
BARK to BOTTLE

#50 NOVEMBER '23

AMORIM CORK



Geschichtsträchtige Sammlung von François Audouze

Amorim Cork erhält die außergewöhnliche
Korken-Kollektion von François Audouze

3 Geschichtsträchtige Sammlung von François Audouze

6 Nielsen-Daten: 71 % der Top 100 Premium-Marken in den USA sind mit Kork verschlossen und erzielen 52 % höhere Preise

7 Forscher entschlüsseln das Geheimnis der Sektblasen

8 António Rios de Amorim hebt die wichtigsten Herausforderungen für die Wein- und Korkbranche hervor

10 APCOR prüft mit chinesischen Verbrauchern 60.000 online verkaufte Weine

12 Sea Change Wine arbeitet mit Amorim Cork zusammen

13 Amorim Cork Deutschland ist ein FAIR'N GREEN-zertifizierter Partner

14 Suber - Cork Second Life gewinnt einen renommierten iF DESIGN AWARD

15 Christophe Sauvaud, Geschäftsleiter der Amorim Top Series France, lief den legendären Marathon des Sables

16 Die Gewinner der Amorim Cap Classique Challenge 2023 stehen fest

17 Amorim führt das ReCork-Recyclingprogramm in Australien ein

17 Sogrape und Amorim Cork bündeln ihre Kräfte für eine Sensibilisierungskampagne zum Recycling von Korken

18 Der toskanische Winzer Piero Antinori spricht über die Bedeutung der universellen Anziehungskraft von Wein

19 Was passiert bei Amorim Cork

Geschichtsträchtige Sammlung von François Audouze

Amorim Cork erhält die außergewöhnliche Korken-Kollektion von François Audouze

François Audouze ist einer der bekanntesten französischen Sammler und Verfechter seltener und älterer Weine, darunter Romanée-Conti, Yquem, Mouton-Rothschild und andere große ikonische Weine. Er hat Amorim Cork seine prestigeträchtige Sammlung von Korken und Kapseln gestiftet – mit mehr als 4.000 Korken aus der Zeit von 1700 bis heute.

Die Kollektion wird nun zum ersten Mal im Heritage House von Amorim, dem Museum, das sich neben dem Hauptsitz des Unternehmens befindet, in Santa Maria de Lamas, Portugal, ausgestellt.

Das kürzlich eingeweihte Heritage House rechnet mit über 5.000 Besuchern pro Jahr. Es würdigt Schlüsselmomente in der Geschichte von Amorim, die sich über mehr als 150 Jahre erstreckt, seit das Unternehmen mit der Herstellung von Korken für die Portweinindustrie begann.

François Audouze besitzt eine der größten Weinsammlungen der Welt mit über 40.000 Weinen, von denen einige bis ins Jahr 1690 zurückreichen. Im Laufe seines Lebens und seiner beruflichen Tätigkeit hat er über 20.000 Flaschen geöffnet. Auch die teilweise über 200 Jahre alten Korken hat er sorgfältig gesammelt.

Seit 2003 hat er mehr als 3.000 "Weinabende" organisiert, an denen führende Weinsammler und -liebhaber teilgenommen haben. Außerdem betreibt er einen bekannten Blog und ein Instagram-Konto mit 54.900 Abonnenten – die "Carnets de François Audouze".



Audouze ist bekannt für seine spezielle Technik zum Öffnen alter Flaschen, die als "langsame Sauerstoffanreicherung" bezeichnet wird. Dabei wird der Korken vier bis fünf Stunden vor dem Genuss des Weins ganz langsam herausgezogen, wodurch das Dekantieren überflüssig wird und der Wein zum Essen stabil bleibt.

In einem exklusiven Interview erklärte François Audouze, dass er sich seine Liebe zum Wein im Wesentlichen selbst beigebracht hat, indem er seinem persönlichen Geschmack gefolgt ist. Als er als junger Mann an einer Blindverkostung teilnahm und eine Flasche Sauternes aus dem Jahrgang 1923 probierte, sagte er, er sei "fast vom Stuhl gefallen". Von diesem Moment an begann er, alte Weine zu kaufen, vor allem, um sie zu trinken, anstatt sie im Keller aufzubewahren. "Irgendwann wurde mir klar, dass die Wahrheit in den alten Weinen liegt", erzählt er.

Er hat eine vollständige Inventarliste von den oben genannten 40.000 Weinen aus seiner Sammlung, einschließlich der Angabe des Namens, des Jahrgangs und sogar des Abstands zwischen dem Korken und dem Wein im Flaschenhals.

Er erklärt, wie sich sein Geschmack im Laufe der Zeit entwickelt hat: "Als ich jung war, habe ich viele Cognacs und Armagnacs getrunken, aber das tue ich nicht mehr, denn ab einem gewissen Alter ändert sich die Weinvorliebe. Ich habe entdeckt, dass alter Champagner wunderbar ist, und jetzt kaufe ich ganz ernsthaft und in großem Umfang alten Champagner. Denn in meiner Familie sagte man, dass ein Champagner nach 10 Jahren tot ist. Aber das Gegenteil ist der Fall, er beginnt zu leben!"

Er lobte die Qualität der Korken, die zur langfristigen Vitalität des Champagners beitragen. "Die beste Flasche Dom Perignon, die ich je getrunken habe, war zum Beispiel aus dem Jahr 1929. Der beste Veuve Clicquot war von 1947. Der beste Champagner, den ich je probiert habe, ist ein Maison Juglar, von einem Weingut, das 1829 verschwunden ist. Ich habe eine Flasche Juglar aus dem Jahr 1820 getrunken. Ich hatte das Gefühl, diesen Wein so zu trinken, wie es ein Mann von 1840 getan hätte, und der Gedanke, dass das, was ich trinke, genau dasselbe ist, was ein Mann von 1840 getrunken hat, war fantastisch!"

