
BARK to BOTTLE

#47 MAYO '22

AMORIM CORK



Las ventas
de vinos con tapón
de corcho se dispararon
en el Reino Unido
en 2021

- 3** Las ventas de vinos con tapón de corcho se dispararon en el Reino Unido en 2021
- 6** El 95 % de las 100 marcas más vendidas en 2021 fueron comercializadas con tapones de corcho
- 7** Los tapones de corcho se comercializan en el 91 % de los mejores vinos de Wine Spectator
- 8** Los tapones Neutrocork® Xpür y Qork® de Amorim Cork cuentan ahora con la tecnología Xpür
- 12** Amorim se convierte en socio de la comunidad en línea Wisperts
- 13** Amorim participa en el Pacto Mundial de la ONU
- 14** El Consorzio Prosecco DOC adopta la colección Suber para sus stands
- 14** Amorim patrocina los premios Spiritueux de l'Année en Vinexpo París
- 15** Amorim Cork patrocinó los premios «Grandes Escolhas» y «Revista de Vinhos»
- 16** Las exportaciones de corcho portugués alcanzaron un valor récord de 1100 millones de euros en 2021
- 17** La Federación Española del Vino y Ecovidrio muestran a las bodegas cómo reducir el impacto ambiental de los envases de vino
- 18** Berry Bros & Rudd refuerza su estrategia de sostenibilidad
- 18** 1870, AMORIM 2020: Material, Memoria y Futuro
- 19** El corcho se destaca en las revistas internacionales de diseño

[Reino Unido]

Las ventas de vinos con tapón de corcho se dispararon en el Reino Unido en 2021

Los vinos embotellados con tapones de corcho natural están disfrutando de una creciente demanda dentro del mercado vinícola del Reino Unido, experimentando éste cambios significativos en las preferencias de los consumidores, motivados en parte por el aumento de la conciencia ecológica y el enfoque en la sostenibilidad.

Los consumidores de la generación milenial y de la generación Z son los que están impulsando esta evolución. A medida que el mercado del vino se recupera del período de pandemia, los vinos con tapones de corcho natural están demostrando un fuerte crecimiento tanto en volumen como en valor y se venden a un precio considerablemente superior al de los vinos con tapones de rosca.

Los tapones de plástico han desaparecido casi por completo del mercado británico, lo que refleja una tendencia más amplia observada en otros destacados mercados vinícolas.

Una de las nuevas tendencias significativas es el aumento en la demanda de vinos embotellados con tapones de corcho natural procedentes del Nuevo Mundo, con un crecimiento en las ventas que es especialmente destacado en los vinos con tapones de corcho procedentes de Australia.

En un reciente informe de Nielsen, encargado por la Asociación Portuguesa del Corcho (APCOR), se ha revelado que el valor de los vinos con tapones de corcho aumentó un 29 % entre los años 2017 y 2021, en comparación con el 10 % de los vinos con tapones de rosca.

Esta tendencia es aún más marcada en el caso de los vinos blancos: los vinos blancos con tapón de corcho han registrado un aumento de precio del 36 % desde 2017, frente al 13 % en los vinos blancos embotellados con tapón de rosca.



Los vinos con tapones de corcho natural se comercializan con un precio más elevado

Algunos estudios recientes realizados en los canales on-trade y off-trade han revelado que los vinos con tapones de corcho natural registran un precio medio superior de entre 3,28 y 3,04 libras por botella, respectivamente, en comparación con los vinos con tapones de rosca.

El informe de Nielsen analizó las 1500 principales referencias de vino que se venden en el Reino Unido y mostró que los vinos con tapones de corcho natural están mejor valorados en comparación con los tapones de rosca, pues se venden a una media de 3,04 libras más por botella.

Un informe de CGA sobre el mercado de la hostelería que se realizó en 2021 reveló que los vinos con tapón de corcho se valoraban un 6,69 % más en comparación con un aumento del 2,99 % para los vinos comercializados con tapones de rosca.

En el caso del vino servido en copa en restaurantes, pubs y hoteles, los vinos embotellados con tapones de corcho natural disfrutaron de un incremento medio en el precio de 0,75 libras, en comparación con los vinos embotellados con tapones de rosca.

A medida que el mercado de hostelería comenzó a recuperarse en 2021, los vinos con tapón de corcho fueron registrando los mayores incrementos, con un aumento del 42,6 % en cuanto al volumen, frente al 24,1 % de los vinos con tapones de rosca, y un aumento del 37,3 % en lo que respecta a su valor, frente al 27,9 %.

En el canal off-trade, los datos de Nielsen para el periodo 2017-21 arrojaron un incremento del valor del 29% para los vinos con tapones de corcho natural, frente al 10% de los vinos comercializados con tapones de rosca. El precio medio de una botella de vino con tapón de corcho natural fue de 9,13 libras (en 2021) frente a las 7,05 libras (en 2017) y para el tapón de rosca de 6,09 libras (en 2021) frente a las 5,53 libras (en 2017).

