

---

# BARK to BOTTLE

#50 NOVIEMBRE '23

AMORIM CORK



## Colección François Audouze

Amorim Cork recibe la excepcional colección de tapones de corcho de François Audouze

**3** Colección François Audouze

**6** Datos Nielsen: El 71% de las 100 marcas más vendidas en EE. UU. están selladas con corcho, lo que supone un aumento del precio del 52%

**7** Investigadores descubren el secreto de las burbujas del vino espumoso

**8** António Rios de Amorim destaca los principales retos a los que se enfrentan los sectores del vino y el corcho

**10** APCOR se compromete con los consumidores chinos a revisar 60.000 vinos vendidos en línea

**12** Sea Change Wine se asocia con Amorim Cork

**13** Amorim Cork Deutschland es socio certificado FAIR'N GREEN

**14** Suber - Cork Second Life gana el prestigioso premio iF DESIGN AWARD

**15** Christophe Sauvaud, director general de Amorim Top Series France, corrió el emblemático Marathon des Sables

**16** Anuncio de los ganadores del Amorim Cap Classique Challenge 2023

**17** Amorim lanza el programa de reciclaje ReCork en Australia

**17** Sogrape y Amorim Cork se unen en una campaña de sensibilización sobre el reciclaje de tapones de corcho

**18** El enólogo toscano Piero Antinori habla de la importancia del atractivo universal del vino

**19** Qué está pasando en Amorim Cork

---

# Colección François Audouze

Amorim Cork recibe la excepcional colección de tapones de corcho de François Audouze

François Audouze, uno de los coleccionistas más conocidos de Francia y defensor de los vinos más raros y antiguos -como Romanée-Conti, Yquem, Mouton-Rothschild y otros grandes vinos emblemáticos- ha donado su prestigiosa colección de tapones y cápsulas de corcho a Amorim Cork, con más de 4.000 corchos que datan de 1700 hasta nuestros días.

La colección se expone ahora por primera vez en la Heritage House de Amorim, situada junto a la sede de la empresa, en Santa Maria de Lamas (Portugal).

La Heritage House, recientemente inaugurada, espera recibir más de 5.000 visitantes al año. El espacio museológico rinde homenaje a momentos clave de la

historia de Amorim, que abarca más de 150 años desde que la empresa comenzó a operar como fabricante de tapones de corcho para la industria del vino de Oporto.

François Audouze posee una de las mayores colecciones de vino del mundo, con más de 40.000 vinos, algunos de ellos tan antiguos como 1690. A lo largo de su vida y de su actividad profesional, ha abierto más de 20.000 botellas. También ha coleccionado cuidadosamente los tapones de corcho, algunos de los cuales tienen más de 200 años.

Desde 2003 ha organizado más de 3.000 “cenas del vino”, a las que han asistido destacados coleccionistas y aficionados, y también dirige un conocido blog y una cuenta de Instagram con 54.900 suscriptores: los “Carnets de François Audouze”.



Audouze es famoso por su técnica especial de apertura de botellas viejas conocida como “oxigenación lenta”, que consiste en extraer muy lentamente el tapón de corcho, 4-5 horas antes de consumir el vino, lo que evita la necesidad de decantarlo y mantiene el vino estable para la comida en la que se va a consumir.

En una entrevista exclusiva, François Audouze explicó que su afición al vino es esencialmente autodidacta, basada en el seguimiento de sus gustos personales. Cuando de joven acudió a una cata a ciegas y probó una botella de Sauternes de la cosecha de 1923, dijo “casi me caigo de la silla”. A partir de ese momento empezó a comprar vinos viejos, sobre todo para beberlos, en lugar de guardarlos en una bodega. “En un momento me di cuenta de que la verdad está en los vinos viejos”, confiesa.