Er fügte hinzu, dass er noch nie erlebt habe, dass sich der Geschmack eines seiner Weine durch den Korken verändert habe. Er erklärte auch, dass er gegen das Wiederverkorken ist, da neue Luft in die Flasche eindringt und den Wein beeinträchtigt.

So sagt er zum Beispiel, dass sein bisher bestes Chateau d'Yquem ein Jahrgang von 1863 war, der noch mit dem Original-Korken verschlossen war. "Der Wein war absolut fantastisch!"

Bei den portugiesischen Weinen interessiert er sich hauptsächlich für alte Weine. Deswegen hat er sich fast ausschließlich auf Port- und Madeira-Weine konzentriert: "Ich habe mehr alte Madeira- und Portweine getrunken als viele Portugiesen", sagt er mit einem Schmunzeln.

António Rios de Amorim, Vorsitzender von Amorim Cork, zeigte sich erfreut über die Spende der Korken-Kollektion: "Amorim Cork und Portugal im Allgemeinen sind weltweit führend in der Korkindustrie. Viele dieser antiken, geschichtsträchtigen Korken kehren praktisch zu ihrem Ursprung zurück, in die Nähe der mythischen Korkeichenwälder des Alentejo. Wir werden dieser großartigen Kollektion, die neben der weltweit modernsten Produktionsanlage für Naturkorken ausgestellt wird, besondere Aufmerksamkeit widmen".

François Audouze fügte hinzu: "Eines Tages werde ich diese Erde verlassen... und wenn ich der Familie Amorim diese Korken übergebe, denke ich, dass die Erinnerung an die intensiven Momente, die uns die Weine beschenken, immer noch präsent sein werden. Mit dieser Spende an ein Unternehmen und eine Familie, die diesen Wunsch nach Ewigkeit teilen, versuche ich genau das zu erreichen."

A close-up portrait of an elderly man with thinning grey hair, looking slightly downwards and to the left. He is wearing a dark grey suit jacket over a light-colored collared shirt. The background is blurred, showing green foliage on the left and a dark interior with a wooden table on the right.

“Eines Tages werde ich diese Erde verlassen... und wenn ich der Familie Amorim diese Korken übergebe, denke ich, dass die Erinnerung an die intensiven Momente, die uns die Weine bescheren, immer noch präsent sein werden.”



Nielsen-Daten: 71 % der Top 100 Premium- Marken in den USA sind mit Kork verschlossen und erzielen 52 % höhere Preise

Kürzlich von Nielsen, einem Marktforschungsunternehmen, veröffentlichte Daten über den US-Weinabsatz nach Verschlussart der 100 führenden Premiummarken zeigen eine klare Vorliebe der US-Verbraucher für Weine mit Korkverschluss.

Die Daten zeigen auch einen deutlichen Preisaufschlag für mit Kork verschlossene Weine, die im Durchschnitt 52 % teurer waren, mit einem Durchschnittspreis von 18,82 US-Dollar, d. h. 6,40 US-Dollar mehr als der Durchschnittspreis für Weine mit alternativen Verschlüssen. Der Preisaufschlag scheint zu steigen - in der letzten Studie vom März 2022 lag er bei 44 %, was auf eine verstärkte Präferenz für Kork in den vorherigen 12 Monaten hindeutet.

Weine mit Korkverschluss führten zu einem höheren Gesamtumsatz bei Weinen mit einem Preis von über 15 US-Dollar und eine klare Dominanz bei Weinen mit einem Preis von über 20 US-Dollar, wo über 90 % der Weine mit Kork verschlossen sind.

Der Umsatz pro Vertriebsstelle war bei korkverschlossenen Weinen um 62 % höher als bei Weinen mit alternativen Verschlüssen.

Forscher entschlüsseln das Geheimnis der Sektblasen

Forscher der Brown University und der Université de Toulouse haben kürzlich eine strömungsmechanische Studie verfasst, die in der Fachzeitschrift *Physical Review Fluids* veröffentlicht wurde. Diese erklärt, warum die Blasen von Champagner und anderen Schaumweinen in einer geraden Linie aufsteigen, während die Blasen von kohlensäurehaltigen Getränken dazu neigen, sich in verschiedene Richtungen zu drehen.

Der Hauptautor dieser Studie, Roberto Zenit, Ingenieur und Professor an der Brown University, erklärte: "Unser Ziel ist es, den Menschen zu vermitteln, dass die Strömungsmechanik für ihr tägliches Leben wichtig ist."

Die stabile Blasenkette, die von Schaumweinen erzeugt wird, entsteht durch Inhaltsstoffe, die als "Tenside" wirken - das sind Verbindungen, die dazu beitragen, die Spannungen zwischen der Flüssigkeit und den Gasblasen zu verringern und so eine reibungslose Aufwärtsbewegung zu ermöglichen.

Es sind genau die Proteinmoleküle, die dem Schaumwein Geschmack und Einzigartigkeit verleihen, die auch eine stabile Blasenkette erzeugen.

Die Studie zeigte auch, dass die Blasen von Schaumweinen tendenziell größer sind als die von anderen Getränken.

Blasen aus kohlensäurehaltigem Wasser zum Beispiel enthalten keine Tenside und sind daher immer instabil.