Carlos de Jesús, jefe de Marketing y Comunicación de Amorim y director operativo del programa InterCork de APCOR, declaró: «Es fantástico ver que el precio medio del vino comercializado con tapón de corcho natural sigue aumentando dentro del mercado británico, tanto en el canal on-trade como off-trade. Esto demuestra que los consumidores optan cada vez más por el corcho y que la sostenibilidad es un factor de elección cada vez más importante, especialmente entre los millenials, como ha puesto de manifiesto un reciente estudio sobre hábitos de consumo realizado en el Reino Unido. Por lo tanto, esperamos asistir a un período de crecimiento continuo para el corcho natural durante los próximos años».

Los vinos procedentes del nuevo mundo registran el mayor crecimiento de los vinos con tapones de corcho en el Reino Unido

El informe de Nielsen reveló que los mayores incrementos de valor en los vinos con tapones de corcho en el Reino Unido se han producido en los vinos del nuevo mundo, con un incremento de su valor del 105 % desde 2020.

Los vinos del viejo mundo representan el 81 % de todos los vinos con tapones de corcho que se comercializan en el mercado británico, pero los vinos del nuevo mundo están creciendo ahora a un ritmo más rápido.

Los tres principales países responsables de este cambio ascendente son Argentina (que en este momento suministra el 40 % de los vinos con tapones de corcho del nuevo mundo al mercado británico), seguida de Australia (24 %) y Sudáfrica (16 %).

Australia ha registrado el mayor crecimiento en las ventas totales en el Reino Unido de vinos con tapones de corcho natural, entre 2020 y 2021, con un crecimiento superior al 100 %. Chile ha experimentado un crecimiento de los vinos con tapones de corcho natural de marca Premium y la cuota en cuanto al volumen de los vinos con tapones de corcho sudafricanos se ha duplicado efectivamente desde 2019.

La conciencia ecológica desempeña un papel cada vez más importante en las decisiones de compra de las botellas de vino

El estudio de Nielsen reveló que el 77 % de los consumidores de vino intentan activamente llevar un estilo de vida respetuoso con el medio ambiente.

El informe de la CGA también indica que la creciente demanda de vinos con tapones de corcho se ha visto reforzada por la creciente concienciación ecológica de los consumidores. El portavoz de la CGA, Mark Newton, declaró: «El deseo de llevar un estilo de vida más respetuoso con el medio ambiente nunca ha sido tan prominente como ahora...»

Hemos observado un aumento del deseo de mostrar unas credenciales más ecológicas, lo que está impulsando el interés por las bebidas y los envases sostenibles, incluidos los vinos que se comercializan con tapones de corcho natural.

Aunque es evidente que los consumidores suelen beber menos vino, el que beben es de mejor calidad, mostrando además una tendencia creciente por experimentar y explorar estilos de vino menos conocidos, que en mayor medida suelen comercializarse con tapones con corcho natural.»

Los tapones de plástico han desaparecido casi por completo del mercado británico

La preferencia de los consumidores por productos respetuosos con el medio ambiente que salvaguarden la calidad del vino ha llevado a la práctica desaparición de los tapones de plástico en el mercado británico. Esto pone de manifiesto la existencia de una tendencia más amplia a escala global. En la mitad de los cuatro mayores mercados de importación de vino, los tapones de plástico prácticamente han desaparecido.

Los consumidores de la generación milenial y de la generación Z prefieren los tapones de corcho

Un factor clave del aumento de los precios y del volumen de ventas en el mercado británico de los vinos con tapón de corcho es la preferencia que se pone de manifiesto en los consumidores de la generación milenial y de la generación Z por los tapones de corcho, por motivos de mayor calidad y por contar con mayores credenciales de sostenibilidad (véase «Bark to Bottle», pág. 46).

La reciente iniciativa de reciclaje de tapones de corcho en el Reino Unido, lanzada por el principal minorista especializado en vinos del Reino Unido, Majestic, en colaboración con la Asociación Portuguesa del Corcho (APCOR), ha venido a reforzar aún más la percepción de una mayor calidad y los atributos medioambientales del corcho.

“ Los consumidores optan cada vez más por el corcho, ya que la sostenibilidad es un factor de elección cada vez más importante ”

[China]

El 95 % de las 100 marcas más vendidas en 2021 fueron comercializadas con tapones de corcho

Los consumidores chinos prefieren por abrumadora mayoría los tapones de corcho por encima de cualquier otro tipo de tapón. Los estudios de mercado han puesto sistemáticamente de manifiesto esta preferencia durante los últimos años, que viene a confirmarse ahora con los datos de venta al por menor de los 100 vinos más vendidos, recogidos por la empresa de estudios de mercado NielsenIQ, por encargo de la APCOR.

Los datos procedentes de las ventas al por menor de vinos realizadas en 2021, que se recogieron en hipermercados, supermercados de 24 ciudades chinas, entre ellas Pekín, Shanghai, Chengdu y Guangzhou.

El informe revela que en la lista de los 100 vinos más vendidos se incluyen 56 vinos chinos y 44 de importación, de los cuales 95 de los 100 utilizaban tapones de corcho.

Todos los vinos nacionales chinos se comercializaban con tapones de corcho, lo que subraya la preferencia por el corcho tanto de los consumidores como de los productores.

Los vinos con tapón de corcho se vendieron al por menor a un precio medio casi dos veces superior al de los vinos con tapones de materiales artificiales, con un precio medio de 208,51 RMB (32,6 dólares) en el caso de los primeros, frente a los 86,56 RMB (13,5 dólares), en el caso de los segundos.

