BARK to BOTTLE

#48 NOVEMBRE '22

AMORIM CORK

# Notre cerveau est-il plus réceptif aux bouchons de liège ?

De récentes études de neuromarketing révèlent que les consommateurs sont disposés à payer 18,5 % de plus pour un vin scellé au liège

**3** Notre cerveau est-il plus réceptif aux bouchons de liège ?

**6** Le bouchon Xpür®, un nouvel outil dans la lutte contre le réchauffement climatique

**8** États-Unis : les vins bouchés au liège naturel génèrent plus de 60 % des ventes dans le Top 100 des plus grandes marques

**9** L'Académie Amorim célèbre son 30ème anniversaire par une conférence organisée au Musée World of Wine à Porto

**10** La Bank of America prévoit que les consommateurs de la génération Z deviendront « la génération la plus disruptive de tous les temps ».

**11** Au Royaume-Uni, les Millenials et la génération Z sont à l'origine de la demande croissante de vins bouchés au liège naturel

**12** Carlos Veloso dos Santos d'Amorim est élu « Personnalité de l'Année » par l'association italienne de femmes du Vin, Le Donne del Vino

**13** Amorim Cork co-créateur du trophée Golden Vines® 2022

**14** Amorim Cap Classique Challenge (Afrique du Sud) annonce les lauréats 2022

**15** Wines of Chile et 100% Cork s'unissent pour mettre en valeur la durabilité et les atouts du liège

**16** Le programme « Upcycling Cork by WOW » collecte 218 kg de bouchons de liège usages

**17** Amorim Top Series partenaire fondateur du projet « Make a Mark »

**18** Amorim et le monde du liège sous les projecteurs des médias internationaux

**19** Amorim remporte un prix de la durabilité du magazine World Finance pour la 4ème année consécutive

# Notre cerveau est-il plus réceptif aux bouchons de liège ?

De récentes études de neuromarketing ont confirmé que les bouchons de liège jouent un rôle clé dans l'appréciation sensorielle des vins pour les consommateurs.

L'étude la plus récente a été réalisée en 2022 par le « Behavior and Brain Lab » de Milan, du Centre de Recherche Neuromarketing de l'université IULM. Elle a été commanditée par Apcor, l'Association Portugaise du Liège, et Assoimballaggi — Fedelegno/Arredo.

L'étude a mis en évidence quelques éléments surprenants, comme le fait que les vins scellés au liège génèrent chez les consommateurs une activation émotionnelle 238 % plus élevée que les vins scellés avec des obturateurs artificiels.

40 participants ont été invités à goûter le même vin, après avoir écouté l'un des deux enregistrements audio suivants : celui d'un bouchon de liège extrait d'une bouteille ou celui d'une capsule que l'on dévisse.

L'étude a été menée à l'aide d'équipements neuroscientifiques tels que des casques EEG, des capteurs spéciaux et des traceurs oculaires. Les réactions émotionnelles et cognitives furent analysées en détectant la conductance cutanée et le rythme cardiaque des participants. L'accent a été mis sur les réactions émotionnelles et cognitives primordiales, immédiates et inconscientes, qui sont essentielles à notre compréhension du comportement des consommateurs.

Les résultats ont révélé que lorsque les participants écoutaient les enregistrements, le son de l'extraction d'un bouchon de liège produisait la réaction la plus forte, par rapport à une capsule à vis : l'engagement cognitif était 39 % plus élevé et l'activation émotionnelle 64 % plus élevée.

Lors des phases d'odorat et de dégustation, les résultats étaient encore plus marqués que dans la phase d'écoute.

Au moment de sentir l'arôme du vin, l'engagement cognitif des participants qui avaient entendu le retrait d'un bouchon était 34 % plus élevé, tandis que l'activation émotionnelle était 59 % plus élevée.

# NEUROMARKETING

## LE RÔLE DU LIÈGE DANS LA PERCEPTION DU VIN

Expérience sonore, olfactive et gustative

### SON

Le son provoqué par l'ouverture d'une bouteille scellée au liège crée **une réponse rationnelle 39 % plus forte** que celle d'une bouteille avec une capsule à vis

Activation émotionnelle **SUPÉRIEURE DE 64 %**

### ODEUR

L'expérience olfactive du vin provenant d'une bouteille avec un bouchon de liège crée **une réponse rationnelle 34 % plus forte** que l'ouverture d'une bouteille avec une capsule à vis

Activation émotionnelle **SUPÉRIEUR DE 59 %**

### GOÛT

La dégustation de vin issu d'une bouteille avec un bouchon de liège suscite **une réponse rationnelle 80 % plus forte** que celui issu d'une bouteille avec une capsule à vis

Activation émotionnelle **SUPÉRIEUR DE 238 %**

TOUT SE TRADUIT PAR → **LA PERCEPTIO D'UNE QUALIT SUPÉRIEURE** → **UN PLUS GRAND PLAISIR**

Expérience visuelle

### VISION

**L'analyse d'une étiquette de vin**

Trois étiquettes de bouteilles de vin ont été montrées, chacune avec un obturateur différent — un bouchon de liège naturel, une capsule à vis, et un obturateur artificiel

Le temps passé à regarder l'étiquette de la bouteille avec le bouchon de liège naturel était **SUPÉRIEUR DE 10 %**

TOUT SE TRADUIT PAR → **LA PERCEPTIO D'UNE QUALIT SUPÉRIEURE** → **UN MEILLEU RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT**

La différence était encore davantage prononcée pendant la phase de dégustation. Les participants qui pensaient boire un vin issu d'une bouteille scellée au liège montraient un engagement cognitif supérieur de 80 % et une activation émotionnelle 238 % plus élevée.

