



EL CORCHO VUELVE POR SUS FUEROS

Después de librar una intensa batalla en nombre de los tapones de corcho natural durante una década, António Amorim, Presidente y Director Ejecutivo de Amorim, afirma haber observado durante los últimos 18 meses un reconocimiento generalizado del sector en cuanto al valor del tapón de corcho.

“En la actualidad estamos recibiendo gran cantidad de comentarios positivos”, declaró el Sr. Amorim.

“El creciente reconocimiento de las referencias ecológicas del corcho natural, unido a las inversiones realizadas en investigación y desarrollo, y las medidas de control de calidad adoptadas han permitido experimentar un cambio significativo en la percepción que el sector vinícola tiene del corcho natural”.

Según el Sr. Amorim, el control de calidad ha dejado de dominar las reuniones mantenidas con los vinicultores y líderes del sector, y ahora las discusiones han rápidamente progresado hacia otros tópicos.

“Actualmente los vinicultores de los diferentes segmentos de vino están interesados en cómo el corcho les puede ayudar a cumplir algunos de los retos cruciales que afronta el sector tales como la valorización de la marca y la sostenibilidad medioambiental”, comentó el Sr. Amorim.

Para el Sr. Amorim, el aumento en la cobertura que los medios de comunicación están dando a los asuntos medioambientales había generado una mayor concienciación de las cualidades medioambientales del corcho y había ofrecido oportunidades de reafirmar los avances realizados en la calidad del corcho.

Recientemente, los principales medios de difusión, entre los que se incluyen el Wall Street Journal y la revista Time en los EE. UU., el Daily Telegraph y la BBC en el Reino Unido, y el diario financiero australiano Australian Financial Review, han tratado el papel fundamental que desempeña el corcho en el desarrollo sostenible.

“No hay duda de que por motivos medioambientales el interés por el corcho natural se ha visto renovado tanto dentro del sector vinícola como por parte de la comunidad”, explicó el Sr. Amorim.

Varias cadenas comerciales líderes del mercado y muchas de las mayores bodegas del mundo están demostrando actualmente su compromiso con el corcho natural participando activamente en programas de reciclado y gestión forestal del corcho.

La respuesta a programas de consumo como, por ejemplo, la campaña “Save Miguel” (Salvar Miguel) de Amorim, y a iniciativas de reciclado como los programas ReCork America y Green Cork también son un claro ejemplo del sólido



→ António Amorim, Presidente y Director Ejecutivo de Amorim, afronta positivamente el futuro del corcho natural.

apoyo que la comunidad da al envasado natural.

“Amorim debe seguir adoptando un papel de liderazgo en el sector vinícola en lo que respecta al desarrollo sostenible”, dijo el Sr. Amorim. “Invertiremos en iniciativas de sostenibilidad y al mismo tiempo mantendremos nuestras cuantiosas inversiones en la investigación y el desarrollo del corcho”.

Y es que esa sólida inversión, que alcanza ya los 60 millones de euros, está mereciendo la pena por muchos motivos.

En 2008, Amorim registró un aumento del 4,5% en las ventas de tapones de corcho a pesar del impacto de la ralentización económica durante el último trimestre del año. Pero es que además dicho resultado se consiguió después de que la empresa tuviera su mejor rendimiento en 2007, año en el que las ventas anuales de tapones de

corcho se incrementaron en más de un 6%.

Las inversiones realizadas también se hacen evidentes en la creciente demanda de nuevos productos como los corchos de gama alta con certificación FSC (Consejo de Administración Forestal) y los tapones naturales Acquamark. El año pasado, Amorim, la primera empresa de envasado del mundo en obtener la certificación FSC, vendió casi 10 millones de tapones con certificación FSC, mientras que los tapones Acquamark consiguieron atraer la atención de 100 nuevas bodegas pocos meses después de su lanzamiento global.

“Aún nos queda mucho por hacer, pero ahora podemos afrontar positivamente el futuro del corcho natural y la capacidad de Amorim para responder a las necesidades de cambio del sector vinícola global”, declaró el Sr. Amorim.



→ Acquamark: un tapón respetuoso con el medio ambiente que ofrece un rendimiento mejorado.

ACQUAMARK SE LANZA AL MERCADO

Amorim ha lanzado al mercado un nuevo tipo de tapón dirigido a los sectores de grandes volúmenes del sector vinícola global.

El tapón, de nombre Acquamark, ha sido desarrollado empleando la última tecnología en lo que a producción del corcho se refiere, con el fin de ofrecer a los vinicultores un tapón de corcho natural respetuoso con el medio ambiente a un precio altamente competitivo.