Um die Blasenketten zu beobachten, wurden im Versuch Reagenzgläser mit verschiedenen kohlensäurehaltigen Getränken gefüllt - darunter Mineralwasser (Pellegrino), Bier (Tecate), Champagner (Charles de Cazanove) und Schaumwein (spanischer Brut).

Anschließend pumpten die Forschenden Gas hinein und verglichen das Verhalten der Blasen. Dabei variierten sie die Größe der Blasen sowie dem Zusatz von Tensiden.

Der Hauptautor der Studie, Zenit, wies darauf hin, dass die Ergebnisse zahlreiche praktische Anwendungen haben, wie z. B. die blaseninduzierte Vermischung in Belüftungsbecken bei der Abwasserbehandlung.



António Rios de Amorim hebt die wichtigsten Herausforderungen für die Wein- und Korkbranche hervor

António Rios de Amorim wurde in der neuen Zeitschrift Amorim Wine Vision interviewt, die von Amorim Cork Italia in Zusammenarbeit mit dem Medienpartner Wine Meridian herausgegeben wird.

Schwerpunkt des Gespräches waren die Weinkorken, die etwa 70 % des Umsatzes der Gruppe ausmachen.

Der Vorstandsvorsitzende von Amorim wurde zunächst nach den wirksamsten Strategien zur Etablierung der Marke des Unternehmens auf dem Markt gefragt. Da Amorim ein B2B-Unternehmen ist, betonte er, dass das Hauptprodukt der Wein selbst ist und der Korken nur eine Nebenrolle spielt.

“Kork ist eine nachhaltige und hochwertige Option”, erklärte er. “Durch die Verwendung von Korken können wir die CO2-Bilanz von Weinflaschen um etwa 30 % verbessern. Aber wir müssen auch auf die technische Leistung achten und zeigen, wie Korken die Evolution und Entwicklung von Flaschenwein beeinflussen können”.

António Rios de Amorim erörterte die wachsende Kluft zwischen dem Premiumwein- und dem Einstiegssegment und nannte fünf Haupttrends in jedem Segment. Für Premium-Weine:

- eine klare Ausrichtung auf das Terroir;
- die zunehmende Bedeutung von direkten Vertriebskanälen an den Verbraucher für Weingüter in den USA und in der Neuen Welt;
- die wachsende Bedeutung von Weinwettbewerben, Preisen und Bewertungen;
- die steigende Präsenz von biodynamischem Weinbau, von biologischen und nachhaltigen Praktiken, z. B. nach dem burgundischen Modell;
- die wachsende Nachfrage nach Weinen ohne oder mit geringem Alkoholgehalt und deren Qualität.

Für das Einstiegssegment identifizierte er einen zunehmenden Schwerpunkt auf:

- Nachhaltigkeit;
- globales Branding;
- niedriger Alkoholgehalt;
- technologische Innovation und interaktive Etikettierung;
- Wirkung von Weinkalorien.

Anschließend wurde António Rios de Amorim zu den wichtigsten Veränderungen und Entwicklungen befragt, die er auf dem Weinmarkt sieht, wobei er fünf Haupttrends ausmachte:

- Premiumisierung, wobei die derzeitige globale Situation die Weine des unteren Marktsegments benachteiligt;
- der Weinkonsum in China ist relativ gering;
- erhöhter Konsum von Weiß- und Roséweinen;
- erhöhter Verbrauch von Schaumweinen;
- erhöhter Konsum von Spirituosen in Form von Cocktails.

Insgesamt war er der Ansicht, dass die allgemeine Situation auf dem Weinmarkt wieder das Niveau von vor der Corona-Krise erreicht hat, aber die Weine der Einstiegsklasse verlieren an Volumen und das Wachstum der Spirituosen bremst die Nachfrage nach einigen Weinen.

“Die Welt des Weins hat eine starke kulturelle Dimension (wie auch eine ökologische, soziale und wirtschaftliche), und ich denke, dass es unter diesem Gesichtspunkt ein Wachstum geben wird. Dies wird sich negativ auf den Konsum von Weinen der Einstiegsklasse auswirken. Um diese Dynamik zu ändern, müssen wir auf die Erholung des chinesischen Marktes und einen größeren Schub vom US-Markt warten”.

Auf die Frage nach den wichtigsten technologischen und industriellen Innovationen der Gruppe sagte António Rios de Amorim, dass Amorim durch ihre großen Investitionen in Forschung, Entwicklung und Innovation die Leistung von Korken durch bahnbrechende Lösungen wie Naturity®, Xpür® und NDtech® erhöht hat, was die Zuverlässigkeit von Korken in allen Bereichen und Segmenten steigert.

“Wir haben das Problem des Korkgeschmacks beseitigt und es ist nun an der Zeit, wissenschaftlich zu bestätigen, dass Kork dem Wein einen Mehrwert verleihen kann”, fügte er hinzu.

Angesichts der zunehmenden Bedeutung der Premiumisierung auf dem Weinmarkt wurde er gefragt, ob Korken von diesem Trend profitieren können.



“Die besten Weine der Welt haben sich schon immer für Korken entschieden. Die Weinindustrie ist eine anspruchsvolle Welt, und alle Weinkellereien wollen ikonische Weine herstellen. Der wirtschaftliche Erfolg von Amorim wird durch seinen hohen Marktanteil und die Tatsache untermauert, dass seine Korken von den besten Weinmarken der Welt verwendet werden. Wir investieren in Forschung und Entwicklung, um wissenschaftlich nachzuweisen, dass Korken dem Wein nützen, und haben diesen Mehrwert quantifiziert“.