Les participants ont également attribué une qualité supérieure et se sont déclarés prêts à payer un prix plus élevé pour le vin perçu comme étant scellé avec un bouchon de liège. Ils ont révélé qu'en moyenne, ils étaient prêts à payer 7,78 € par bouteille, soit 1,21 € de plus, par rapport à une bouteille scellée avec une capsule à vis (+ 18,5 %).

Ces résultats reflètent les conclusions d'études similaires menées dans d'autres pays, comme la « Grand Cork Experiment – Neuroenological Tasting » réalisée en 2017 à Soho, à Londres, et conçue par le laboratoire Crossmodal Research de l'université d'Oxford, dans laquelle 140 participants ont été testés pour voir comment les sons, les arômes et les sensations associés à l'ouverture d'une bouteille de vin influencent notre cerveau et nos papilles gustatives.

En moyenne, les participants ont estimé que les vins scellés avec un bouchon de liège étaient de qualité supérieure à hauteur de 15 % par rapport aux vins scellés avec une capsule à vis.

La même année, le Dr Eugenia Cheng, mathématicienne britannique et Membre honoraire de l'Université de Mathématiques de Sheffield, a décidé de mener une expérience afin de déterminer la fréquence exacte à laquelle le son de l'extraction d'un bouchon de vin effervescent est le plus agréable à l'oreille humaine.

Elle a conclu que le secret réside dans le fait de refroidir la bouteille et d'exercer une pression minimale pour extraire le bouchon avec un tintement agréable plutôt qu'un bruit sourd retentissant.

Dans une étude indépendante menée aux États-Unis en 2019 et publiée par l'International Journal of Hospitality Management (IJHM), 310 participants ont été invités à déguster deux vins à l'aveugle, après avoir reçu des indices visuels destinés à leur faire croire que le vin avait été scellé avec un bouchon de liège naturel ou une capsule à vis. Les vins perçus comme étant scellés avec un bouchon de liège ont été jugés de meilleure qualité à hauteur de 15 %.

Le neuromarketing fait appel à des outils ultramodernes pour mesurer les signaux physiologiques et neurologiques des participants, afin de concevoir de nouvelles stratégies publicitaires et de développer de nouveaux produits.

Les résultats de ces études de neuromarketing reflètent le fait que les consommateurs associent les bouchons de liège à de meilleurs vins et que, par conséquent, le bruit de l'ouverture d'une bouteille de vin scellée au liège naturel déclenche immédiatement une réponse cognitive et émotionnelle plus forte.

Ces résultats ont été corroborés par des études de marché réalisées sur les principaux marchés mondiaux du vin, notamment au Royaume-Uni, aux États-Unis, en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne et en Chine, qui révèlent que les consommateurs associent systématiquement les bouchons de liège à des vins de meilleure qualité.

# Le bouchon Xpür®, un nouvel outil dans la lutte contre le réchauffement climatique

Amorim Cork joue un rôle de pionnier en commandant des études d'analyse des cycles de vie pour évaluer le bilan carbone de ses principaux produits.

Les données de ces études sont utilisées pour produire des informations quantifiables aux quelque 19 000 clients nationaux et internationaux d'Amorim Cork sur la manière de réduire l'empreinte carbone de leurs produits.

L'étude la plus récente a été menée sur le bouchon Xpür® d'Amorim, par la société de conseil PriceWaterhouseCoopers, qui a révélé son empreinte carbone de -3,542 g de $CO_2$ par bouchon, si l'on considère le carbone stocké dans le bouchon, évalué selon une approche « de la récolte au départ de l'usine » (cradle-to-gate). Si l'on considère la livraison vers le Royaume-Uni, l'empreinte carbone est de -2,086 g $CO_2$ par bouchon. Les résultats sont encore plus positifs si l'on considère la séquestration du carbone de la forêt de chênes-lièges, avec un bilan carbone de -393 g de $CO_2$ par bouchon en tenant compte du transport vers le Royaume-Uni.

Lancée en 2021, Xpür® est la technologie anti-TCA la plus efficace et la plus écologique au monde, et son application s'étend désormais à la production de Qork®, qui dispose également d'un liant innovant, fabriqué exclusivement à partir de polyols d'origine végétale.

Xpür® permet d'obtenir une performance TCA* non détectable dans les bouchons microgranulés traités, tout en laissant intactes les propriétés physico-mécaniques du liège. En conséquence, la gamme de bouchons microgranulés d'Amorim Cork a le plus haut pourcentage de liège du marché. Ce traitement permet également de se passer de solutions chimiques supplémentaires pour conserver les propriétés naturelles du liège, en particulier les taux très importants de compressibilité et d'expansion.

L'étude sur l'empreinte carbone a été développée conformément aux directives du protocole sur les émissions de gaz à effets de serre (Greenhouse Gas Protocol ou GHG en anglais) par le Conseil Mondial des Entreprises pour le Développement Durable et l'Institut Mondial des Ressources. Elle fait appel à une évaluation du cycle de vie (Life Cycle Assessment ou LCA en anglais) basée sur les normes ISO 14040. L'étude s'est également appuyée sur des données provenant d'Amorim Cork, de sources bibliographiques, de la base de données Ecobilan LCA et du logiciel d'analyse TEAM®.

* Teneur en TCA égale ou inférieure à la limite de détection de 0,3 ng/L; analyse mise en oeuvre en accord avec à une méthode interne basée sur la norme ISO 20752.

Xpür

# États-Unis : les vins bouchés au liège naturel génèrent plus de 60 % des ventes dans le Top 100 des plus grandes marques

Une étude publiée en mai 2022 par le Cork Quality Council — une organisation à but non lucratif regroupant les principaux fournisseurs de bouchons américains — a révélé que la part de marché des vins scellés au liège naturel parmi les 100 premières marques aux États-Unis a bondi de 51,8 % en 2010 à 60,6 % en 2022.

