



## EL 140 ANIVERSARIO ARROJA LOS MEJORES RESULTADOS

**En 2010 Amorim celebró su 140 aniversario de dedicación a la producción de corcho, y lo hizo con una confianza renovada por el hecho de haber registrado los mejores resultados en la historia de la empresa, incluyendo un récord de ventas en los tapones de corcho.**

Las cifras ponen de manifiesto que desde los tapones de vino hasta las aplicaciones de diseño y construcción, la moda y los nuevos productos innovadores, el corcho está resurgiendo globalmente gracias a una nueva apreciación de sus cualidades únicas.

“El corcho está experimentando un renacimiento”, declaró António Amorim, Presidente y Director Ejecutivo de Corticeira Amorim. “Empieza a haber una nueva concepción de su potencial para diversas aplicaciones y un reconocimiento del valor añadido que este material aporta a todos los productos con los que se emplea”.

“La cultura de la sostenibilidad viene guiando la actividad empresarial de Amorim desde el siglo XIX y, actualmente, la creciente concienciación del papel esencial desempeñado por el corcho está ayudando a mejorar el interés por el corcho natural en todo el mundo”.

El Sr. Amorim comentó que la empresa celebraba su 140 aniversario reconociendo las bases que sentaron los predecesores de la familia y homenajeando al futuro sostenible que Amorim está construyendo.

“La historia de Amorim atestigua la determinación con la que sucesivas generaciones respondieron a los retos del profundo cambio social, las guerras mundiales, la globalización y la revolución que se produjo en el sector del corcho”, declaró el Sr. Amorim.

“En la actualidad Amorim sigue adoptando las cualidades en las que se ha basado nuestro legado: la visión empresarial, la responsabilidad, la diligencia, la creatividad y la innovación”.

Amorim reaccionó de forma rápida y efectiva a la crisis financiera de 2009 al optar por reorganizar su estructura interna, adaptarse a las necesidades del mercado, cambiar sus procesos y racionalizar con el propósito de reducir los costes de explotación.

Todas estas medidas se complementaron con el lanzamiento de nuevos productos, un aumento de la productividad y una mayor cobertura geográfica que provocaron un crecimiento significativo de las ventas en todas las unidades de negocio de la empresa.

En los resultados obtenidos en 2010 ha resultado ser un elemento fundamental el crecimiento de ventas experimentado en la actividad principal de Amorim: la Unidad de Negocio de Tapones de Corcho anunció un incremento en las ventas del 13,8% y logró rebasar la barrera de los 3000 millones de unidades.

Amorim registró un crecimiento en volumen e ingresos en todos los principales mercados vinícolas del “Viejo Continente”, con países como Francia, Italia y España que han superado sus volúmenes históricos de ventas con unas tasas de crecimiento del 10% al 29%.

Este crecimiento de facturación de dos dígitos también se ha visto reflejado en los destacados mercados vinícolas del «Nuevo Mundo», tales como los de Argentina y Australia. En el caso de los Estados Unidos, Amorim registró un crecimiento del 22% en su volumen de ventas.

“Además del extraordinario resultado obtenido en cuanto a ventas, hemos sido testigos de una sólida preferencia por el corcho de los consumidores en EE. UU., un incremento en el uso del corcho en las “100 principales” marcas de vino estadounidenses

y una vuelta al corcho por parte de los más importantes supermercados del Reino Unido, en los que las ventas de esta unidad se han incrementado en casi un 50% en 2010”, comentaba el Sr. Amorim.

Dejando a un lado el negocio de las bebidas, las inversiones de Amorim en la investigación y el desarrollo de aplicaciones alternativas para el corcho siguen reportando beneficios. Uno de los puntos destacados de 2010 fue el lanzamiento del Corksorb para controlar los vertidos de aceites e hidrocarburos.

“Aunque el sector de las bebidas sea nuestro principal foco de atención, también nos hemos expandido hacia otras áreas”, comentó el Sr. Amorim. “Lo que hemos hecho ha sido tomar esta extraordinaria materia prima y aplicarle nuestro conocimiento, investigación y visión para desarrollar nuevas aplicaciones a través de diversos sectores”.

“A través de nuestro crecimiento sostenido en el sector de las bebidas y el desarrollo de nuevos mercados para el corcho, Amorim ha salido de la crisis financiera global adquiriendo una posición muy consolidada. Esperamos poder basarnos en ello en los años venideros”.



→ António Amorim, Presidente y Director Ejecutivo de Amorim.