Schließlich wurde er gebeten, die wichtigsten Ziele zu nennen, die Amorim in Bezug auf Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft verfolgt. Der Vorstandsvorsitzende von Amorim erklärte, dass die Gruppe ein Vorreiter bei der Darstellung des negativen Kohlenstoff-Fußabdrucks der Korkproduktion war; da für jede produzierte Tonne Kork 73 Tonnen CO₂ zurückgehalten werden, ist er aber dennoch der Ansicht, dass ein größerer Fokus auf die Kreislauffähigkeit des Produkts am Ende seiner Lebensdauer gelegt werden muss.

Italien ist in dieser Hinsicht ein Musterbeispiel; von dort erhält Amorim jährlich 30 Millionen Korken zurück, die für die Innenarchitektur, Dämmstoffe oder andere Produkte wiederverwendet werden.

“Wir sind bestrebt, das italienische Beispiel in anderen Ländern auf der ganzen Welt zu wiederholen, zum Beispiel in Südafrika. Für uns gibt es keinen Abfall, denn gebrauchte Korken sind einfach nur Rohmaterial. Wir müssen unseren logistischen Prozess verbessern, um gebrauchte Korken zu recyceln. Kork ist ein einzigartiges Material, das spektakuläre technische und nachhaltige Eigenschaften hat“.

Er fügte hinzu, dass Amorim weltweit 240 Millionen Korken pro Jahr recycelt, davon etwa 30 Millionen in Italien. Dies ist jedoch eine relativ geringe Menge, da Amorim 25 Millionen Korken pro Tag produziert.

Abschließend erläuterte er die Erfolge der Recycling-Initiative „Suber Design“, die im Jahr 2011 von Amorim Cork Italia in Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen in Italien ins Leben gerufen wurde. Suber Design sammelt die gebrauchten Korken ein und verwendet sie für die Herstellung von Einrichtungsgegenständen.

“Es war großartig, dieses Projekt auf dem Salone del Mobile in Mailand oder der Biennale in Venedig zu präsentieren. Die Verbindung mit der Welt der Architektur, des Designs und der Kunst ist für uns immer eine Gelegenheit, den Wert von Kork zu unterstreichen und seinen Mehrwert hervorzuheben“.

APCOR prüft mit chinesischen Verbrauchern 60.000 online verkaufte Weine

Der portugiesische Korkverband (APCOR) hat kürzlich in Zusammenarbeit mit der Online-Weindatenbank 9KaCha eine Studie in China durchgeführt, aus der hervorging, dass 95 % der mehr als 60.000 Weine, die auf der Website mit der Angabe "Verschlussart" aufgeführt sind, mit Korken verschlossen sind. Eine Analyse der Daten von 2022 für die fünf meistgesuchten Weinländer auf 9KaCha ergab außerdem, dass über 90 % der Weine in vier dieser Länder mit Korken verschlossen sind.

Die chinesischen Verbraucher haben eine starke Vorliebe für korkverschlossene Weine, wie eine Marktstudie aus dem Jahr 2021 bestätigt, die ergab, dass 95 der 100 meistverkauften Weine in China mit Korken verschlossen sind.

Da der chinesische Weinmarkt eine bedeutende Rolle im internationalen Handel spielt, nutzen immer mehr Verbraucher 9KaCha, um mehr Informationen über die einzelnen Weine zu erhalten. Dies veranlasste kürzlich den chinesischen Haushaltsgerätehersteller Haier, 10 Millionen US-Dollar in die App zu investieren, um die Vorteile ihrer Datenbank mit über 500.000 Weinen und ihres Etikettenerkennungssystems zu nutzen.

APCOR beschloss, im November 2022 ein subtiles Korkaufklärungsprogramm mit 9KaCha zu starten. Wenn einer der 8,3 Millionen Nutzer von 9KaCha über die App oder die Website nach Informationen über einen Wein sucht, erhält er Informationen über die Art des verwendeten Verschlusses sowie Daten über das Weingut, die Trauben, die Region, den Weinstil und den Alkoholgehalt.

Carlos de Jesus, Direktor für Kommunikation bei Amorim und operativer Leiter des internationalen Marketingprogramms von APCOR, erklärte: "Seit mehr als zehn Jahren informieren wir die chinesischen Verbraucher über die Vorteile von Naturkorken für Weine und seine Dominanz auf dem globalen Verschlussmarkt. Diese Botschaften wären jedoch noch überzeugender, wenn die Nutzer bei der Suche nach Weininformationen auf einer vertrauenswürdigen Drittquelle wie der 9KaCha-Plattform in 9 oder manchmal sogar 10 von 10 Fällen feststellen, dass die Weine mit einem Korken verschlossen sind."

Shao Chaoyang, Mitbegründer von 9KaCha, fügte hinzu: "Chinesische Weinkonsumenten und Weinhandelsfachleute sind inzwischen sehr reif und anspruchsvoll. Ein neuer und zunehmend wichtiger Aspekt, auf den die Verbraucher bei Kaufentscheidungen Wert legen, ist die Nachhaltigkeit eines Weins und sein Marktwert, der sich am besten an der Art des Verschlusses ablesen lässt."

Dies spiegelt einen weltweiten Trend wider, der durch die wachsende Nachfrage nach Online-Weinplattformen noch verstärkt wird.

Wine.com, der größte US-amerikanische Online-Weinhändler, hat kürzlich Daten veröffentlicht, aus denen hervorgeht, dass ein Wein umso wahrscheinlicher mit einem Korken verschlossen ist, je höher seine Bewertung ist.