Basée sur les données mensuelles compilées par Nielsen Scanning Statistics depuis 2010, l'étude révèle que les vins scellés au liège naturel dominent tous les prix et représentent 86 % des revenus des vins dont le prix est supérieur à 20 $.

(Voir graphique 1, revenus par tranche de prix.)

Le revenu total des vins scellés au liège a pratiquement doublé au cours de cette période (93 % de croissance), contre 50 % pour les vins scellés avec des obturateurs artificiels.

Le nombre de grandes marques utilisant des bouchons de liège est en augmentation, et celles qui utilisent le liège ont connu une croissance des ventes plus robuste que les marques utilisant des obturateurs artificiels.

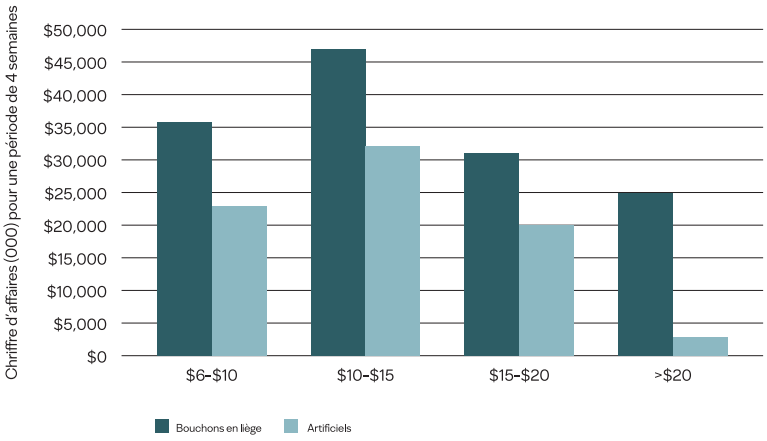
Les 100 marques les plus prestigieuses ont enregistré une augmentation en volume de 33 % des ventes en caisses entre 2010 et 2022, essentiellement grâce aux vins scellés au liège naturel, qui ont augmenté de 56 %, contre seulement 8 % pour les vins scellés avec un obturateur artificiel.

(Voir graphique 2, ventes de caisses selon le type d'obturateur.)

L'étude a également mis en évidence le supplément tarifaire de 4,95 $ dont bénéficie les vins scellés au liège naturel. En mai 2022, le prix médian des vins scellés au liège naturel parmi les 100 marques les plus prestigieuses était de 16,47 $, c'est-à-dire 43 % de plus que le prix médian des vins scellés avec des obturateurs artificiels. Le prix moyen des vins scellés au liège naturel était de 1,45 $ (+12 %) plus cher.

## Revenus par Tranche de Prix

**Top 100 marques de vins premium**




## Ventes de Caisses Selon le Type d'Obturateur

| 4 semaines jusqu'à | 5/21/2022 | 5/29/2010 | Variation | % |
|---|---|---|---|---|
| Bouchons en liège | 906,459 | 582,609 | 323,850 | 56% |
| Part de marché | 60,6% | 51,8% | 8,9% | 17% |
| Artificiels | 588,711 | 543,171 | 45,540 | 8% |
| Part de marché | 39,4% | 48,2% | -8,9% | -18% |
| Total Top 100 | 1,495,170 | 1,125,780 | 369,390 | 33% |

# L'Académie Amorim célèbre son 30ème anniversaire par une conférence organisée au Musée World of Wine à Porto

Pour marquer son 30e anniversaire, l'Académie Amorim a organisé un séminaire consacré au « changement climatique et aux défis pour la vigne et le vin », qui s'est tenu au World of Wine - Vila Nova de Gaia le 11 octobre.

Le séminaire a réuni des experts du vin de renommée mondiale, dont Jocelyne Pérard — l'une des principales figures de la climatologie et de la recherche sur le vin, professeur à l'université de Dijon (Bourgogne — France), qui dirige la commission « Culture et Traditions du vin » de l'UNESCO.

Pendant l'événement, un hommage fut rendu à la gagnante du Grand Prix « Sciences et Recherche » 2022 : Charlotte Brault, pour sa thèse sur « l'optimisation de la sélection de nouvelles variétés de cépages à l'aide de la prédiction génomique et phénomique ».

Son analyse a porté sur les tests de phénotypage à haut débit liés à la résistance à la sécheresse, la sélection génomique et une nouvelle méthode de sélection basée sur la spectrophotométrie plutôt que sur le génotypage.

Le prix « coup de cœur » fut attribué à Aurélien Nouvion pour sa thèse, « Chronologie et acteurs de la vigne et du vin au Moyen-Âge — étude comparative : Bourgogne - Champagne (5e - 16e siècles) ».

Jean-Marie AURAND, directeur général honoraire de l'Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV), a présidé le séminaire principal, qui a permis une discussion enrichissante sur un sujet clé pour le monde du vin : le changement climatique, l'équilibre écologique de la planète et la durabilité.

L'Académie Amorim a été fondée en France en 1992 par le groupe Amorim, afin d'encourager la recherche en œnologie, la connaissance du vin et l'innovation des pratiques viticoles.

Elle organise la cérémonie annuelle du Grand Prix « Sciences et recherche » et assure la promotion de forums thématiques qui réunissent des experts, des professionnels et des gens intéressés par le sujet, tous unis par la même passion pour le vin.

# La Bank of America prévoit que les consommateurs de la génération Z deviendront « la génération la plus disruptive de tous les temps ».

