están respaldando la campaña. →1

## LECCIÓN SOBRE EL CORCHO PARA AMANTES DEL VINO

El Festival del Vino Sunday Times de Londres congregó a casi 6.000 amantes del vino que tuvieron la oportunidad de catar una selección de más de 300 vinos procedentes de 17 países. Organizado por la empresa vinatera especializada Laithwaites, Amorim fue invitada a participar para informar a los clientes de las últimas noticias relacionadas con los tapones.

"Nuestros clientes entienden de vinos

y saben apreciarlos, además de tener unas grandes expectativas de calidad que seguimos cumpliendo. Aquí se incluyen distintos aspectos del envasado como parte de la experiencia global", comentó Ann Linder, Directora General de Producción y Desarrollo en Laithwaites.

"La inmensa mayoría de nuestros clientes tienen una clara afinidad con el corcho natural. Aunque ya aceptaron la asociación natural entre el vino y el corcho, relacionada con su tradición y herencia, estaban fascinados por el hecho de conocer más aspectos de la historia, el procesamiento, las funcionalidades y el positivo impacto medioambiental del corcho".

## OFICINAS INTERNACIONALES CERTIFICADAS

Las oficinas de Amorim de todo el mundo siguen ampliando el récord de certificaciones de la empresa en lo que respecta a gestión de la calidad, envasado de alimentos, comercio ético, gestión medioambiental, manejo forestal, y salud y seguridad en el trabajo.

La filial española Víctor Y Amorim ha obtenido la certificación de seguridad alimentaria ISO 22000 por el acabado y la distribución de los tapones de corcho, mientras que Amorim Australasia ha conseguido la certificación APPCC por el envasado de alimentos.

## PRIMER PUESTO PARA UN ESPUMOSO

El hecho de conseguir el primer puesto en el Concurso Amorim Cap Classique Challenge de 2008 en Sudáfrica fue doblemente dulce para el productor de vino J.C. Le Roux: su pinot noir rosé de 2006 no sólo consiguió imponerse a los demás participantes, sino que además se convirtió en el primer vino espumoso rosado que consigue ganar en esta cata anual.

El ganador fue un joven vino burbujeante elaborado por la maestra bodeguera Elunda Basson. Sin embargo, éste no es ni mucho menos el primer éxito de J.C. Le Roux, ya que esta bodega también ganó en el año 2006.

El espumoso Méthode Cap Classique (MCC) es uno de los sectores más exitosos dentro del sector vinícola sudafricano con unas ventas que han experimentado un crecimiento de 701.000 litros en 2001 a 1,77 millones de litros en 2007.

"Al suministrar el 70% de los tapones de corcho utilizados por los productores de MCC de Sudáfrica, Amorim se encuentra al frente de esta parte que es la más apasionante del

sector vinícola local", indicó Joaquim Sa, Director General de Amorim Cork Sudáfrica. →2

## CON EL "CORKXEDO", EL CORCHO SE CONVIERTE EN ESPECTÁCULO

El californiano Dave Hamilton, todo un entusiasta del vino, ha llevado su amor por esta bebida hasta límites insospechados al hacerse un esmoquin con tapones de corcho usados.

Su traje único está formado por 686 tapones de corcho. El traje va acompañado de un sombrero de copa fabricado con 181 tapones de corcho y, además, un bastón con 24 tapones más. Para fabricar este traje, Dave dedicó aproximadamente unas 800 horas distribuidas a lo largo de 10 meses.

"La idea me vino mientras me encontraba tomando un baño en un jacuzzi, con un vaso de vino en la mano y pensando en un proyecto artístico para el Festival del Hombre Ardiente en Nevada", declaró Dave Hamilton.

En el traje están representadas más de 240 bodegas, siendo el tapón más antiguo un corcho de una botella de Chateau Lynch-Bages de 1935. El esmoquin de corchos o "corkxedo" cuenta incluso con su propio sitio Web en la dirección [www.corkxedo.com](http://www.corkxedo.com) →3

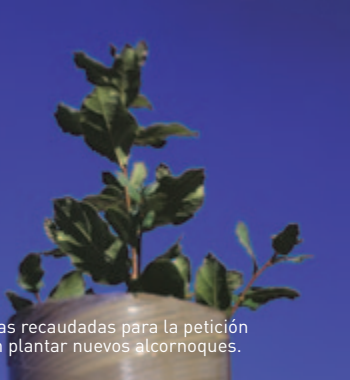
## SUSCRIPCIÓN EN LÍNEA

En consonancia con sus políticas medioambientales, Amorim está animando a los destinatarios de su boletín informativo "Bark to Bottle" a suscribirse a la publicación en línea.

Este boletín informativo, que va ya por su 24ª edición, ha demostrado ser un recurso popular con una circulación total global que supera los 20.000 ejemplares. Disponible en inglés, alemán, francés y español, "Bark to Bottle" se distribuye en su edición impresa en las oficinas de Amorim y puede obtenerse directamente por correo electrónico. Las ediciones anteriores se pueden descargar desde el sitio Web [www.corkfacts.com](http://www.corkfacts.com).

Si usted recibe la edición impresa de "Bark to Bottle" y desea recibirla en formato electrónico en el futuro, envíenos un correo electrónico con su nombre completo, dirección de correo electrónico y país a la dirección [barktobottle@cliftongroup.com.au](mailto:barktobottle@cliftongroup.com.au) solicitando que le eliminen de la base de datos de distribución de la edición impresa.

→01



→ Las firmas recaudadas para la petición permiten plantar nuevos alcornoques.

→02



→ J.C. Elunda Basson, maestra bodeguera de Le Roux, y Joaquim Sa de Amorim.

→03



→ Dave Hamilton luce con orgullo su esmoquin de corchos en un festival vinícola de California.