El nombre del producto se deriva de su innovador revestimiento con base acuosa que es una de las características de este tapón de corcho natural revestido.

"Acquamark es un tapón respetuoso con el medio ambiente que ofrece un rendimiento mejorado en cuanto a su capacidad de sellado y conservación del vino", comentó Carlos de Jesus, Director de Marketing y Comunicación de Amorim.

"Se trata de una nueva incorporación a la familia de productos Amorim que nos permite competir con empuje y dinamismo con los fabricantes de tapones alternativos, en concreto en los segmentos "básico" y "popular premium" del mercado vinícola.

"Esta nueva tecnología implica que podemos fabricar un tapón de corcho natural económico para aquellos segmentos del mercado en los que la competencia de precios es más feroz".

Al igual que todos los tapones de corcho natural, el tapón Acquamark está fabricado a partir de recursos renovables, y además es reciclable y biodegradable.

"En muchas ocasiones las bodegas se ven obligadas a tomar una difícil decisión en cuanto a los tapones, debiendo elegir entre un precio económico o adoptar una actitud que favorezca la protección del medio ambiente", declaró el Sr. de Jesus.

"Con el tapón Acquamark todo esto ya no supone ningún problema".

Amorim ha aplicado innovadores procesos en la producción del tapón Acquamark, garantizando así la retención total de las partículas, así como un aspecto visual constante. El revestimiento con base acuosa, caracterizado por su seguridad y por ser respetuoso con el medio ambiente, mejora el proceso de reestructuración del tapón.

Los tapones de corcho Acquamark están sometidos al sistema de hervido único CONVEX empleado por Amorim, que evita la contaminación, además de someterse a rigurosos procedimientos de control de la calidad.

REMOVIENDO HASTA LA ÚLTIMA PIEDRA

Alfonso Cortina de Alcocer, dueño de la bodega Pago de Vallegarcía, ha removido hasta la última piedra en sus esfuerzos por crear una bodega de extraordinaria calidad.

De hecho, parece como si las piedras que no se han desenterrado durante la construcción de la bodega hubiesen sido artísticamente distribuidas por el impresionante diseño arquitectónico que se encuentra ubicado en el centro del viñedo. Son miles de piedras colocadas con esmero en el sorprendente exterior del edificio, que convive en armonía con el paisaje forestal circundante.

Situada en la región de los Montes de Toledo en el centro de España, la bodega Vallegarcía ha sido creada atendiendo hasta el más mínimo detalle de todas las áreas que componen el proceso: desde la selección del emplazamiento hasta la variedad de uva, la arquitectura, las instalaciones de producción y la gente que allí trabaja.

El proceso se inició a finales de la década de los noventa, cuando el respetado viticultor australiano Richard Smart fue nombrado encargado del diseño del viñedo. Las vides se plantaron en el año 1999 y la primera vendimia tuvo lugar en 2001. A continuación, se procedió a evaluar la calidad de la uva durante un periodo de cuatro años mediante la producción de pequeñas parcelas vinícolas en una bodega de los alrededores.

Los positivos resultados obtenidos animaron a Alfonso Cortina a proseguir con sus planes, y en el año 2006 abrió la bodega Pago de Vallegarcía.

En la actualidad, el viñedo tiene una extensión de 31 hectáreas. Los vinos se elaboran al estilo francés e incluyen las variedades de uva viognier, syrah (shiraz), cabernet sauvignon y merlot. La bodega tiene una producción anual de alrededor de 80.000 botellas.

Para Adolfo Hornos, director general y enólogo, los vinos de Vallegarcía se caracterizan por su capacidad de mejora y adquisición de textura con el paso del tiempo. Este ha sido uno de los motivos por los que él defiende firmemente el uso del corcho natural como tapón para el vino.

Según él, "el tapón debe garantizar la conservación del vino, respetando sus características y su evolución en la botella".

"En el embotellado sólo utilizamos tapones de corcho natural de la máxima calidad. Su rendimiento mecánico resulta el más adecuado



→ Adolfo Hornos.

para nuestros vinos y existe sinergia entre el corcho y el vino a medida que este va madurando en la botella.

"El corcho es además un cierre hermético natural y el tipo de tapón para vinos más respetuoso con el medio ambiente. Es el tipo de tapón elegido por los vinos de alta calidad del viejo continente".

Adolfo describe el embotellado como un proceso de gran importancia en la bodega Vallegarcía.