Les consommateurs de la génération Z (nés à partir de la fin des années 1990), qui sont entrés sur le marché du travail au cours des 4 ou 5 dernières années, devraient, selon la Bank of America, dépasser les revenus des « Millenials » d'ici 2031 et devenir « la génération la plus perturbatrice de tous les temps ».

First Insight, un rapport récent produit en partenariat avec le Baker Retailing Center à l'École Wharton de l'Université de Pennsylvanie, a révélé combien les questions de durabilité influencent de plus en plus les décisions d'achat.

Au cours des dernières années, la durabilité est devenue une priorité croissante pour tous les consommateurs. Par exemple, pour la génération X, seuls 34 % en 2019 étaient prêts à dépenser 10 % de plus, voire davantage, pour des produits durables, alors que ce chiffre a désormais bondi à 90 %.

L'une des forces motrices de ce processus est précisément le pouvoir de persuasion des jeunes générations. Alors que la génération Z fait entendre sa voix sur ces questions, elle entraîne avec elle la génération de ses parents — la génération X.

Le rapport a révélé que 75 % des consommateurs de la génération Z considèrent la durabilité plus importante que le nom de la marque dans leurs décisions d'achat.

Mais les autres générations ne sont pas loin derrière. 71 % des « Millenials », 73 % de la génération X et 65 % des baby-boomers partagent la même opinion.

Une autre conclusion intéressante du rapport concerne la signification réelle de la durabilité pour les consommateurs. 48 % des personnes interrogées de la génération Z associent la durabilité à une méthode de fabrication durable, alors que pour tous les autres groupes d'âge, l'accent est mis sur les matériaux recyclés, durables et récoltés naturellement.

L'importance accordée aux emballages durables a nettement augmenté depuis 2019, avec une hausse moyenne de 35 % pour toutes les générations. Les emballages durables sont considérés comme importants par plus de 73 % des personnes interrogées de la génération Z, des « Millenials » et de la génération X, et par plus de 67 % des baby-boomers.

Le rapport de First Insight a conclu : « Avec le pouvoir d'achat de la génération Z estimé jusqu'à 323 milliards de dollars, les détaillants et les marques doivent rester engagés dans les pratiques de durabilité pour rester sur la voie de l'avenir durable et de la croissance du commerce de détail. »

# Au Royaume-Uni, les Millenials et la génération Z sont à l'origine de la demande croissante de vins bouchés au liège naturel

Un rapport publié en 2022 par Wine Intelligence pour Amorim a mis en évidence le pouvoir croissant sur le marché des « Millenials » et de la génération Z et le fait qu'une proportion importante de ces consommateurs préfèrent les bouchons de liège et apprécient les références de durabilité du liège et sont prêts à payer un prix plus élevé pour les vins scellés au liège naturel en raison de leur qualité supérieure perçue et de leurs références de durabilité plus fortes.

Les Millennials (25-39 ans) constituent 17 % des buveurs de vin réguliers, mais consomment un volume de vin plus important que les autres générations (21 %) et, en raison de leur préférence pour le « boire moins mais mieux », représentent 28 % des dépenses totales en vin.

Le principe du « boire moins mais mieux » est encore plus prononcé chez la génération Z (18-24 ans), qui représente 4 % de tous les consommateurs mais 8 % des dépenses totales.

Cela signifie que 36 % des dépenses totales de vin au Royaume-Uni proviennent de seulement 21 % des buveurs réguliers de vin, et que leurs préférences seront de plus en plus déterminantes sur ce marché.

Globalement, 90 % des buveurs de vin réguliers ont une évaluation neutre ou positive des bouchons de liège, mais les « Millennials » en particulier ont une préférence pour le liège. 58 % d'entre eux ont déclaré qu'ils aimaient acheter des vins scellés au liège naturel, contre 48 % qui aiment aussi acheter des vins scellés avec des capsules à vis et 33 % qui aiment acheter des vins scellés avec des obturateurs synthétiques.

Les données ont révélé que les baby-boomers (56 % des buveurs de vin réguliers) préfèrent les vins bon marché, et représentent 41 % des ventes totales de vin.

De manière générale, les personnes interrogées ont déclaré que les bouchons de liège surpassent les capsules à vis et les obturateurs synthétiques en matière de tradition, haute qualité, adaptation aux occasions spéciales, confiance et durabilité.

Réciproquement, elles ont principalement associé les capsules à vis à des éléments tels que le fait d'être bon marché, pratique et abordable.

Étant donné que les baby-boomers préfèrent acheter des vins moins chers que les Millenials, il est probable que l'appréciation des capsules à vis en tant qu'option moins chère soit plus valorisée par les baby-boomers dans leurs décisions d'achat, alors que ces qualités sont considérées comme moins pertinentes chez les Millenials, qui mettent davantage l'accent sur la qualité et la durabilité et sont disposés à payer plus pour ces caractéristiques.

Les Millenials buveurs de vin ont une perception plus positive de la qualité et du prix des vins scellés au liège naturel et leur probabilité d'acheter ces vins est nettement plus élevée que chez les autres générations.

Les références du liège en matière de durabilité sont particulièrement estimées par ces derniers. Par exemple, 79 % des Millennials ont déclaré que le fait que le liège « protège les régions contre la désertification » influencerait positivement leur probabilité d'acheter un vin, contre 61 % pour l'ensemble des buveurs. En ce qui concerne la « contribution positive du liège à la lutte contre le réchauffement climatique », le ratio est de 71 % pour les Millennials et de 58 % pour l'ensemble des buveurs.

Les personnes interrogées de la génération X (40-54 ans) constituaient le groupe d'âge le plus proche en termes de préoccupation pour l'impact social et les questions de durabilité, mais les données suggèrent que les consommateurs de la génération Z, bien qu'ils aient tendance à être prêts à dépenser plus pour des vins de meilleure qualité, sont moins conscients ou moins concernés par ces questions.