SevenFifty Daily, das führende Online-Portal für die Getränkewirtschaft und -kultur, stellte fest, dass die zunehmende Befürwortung von Nachhaltigkeit beim Weinkauf durch die Verbraucher der Top-Trend unter den sechs Trends in der Weinindustrie ist, die bis 2023 zu beobachten sind, und dass Korken im Vergleich zu alternativen Verschlüssen als umweltfreundlicher gelten.





Sea Change Wine arbeitet mit Amorim Cork zusammen

Sea Change, ein vor über 15 Jahren gegründetes Familienunternehmen, produziert und vertreibt preisgekrönte Ökoweine auf 20 Schlüsselmärkten weltweit, darunter in Großbritannien, auf dem europäischen Festland, in den USA und Kanada, in Hongkong, im Nahen Osten und auf den Malediven.

Für jede verkaufte Flasche wird eine Spende an wohltätige Organisationen im Bereich der Meeresforschung geleistet, und bis heute hat das Unternehmen 350.000 Euro für Projekte zur Bekämpfung der Plastikverschmutzung der Meere gesammelt.



Seine Verpackungen bekämpfen auch die Umweltverschmutzung durch die Verwendung von Naturkorken, den Verzicht auf die Plastikkapsel um den Korken, leichtere Glasflaschen und die Verwendung von FSC®-zertifiziertem Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft, das teilweise aus Traubenabfällen hergestellt wird.

Im Rahmen seines plastikfreien Konzepts hat Sea Change Wine die Auswirkungen einer typischen Weinflasche detailliert untersucht und ist dabei auf Amorim Cork gestoßen, das eine starke Nachhaltigkeitsbilanz vorweisen kann und zudem eine enge Verbindung zu den Korkwäldern hat.

Das Wissen über die Kraft des Seetangs von einer Meeres-Wohltätigkeitsorganisation half Sea Change Wine zu erkennen, dass Korkwälder und Tangwälder viele Gemeinsamkeiten haben und beide eine wichtige Rolle bei der Bekämpfung des Klimawandels spielen.

In beiden gibt es eine große Artenvielfalt. Tangwälder bestehen aus großen Braunalgen, die schnell wachsen und dichte Gruppen bilden, ähnlich wie ein Korkwald. Einige Arten von Meeresalgen können bis zu 50 m hoch werden.

Tangwälder bedecken ein Drittel der weltweiten Küsten, versorgen Millionen von Menschen und fördern artenreiche Lebensräume, und sowohl Seetang- als auch Korkwälder spielen eine Schlüsselrolle bei der Kohlenstoffbindung und -speicherung, indem sie also Kohlenstoffspeicher fungieren.

Doch die Tangwälder sind weltweit vom Rückgang betroffen.

Die Partnerschaft zwischen Amorim und Sea Change Wine veranschaulicht, wie ein natürliches Produkt vom Land letztlich dem Meer zugute kommen kann.

Carlos de Jesus, Direktor für Kommunikation bei Amorim, bemerkte dazu: "Wir bei Amorim freuen uns über ein nachhaltiges Weinprojekt, das nicht nur die Korkindustrie unterstützt, sondern auch beweist, dass Nachhaltigkeit nicht nur ein 'nice to have' für die Verbraucher ist, sondern auch ein wichtiger Faktor für den Geschäftserfolg sein kann."

Toby Hancock, Direktor von Sea Change Wine, fügte hinzu: "Die Resonanz der Verbraucher auf den Ansatz von Sea Change Wine war überwältigend, und wir freuen uns, mit Amorim als wichtigem Partner eng zusammenzuarbeiten, um dieses Projekt mit Leben zu füllen."

Amorim Cork Deutschland ist ein FAIR'N GREEN-zertifizierter Partner

Amorim Cork Deutschland hat als erstes Unternehmen für Korkverschlüsse weltweit das Nachhaltigkeitszertifikat von FAIR'N GREEN erhalten, ein international anerkanntes, praxisorientiertes Zertifizierungslabel für ganzheitliche Nachhaltigkeit im Weinbau.

Es ist das einzige Nachhaltigkeitsiegel im Weinbau, das international vertreten ist.

Die Zertifizierung wurde zunächst für Weinkellereien eingeführt, die in die Entwicklung einbezogen wurden. Sie zielt darauf ab, die gesamte Wertschöpfungskette einzubeziehen, d.h. auch vor- und nachgelagerte Partner in der Wertschöpfungskette. Daher können auch andere Partner zertifiziert werden, die in den Bereichen Etikettendruck, Korkverarbeitung und Weinhandel arbeiten.

Ziel ist es, die gesamte Wertschöpfungskette nachhaltig zu gestalten.

Amorim Cork Deutschland hat als erstes Unternehmen für Korkverschlüsse weltweit das Nachhaltigkeitszertifikat von FAIR'N GREEN erhalten. Derzeit sind mehr als 140 Mitglieder aus neun Ländern zertifiziert.

Zertifizierte Partner können das FAIR'N GREEN-Siegel nutzen, um eine transparente Kommunikation zu gewährleisten.

Zertifizierte Unternehmen, darunter Weinkellereien und Partner der Wertschöpfungskette, arbeiten gemeinsam mit Wissenschaft, Forschung und anderen Interessengruppen an der Zukunftsfähigkeit der Weinindustrie.

Eine der ersten Initiativen war die Save Climate Initiative, die Initiativen wie die Verwendung von leichten Glasflaschen umfasst.