→ El artista y restaurador Tony Romano.

## NO A LOS TAPONES DE ROSCA: LA VISIÓN DE UN ARTISTA

Un artista y restaurador de St. Thomas, en las Islas Vírgenes de los Estados Unidos, se ha valido de su obra para protestar contra el uso de los tapones alternativos en las botellas de vino.

Tony Romano ha presentado una serie de obras de arte que ha ido recopilando a lo largo de tres años en una muestra a la que ha llamado "No a los tapones de rosca" (No Screwcaps).

Tony Romano, chef y propietario del Restaurante Romano, empezó a preocuparse por el uso de los tapones alternativos y las posibles repercusiones que esto podría tener en la industria del corcho cuando sus proveedores empezaron a suministrarle vinos que no estaban cerrados con tapones de corcho. Lo que este artista pretende con sus obras es llamar la atención respecto a este asunto.

"Son muchos los motivos que me han llevado a eliminar los tapones de rosca de mi carta de vinos, pero los habría rechazado simplemente por todo ese ritual tradicional y romántico que conlleva abrir una buena botella de vino", dice Tony.

"En los 22 años que llevo como propietario del restaurante, el porcentaje de vinos con «sabor a corcho» con los que me he topado ha sido extremadamente bajo. Les puedo asegurar que nunca ha habido ni habrá un vino con tapón de rosca en la carta de vinos del restaurante Romano".

La exposición "No a los tapones de rosca" se compone originariamente de 24 piezas, de las cuales la mitad han sido realizadas en óleo sobre tela y la otra mitad se han producido empleando un antiguo medio escultórico consistente en pintura con cera encáustica sobre un panel de madera. Algunas de estas obras escultóricas incorporan corteza y tapones de corcho.

Muchas de las piezas ya han sido vendidas, mientras que el resto aún siguen expuestas, incluida la pieza exclusiva que Tony describe como "una de mis obras más importantes".

Para obtener más información sobre las obras de Tony Romano, consulte el sitio Web [www.romanosrestaurant.com](http://www.romanosrestaurant.com).

## EL CORCHO CONTRIBUYE AL CRECIMIENTO DE LAS BODEGAS ESTADOUNIDENSES

Las bodegas premium de los EE.UU. siguen incrementando el uso de tapones de corcho natural, algo que queda demostrado por el hecho de que las marcas que han retomado el uso del tapón de corcho muestran un volumen de ventas superior y un mayor aumento de los ingresos, según se desprende de una serie de datos de ventas recientes publicados por A.C. Nielsen.

De las «100 principales» marcas de vino de EE. UU., el número de este tipo de marcas que se ha decantado por el tapón de corcho se ha incrementado en un 10,4% hasta llegar a un total de 74 marcas en el periodo de 52 semanas que llega hasta el 8 de enero de 2011.

Los vinos cerrados con tapones de corcho también registraron un incremento en el promedio del volumen de ventas del 10,3%, lo que representa un total de 840.802 casos. Este dato debería verse en comparación con el crecimiento del 3,6% experimentado por los vinos cerrados con tapones alternativos.

Los datos revelaron que el 90% del crecimiento de los ingresos por ventas registrados por las «100 principales» marcas era atribuible a los vinos que usan tapones de corcho natural. A lo largo de este periodo de 12 meses, las marcas que usan tapones de corcho experimentaron un crecimiento de sus ingresos por valor de 92 millones de dólares estadounidenses.

El análisis de los datos realizado por el Consejo para la Calidad del Corcho (Cork Quality Council) con sede en EE. UU., estuvo centrado en las ventas por parte de los supermercados de vino de mesa nacional de alta calidad, entendiéndose por estos los vinos premium en botellas de 750 ml con un precio superior a los 6 USD.

"Creemos que las bodegas han retomado el tapón de corcho por las preferencias del consumidor, las enormes mejoras en la calidad del corcho, las emergentes limitaciones mostradas por los tapones alternativos y la creciente concienciación

respecto a las ventajas ambientales del corcho", comentaba Peter Weber, director ejecutivo del Consejo para la Calidad del Corcho.

La Rutherford Wine Company, con sede en el Valle de Napa, es una de las bodegas que ha retomado el uso del tapón de corcho justificando motivos tanto de tipo ambiental como técnico.

"Probamos los tapones sintéticos, pero decidimos volver al corcho", comentó Steve Rued, el director de vinificación de Rutherford.

"Como bodega sostenible que somos, el corcho constituye nuestra elección natural. Y desde un punto de vista técnico, no hay nada mejor para proteger y envejecer el vino que el corcho auténtico".