Globalement, les données suggèrent que les Millennials en particulier sont plus susceptibles d'acheter un vin scellé avec un bouchon de liège possédant ces caractéristiques et donc d'être prêts à payer un prix plus élevé pour celui-ci.

* Basé sur les données recueillies par Wine Intelligence.

# Carlos Veloso dos Santos d'Amorim est élu « Personnalité de l'Année » par l'association italienne de femmes du Vin, Le Donne del Vino

Carlos Veloso dos Santos, PDG d'Amorim Cork Italia, a été nommé « Personnalité de l'Année » pour 2022, par l'association italienne Le Donne del Vino (les femmes du vin).

Fondée en 1988, Le Donne del Vino est la plus grande association de viticultrices du monde, qui compte désormais plus de 950 membres, dont des productrices, des restauratrices, des viticultrices, des sommelières et des journalistes.

Il y a deux ans, elle a formé un réseau international avec 10 associations similaires dans d'autres parties du monde.

En 2022, l'association est devenue un partenaire d'ETICO, le projet de recyclage des bouchons de liège d'Amorim Cork Italia, dont les bénéfices seront donnés aux femmes victimes de violences conjugales.

Le comité de rédaction de l'association a déclaré que ce prix avait été décerné en raison de la vision clairvoyante de Carlos Veloso dos Santos, qui « regarde toujours vers l'avant et s'engage à construire un avenir meilleur pour tous », en s'appuyant sur des piliers fondamentaux tels que la qualité de l'environnement, la justice sociale, la prospérité économique et la culture.

L'association a souligné l'atmosphère de travail positive qui règne chez Amorim Cork Italia, l'une des rares entreprises de Vénétie à être certifiée selon la norme Family Audit, avec 17 mesures mises en œuvre pour trouver un équilibre sain entre le travail et la vie privée.

Elle a également relevé que 50 % du personnel d'Amorim Cork Italia se compose de femmes et que la moitié des postes d'encadrement sont occupés par des femmes.

Outre le projet de recyclage ETICO, l'association a fait l'éloge du projet de musée « SUG_HERO — Métaforme — Les mille vies d'un extraordinaire don de la nature, le liège », dont la deuxième édition s'est tenue au WiMu, à Barolo.

Enfin, l'association a mis l'accent sur les résultats d'Amorim Cork Italia, avec une production de bouchons en hausse de 14 % par rapport à 2020, et un chiffre d'affaires consolidé en Italie en 2021 de 70,5 millions d'euros.

# Amorim Cork co-créateur du trophée Golden Vines® 2022

Amorim, Gucci et Grant Macdonald se sont associés à l'artiste italo-éthiopien RED pour concevoir le trophée Golden Vines® 2022, attribué aux gagnants des prix Golden Vines® 2022 au Salone di Cinquecento qui s'est tenu au Palazzo Vecchio à Florence, le dimanche 16 octobre.

Il s'agit de la deuxième édition des prix Golden Vines®, créés par Liquid Icons, la société de recherche et de production de contenu sur les vins fins fondée par feu, le grand Gérard Basset, OBE MW MS, et son ami Lewis Chester, DipWSET.

Le trophée des Golden Vines® 2022 ressemble à un bouchon de champagne dans une cage en fil d'or, avec des graffitis rouges sur le bouchon.

La conception du trophée incorpore des traces de celui de 2021 et a, une fois encore, impliqué la participation de Shantell Martin, la directrice artistique Golden Vines®.

Amorim Cork a fourni le bouchon de liège, l'orfèvre Grant MacDonald a produit la cage en fil d'or et la boîte de présentation du trophée a été conçue par Gucci.

Les images graffiti ont été conçues par l'artiste italo-éthiopien, Red Longo (RED). Son travail est distinctif, audacieux et innovant, combinant une variété d'inspirations : de l'art africain, de son propre héritage éthiopien et de la mode de rue contemporaine.

« Les prix Golden Vines® 2022 sont une merveilleuse expression de l'intersection séculaire entre le vin, l'art, le liège et la nature. La démarche créative et intense à l'origine de la conception du trophée Golden Vines® 2022 s'appuie sur cette relation unique, pour offrir une splendide célébration de la qualité des lauréats, des vins et des vignerons qui font partie intégrante du leadership mondial d'Amorim Cork », a commenté Carlos de Jesus, responsable du marketing et de la communication d'Amorim Cork.

George Macdonald, directeur général de Grant Macdonald, a déclaré : « travaillant dans le monde du luxe, il est tout à fait logique que notre marque soit associée au monde des vins fins. C'est un plaisir de poursuivre notre relation de travail avec les prix Golden Vines, en créant un nouveau trophée à la fois innovant et esthétiquement remarquable. »

Les lauréats des Golden Vines® Awards de 2022 annoncés et récompensés à Florence le dimanche 16 octobre étaient les suivants : Szepsy Winery (Hongrie), Ridge Vineyards (États-Unis), Penfolds (Australie), Louis Roederer (France), Wine-Searcher (Nouvelle-Zélande), The Sadie Family Wines (Afrique du Sud), Domaine de la Romanée (France), Becky Wasserman (France) et Grant Ashton (Royaume-Uni).

Paul Wasserman, au nom de feu Becky Wasserman, Charles Lachaux, lauréat du prix Virgin Galactic Golden Vines de Meilleure Étoile Montante du Monde l'an dernier, et Mathieu Jullien, directeur de LVMH Vins d'Exception (LtoR) partagent un moment de reconnaissance pour le trophée Golden Vines lors du diner de gala de l'événement.