Der Geschäftsführer von Amorim Cork Deutschland, Gert Reis, kommentierte: "Wir bei Amorim Cork Deutschland glauben fest daran, dass Unternehmen eine Verantwortung für die Umwelt und die Gesellschaft haben. Durch die FAIR'N GREEN-Zertifizierung können wir unser Engagement für Nachhaltigkeit und Umweltschutz noch stärker unterstreichen und unsere Kunden und Interessenten daran erinnern, dass sie sich für den umweltfreundlichen Wein- oder Sektverschluss und ein nachhaltiges Unternehmen entscheiden."



Suber - Cork Second Life gewinnt einen renommierten iF DESIGN AWARD

Die Suber Design Collection von Amorim Cork Italia wurde mit einem iF DESIGN AWARD für den Corbula-Tisch ausgezeichnet, der im Produktbereich der Kategorie Wohnmöbel/Dekoration eine Top-Auszeichnung erhielt. Es handelt sich hierbei um einen der prestigeträchtigsten Designpreise der Welt.

Der Corbula-Tisch ähnelt einer Halbkugel mit einer abnehmbaren Platte, in der verschiedene Gegenstände aufbewahrt werden können. Sein elegantes Design steht im Einklang mit den anderen Gegenständen der Kollektion, die auf zwei Erkenntnissen beruht: dass das Wohlergehen des Menschen nicht von dem des Planeten getrennt werden kann und dass die Rohstoffe immer kostbarer werden.

Die neue ethische und ästhetische Vision der Suber-Kollektion wird von den Grundsätzen der Nachhaltigkeit untermauert.

Die Kollektion umfasst Tische, Hocker, Lampen, Kleiderbügel, Eimer und Schirmständer aus recyceltem Kork.

Es ist eine natürliche Weiterentwicklung des ETICO-Recyclingprogramms von Amorim Cork Italia, das gemeinnützige Organisationen in Italien in die Sammlung von gebrauchten Korken einbezieht, um ihnen ein zweites Leben zu geben.

Die iF DESIGN AWARDS werden von der iF International Forum Design GmbH, der ältesten unabhängigen Designinstitution der Welt mit Sitz in Hannover, veranstaltet.

Der Corbula-Tisch wurde von einer 133-köpfigen unabhängigen Jury, in der Experten aus der ganzen Welt vertreten sind, aus den fast 11.000 Einreichungen aus 56 Ländern ausgewählt.

Zu den weiteren Auszeichnungen, die die Suber Design Collection in letzter Zeit erhalten hat, gehören der Green Good Design Award 2023 des Chicago Athenaeum Museum für Architektur und Design und das Europäische Zentrum für Architektur, Kunst, Design und Stadtforschung.

Außerdem wurde die Suber Design Collection kürzlich für einen Green Product Award ausgewählt.

Im Jahr 2022 gewann die Kollektion den C-IDEA Golden Award 2022 - einen der renommiertesten jährlichen Designpreise Australiens.



Christophe Sauvaud, Geschäftsleiter der Amorim Top Series France, lief den legendären Marathon des Sables

Nach einem zermürbenden 60-Stunden-Lauf in brütender Hitze beendete Christophe Sauvaud, Geschäftsführer von Amorim Top Series France, den 250 km langen Wüstenmarathon.

Der 37. Marathon des Sables, der als einer der härtesten Marathons der Welt gilt, fand Ende April 2023 im Herzen der marokkanischen Sahara in der Provinz Erfoud mit rund 1.100 Athleten aus 55 Ländern statt.

Die 250 km lange Strecke ist in 6 Etappen unterteilt, die durch verschiedene karge Landschaften führen: steinige Ebenen, sandige Dünen, felsige Plateaus und Djebels.



Die 90 km lange 4. Etappe gilt als die härteste, da sie über weite Strecken aus Sandwüste besteht.

Es geht nicht nur darum, die extremen Temperaturen zu überstehen, die nachts gegen Null tendieren und tagsüber über 40°C und sogar Spitzenwerte von über 50°C erreichen, sondern auch darum, sich in einer trostlosen Landschaft zu konzentrieren, in der die Hauptbezugspunkte die anderen Athleten und die Kontrollpunkte im Abstand von etwa 10 km sind.

Jeder Läufer muss seine gesamte Ausrüstung und Verpflegung selbst tragen, mit Ausnahme der begrenzten Menge an Wasser, die von der Organisation an jedem Kontrollpunkt bereitgestellt wird.

Die Athleten teilen sich Zelte, um sich auszuruhen, und müssen sich um ihre Flüssigkeitszufuhr, Ernährung und Erholung kümmern.

Bei der 37. Auflage konnten 30 % der Athleten das Rennen nicht beenden, was sich als der zweitschwierigste Marathon seit der Auflage im Oktober 2021 erwies.

Christophe Sauvaud sagt, dass es eine lebensverändernde Erfahrung war:

“Die Zeit vergeht so schnell, aber ich habe das Gefühl, immer noch in der Wüste zu sein. Dieses Rennen hat mein Leben und meinen Körper grundlegend geprägt. Ich glaube, dass ich noch nie zuvor mit meinen körperlichen und geistigen Ressourcen so weit gegangen bin. Isoliert, losgelöst in der Unermesslichkeit der Wüste, die zwar wunderschön, aber auch furchtbar feindlich ist und in der man sich jede Sekunde, jede Minute über sich selbst wundert.

Der Marathon des Sables ist nicht nur eine körperliche Herausforderung. Es geht auch um unerwartete Begegnungen, um Lachen, um entstandene Freundschaften, um schmerzhafteste Momente... um die Freude, dieses Gemeinschaftsleben, dieses einfache Leben zu teilen.

Die Wüste zwingt einen zur Selbstreflexion und dieser Marathon des Sables 2023 war ein unglaubliches Abenteuer! Was für eine Freude und was für ein gemeinsam geteiltes Gefühl.