**Tiene un inventario completo de los 40.000 vinos de su colección, con referencia del nombre, la añada e incluso la distancia entre el tapón de corcho y el vino en el cuello de la botella.**

Explicó cómo ha evolucionado su gusto con el tiempo: “Cuando era joven bebía muchos coñacs y armañacs, pero ya no lo hago, porque a cierta edad tus preferencias cambian. Descubrí que el champán añejo es maravilloso y ahora compro, muy sería y significativamente, champán añejo. Porque en mi familia se decía que un champán después de 10 años está muerto. Pero es todo lo contrario, ¡empieza a vivir!”.

Enalteció la calidad de los tapones de corcho para preservar a largo plazo la vitalidad del champán. “Por poner un ejemplo, la mejor botella de Dom Perignon que he bebido fue de la cosecha de 1929. La mejor Veuve Cliquot era de 1947. El mejor champán que he probado es un Maison Juglar, de una bodega que desapareció en 1829. Bebí una botella de Juglar de 1820. Había tanta emoción que tuve la sensación de que estaba bebiendo ese vino como lo habría hecho un hombre de 1840, ¡y la emoción de pensar que lo que estaba bebiendo era exactamente lo mismo que había bebido un hombre de 1840 era fantástica!”.

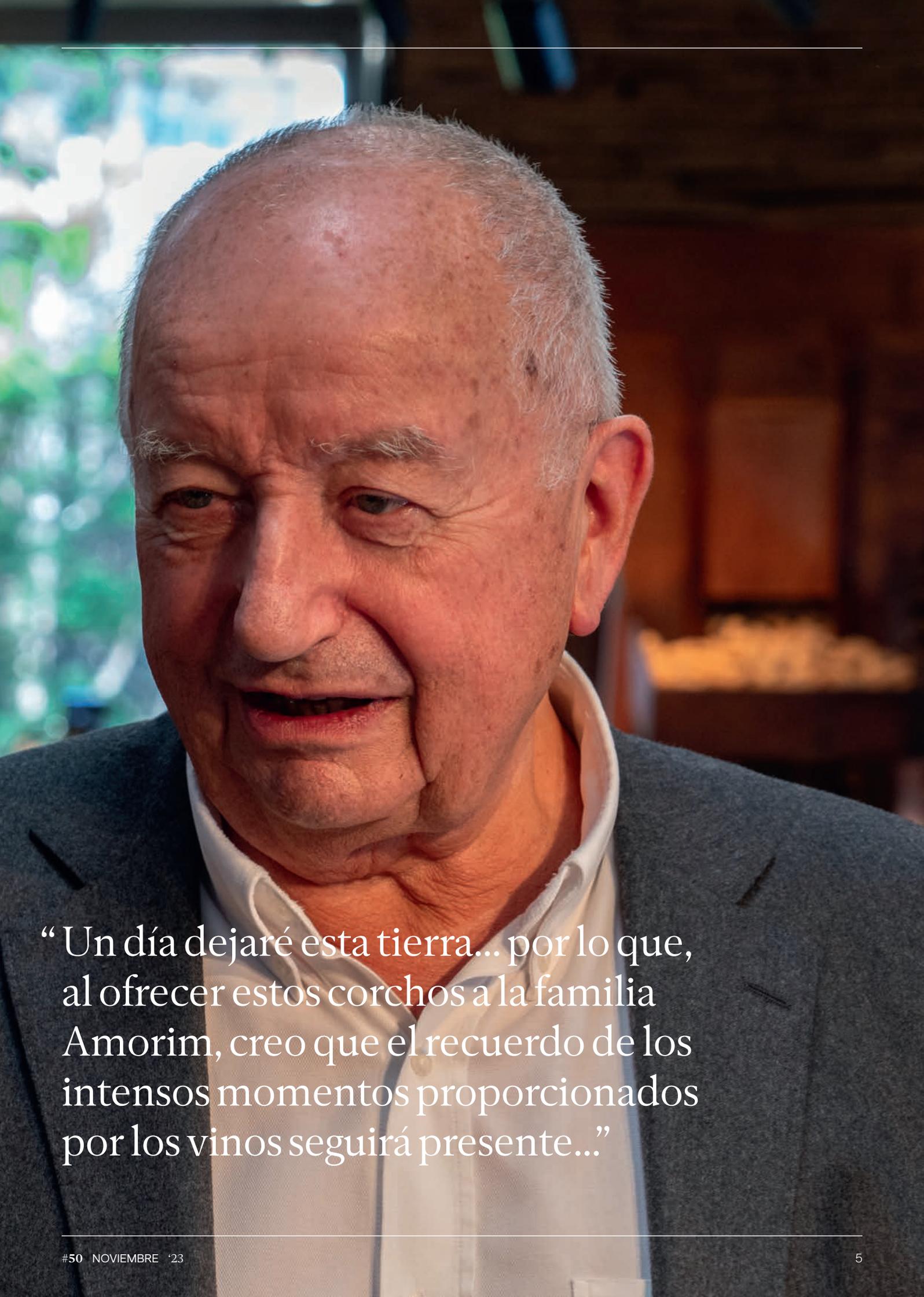
Añadió que nunca había experimentado un cambio en el sabor de sus vinos por el tapón de corcho. También explicó que está en contra de volver a sellar porque entra aire nuevo en la botella y eso afecta al vino.