# Amorim Cap Classique Challenge (Afrique du Sud) annonce les lauréats 2022

Amorim Cap Classique Challenge — le principal événement sud-africain pour les vins mousseux fermentés Cap Classique du pays — a annoncé les gagnants de sa 21e édition le 22 septembre, lors d'une cérémonie à Tintswalo Atlantic, au Cap.

Le prix de Meilleur Producteur fut attribué au Domaine des Dieux, pour la troisième fois en huit ans. Le producteur a également remporté le prix de Meilleur Vin pour son Claudia Brut Cap Classique 2016 ainsi que deux médailles d'or pour son Claudia Brut.

La compétition de cette année comptait un total de 126 participations.

Le prix de Meilleur Blanc de Blancs fut attribué à Constantia Uitsig MCC 2018, tandis que Newstead remporta la plus haute distinction dans la catégorie Vieillissement de Longue Durée pour son Blanc de Blancs 2015. Simonsig Wine Estate a remporté le prix du Meilleur Rosé pour Kaapse Vonkel Brut Rosé 2020 et du Meilleur Nectar pour son Vonkel Satin Nectar Rosé 2020.

Co-fondé et sponsorisé par Amorim, le Cap Classique Challenge a été lancé en 2022 et partage les valeurs fondamentales défendues par Amorim Cork, telles que l'engagement envers l'excellence et la poursuite incessante de la meilleure qualité d'un produit naturel de qualité.

Joaquim Sá, Directeur Général d'Amorim Cork South Africa, a commenté : « Il est toujours passionnant de voir des vignobles nouveaux et inconnus se produire à ce concours Cap Classique, mais le baromètre de l'excellence constante, comme celle dont fait preuve le Domaine des Dieux en remportant le titre de meilleur producteur trois fois en huit ans, est celui sur lequel se construit une image et une réputation de grandeur. »

# Wines of Chile et 100% Cork s'unissent pour mettre en valeur la durabilité et les atouts du liège

Le 28 septembre, Wines of Chile a organisé un événement afin de promouvoir sa campagne « Sustainability 365 » à Miami, en Floride, avec le soutien de 100 % Cork.

L'événement était organisé dans le cadre de « Chile's Mosaic of Sustainability », soutenu par ProChile, qui comprenait un séminaire sur le tourisme et une grande dégustation, mettant en vedette plus de 40 producteurs durables, avec un accent sur la plus grande région viticole du pays, Maule.

Wines of Chile est une organisation privée à but non lucratif, formée par les viticulteurs chiliens afin de promouvoir leurs vins.

La campagne Sustainability 365, avec le slogan : « Buvez durable, buvez chilien », souligne l'engagement des domaines vinicoles locaux du Chili dans tous les domaines de la durabilité : viticulture, vinification et mise en bouteille, communauté et tourisme du vin.

Les initiatives prévues comprenaient des dégustations virtuelles, des programmes d'influenceurs, des interventions en direct sur Instagram, des médias sociaux et des promotions.

« Le Chili est un leader international de la viticulture durable et nos vignerons sont unis pour protéger nos terres et préserver nos ressources naturelles », a expliqué Julio Alonso, directeur de Wines of Chile USA pour l'Amérique du Nord. « Nous avons lancé notre campagne Sustainability 365 pour mettre en valeur l'engagement de nos producteurs dans des pratiques durables, de la viticulture à l'œnotourisme, en passant par l'équité sociale. Le liège constitue une partie importante de cet engagement et nous sommes ravis que 100 % Cork se joigne à nous pour sensibiliser les amateurs de vin sur ses nombreux avantages en tant que bouchon. »

João Rui Ferreira, Vice-Président de l'Association Portugaise du Liège (APCOR) a ajouté : « le liège fournit le bouchon de vin le plus durable du marché. Nous sommes ravis que l'industrie vinicole chilienne reconnaisse l'importance du liège en tant que ressource 100 % naturelle et renouvelable, un pilier de la durabilité en matière d'emballage ».

Wines of Chile
love wine. love Chile

# Le programme « Upcycling Cork by WOW » collecte 218 kg de bouchons de liège usages

World of Wine (WOW), le nouveau quartier culturel de la région du Grand Porto, a lancé un projet de recyclage des bouchons de liège « Upcycling Cork by WOW », dont la première initiative a été une invitation aux personnes à apporter leurs bouchons de liège usagés sur la place principale de WOW, entre le 23 et le 25 septembre, pour célébrer la Journée nationale de la durabilité (25 septembre).

Plus de 218 kg de bouchons de liège ont été recueillis et livrés à Amorim Cork afin de créer de nouvelles applications à base de liège et de donner les fonds récoltés à l'institution choisie comme bénéficiaire de ce programme : le Protocole de Porto.

Le Protocole de Porto est une institution internationale à but non lucratif, fondée par Taylor Fladgate Port, qui compte des centaines de membres dans l'industrie vinicole et l'ensemble de la chaîne de valeur, dont le groupe Amorim, qui se sont engagés à contribuer à l'atténuation du changement climatique.

Toute personne ayant rapporté au moins 3,5 kg de bouchons de liège s'est vu offrir un porte-clés personnalisé en forme de bouchon de vin et un billet d'entrée pour enfant au musée du liège de WOW.

« Il s'agit d'une initiative qui sert à lancer un projet plus important », a expliqué Marta Bravo, directrice des musées et des boutiques de WOW. « Depuis que nous avons lancé le musée du liège au WOW, qui implique une énorme participation d'Amorim Cork, nous voulons apporter une plus grande contribution à la durabilité. Nous souhaitons donc étendre cette initiative dans le temps, dans le cadre du projet "Upcycling Cork by WOW", dans une logique de continuité et, bien sûr, de durabilité ».