Werde ich zurückkehren? Ich schließe diese verrückte Idee nicht aus...”

Die Gewinner der Amorim Cap Classique Challenge 2023 stehen fest

Die Amorim Cap Classique Challenge – Südafrikas führende Veranstaltung für Cap Classique-vergorene Schaumweine, die seit 2002 jährlich stattfindet – gab kürzlich die Gewinner ihrer 22. Ausgabe bekannt.

KWV Laborie wurde mit dem Laborie Blanc de Blancs 2017 als bester Erzeuger insgesamt ausgezeichnet und erhielt außerdem die Wettbewerbstrophäe für den besten Blanc de Blanc.

Weitere Preisträger waren Domaine des Dieux Claudia 2017 (Bester Brut), Louisvale MCC Rosé NV (Bester Rosé), Newstead Blanc de Blanc 2016 (Bester Extended Aged Cap Classique für Jahrgänge ab 2016) und Darling Cellars Nectar 2020 (Bester Nektar).

Die Veranstaltung wird von Amorim Cork gesponsert und in Zusammenarbeit mit der Cap Classique Producers Association (Verband der Hersteller) durchgeführt. In diesem Jahr gab es mit 157 Weinen eine Rekordzahl an Wettbewerbsbeiträgen.

“Schon der Name ‘Cap Classique’ ist zu einer eigenen Marke geworden”, sagt Joaquim Sá, Geschäftsführer von Amorim Cork in Südafrika. “Dieser Name ist stolz südafrikanisch und eine modische Repräsentation des überschwänglichen Lebensstils, der mit dem Knallen eines Korkens und dem prickelnden Spritzen von Sekt in ein Glas verbunden ist“.

Heidi Duminy, Cape Wine Master, die die Jury einberufen hat, bemerkte dazu: “In der Kategorie Cap Classique gibt es viel zu feiern, denn immer mehr Erzeuger ernten die Früchte ihrer Geduld, indem sie die Komplexität ihrer Weine mit der Zeit auf der Hefe deutlich erhöhen, was durch die verspielte Fruchtigkeit und die feinen Bläschen ausgeglichen wird.”

Goldmedaillen für außergewöhnliche Cap Classiques wurden an die folgenden Erzeuger in den verschiedenen Kategorien vergeben:

Doppel-Gold Blanc de Blancs – Simonsig Cuvée Royale 2018, Graham Beck Blanc de Blancs 2018, Newstead Blanc de Blancs 2017, L’Ormarins Blanc de Blancs 2018.

Double Gold Brut – Simonsig Kaapse Vonkel Brut 2019, Pongracz Desiderius 2015, Graham Beck Cuvée Clive 2018.

Double Gold Extended Ageing – Lourensford Cuvée 124 2011, Weltevrede Philip Jonker The Ring 2013.

Michael Fridjhon, Südafrikas führender Weinkritiker und Persönlichkeit, wurde mit der Frans Malan Legacy Trophy ausgezeichnet, die nach dem Pionier von Cap Classique benannt ist.



Amorim lance le programme de recyclage ReCork en Australie

Im Rahmen seines umfassenden Engagements für Nachhaltigkeit und die Grundsätze der Kreislaufwirtschaft, verstärkt Amorim seine weltweiten Initiativen zum Recycling von Korken.

In Australien hat Amorim kürzlich ReCork in Zusammenarbeit mit der Recycling-Organisation Save Our Soles, der australischen Schuh- und Bekleidungsmarke R.M. Williams und der Spirituosenkette Dan Murphy's eingeführt.

Die neue Kampagne läuft parallel zu anderen Korken-Recyclingprojekten wie Green Cork in Portugal, ReCork in den USA und Kanada, EcoBouchon in Frankreich und Etico in Italien.

Die einzigartigen Eigenschaften von Kork, gepaart mit seiner Nachhaltigkeit, haben dazu geführt, dass Kork nicht nur als Weinverschluss, sondern auch in einer Vielzahl von Bereichen wie Mode, Architektur, Luft- und Raumfahrt, Kraftfahrzeuge, Spiel-, Freizeit- und Erholungsräume und Bauwesen verwendet wird.

Recycelter Kork wird nicht für Weinverschlüsse verwendet, kann aber in anderen Bereichen eingesetzt werden.

Im Rahmen der australischen ReCork-Kampagne können Verbraucher ihre gebrauchten Weinkorken an 52 teilnehmende Dan Murphy's-Filialen zurückgeben, die dann zu einer Mahlanlage geschickt werden, wo die Korken zu kleinem Korkgranulat zermahlen werden.

Partner des Recyclingprogramms ist Save our Soles - ein Anbieter von australischen Recycling-Bodenbelägen, die sich ideal für gewerbliche und private Anwendungen eignen.

Der Gründer von Save Our Soles, John Elliott, recycelt in Australien bereits seit 2008 Produkte in großem Umfang. Damals arbeitete er erstmals mit Nike zusammen, um Turnschuhe zu recyceln und die Schuh-Recycling-Bewegung in Australien ins Rollen zu bringen. Er erläuterte: "Ich freue mich sehr, mit diesen großartigen Unternehmen zusammenzuarbeiten, um einen verantwortungsvolleren Umgang mit unseren gebrauchten Korken in Australien zu ermöglichen".

Save Our Soles wird die Korken zur Herstellung von Anti-Müdigkeits-Matten aus Kork-Verbundstoff und Schuhsohlen-Prototypen für R.M. Williams verwenden.