Por ejemplo, dice que el mejor vino Chateau d’Yquem que ha probado fue una cosecha de 1863 que aún conservaba su tapón de corcho original. “Era absolutamente fantástico”.

En relación con los vinos portugueses, dado que su principal área de interés son los vinos viejos, se ha centrado casi exclusivamente en los vinos de Oporto y Madeira: “¡He bebido más vinos viejos de Madeira y Oporto que mucha gente de Portugal!”, dice con una sonrisa.

António Rios de Amorim, presidente y CEO de Amorim, ha manifestado su satisfacción por la donación de la colección de tapones de corcho: “Amorim Cork y Portugal en general son líderes mundiales en la industria del corcho. Muchos de estos tapones antiguos, cargados de historia, vuelven efectivamente a sus orígenes, cerca del mítico alcornocal del Alentejo. Cuidaremos con especial esmero esta magnífica colección, que se expondrá junto a la planta de producción de corcho natural más moderna del mundo.”

François Audouze añadió: “Un día dejaré esta tierra... por lo que, al ofrecer estos corchos a la familia Amorim, creo que el recuerdo de los intensos momentos proporcionados por los vinos seguirá presente. A través de esta donación a una empresa y a una familia que comparten este deseo de eternidad, eso es precisamente lo que intento conseguir.”



---

“Un día dejaré esta tierra... por lo que, al ofrecer estos corchos a la familia Amorim, creo que el recuerdo de los intensos momentos proporcionados por los vinos seguirá presente...”



# Datos Nielsen: El 71% de las 100 marcas más vendidas en EE. UU. están selladas con corcho, lo que supone un aumento del precio del 52%

Los datos revelados recientemente por Nielsen sobre las ventas de vino en EE. UU. por tipo de cierre de las 100 principales marcas de primera calidad han puesto de manifiesto una clara preferencia por los vinos con tapón de corcho entre los consumidores estadounidenses.

Los datos también revelaron una clara prima de precio para los vinos cerrados con tapón de corcho, que de media alcanzaron un precio un 52% superior, con un precio medio de 18,82\$, es decir, 6,40\$ más que el precio medio de los vinos cerrados con tapones alternativos. La prima de precio parece ir en aumento: en el estudio anterior, de marzo de 2022, era del 44%, lo que sugiere un reforzamiento de la preferencia por el corcho en los últimos 12 meses.

Los vinos con tapón de corcho generaron mayores ingresos totales en el caso de los vinos con un precio superior a 15 dólares, y un claro dominio en el caso de los vinos con un precio superior a 20 dólares, donde más del 90% de los vinos tienen tapón de corcho.