"Representa todo el trabajo realizado en esa vendimia. El embotellado no es simplemente llenar la botella de vino, sino que representa el carácter y la personalidad de Vallegarcía", comentó Adolfo Hornos.

Esta es una de las cada vez más numerosas bodegas que optan por incluir el símbolo del corcho (Cork Mark) en sus productos.

"Queremos informar a los consumidores de que usamos corcho natural, además de mostrar nuestro apoyo al desarrollo sostenible de los alcornocales", declara Adolfo.

Al preguntarle los motivos por los que ha elegido los tapones de corcho Amorim, Adolfo es conciso: "Por un motivo: la confianza. Mantenemos una excelente relación y hay una buena colaboración entre nosotros.

"Como viticultor, mis principales metas son la calidad y la mejora constante, y tengo claro que los que me pueden ayudar a conseguirlo son mis proveedores, por eso trabajo con Amorim".

Para obtener más información sobre la bodega Pago de Vallegarcía, visite el sitio Web www.vallegarcia.com.



→ La bodega Pago de Vallegarcía presenta miles de piedras en su exterior.



AUMENTA EL ESFUERZO POR RECICLAR

El reciclado del corcho natural está cobrando impulso debido a una oleada de apoyos a los programas de reciclado del corcho a nivel comunitario.

La creciente concienciación medioambiental ha provocado el desarrollo de numerosas nuevas iniciativas de reciclado, así como un aumento del volumen de tapones de corcho que se están procesando a través de una serie de programas implementados hace tiempo.

En los Estados Unidos, los ejecutivos de Amorim se han visto abrumados por la respuesta obtenida con el programa ReCork America. El Director de Proyectos Roger Archey estima que el programa ReCork America permitirá reunir más de tres millones de tapones de corcho en 2009, lo que supone doblar la cantidad que se recicló en 2008.

"Ahora que el proyecto cuenta con el respaldo de las principales cadenas comerciales, bodegas y organizaciones hoteleras, seguro que el volumen sigue aumentando", comentó Archey.

Entre las entidades que respaldan el programa se encuentran Whole Foods Market (la principal cadena comercial del mundo de alimentos naturales y biológicos) en el Norte de California, las empresas vitivinícolas Kendall-Jackson Wine Estates y Foster's Wine Estates y la escuela culinaria Culinary Institute of America de St. Helena.

El éxito anticipado del programa ReCork America no les ha pillado por sorpresa a las Niñas Exploradoras de Australia. Desde sus humildes comienzos en el año 1990, el programa de recogida de tapones de corcho de esta organización juvenil nacional ha ido creciendo hasta convertirse en una de sus principales vías para recaudar de fondos, reuniendo en total más de 100 millones de tapones de corcho. Las Niñas Exploradoras suelen reunir unas 30 toneladas de corcho natural al año, aunque en 2007 consiguieron acumular la increíble cifra de 60 toneladas y recaudar 100.000 dólares australianos.

El esfuerzo por reciclar cuenta con un sólido respaldo empresarial, en el que se incluyen compañías interesadas en desarrollar sus

referencias ecológicas a través del proyecto. Las Niñas Exploradoras animan a miembros de la comunidad a demostrar su compromiso con el medio ambiente comprando únicamente vinos que estén embotellados con tapones de corcho.

Este panorama se repite en otros muchos países con programas de reciclado de corcho creados por organizaciones benéficas y gobiernos municipales. Amorim ha puesto en marcha campañas de recogida del corcho en Italia, Sudáfrica, Reino Unido y España.

Con el propósito de gestionar mejor su compromiso con el reciclado en Portugal, Amorim ha inaugurado recientemente una nueva unidad de procesamiento de tapones reciclados. Está previsto que esta planta permita procesar 90 millones de tapones de corcho durante los próximos cuatro años.

El corcho reciclado se utiliza para fabricar una gama de productos entre los que se incluyen revestimientos, juntas de motores, material aislante, cubiertas de embarcaciones, 'aerospace material', así como pelotas de hockey y críquet.

"Es genial ver a tantas organizaciones comunitarias y a la gente que representan beneficiándose del reciclado del corcho",

declaró Carlos de Jesus, Director de Marketing y Comunicación de Amorim.

"Estos programas resultan positivos a muchos niveles: son buenos para el medio ambiente, constituyen una importante actividad de recaudación de fondos para las organizaciones benéficas y además ayudan a transmitir un mensaje importante acerca de la sostenibilidad".



→ El corcho reciclado se emplea en muchos productos.



→ Las Niñas Exploradoras australianas han conseguido reciclar más de 100 millones de tapones de corcho.