En lo que al volumen de ventas se refiere, los 21 vinos más vendidos utilizaron tapones de corcho y los 10 vinos de mayor calidad, en términos de los que pueden alcanzar el precio más alto, llevaban todos tapones de corcho.

En un reciente estudio de la empresa china de investigación CBNDData se demostró que el número de mujeres y de clientes que bebían vino dentro de la generación de los milenial se encontraba en aumento en China. Una característica clave de estos grupos de consumidores es su defensa del medio ambiente, lo que les hace estar especialmente atentos a las buenas credenciales de sostenibilidad de los tapones de corcho.

João Rui Ferreira, vicepresidente de la APCOR, declaró que, teniendo en cuenta la amplitud y la profundidad de los puntos de venta y la cobertura geográfica para la recogida de las cifras de ventas, estos 100 vinos más vendidos reflejan claramente las preferencias del mercado en lo que atañe a los tapones de las botellas de vino.

«Estamos muy satisfechos y entusiasmados por la marcada preferencia por los tapones de corcho en China... el tapón de corcho es signo de un vino de calidad, un elemento importante en la cultura del vino y su defensa innata de la sostenibilidad sintoniza con el sentimiento de los consumidores de la próxima generación. Yo diría que a nuestros clientes chinos les encantan los tapones de corcho por “todo lo anterior”».



[Mundo]

Los tapones de corcho se comercializan en el 91 % de los mejores vinos de Wine Spectator

A lo largo de los últimos años, los tapones de corcho han consolidado su posición global como el sistema de cierre para las botellas de vino preferido por los consumidores.

Esta tendencia es especialmente marcada entre los mejores vinos del mundo, como se confirma en una reciente encuesta realizada en nombre de 100 % Cork y de APCOR (la Asociación Portuguesa del Corcho), en la que quedaba demostrado que el 91 % de los mejores vinos del mundo seleccionados por Wine Spectator en 2021 se comercializaron con tapones de corcho.

El año 2021 fue el que registró la mayor proporción de vinos con tapón de corcho en el Top 100 de Wine Spectator, desde que la lista empezó a ser rastreada por 100 % Cork en 2016.

Wine Spectator ha publicado su lista anual con los 100 mejores desde 1988, basándose en criterios de calidad, valor, disponibilidad y de la historia que hay detrás del vino.

La lista de los 100 mejores del año 2021 estuvo encabezada por Dominus Estate, Napa Valley 2018, Château Pichon Longueville Lalande, Pauillac 2018 y Heitz, Cabernet Sauvignon Oakville Martha's Vineyard 2016.

31 de los 33 vinos estadounidenses seleccionados en la lista de los 100 mejores tenían tapones de corcho (un 94 %).

Entre los años 2010 y 2020, las ventas de cajas de vinos con tapones de corcho entre las 100 principales marcas Premium aumentaron un 97 % en comparación con el 6 % de los tapones alternativos, según Nielsen.

La cuota de mercado de los vinos Premium con tapones de corcho pasó del 47 % al 67,6 % durante este período.

«Dadas las increíbles propiedades naturales del corcho, tiene sentido que la mayoría de los mejores vinos de todo el mundo se comercialicen con tapones de corcho», concluye Carlos de Jesús. «La ligereza del corcho, su elasticidad, la captación de carbono y su capacidad de proporcionar una transferencia de oxígeno constante que ayuda a que el vino evolucione, son sólo algunas de sus características».

[Cartera de clientes]

Los tapones Neutrocork® Xpür y Qork® de Amorim Cork cuentan ahora con la tecnología Xpür

Los tapones de corcho microgranulado Neutrocork® Xpür y Qork® de Amorim Cork incorporan ahora Xpür, la tecnología de limpieza de corcho microgranulado más avanzada y ecológica a escala mundial.

La empresa lanzó las innovadoras tecnologías Naturity® y Xpür® en el año 2021. Amorim ya había garantizado un rendimiento de TCA no detectable para los tapones Neutrocork®, TwinTop® y NDtech®, pero ahora el listón se ha puesto aún más alto.

Neutrocork® Xpür es uno de los tapones técnicos de última generación que se sitúa como uno de los tapones microgranulados más competitivos del mundo. Incluye como mínimo un 80 % de composición de gránulos de corcho real y ofrece una gran estabilidad estructural, combinada con credenciales de alta sostenibilidad y con un índice de trichloroanisol (TCA) indetectable.



Qork® es el tapón de corcho microgranulado más sostenible y avanzado del mundo.

Contiene un mínimo de 80 % de gránulos de corcho natural, envueltos por un agente aglutinante con polioles de origen 100 % vegetal.

El sistema Xpür® limpia el corcho usando menos energía, lo que genera un impacto positivo en el planeta. Este proceso innovador permite eliminar el TCA y otras moléculas de desviación sensorial que puedan existir en los gránulos, sin afectar

a las propiedades naturales del corcho. En el ámbito molecular, las características físicas, mecánicas y elásticas del corcho se mantienen intactas, sin necesidad de emplear compuestos artificiales.