Las ventas por punto de distribución fueron un 62% superiores para los vinos tapados con corcho en comparación con los vinos tapados con tapones alternativos.

---

# Investigadores descubren el secreto de las burbujas del vino espumoso

Investigadores de la Universidad de Brown y de la Universidad de Toulouse acaban de redactar un estudio de mecánica de fluidos, publicado en *Physical Review Fluids*, que explica por qué las burbujas del champán, y otros vinos espumosos, suben en línea recta, en contraste con las burbujas producidas por las bebidas carbonatadas, que tienden a desviarse en distintas direcciones.

El autor principal del trabajo, el profesor de ingeniería de la Universidad de Brown, Roberto Zenit, declaró: “Nuestro plan maestro es hacer comprender a la gente que la mecánica de fluidos es importante en su vida cotidiana”.

La estable cadena de burbujas que generan los vinos espumosos se debe a ingredientes que actúan como “tensoactivos”, que son compuestos que ayudan a reducir las tensiones entre el líquido y las burbujas de gas, facilitando un suave movimiento ascendente. Son las mismas moléculas proteínicas que dan sabor y singularidad al vino espumoso las que también generan una cadena de burbujas estable.

El estudio también demostró que las burbujas de los vinos espumosos tienden a ser mayores que las generadas por otras bebidas. Por ejemplo, las burbujas de agua carbonatada no tienen tensoactivos y, por tanto, son siempre inestables.

Para observar las cadenas de burbujas, los investigadores sirvieron vasos de distintas bebidas carbonatadas, como agua con gas Pellegrino, cerveza Tecate, champán Charles de Cazanove y un brut español.

A continuación, los investigadores utilizaron una aguja para inyectar gas en las bebidas, experimentando con distintos tamaños de burbuja y la adición de diferentes tensoactivos.

El autor principal del estudio, Zenit, sugirió que los resultados tienen múltiples aplicaciones prácticas, como la mezcla inducida por burbujas en tanques de aireación de tratamiento de aguas.



---

# António Rios de Amorim destaca los principales retos a los que se enfrentan los sectores del vino y el corcho

António Rios de Amorim fue entrevistado en la más reciente edición de la revista Amorim Wine Vision, publicada por Amorim Cork Italia, en colaboración con el medio Wine Meridian.

La entrevista se centró en los tapones de vino, que representan alrededor del 70% de la facturación del grupo.

Al presidente de Amorim se le preguntó inicialmente por las estrategias más eficaces para establecer la marca de la empresa en el mercado. Dado que Amorim es una empresa B2B, subrayó que el producto clave es el propio vino, y que el corcho desempeña un papel accesorio.

**“El corcho es una opción sostenible y de calidad”, explica. “Utilizando tapones de corcho podemos mejorar la huella de carbono de las botellas de vino en torno a un 30%. Pero también debemos fijarnos en el rendimiento técnico, mostrando cómo los tapones de corcho pueden influir en la evolución y el desarrollo del vino embotellado”.**

António Rios de Amorim analizó la creciente brecha entre los segmentos de vinos de gama alta y de gama básica, identificando cinco tendencias clave en cada segmento. Para los vinos de gama alta:

- un claro enfoque en el terruño;
- mayor importancia de los canales de venta directa al consumidor para las bodegas estadounidenses y del Nuevo Mundo;
- creciente relevancia de los concursos, premios y clasificaciones de vinos;
- creciente presencia de la viticultura biodinámica y las prácticas ecológicas y sostenibles, por ejemplo, el modelo de Borgoña;

- la creciente demanda y calidad de los vinos sin alcohol o de baja graduación.

Para el segmento de los vinos de entrada de gama, identificó un énfasis cada vez mayor en:

- sostenibilidad;
- marca mundial;
- bajo contenido de alcohol;
- innovación tecnológica y etiquetado interactivo;
- impacto calórico.