PUBLICACIÓN DEL INFORME SOBRE SOSTENIBILIDAD

Corticeira Amorim ha publicado recientemente su tercer Informe sobre Sostenibilidad, en el que se detallan una serie de importantes iniciativas medioambientales emprendidas a lo largo de 2008.

En palabras de António Amorim, Presidente y Director Ejecutivo de Corticeira Amorim: "Nuestro compromiso con el desarrollo sostenible es la mejor manera de demostrar un liderazgo responsable en la industria del corcho".

Corticeira Amorim es la única empresa del sector del corcho global que publica anualmente sus resultados y explica sus planes de futuro a este respecto.

La publicación del informe 2008 se produce después de que se anunciara que Corticeira Amorim ha vuelto a ser reconocida por la

calidad de sus informes sobre sostenibilidad en los premios globales Corporate Register Reporting Awards (CRRRA).

Los premios CRRRA consideraron que el Informe sobre Sostenibilidad 2007 de Corticeira Amorim se encontraba entre los mejores de todo el mundo por su relevancia para entender los asuntos de sostenibilidad en el mundo empresarial. Su presencia en el Top 10 de la categoría "Relevancia e Importancia" ha permitido a Amorim estar junto a empresas como General Electric, Vodafone, Ford, BP y Coca-Cola.

Al igual que en los anteriores informes de sostenibilidad, en esta última edición se explican las mejores prácticas adoptadas por la empresa al fabricar corcho de forma sostenible, se resaltan los principales resultados de sostenibilidad

logrados durante el año 2008 y se destacan las iniciativas implementadas por Corticeira Amorim durante dicho año.

Uno de los principales logros es que el uso de energía renovable por parte de la empresa ha alcanzado ya el 60% de sus necesidades energéticas (una subida en comparación con el 45% alcanzado en 2006). Corticeira Amorim ha conseguido además reducir sus emisiones de CO2 en un 4,5% adicional, tras la reducción del 3,4% de 2007.

El Sr. Amorim dijo que el informe reafirmó además las ventajas medioambientales que se derivan del uso de productos de corcho natural.

Para obtener más información y una copia del Informe sobre Sostenibilidad 2008, visite el sitio Web www.corkfacts.com



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

Correo electrónico: carlos.dejesus.alf@amorim.com

NOTICIAS BREVES

AMORIM NOMBRADA MEJOR PROVEEDOR

La organización vitivinícola sudafricana KWW ha nombrado a Amorim su mejor proveedor de envasado de 2008, con una destacada valoración del rendimiento del 99%.

Dicho reconocimiento se basaba en el cumplimiento por parte de Amorim de los siete elementos del "Programa de Asociación con Proveedores" y la obtención de la mayor puntuación de entre un grupo de 13 proveedores.

"No todos los productos y procesos tienen la misma complejidad, pero cada uno de estos proveedores es líder en su campo respectivo y estamos valorando los mismos criterios", explicó Wayne Matthys, Director de externalización y relaciones con los proveedores de KWW.

"La alta puntuación de Amorim tiene mucho que ver con su planificación anticipada y una buena comprensión de nuestras necesidades empresariales".

Entre las medidas de rendimiento valoradas por KWW se incluyen la calidad, la manipulación de los materiales, la minimización de costes, el diseño, la tecnología, la comunicación y la integración del sistema empresarial.

MIGUEL MARCA NUEVOS HITOS

La innovadora campaña "Save Miguel" (Salvar Miguel) de Amorim ha marcado dos importantes hitos, ya que el sitio Web ha registrado su visitante número 100.000 y el contenido del vídeo relacionado ya ha sido visto más de 500.000 veces.

El sitio Web fue creado en agosto de 2008 como parte de una campaña de concienciación para fomentar las cualidades medioambientales de los alcornoques y los productos de corcho natural.

A pesar de haber transcurrido ya nueve meses desde su lanzamiento, el sitio Web sigue atrayendo la atención de mucha gente. Durante el primer trimestre de este año, la página ha recibido un total de 15.000 visitas.

La campaña "Save Miguel" incluye un divertido vídeo presentado por la estrella de cine Rob Schneider. Tanto el vídeo como su contenido relacionado han sido visitados por más de medio millón de personas en YouTube.

Para obtener más información acerca de la campaña "Save Miguel" o para ver el vídeo, visite el sitio Web www.savemiguel.com

UNA CERVEZA QUE DESCORCHAR

Está considerada la cerveza más cara del mundo y no cabe duda de que, por los cerca de 250 euros que cuesta, probablemente lo sea. Pero es que además lleva un tapón de corcho que mantiene su estado de alta calidad.