Carli Davis, Managerin für Nachhaltigkeit und CSR bei R.M. Williams, legte wie folgt dar: "Durch das Sammeln, Granulieren und Verarbeiten von Korken zu Schuheinlagen bei uns vor Ort entwickeln wir eine Lösung, mit der wir unseren CO2-Fußabdruck verringern, vorhandene Materialien wiederverwerten und Innovation und Beschäftigung in Australien fördern können."

Das Projekt wird von der südaustralischen Regierung im Rahmen des Zuschussprogramms „Circular Economy Market Development“ von Green Industries SA unterstützt.



Sogrape und Amorim Cork bündeln ihre Kräfte für eine Sensibilisierungskampagne zum Recycling von Korken

Amorim Cork und Sogrape, die beiden größten portugiesischen Unternehmen im Kork- bzw. Weinsektor, fördern die Kampagne "Uma História a Preservar" (Eine Geschichte zu bewahren) auf Weinmessen, die rund 200 Verkaufsstellen in Portugal und auf Madeira erreichen soll.

Die Kampagne umfasst auch einen Aktivierungsbereich in rund 40 Geschäften, wo die Verbraucher ihre Korken abgeben können, die dann zum Recycling an Amorim Cork geschickt werden.

Mafalda Guedes, Leiterin der Abteilung für Unternehmenskommunikation und Nachhaltigkeit bei Sogrape, sagte: "Durch unsere Partnerschaft mit Amorim Cork entspricht diese Initiative einer der Verpflichtungen unseres globalen Nachhaltigkeitsprogramms - Seed the Future -, die darin besteht, die Erhaltung der biologischen Vielfalt mit Lösungen voranzutreiben, die auf Kreislaufwirtschaft und Natur basieren, um den Weg für einen gesünderen Planeten zu ebnen". Der Co-CEO von Amorim Cork, Luís Esteves, fügte hinzu: "Dies ist ein wichtiger Schritt in einer Partnerschaft, die vor mehreren Jahrzehnten begann. Die Anforderungen von Sogrape in Bezug auf technische Leistung und Innovation waren für uns immer eine große Motivation. Diese neue Recycling-Initiative unterstreicht diese Partnerschaft auf sehr anschauliche Weise und vervollständigt die Kreislauffähigkeit unserer Produkte, die für unsere jeweiligen Nachhaltigkeitsstrategien von entscheidender Bedeutung sind."



Der toskanische Winzer Piero Antinori spricht über die Bedeutung der universellen Anziehungskraft von Wein

Piero Antinori ist der CEO des 600 Jahre alten Familienunternehmens Marchese Antinori Wines, welches er radikal umgestaltet hat, seit er 1966 die Leitung von seinem Vater Niccolò übernommen hat.

In Zusammenarbeit mit dem Winzer Giacomo Tachis suchten sie zunächst Rat bei dem Önologen Émile Peynaud aus Bordeaux. Durch den Austausch von Rebsorten in den Weinbergen, einschließlich Experimenten mit französischen Rebsorten, und die Entwicklung eines neuen Konzepts für die Weinkellerei brachten sie eine Reihe neuer toskanischer Weine auf den Markt, angefangen mit dem Tignanello im Jahr 1970, dem später der Solaia folgte.

Im Jahr 1999 wurde Antinori mit dem Wine Spectator's Distinguished Service Award ausgezeichnet. Sein Unternehmen wurde vor kurzem als eine der am meisten bewunderten Weinmarken der Welt ausgezeichnet.

Marchese Antinori Wines produziert heute Chiantis, Brunellos di Montalcino, Bolgheris und umbrische Weine, besitzt außerdem Weinberge im Napa Valley und hat Joint Ventures in Ungarn und im Bundesstaat Washington gegründet.

Antinori gab kürzlich der Zeitschrift Wine Vision, die von Amorim Cork Italia herausgegeben wird, ein Interview, in dem er betonte, dass Wein nicht zu einem "Luxus" werden dürfe, sondern ein Symbol für gute Lebensqualität bleiben müsse.

Er stimmte zu, dass jüngere Generationen im Gegensatz zu den über 50-Jährigen mehr an Erlebnissen, Weinclubs und Erzählungen rund um den Wein interessiert sind. "Wein wird immer mehr zu einem 'Erlebnis', das junge Menschen zunehmend suchen und das mit einer faszinierenden Geschichte verbunden ist".

Er bemerkte, dass Geschichte und Tradition Werte sind, die ihren Reiz und ihre Bedeutung zu verlieren drohen, wenn sie nicht mit Modernität und Innovation einhergehen.

Abschließend wies Antinori auf die Gefahr hin, dass der Trend zur Premiumisierung die universelle Reichweite des Weins untergräbt: "Es besteht die Gefahr, dass der Wein zu einem Produkt der Kategorie 'Luxus' wird, während er meiner Meinung nach ein Produkt der Geselligkeit, der Sozialisierung, der Harmonie, der Freundschaft, der Fröhlichkeit, des guten Essens und der Lebensqualität bleiben sollte."



WAS PASSIERT BEI AMORIM CORK

1 Seminar zur Unternehmensstrategie 2023

2 Einweihung von neuen
Produktionsanlagen

3 VITEFF 2023

4 Sommelier-Treffen in Portugal

5 Italienische Journalisten besuchen Portugal

6 Die Golden Vines® Awards

1



2



3



4



5



6



WEITERENTWICKLUNG DER NEUTRALITÄT



Bahnbrechende
superkritische Technologie



98 % Naturkorkgranulat



Niedrige und konstante
OTR-Rate



Maximale
sensorische Neutralität



-393g CO₂ /e pro Korken