World of Wine est un nouveau quartier culturel, d'une superficie brute de 55 000 m2, dans la région du Grand Porto, situé dans le centre historique de Vila Nova de Gaia. WOW compte un total de sept musées, douze restaurants, cafés et boutiques, une École du Vin, une salle d'exposition et plusieurs espaces événementiels.

# Amorim Top Series partenaire fondateur du projet« Make a Mark »

Afin de présenter les meilleures propositions de conception d'emballages du monde entier, le projet « Make a Mark » a été lancé en 2021, développé par trois leaders mondiaux du secteur — Estal, Avery Dennison et LEONHARD KUR, avec Amorim Top Series comme partenaire fondateur.

Gerard Albertí d'ESTAL a commenté : « puisque l'emballage est bien plus qu'une bouteille en verre et un bouchon, nous avons pensé, pourquoi ne pas unir nos forces avec les leaders les plus respectés du secteur de l'étiquetage et de la finition — Avery Dennison et Leonhard KURZ — pour voir jusqu'où nous pouvons pousser l'innovation créative ? Et si nous invitions un certain nombre des meilleurs concepteurs d'emballages du monde pour en faire quelque chose de plus grand - une plateforme créative pour présenter de nouvelles idées et pour construire une communauté de conception inspirante ? ».

Lors de l'édition 2022, 20 projets issus de 14 pays ont été présentés au stand « Make a Mark » pendant l'expo Luxe Pack 2022 à Monte-Carlo, du 3 au 5 octobre.

Les 20 designers et pays étaient : 43'oz (République de Moldavie), 56 Mar (EAU), Aktiva Design (Espagne), Appartement 103 (France), Black Eye Project (Royaume-Uni), Black Squid Design (Australie), BULLET Inc. (Japon), FLOV (Pologne), forceMAJEURE (USA), Lonsdale (France), MABA (Espagne), Morillas (Espagne), Officina Grafica (Italie), 0,nice! (Italie), Partisan du Sens (France), Popular Packaging GmbH (Allemagne), ThinkBoldStudio (Portugal), Sociedad Anonima (Mexique), SURE Brandesign (Argentine) et Zweischneider (Allemagne).

Le thème de l'édition 2022 était axé sur la durabilité, le luxe et l'innovation dans le domaine de l'emballage des vins et spiritueux et des produits de beauté et des parfums.

La solution d'emballage proposée par l'entreprise portugaise ThinkBoldStudio comprenait un bouchon capsulé sophistiqué, fabriqué sur mesure par Amorim Top Series.

Le bouchon rend hommage au Casino de Monte-Carlo, qui ouvrit ses portes en 1865, conçu par l'architecte français Jean-Louis Garnier.

La capsule est inspirée des statues du casino, le motif du verre fait référence aux rideaux de scène de l'opéra, et à la base de la bouteille se trouve une roulette en relief.

ThinkBoldStudio a expliqué la philosophie qui inspire le design : « Le concept du studio était centré sur le luxe, car il est l'incarnation de l'opulence, destiné à susciter le désir et le prestige. La capsule a été inspirée par les statues du bâtiment et par l'ornement placé sur le capot des voitures de luxe, en référence aux voitures garées autour des casinos [...]. Combiner les références à l'opéra, au casino et à l'architecture dans une seule bouteille et les faire fonctionner comme un tout a été un défi gratifiant pour le studio. »

Amorim Top Series possède sa propre équipe de conception interne qui conseille ses clients afin de trouver le meilleur design pour chaque projet d'emballage.

# Amorim et le monde du liège sous les projecteurs des médias internationaux

Amorim et le monde du liège ont suscité un vif intérêt dans les médias nationaux et internationaux au cours des derniers mois, avec plus de 25 articles publiés en Italie depuis avril 2022 et une couverture importante en France et dans d'autres pays.

La presse italienne a présenté la récolte de liège et le projet d'intervention forestière innovant d'Amorim, qui comprend l'acquisition d'hectares de forêts de liège historiques, de nouvelles plantations de liège avec un système d'irrigation goutte à goutte innovant et une nouvelle machine de récolte de liège de haute précision.

Les articles ont également souligné la position de leader du groupe Amorim dans l'industrie mondiale du liège, avec une part de marché de 40 %, et le fait qu'Amorim Cork Italia est l'un des premiers producteurs de liège en Italie.

« L'Italienne du vin », le pseudonyme de Laura Donadoni, a écrit un article sur sa visite au Portugal, dans les installations d'Amorim et la forêt de liège : « J'ai admiré tout autour de moi une mer d'arbres aux mille nuances [...]. Ce qui m'a impressionné, c'est la façon dont Amorim a réussi à automatiser certaines des étapes de cette première transformation tout en conservant une ligne totalement artisanale. »

La couverture médiatique française d'Amorim et du liège comprenait un article dans Le Parisien, intitulé « Le liège, l'autre ingrédient d'un bon vin », avec des interviews de João Rui Ferreira, secrétaire général de l'association portugaise du liège (APCOR) et de Jean-Marie Aracil, de la Fédération française du liège.

Les Echos ont publié un article : « le vin : la fabuleuse odyssée du bouchon de liège », qui visitait la récolte du liège et mettait en avant la durabilité et les multiples applications du liège, avec notamment des entretiens avec Carlos de Jesus et Franck Autard, directeur général d'Amorim France.

Le Figaro a publié un article : « Liège et Champagne : l'alliance parfaite », qui mettait l'accent sur les avantages du liège pour la qualité du vin, les nouvelles technologies et aussi la façon dont l'entreprise française Reforest'Action aide à régénérer 100 hectares de forêt de liège au Portugal qui ont été dévastés par des feux de forêt en 2017.