Siguiendo con su compromiso de facilitar datos fiables a los productores de vino sobre el balance de la huella de carbono de sus tapones, Amorim Cork ha encargado una nueva ronda de estudios independientes para analizar el balance de carbono de CO2 utilizando un enfoque que va desde el origen al consumidor, que han puesto de manifiesto los siguientes resultados en lo que respecta al balance de CO2:

Natural cork stoppers with Naturity®
- **288 g**/tapón

Neutrocork Xpür®
- **393 g**/tapón

Qork®
≈ - **393 g**/tapón

La tecnología de limpieza de corcho microgranulado más avanzada y ecológica del mundo.

Amorim se convierte en socio de la comunidad en línea Wisperts

Amorim es uno de los socios fundadores de Wisperts, la primera comunidad digital dedicada a la industria del vino y las bebidas espirituosas, lanzada a principios de 2022 por los creadores de la FERIA Virtual del Vino y de las Bebidas Espirituosas, dirigida por Diego Santamarina, de YG Design.

La necesidad de aprovechar los vínculos digitales entre los principales actores del sector del vino y de las bebidas espirituosas era ya algo evidente antes de la pandemia, y su importancia ha aumentado de forma considerable.

Así lo explica Santamarina: «Tras las dos primeras ediciones de la FERIA Virtual del Vino y de las Bebidas Espirituosas, sacamos varias conclusiones fundamentales. El 96 % de los participantes indicó que participaría en una comunidad de vinos y licores y el 76 % mencionó que los temas clave para dicha comunidad son la creación de redes y la formación. El 82 % indicó que prefería la celebración de muchos eventos de corta duración en vez de una o dos ferias largas a lo largo del año».

Wisperts funciona como una especie de feria comercial permanente, que pretende forjar lazos más fuertes dentro del sector, fomentar el crecimiento y reforzar la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La plataforma cuenta ya con más de 70 socios y tiene a disposición más de 70 entrevistas con los principales actores, en las que se discuten temas fundamentales.

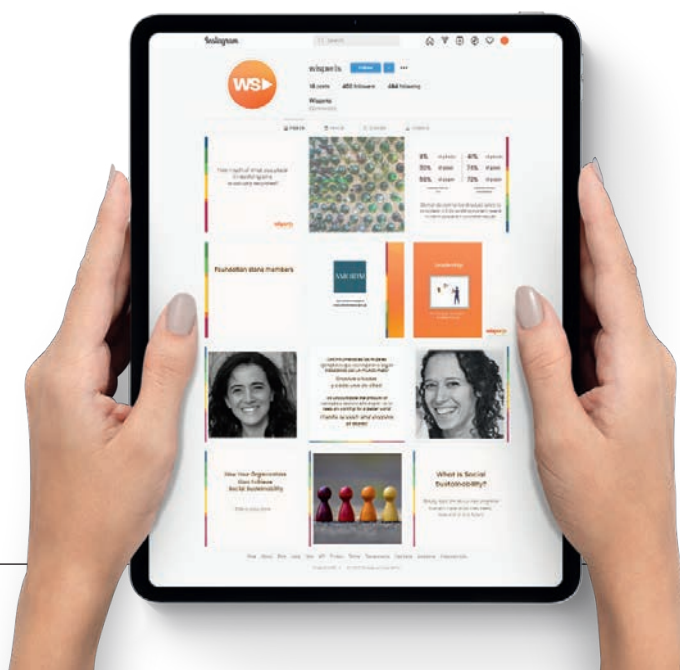
Wisperts organizará sus propios eventos en directo cada 2 o 3 meses, como el «Matching Global Goals with Business Goals» (Adecuando los objetivos globales a los objetivos empresariales) y participa además en otros eventos, como los celebrados en California, «The Wine Industry in a Changing Climate», Green Wine Future, Meet the Buyer y Climathon.

Los vídeos de los eventos se graban y se ponen a disposición de la comunidad digital.

Uno de los vídeos más destacados de la plataforma es una entrevista con Hugo Mesquita, director de Ventas y Marketing de Amorim Top Series, en el que se explica por qué el corcho es intrínsecamente sostenible y versátil.

Entre los temas clave que se abordan en esta plataforma se encuentran la forma en la que se promociona la sostenibilidad, que se ha convertido en una cuestión geopolítica, el papel de la economía circular en la lucha contra el cambio climático, las nuevas experiencias digitales del vino y las acciones que ayudarán a las empresas a alcanzar los ODS de la ONU.

En la plataforma se incluyen además artículos sobre temas como las tendencias clave que están cambiando la industria del vino, como el Internet de las cosas (experiencias sensoriales), la inteligencia artificial, la robótica, el blockchain y el etiquetado electrónico.



Amorim participa en el Pacto Mundial de la ONU

Desde el 13 de enero de 2022, Amorim participa en el Pacto Mundial de la ONU, una iniciativa voluntaria de las Naciones Unidas que implica a más de 15.000 empresas de 163 países, cuyas estrategias, actividades y operaciones se alinean con los principios universales de los derechos humanos, las prácticas laborales, la protección del medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

Las nuevas obligaciones de la multinacional portuguesa incluyen la aplicación de los Diez Principios del Pacto Mundial de la ONU, la persecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) identificados en la Agenda 2030 de la ONU y la presentación anual de un informe COP (Communication on Progress), en el que se detallan todos los avances logrados en cada pilar de su política de sostenibilidad.