Carlos de Jesus, Director de Marketing y Comunicación de Amorim, comentó que la empresa estaba experimentando una vuelta al corcho por parte de las bodegas en una serie de mercados clave, así como en el sector minorista del Reino Unido.

En el caso de Sudáfrica, la icónica bodega Klein Constantia ha retomado recientemente el uso del corcho natural para cerrar su mejor vino blanco, el Perdeblocke sauvignon blanc.

Este complejo sauvignon blanc se cría casi 10 meses sobre lías antes de ser embotellado, para después pasar 10 meses más en la botella antes de su comercialización.

"Con este tipo de envejecimiento, existe un mayor riesgo de que el vino desarrolle matices sulfurosos, que, en mi opinión, se acentúa aún más al emplear el tapón de rosca", comentó Adam Mason, el vinicultor responsable de Klein Constantia.

"El motivo original por el que decidimos cambiar al tapón de rosca fue la tasa de fallo inaceptablemente alta del corcho. Lo que ocurre es que en los últimos años he podido observar una mejora notable en el rendimiento del corcho, por lo que considero que el bajo riesgo de fallo en el rendimiento del corcho compensa mucho más que el inevitable desarrollo de matices ligeramente reductores en este vino al embotellarlo con tapón de rosca".



→ Steve Rued: No hay nada mejor para proteger y envejecer el vino que el corcho auténtico.



## AMORIM RE-ENCORCHA EL CHAMPÁN MÁS ANTIGUO

Amorim ha desempeñado un papel muy importante en la conservación de un champán de 200 años de antigüedad descubierto a poca distancia de la costa del archipiélago de Åland (situado entre Suecia y Finlandia).

Los asesores del Gobierno de Åland pidieron a Amorim su ayuda para conservar este champán, después de que se recuperaran 168 botellas de un naufragio en el fondo del Mar Báltico.

El equipo técnico de asesoramiento en champán de Amorim, avisó del complejo proceso que conllevaría la sustitución de los tapones de corcho de 200 años de antigüedad por unos nuevos. A continuación, el equipo desarrolló un tapón de una sola pieza de corcho natural exactamente con las mismas especificaciones de las botellas antiguas.

La empresa suministró además unas máquinas especiales de embotellado manual que permitieron al equipo de recuperación introducir los nuevos corchos en un lugar lo más cercano posible al emplazamiento del naufragio para así minimizar cualquier posible impacto en el champán.

“Amorim se sintió honrado cuando se le pidió que desempeñara un papel importante en la recuperación y el mantenimiento de este champán único”, comentó Ernesto Sa Pereira, director del equipo técnico de asesoramiento en champán de Amorim.

“Pusimos un enorme interés y cuidado a la hora de desarrollar los tapones de



→ Conservado durante 200 años gracias al corcho.

corcho natural que actualmente sellan y conservan parte de esta historia líquida”.

Unos buzos descubrieron el champán en julio de 2010 a una profundidad de 50 metros. Se cree que la embarcación en cuestión, una goleta de dos mástiles, se hundió a principios de 1800.

Los arqueólogos han determinado que algunas de estas botellas proceden de la casa de champán Maison Juglar, la cual detuvo su producción a finales de la década de 1820. También hay varias botellas que han sido identificadas como Veuve Clicquot.

Los expertos se han quedado asombrados con el buen estado de conservación del champán, que sabe espléndido y que ha

conservado parte de sus burbujas a pesar de haber transcurrido 200 años.

Según Richard Juhlin, uno de los principales expertos mundiales en champán, “los dos tipos de champán presentan un frescor agradable y una buena persistencia en boca”.

El Sr. Pereira comentó que las notas de cata de los expertos constituían un homenaje al corcho como tapón de botella.

Según él, “el hecho de que el preciado líquido contenido en estas botellas se haya conservado en el fondo marino durante dos siglos atestigua la capacidad única del corcho natural para proteger los champanes y vinos del mundo”.

## UN AISLANTE DE FUTURO PARA LOS VINOS

Los tapones de corcho desempeñan un importante papel en el desarrollo del vino embotellado al gestionar la microoxigenación.

Esa ha sido la conclusión a la que se ha llegado en la última investigación de la Universidad de Burdeos sobre las tasas de transferencia de oxígeno (TTO) de distintos aislantes que se ha publicado en el Journal of Agricultural and Food Chemistry.