La cerveza en cuestión, llamada "Vintage No. 2", ha sido lanzada recientemente al mercado por la Jacobsen Brew House de Carlsberg en Dinamarca. Solo se han fabricado 600 botellas de esta cerveza "Porter" (tipo de cerveza fuerte y oscura).

Madurada en las históricas bodegas-cripta de Jacobsen y almacenada en barricas de roble francés durante 100 días, la cerveza está embotellada al estilo de las botellas de champán y cerrada con un tapón de corcho natural, un alambre de sujeción y una cápsula de aluminio. Cada botella lleva impresa además una litografía realizada a mano por el artista Marco Evaristti.

Con la trilogía Vintage queremos rebasar los límites de lo que una cerveza puede hacer, así como retar al segmento del vino de lujo en el mercado de los restaurantes gourmet usando nuestra innovación y capacidades de elaboración de la cerveza", comentó Morten Ibsen, maestro cervecero de Jacobsen. →1

MUESTRA DE INNOVACIONES EN CHINA

Amorim ha exhibido sus últimas innovaciones en la tecnología del corcho en dos seminarios técnicos celebrados en China.

A estos seminarios, organizados en Beijing y Yantai, asistieron representantes de gran cantidad de bodegas, incluidos los destacados fabricantes COFCO, Changyu, Dynasty y Weilong, además de medios de comunicación, educadores y otros miembros del sector vinícola chino.

"Lo más destacado de los seminarios fueron las presentaciones detalladas que hizo Miguel Cabral, Director de Investigación y Desarrollo de Amorim, sobre cómo influyen los distintos tipos de tapones en el vino", explicó Ricardo Duarte, Director de Ventas de Amorim Cork Beijing.

Amorim también dio a conocer el nuevo tapón de corcho Acquamark y el Director General de Amorim Cork Beijing ofreció una presentación sobre sostenibilidad y tapones para el vino.

EL CORCHO DESPEGA

Amorim es una de las cuatro empresas portuguesas que han unido fuerzas para

desarrollar compuestos de corcho para las aplicaciones aeronáuticas. El proyecto AEROCORK, un esfuerzo de colaboración en materia de investigación y desarrollo, ha recibido la cantidad de 1,27 millones de euros para probar el uso de materiales de corcho en aviones ultraligeros.

La unidad de negocio Amorim Cork Composites se ha asociado con las empresas Dyn'Aero Ibérica, PIEP (Innovation in Polymer Engineering) y ActiveSpace Technologies.

El proyecto pretende desarrollar un avión ultraligero ecológico. El corcho reemplazará a los materiales sintéticos en los aviones construidos por Dyn'Aero Ibérica. Está previsto que para 2010 se realice el primer vuelo de un prototipo.

El corcho está considerado como una alternativa prometedora a los materiales sintéticos que se utilizan en los paneles en sandwich que son fundamentales para la integridad estructural de un avión.

Amorim, el líder mundial en desarrollo y fabricación de compuestos de corcho, está ofreciendo asesoramiento acerca del uso del corcho aglomerado en las aplicaciones aeronáuticas. →2

EL CHAMPÁN MÁS ANTIGUO SIN DESCORCHAR

La casa de champán Perrier-Jouët ha celebrado el lanzamiento de su última cosecha con una histórica cata de 20 champanes: cinco del S. XIX, catorce del S. XX y uno del S. XXI.

Perrier-Jouët invitó a 12 expertos en vino a su "ceremonia de historia líquida" en la que se descorchó el tapón del champán de la cosecha más antigua que aún existe, un Perrier-Jouët de 1825.

"Cada sorbo equivaldría a cientos de euros en una subasta", explicó Serena Sutcliffe, Directora del Departamento de Vinos Internacionales de Sotheby's.

Pero, ¿cómo puede un champán conservar su burbujeo 184 años después de haberse cerrado con un tapón? Pues porque el tapón era de corcho, por supuesto. El tapón de corcho, hecho a mano de una sola pieza tal como era costumbre en la época, seguía intacto y había conservado el champán en condiciones óptimas.

Los expertos se quedaron asombrados con el frescor y la juventud del vino, además de con su complejidad de sabores. →3



→01

→ Rebasando los límites; el maestro cervecero Morten Ibsen.



→02

→ El avión ultraligero de AEROCORK estará basado en el avión MCR Sportster.



→03

→ Tapón de corcho del champán Perrier-Jouët de 1825.