Los valores inscritos en los Diez Principios del Pacto Mundial de la ONU incluyen la promoción de una sociedad más justa, un medio ambiente más saludable, una economía más competitiva, un contexto empresarial más transparente y una cultura más integral.

Se anima a las organizaciones miembros a aumentar la sostenibilidad corporativa tomando como base este sistema de referencias universales, reconociendo que su éxito a largo plazo depende del cumplimiento de estas responsabilidades fundamentales en términos de alcanzar una actividad continuada a lo largo del tiempo, reducir la pobreza, generar riqueza, fomentar la colaboración, la educación y la innovación, y participar de manera activa en la transformación global.

Estos valores siempre han formado parte del ADN de Amorim. El presidente y director general, António Rios de Amorim, explica que la empresa se ha comprometido a garantizar que la iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y sus principios formen parte de su estrategia corporativa, su cultura y sus operaciones cotidianas. «Nos involucraremos, en la medida de lo posible, en todos los proyectos de colaboración que pretendan impulsar los objetivos de la ONU, con el objetivo particular de alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, sustentados en los principios de transparencia y de escrutinio público».

Se trata de otra acción más que viene a reafirmar el compromiso de Amorim con la aplicación de las mejores prácticas ESG (Environmental, Social and Governance) y la alineación con los ODS de la ONU.

Hace poco Amorim ha sido la única entidad portuguesa que tomó parte en la campaña «50 Sustainability & Climate Leaders», un proyecto que reúne a cincuenta organizaciones líderes a escala mundial en la lucha contra el cambio climático.

También es miembro de otros movimientos nacionales e internacionales que promueven la adopción de prácticas más sostenibles, como Act4nature Portugal y la Carta de Principios, iniciativas del BCSD Portugal, el Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible.



United Nations Global Compact

[Italia]

El Consorzio Prosecco DOC adopta la colección Suber para sus stands

El Consorzio Prosecco DOC eligió la colección Suber de Amorim Cork Italia para su stand en Vinexpo en París, en el mes de febrero de 2022, y ha anunciado que la colección se usará para decorar todos sus stands en 2022.

El Consorcio representa a los productores de la zona de producción de la DOC Conegliano-Valdobbiadene, con el objetivo de proteger y promover los vinos de la región del Prosecco Superiore en Italia y en el mundo.

Los miembros del consorcio produjeron 627 millones de botellas en 2021.

El stand en Vinexpo fue compartido por el consorcio y por 5 bodegas, que asistieron en calidad de coexpositores: Astoria, De Stefani, La Marca, Le Contesse y Montelvini.

El stand se podía leer la siguiente frase: «Suber realiza objetos de diseño para interiores cuyas innovadoras formas surgen de una nueva ética que sitúa el futuro de la Tierra en su centro».

Entre los objetos de diseño para interiores que se exponían varios muebles de corcho, como una mesa de corcho de media esfera y bancos de corcho con forma de tapones de botellas de champán.

El Consorcio explicó que la colección Suber se conoce por sus creaciones de vanguardia y por sus objetos de diseño de interiores desarrollados según una lógica y una ética que respetan el medio ambiente y miran por el futuro de la Tierra.

En el stand se expusieron además varios muebles firmados por la prestigiosa firma italiana de diseño de muebles Moroso.

La colección Suber fue lanzada por Amorim Cork Italia en 2019, que ofrece una línea de objetos de diseño de alto nivel creados a partir de corcho reciclado procedente del programa de reciclaje de tapones de corcho ETICO. Los productos incluyen sistemas de iluminación, mesas, bancos, paragüeros y perchas.



[Francia]

Amorim patrocina los premios Spiritueux de l'Année en Vinexpo París



La primera edición de los premios Spirits of the Year/Les Spiritueux de l'Année 2021, anunciada el 14 de febrero durante la Wine Paris - Vinexpo Paris, incluyó la categoría de «Spiritueux of the Year» francés, que fue patrocinada por Amorim Top Series, la unidad de Amorim que suministra tapones de lujo para la industria de las bebidas alcohólicas.

Los premios fueron organizados por la revista Cavistes & E-commerce e incluyeron 7 categorías: whisky, ron, ginebra, otros licores, aperitivos, envases ecológicos y las bebidas espirituosas francesas del año.

El ganador del «French Spiritueux of the Year» fue el distinguido Armagnac de doble capa de Dartigalongue que, según el jurado, recibió el premio por su innovador enfoque y por la coherencia de su envase con la oferta propuesta.

Los clientes de Amorim Top Series encabezaron otras dos categorías: El whisky de malta Rozelieures, que ganó en la categoría de whiskies y el Ron+Whisky 40% Thoreau, ganó en la categoría de Otras Bebidas Alcohólicas.

El whisky Rozelieures ha obtenido recientemente otros prestigiosos galardones, como el Trofeo de plata para la Colección Tourbé y la Colección Fumé, en la última edición de los «World Whiskies Awards 2022».

Producido en Francia por Les Bienheureux, Thoreau Rum+Whisky 40%, está elaborado con un 70 % de ron guatemalteco y con un 30 % de coñac de la variedad VSOP (Very Superior Old Pale). Está dedicado al filósofo, poeta y científico medioambiental estadounidense de espíritu libre, Henry David Thoreau (1817-1862).