El estudio se dedicaba a estudiar el efecto del oxígeno que se disuelve en el embotellado y que se transfiere a través de los aislantes en un vino Bordeaux sauvignon blanc durante un periodo de dos años.

Los trabajos realizados con anterioridad habían demostrado que las botellas con tapón de rosca tenían una TTO mínima, que los tapones de corcho transferían oxígeno desde sus células internas y que este se estabilizaba transcurridos unos cuantos meses, mientras que las botellas con tapón de plástico mostraron un rápido acceso del oxígeno.

En esta ocasión lo que se habían propuesto

los científicos era averiguar la manera en la que el oxígeno afectaba a la composición y a las características sensoriales del vino empleando para ello un análisis tanto químico como sensorial.

En el análisis químico se averiguó que los antioxidantes (ácido ascórbico y dióxido de azufre) se reducían en las botellas con tapones de plástico y que el vino tenía un color marrón, lo cual indicaba unos altos niveles de acceso del oxígeno que afectaban al carácter afrutado del mismo. En cambio, los niveles de antioxidantes en las botellas con tapón de rosca seguían siendo altos y el vino seguía conservando un color claro.

Las botellas con tapón de corcho mostraron tener unos niveles de antioxidantes y un color del vino a medio camino entre los de las botellas con tapones de plástico y de rosca, lo cual indica que se produce una transferencia de oxígeno baja y mínima.

El equipo encargado de realizar el análisis sensorial halló que los vinos cerrados con

tapones de plástico habían perdido sus matices afrutados y habían desarrollado aromas oxidados, mientras que los vinos cerrados con cristal o tapón de rosca habían adquirido cierto matiz de “huevo podrido”. No obstante, el tapón de rosca con membrana saranex fue capaz de minimizar estos aromas reducidos por lo que los niveles de sulfuro no eran lo suficientemente altos para echar a perder el vino.

El equipo llegó a la conclusión de que los tapones de corcho desempeñaban un papel intermedio, minimizando tanto el matiz reductor como oxidativo y conservando, al mismo tiempo, los variados tonos afrutados característicos del sauvignon blanc.

Paulo Lopes, autor del trabajo, declaró “de todos los tipos de tapón, el corcho es el que mejor equilibra todos estos aspectos, y dado el cuidadoso control de calidad empleado en su fabricación, el corcho no permite el acceso atmosférico ni una alta variabilidad”.



# NOTICIAS BREVES

## CORCHO 100% SUPERA YA LOS 40.000 AMIGOS

La respuesta obtenida a la campaña Corcho 100% (100% Cork) ha puesto de manifiesto la aplastante preferencia de los consumidores americanos de vino por los vinos cerrados con tapón de corcho natural.

La página de Facebook de la campaña ha atraído la atención de nada menos que 40.000 amigos en tan solo nueve meses.

“La campaña Corcho 100% ha recibido una respuesta fenomenal”, comentó Peter Weber, director ejecutivo del Consejo para la Calidad del Corcho (Cork Quality Council) con sede en Estados Unidos.

A esta campaña, que es una iniciativa de la Asociación Portuguesa del Corcho (APCOR), se puede acceder a través de su sitio Web [www.100percentcork.org](http://www.100percentcork.org), mientras que la página de Facebook es [www.facebook.com/100PercentCork](http://www.facebook.com/100PercentCork).

## CONSOLIDACIÓN DE LA PRESENCIA EN REINO UNIDO

Amorim ha reforzado su servicio técnico y comercial de tapones para vinos en el Reino Unido con el nombramiento de la empresa Neville & More como distribuidora y socia para los mercados de los vinos espumosos y no espumosos.

Este movimiento se inserta dentro de la estrategia de Amorim para tener presencia directa en todos los países productores de vino en los más importantes mercados de consumidores con la intención de mantener unas sólidas relaciones con los clientes, adelantarse a las tendencias locales y mejorar la calidad del servicio ofrecido.

La empresa Neville & More, ubicada en el condado de Sussex Occidental, lleva 60 años de actividad, centrándose en el suministro de un packaging innovador para el sector de las comidas y bebidas, además de dedicarse a los sectores de la salud, los cuidados personales y el hogar, y al industrial.

## CORKSORB CONSIGUE UN PREMIO A LA INNOVACIÓN

Corksorb, el nuevo producto desarrollado por Amorim, ha sido galardonado con el Premio Portugués a la Innovación Ambiental 2010.