En octobre, la BBC a publié un reportage intitulé « Why cork is making a comeback » (pourquoi le liège fait-il son retour), qui abordait les nouvelles technologies utilisées dans la récolte et la fabrication, les solides références du liège en matière de durabilité, la lutte contre le TCA et les applications croissantes du liège. L'article conclut : le problème est maintenant d'avoir assez de liège — la demande est croissante et la valeur des exportations portugaises a atteint un record historique de 1,13 milliard d'euros (921,29 millions de livres sterling/1,09 milliard de dollars) en 2021.

L'experte en vin et animatrice de télévision américaine Leslie Sbrocco, qui a travaillé sur des émissions pour CBS et PBS, a visité les locaux d'Amorim en octobre 2022, dans le cadre d'une tournée de 20 collectionneurs de vin au Portugal et a confié au cours de la visite qu'elle a été étonnée par les procédures de haute technologie mises en place.

L'émission de télévision néerlandaise RTL7, « Doe Maar Duurzaam » — une émission hebdomadaire sur les thèmes de la durabilité — a visité les locaux d'Amorim Cork au Portugal et a interviewé Carlos de Jesus, Carlos Duarte, d'Amorim Cork Composites & Sports, et Catarina Gonçalves, d'Amorim Flooring.

Le programme s'est concentré sur les pratiques de durabilité d'Amorim et le bilan carbone négatif de ses produits et a également présenté d'autres solutions innovantes dans des domaines tels que la mode, l'exploration spatiale, les sports, les terrains de jeux, la construction et les transports.

Enfin, pour son podcast @ obsessedwithwine, Wesley S. Cable Sr. a interviewé Carlos de Jesus d'Amorim, qui a parlé du liège, évoquant les propriétés remarquables du liège en termes de rétention de CO2, d'élasticité et d'isolation. La discussion a porté sur des questions telles que l'interaction entre le liège et une bouteille de vin, l'importance de la durabilité pour Amorim et la lutte contre le TCA.

La discussion a porté sur l'ensemble de la chaîne de valeur d'Amorim, de l'utilisation de liège de qualité supérieure pour produire des bouchons de liège naturel, à la réutilisation du liège issu du processus de production pour fabriquer des produits en liège composite, en passant par l'utilisation de la poussière de liège comme source d'énergie (biomasse), qui couvre environ 65 % des besoins énergétiques d'Amorim.

Carlos de Jesus a souligné que les préoccupations actuelles des consommateurs et des producteurs liées à la durabilité, complétées par des mesures de contrôle de la qualité améliorées, sont à la base d'une résurgence du liège sur le marché : « je pense qu'aujourd'hui, nous voyons les étoiles s'aligner pour le liège ! ».

L'interviewer a conclu : « en tant qu'amateur de vin, j'ai été époustouflé par tout ce que je ne savais pas sur le liège et par le caractère fascinant de ce matériau. »

https://www.buzzsprout.com/1891508/10615311-episode-12-carlos-dejesus-amorim-cork-portugal

# Amorim remporte un prix de la durabilité du magazine World Finance pour la 4ème année consécutive

De nombreuses entreprises et consommateurs n'ont commencé que récemment à accorder une importance croissante aux questions de durabilité, mais le groupe Amorim accorde la priorité à ces questions depuis des décennies, en raison de sa principale matière première, le liège.

Ce dévouement est de plus en plus reconnu, tant sur le marché que par les principales récompenses reçues.

Par exemple, en 2022, Amorim a remporté un prix de la durabilité du magazine World Finance pour la quatrième année consécutive.

Amorim a remporté le premier prix dans la catégorie « Industrie des produits du vin » des prix de la durabilité du magazine World Finance. Distinguée pour la quatrième année consécutive, l'entreprise a été récompensée pour la promotion des forêts de chênes-lièges, de la biodiversité et des services écosystémiques, par la promotion, le soutien et l'investissement dans la recherche et le développement + l'innovation, et la mise en œuvre des meilleurs principes, modèles et pratiques de l'économie circulaire.

Le jury a souligné l'engagement d'Amorim en faveur de la durabilité, conformément aux directives de la « Global Reporting Initiative », son adhésion à l'initiative « 50 Sustainability & Climate Leaders » et la certification FSC (Forest Stewardship Council) de la plupart de ses unités de transformation.

Le jury a également souligné « la proposition de valeur à long terme d'Amorim, l'émission de 40 millions d'euros en obligations vertes, l'investissement continu dans la R&D+i à hauteur de 10 millions d'euros par an, et sa stratégie de durabilité, basée sur des piliers environnementaux, sociaux et économiques ». Le jury a conclu que les bouchons de liège d'Amorim apportent une « contribution importante à la décarbonisation de l'industrie vinicole ».

Parallèlement à cet accomplissement, en septembre 2022, l'Association des entreprises portugaises (AEP) a décerné le prix de l'entreprise durable 2022 à Amorim Cork.

Amorim Cork, membre de l'AEP, a été distingué en raison de ses performances et de sa contribution pertinente aux préoccupations de durabilité, en termes économiques, environnementaux et sociaux.

WORLD FINANCE

THE VOICE OF THE MARKET

QORK

# LA TECHNICITÉ DE LA NATURE

Amorim est fier de présenter Qork®, le bouchon de dernière génération traité avec Xpür®, un procédé anti-TCA parmi les plus innovants au monde, qui améliore les performances de la technologie du $CO_2$ supercritique. Sans compromettre la structure cellulaire des granulés de liège, Xpür® élimine non seulement le TCA, mais aussi d'autres molécules susceptibles de provoquer des déviations sensorielles existant dans le liège. Qork® est composé à 98% de granulés de liège naturel et d'un liant constitué à 100% de polyols d'origine végétale. Qork® est le bouchon micro granulé le plus durable et le plus avancé au monde.

AMORIM CORK

amorim_france

Powered by Xpür