Amorim Cork patrocinó los premios «Grandes Escolhas» y «Revista de Vinhos»

Amorim Cork ha patrocinado las ceremonias de entrega de premios y produjo los trofeos de corcho para dos prestigiosos premios en Portugal, organizados por las revistas «Grandes Escolhas» y «Revista de Vinhos».

Los trofeos de los premios «Grandes Escolhas», que se anunciaron en Lisboa el 11 de marzo, incluían cinco trofeos de corcho macizo con un icono circular y una cubierta transparente que identificaba al ganador.



Los premios están considerados como el concurso más prestigioso dentro del mundo del vino y de la gastronomía en Portugal. Los premios incluyeron la nominación de los 30 mejores vinos portugueses de 2021, basándose en la cata de más de 5000 vinos.

Se dieron a conocer los 5 mejores vinos en las categorías de espumoso, blanco, rosado, tinto y fortificado, y los primeros premios fueron para Vértice Douro Sparkling Pinot Noir, vino blanco de 2011, Vinha Dos Utras 1os Jeirões, Pico, vino blanco de 2019, Kopke Winemaker's Collection, Douro Tinto Cão, Reserva Rosé 2020, Quinta da Manoella Vv, Douro, vino tinto de 2018 y Ramos Pinto RP30 Porto Tawny 30 Years, respectivamente.

Amorim Cork ha patrocinado y suministrado además los trofeos de corcho para la 25.ª edición de los Premios de la «Revista de Vinhos», anunciados el 10 de febrero en Oporto.

La ceremonia de entrega incluyó un homenaje a la trayectoria de José Roquette,

mentor de los vinos de Esporão, la «Personalidad del Año en el sector del Vino», atribuida al enólogo António Ventura, el «Vino del Año» para el vino espumoso Nossa Solera Extra Brut y el «Productor del Año», que se concedió a la Quinta do Monte d'Oiro.

También se concedieron premios en la categoría de «30 Vinos de Excelencia» de Portugal elegidos por el Panel de Cata de la «Revista de Vinhos», que evaluó más de 3000 vinos durante el año 2021.

El premio al «Productor Revelación del Año» se otorgó a la Herdade Aldeia de Cima, con sede en Vidigueira, en la región del Alentejo, un proyecto personal de Luísa Amorim y Francisco Rêgo.

El premio a la «Personalidad del Año en Gastronomía» se concedió a Miguel Guedes de Sousa, cogerente del Grupo de Amorim Luxury, junto con Paula Amorim, por su visión y audacia en restaurantes como el JNcQuoi Avenida, radicado en Lisboa y el JNcQuoi Asia.

Amorim patrocinó la categoría del «Enólogo Revelación» en los prestigiosos Premios «Paixão Pelo Vinho», que se celebraron en Lisboa el 4 de marzo. El galardón recayó en Márcio Lopes, un joven enólogo del norte de Portugal, especializado en los vinos del Duero y en vino verde.



Las exportaciones de corcho portugués alcanzaron un valor récord de 1100 millones de euros en 2021

En 2021, las exportaciones portuguesas de corcho alcanzaron un volumen récord, a pesar de las limitaciones económicas causadas por la pandemia. Con 1100 millones de euros, las exportaciones fueron un 12 % más altas que en 2020 y un 7 % más elevadas que en 2019, según datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística de Portugal (INE).

Los mercados más fuertes fueron respectivamente Francia y Estados Unidos, los mayores mercados exportadores y consumidores de vino del mundo, que representaron cada uno alrededor del 18 % del conjunto de las exportaciones.

Los tapones de corcho siguen siendo el elemento más fuerte dentro del sector del corcho, lo que representa el 73 % de todas las exportaciones.

La demanda de corcho en los sectores de la construcción y el diseño experimentó también un fuerte crecimiento.

João Rui Ferreira, secretario general de la Asociación Portuguesa del Corcho (APCOR), comentaba: «Estos valores son el resultado del crecimiento en los segmentos de mayor valor añadido, lo que permite al sector del corcho recuperar la tendencia de crecimiento alcanzada antes de la pandemia, reforzando aún más el liderazgo mundial de Portugal en este sector».

Basándose en el creciente aprecio por el corcho entre los consumidores de vino de todo el mundo, complementado por la creciente demanda en áreas como el diseño y la construcción, APCOR prevé que las exportaciones de corcho superen los 1500 millones de euros en el año 2030.

La Federación Española del Vino y Ecovidrio muestran a las bodegas cómo reducir el impacto ambiental de los envases de vino

La Federación Española del Vino (FEV) y Ecovidrio (la asociación sin ánimo de lucro encargada de la gestión del reciclado de los residuos de envases de vidrio en España) ha publicado una guía en la que se explica cómo reducir el impacto ambiental de los envases de vino, en donde se destaca el papel positivo de los tapones de corcho.

El documento señala que el 7 % de los consumidores españoles considera ya las cuestiones de sostenibilidad como una prioridad clave en sus compras.

Se espera que esta concienciación aumente de manera significativa como resultado de las recientes iniciativas emprendidas por la Unión Europea, como el Green Deal, con la estrategia denominada «De la granja a la mesa» y el Plan de Acción de Economía Circular, que se están complementando con iniciativas nacionales en cada uno de los países.