Corksorb es un absorbente sostenible y respetuoso con el medio ambiente que se utiliza para controlar los vertidos de aceites

e hidrocarburos. Este producto, que ha sido desarrollado a lo largo de seis años, es el resultado de una importante inversión realizada en investigación y desarrollo para encontrar nuevas aplicaciones para el corcho.

Los absorbentes CorkSorb se pueden utilizar para vertidos producidos en entornos industriales, acuáticos o en carretera.

El Premio Portugués a la Innovación Ambiental es una iniciativa de la revista Indústria e Ambiente y de la Asociación Portuguesa de Ingenieros Ambientales.

## AMORIM ELIGIDA PARA UN WHISKY DE 100.000 GBP

Amorim se ha encargado de suministrar los tapones de corcho premium que se han empleado para cerrar el whisky más caro del mundo. El pasado mes de octubre se comercializaron tres botellas del whisky Dalmore Trinitas 64 por un precio de 100.000 GBP y dos de ellas han sido vendidas a coleccionistas privados.

El Trinitas 64 es una combinación única de licores de las cosechas de 1868, 1878, 1926 y 1939 del whisky Dalmore, a los cuales se les añade una cosecha de los años 40.

El packaging refleja la herencia aristocrática escocesa y sitúa al whisky entre los bienes más lujosos del mundo.

Para embotellar este excepcional whisky, se encargaron tres licoreras de cristal hechas a mano. Las licoreras están decoradas en plata de ley con la cabeza de un venado, una lámina metálica grabada en el cuello de la licorera y la firma del maestro destilador Richard Paterson.

El tapón hecho a mano a la perfección se compone de un rico acabado plateado en madera oscura con un cuerpo de corcho natural en su núcleo: el prestigioso corcho natural de primerísima calidad de la gama Top Series® de Amorim. →1

## LOS PREMIOS GRAMMY SE APUNTAN AL CORCHO NATURAL

Para mantener su compromiso para desarrollar iniciativas sostenibles, los eventos de los Premios Grammy 2011 sirvieron un vino cerrado exclusivamente con corcho natural.

Y además, ReCORK de Amorim se encargó de reciclar todos los corchos naturales que se sacaron en los eventos.

Esta asociación establecida con los Premios

Grammy se originó gracias a la campaña Corcho 100% (100% Cork) con la que se pretende educar a los consumidores estadounidenses acerca de los beneficios de elegir vino con tapones de corcho auténtico.

Se sirvieron vinos cerrados con tapones de corcho en la ceremonia anual de Personaje del Año de la Fundación MusiCares, que este año recayó en Barbra Streisand, y en la gala oficial de los Premios Grammy.

Los lugares de celebración de ambos eventos se equiparon con unos contenedores de reciclaje especiales que fueron suministrados por ReCORK. →2

## PRESENTACIÓN DEL PREMIO DE LA ACADEMIA

Por primera vez desde sus inicios allá por 1992, la Academia Amorim ha concedido su Gran Premio a un trabajo de investigación no relacionado con el vino.

La ganadora del premio 2010 es Caroline Le Goffic, de 29 años de edad, que ha recibido este reconocimiento por su tesis sobre la protección del la indicación geográfica.

La indicación geográfica de productos como, por ejemplo, «champán francés», «jamón de Parma» o «naranjas de Florida» aporta un valor añadido a los productos a los que se refiere. En su artículo científico, Le Goffic examina los aspectos legales, sociales y económicos que se asocian a esta indicación y propone la creación de un modelo de protección internacional. →3

## APOYO A HUNGRÍA

En octubre del año pasado Hungría se vio golpeada por un desastre industrial tras el vertido de todos tóxicos de una fábrica de aluminio en la ciudad de Ajka, que acabó matando a nueve personas y amenazando a toda la región vinícola de Somló.

Amorim se unió a su filial húngara Hungarokork y a su homóloga austriaca Korken Schiesser donando un total de 4.000 euros a efectos de ayuda.

“Es para nosotros un privilegio poder ayudar a una región en la que se encuentran varios de nuestros clientes”, declaró Kainer Gyorgy, director general de Hungarokork.

“El sector del corcho en Hungría ha experimentado un crecimiento con nuestros clientes bodegueros y nos complace realizar esta pequeña aportación para ayudarles a ellos y a otras personas a superar estos tiempos de enormes dificultades”.



→01

→ Richard Paterson con el Trinitas 64.



→02

→ Los Premios Grammy 2011 sirvieron vino cerrado con tapón de corcho.



→03

→ Caroline Le Goffic con Joaquim Amorim. Vino cerrado con tapón de corcho.