El 28 de septiembre de 2021, el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico de España publicó el Proyecto de Real Decreto de Envases y Residuos de Envases, que regula los criterios de ecomodulación para la contribución financiera a los sistemas colectivos de responsabilidad ampliada al productor.

De acuerdo con este procedimiento, las bodegas reciben bonificaciones por un mayor índice de reciclaje, un menor peso y volumen de los envases, por el uso de envases reutilizables y la incorporación de materias primas secundarias procedentes de los procesos de reciclaje. Por el contrario, sufren sanciones si no alcanzan los objetivos de reciclaje o incluyen elementos o sustancias en los envases que impidan el reciclaje.

En el apartado de tapones, el documento destaca que el corcho natural y los tapones de corcho microaglomerado tienen el impacto más reducido, seguidos de los tapones sintéticos de biopolímeros. Ambas opciones se consideran ecológicas. Por el contrario, los tapones de rosca de aluminio y los tapones de plástico se clasifican como de alto impacto ambiental.

En el caso de los tapones con cápsula, el documento fomenta el uso de plásticos biopolímeros, que tienen un menor impacto medioambiental. Las cápsulas de estaño tienen un alto impacto ambiental en la fase de extracción, aunque pueden reciclarse. Las cápsulas de aluminio tienen también un alto impacto medioambiental durante la fase de extracción, pero son más fáciles de reciclar que las de estaño. Las cápsulas de PVC y de PVC y aluminio tienen un alto impacto.

El documento se complementa con un análisis más detallado del impacto medioambiental de los tapones, en el que se explica que los alcornoques actúan a modo de sumideros de carbono y que el proceso de producción está optimizado para que los residuos generados durante la producción de los tapones de corcho natural se utilicen para fabricar corcho aglomerado. También se señala que el corcho es un producto natural biodegradable con el que es posible producir compost.

Por el contrario, se hace notar que, en el caso de los tapones de rosca, aunque el aluminio pueda reciclarse en algunas plantas de procesamiento, la obtención del aluminio a partir de su materia prima, la bauxita, tiene un considerable impacto medioambiental, especialmente en lo que respecta al consumo de energía y a la generación de emisiones.

En el caso de los tapones de plástico, el reciclaje es muy difícil y las etapas iniciales de extracción de las materias primas tienen un impacto medioambiental considerable, especialmente en lo que respecta al consumo de agua y de energía.

De cara al futuro, el documento anima a adoptar medidas que mejoren la reciclabilidad y reduzcan el impacto ambiental, como evitar los materiales no reciclables y apostar por los materiales biodegradables. Se fomenta la eliminación de las cápsulas, la reducción del peso unitario de las mismas y la mejora de la reciclabilidad.

El documento concluye destacando la importancia de las medidas que permiten reducir la huella de carbono, incluyendo el cálculo del balance de carbono de cada elemento utilizado en la fabricación del envase y las certificaciones ecológicas, como el certificado «Wineries for Climate Protection», que ha sido lanzado por la FEV y que es la primera y única certificación específica de sostenibilidad medioambiental dentro del sector vitivinícola.



[Reino Unido]

Berry Bros & Rudd refuerza su estrategia de sostenibilidad

Berry Bros. & Rudd, el prestigioso minorista de vinos y bebidas alcohólicas del Reino Unido, fundado en 1698, está adoptando nuevas medidas para asegurarse de que cumple su objetivo de llegar a estar libre de carbono y plástico para el año 2030.

Este minorista ha desarrollado una estrategia basada en cuatro pilares que presta una especial atención a una mejor gestión del agua y el uso de la energía, a la reducción de las emisiones de CO2, a la disminución del uso de plásticos y a una mayor salud de los viñedos.

En 2021 estableció una asociación con Amorim con el objetivo de eliminar las cápsulas de todos los tapones y reducir así la huella medioambiental, lo que posibilita aprovechar el balance negativo de CO2 que proporcionan los tapones de corcho natural. Su objetivo es que sus vinos Berry Bros. y Rudd Own Selection pasen a embotellarse con tapones de corcho 100 % natural siempre que sea posible.

Un artículo de Adam Holden, publicado en el boletín de primavera/verano de 2022 del minorista, titulado «The Unsung Hero» (El héroe anónimo) explicaba esta estrategia: «Existen innumerables razones para decantarse por el uso del corcho: “la huella negativa de carbono, el hecho de que es un material reciclable y natural, por no mencionar que es el mejor cierre posible para el vino de calidad».

«Como amante del buen vino, cuando compras vino con tapón de corcho estás aportando tu granito de arena para apoyar a esta industria increíblemente valiosa», señala el artículo, para luego hacer notar que: «Como comerciantes de vino, nos tomamos muy en serio nuestra responsabilidad, ya que, al apoyar a los productores de corcho y favorecer la producción de corcho natural, podemos ayudar a que el alcornoque sea un producto más viable económicamente. Esto significa a su vez que podemos ayudar a proteger y a ampliar el vital ecosistema de los alcornoques».

El artículo concluye con una mención a su apuesta por los tapones de corcho 100 % naturales y a su campaña de reciclaje del corcho: bbr.com/sustainability.



1870, AMORIM 2020: Material, Memoria y Futuro



Amorim ha publicado «1870 AMORIM 2020», dedicado a los 150 años de historia empresarial de la familia Amorim.

Dividida en tres volúmenes, «Material», «Memoria» y «Futuro», la publicación recorre los proyectos, retos y logros trazados por las cuatro generaciones de la familia.

Inspirado en el lema «no sólo un mercado, no sólo un cliente, no sólo una moneda, no sólo un producto», el grupo Amorim ha superado barreras geográficas, crisis económicas, regímenes políticos, convulsiones sociales y limitaciones industriales, para convertirse en uno de los principales actores del ecosistema empresarial portugués, con una gran proyección internacional. Su posición como líder mundial en el sector del corcho, se consolida actualmente en decenas de empresas, que operan en los cinco continentes y que exportan diversos productos a más de 100 países.

Los tres volúmenes se basan en una profunda investigación.

Los dos primeros volúmenes están coordinados por el profesor Carlos Oliveira Santos y en ellos se analiza la fascinante historia del grupo Amorim y las sorprendentes propiedades y múltiples aplicaciones del corcho.

El volumen «Futuro», escrito por el periodista Nelson Marques, ofrece una visión del creciente espectro de productos, soluciones y posibles aplicaciones basadas en el corcho, que abarca un conjunto casi interminable de ámbitos, desde el sector de los vinos tranquilos y espumosos y el de otras bebidas alcohólicas, hasta los sectores de la industria aeroespacial, la automoción, la construcción, el deporte, la energía y el diseño de interiores. También muestra los nuevos paradigmas del sector del corcho, como la intervención forestal, la viabilidad de los alcornoques o el bosque versión 4.0, o el conjunto de materiales, procesos y fórmulas que pueden potenciar las propiedades del corcho.

«1870 AMORIM 2020» cuenta con las fotografías de Lara Jacinto, el diseño de Atelier d'Alves y la impresión y el acabado de Gráfica Maiadouro.

El corcho se destaca en las revistas internacionales de diseño

El corcho atrae cada vez más la atención de los principales diseñadores y artistas internacionales, y hay reconocidas revistas de diseño que vienen destacando la importancia del corcho en sus últimos números.

En noviembre de 2021, la revista británica «Country Living» identificó seis grandes tendencias de interiores para 2022, con entrevistas a destacados diseñadores.

Las tendencias incluyen un énfasis reforzado en la sostenibilidad y los materiales naturales en el sector del diseño, la reelaboración de los espacios vitales y el diseño inspirado en la naturaleza. Bo Hellberg, director de Marketing de String Furniture, identificó el corcho como un material clave debido a la tendencia a la «biofilia», en la que la gente trata de conectar con la naturaleza y con los materiales orgánicos, y añadió que además es un gran aislante, lo que lo hace ideal para los espacios de cocina.

A finales de diciembre, la revista estadounidense de diseño de interiores Domino declaró el corcho como «el material de 2022», debido a su inherente sostenibilidad, a su atractivo visual y táctil y a la amplia gama de otras cualidades que aporta a los sectores del diseño y de la construcción.

Entre los diseñadores que aparecen mencionados en el artículo figuran Melanie Abrantes, Tom Dixon y Adam Steiniger. Dixon dijo que, aunque el corcho se ha utilizado durante miles de años, sus cualidades ecológicas lo convierten en «el material tradicional definitivo para el futuro».

La edición de enero de Architectural Digest incluyó el artículo «El corcho es el próximo material sostenible que se impone en la decoración del hogar».

El artículo comienza con la siguiente afirmación: «biodegradable, antimicrobiano y sostenible: hay muchas razones para amar el corcho». Destaca el hecho de que el corcho es biodegradable, a diferencia de lo que sucede con la mayor parte de los materiales empleados en la construcción, es totalmente sostenible y enormemente versátil, y «puede doblarse, moldearse, comprimirse e incluso teñirse de forma natural».

Se identifican 10 productos innovadores para la decoración del hogar, como la esterilla de corcho Yoloha Spirit para yoga, el tapón de corcho todo en uno de Corkicle Air, el taburete Galula Light Cork Vira y el recipiente de corcho Emke.

En marzo, la revista líder en diseño de productos, Yanko Design, publicó un artículo sobre los innovadores artículos para el hogar fabricados con corcho y diseñados por el estudio londinense Mind the Cork, fundado por Jenny Espirito Santo.

En el artículo se muestran productos como macetas colgantes, vajillas y contenedores cilíndricos de almacenamiento.

En consonancia con las tendencias identificadas en estas revistas, el corcho es un material cada vez más popular en los principales proyectos de diseño. Algunos ejemplos recientes son el nuevo coche Mini Strip, el Pabellón de Verano de la Serpentine, diseñado por el estudio sudafricano Counterspace, la escultura «Brainless Figure in Cork» (Figura descerebrada de corcho), diseñada por el artista chino Ai Weiwei y los proyectos presentados en la Bienal de Diseño de Oporto y en la Bienal de Diseño de Londres.





NEUTRALIDAD AUMENTADA

Con un balance de CO2 de - 393 gramos, Neutrocork® Xpür es uno de los tapones micro granulados de nueva generación de mayor rendimiento del mundo. La tecnología de fluidos super críticos del siglo XXI, protege por completo las propiedades mecánicas y naturales del corcho, eliminando la necesidad de emplear cualquier tipo de componente artificial.

AMORIM CORK

 amorimcorkstoppers

NEUTROCORK
XPÜR