A continuación, se preguntó a António Rios de Amorim por los principales cambios y evoluciones que observa en el mercado vitivinícola, donde identificó cinco tendencias clave:

- la premiumización, en la que la actual situación mundial penaliza a los vinos de gama baja;

- nivel relativamente bajo de consumo de vino en China;

- mayor consumo de vinos blancos y rosados;

- aumento del consumo de vinos espumosos;

- aumento del consumo de bebidas espirituosas, a través de cócteles.

En conjunto, considera que la situación general del mercado vitivinícola ha vuelto a los niveles anteriores a la crisis de COVID, pero los vinos de gama baja están perdiendo volumen y el crecimiento de las bebidas espirituosas está frenando la demanda de algunos vinos.

**“El mundo del vino tiene una fuerte dimensión cultural (además de medioambiental, social y económica) y creo que habrá crecimiento desde este punto de vista. Esto afectará negativamente al consumo de vinos de entrada. Para cambiar esta dinámica tenemos que esperar a la recuperación del mercado chino y a un mayor empuje del mercado estadounidense”.**

Preguntado por las principales innovaciones tecnológicas e industriales del grupo, António Rios de Amorim afirmó que, a través de sus importantes inversiones en I+D+i, el grupo ha aumentado el rendimiento de los tapones de corcho mediante soluciones pioneras como Naturity®, Xpür® y NDtech®, que aumentan la fiabilidad de los tapones de corcho en todas las gamas y segmentos.

**“Hemos eliminado el problema de la contaminación del corcho y ahora es el momento de confirmar científicamente que el corcho puede añadir valor al vino”, añadió.**



En vista de la creciente importancia de la premiumización en el mercado del vino, se le preguntó si los tapones de corcho pueden beneficiarse de esta tendencia.

“Los mejores vinos del mundo siempre han elegido el corcho. La industria del vino es un mundo de aspiraciones, y todas las bodegas quieren hacer vinos icónicos. El éxito comercial de Amorim se basa en su fuerte cuota de mercado y en el hecho de que sus tapones son utilizados por las mejores marcas de vino del mundo. Invertimos en I+D para demostrar científicamente que los tapones de corcho benefician al vino y hemos cuantificado este valor añadido”.

Por último, se le pidió que identificara los objetivos clave perseguidos por Amorim en relación con los objetivos de sostenibilidad y economía circular. El Presidente de Amorim explicó que el grupo ha sido pionero en lo que respecta a la demostración de la huella de carbono negativa de la producción de corcho, ya que por cada tonelada de corcho producida se retienen 73 toneladas de CO<sub>2</sub>, pero considera, no obstante, que es necesario centrarse más en la circularidad del producto al final de su vida útil.

Italia es un caso de estudio en este sentido, sugiere, ya que Amorim recupera 30 millones de corchos al año, que se reutilizan para diseño de interiores o aislamiento o productos.

“Nos esforzamos por reproducir el ejemplo italiano en otros países del mundo, por ejemplo, Sudáfrica. Para nosotros no hay residuos, ya que los tapones de corcho usados son simplemente materia prima. Tenemos que mejorar nuestro proceso logístico para reciclar los tapones de corcho usados. El corcho es un material único que tiene unas características técnicas y sostenibles espectaculares.”

Añadió que Amorim recicla 240 millones de tapones de corcho al año en todo el mundo, con unos 30 millones de tapones en Italia. Pero se trata de un nivel relativamente pequeño, ya que Amorim produce 25 millones de tapones al día.

A continuación, habló de los logros de la iniciativa de reciclaje Suber Design de Amorim Cork Italia, que recoge tapones de corcho usados y los utiliza para crear objetos de diseño de interiores y que fue lanzada por Amorim en 2011, implicando la cooperación con organizaciones sin ánimo de lucro en Italia.

“Fue increíble presentar este proyecto en el Salón del Mueble de Milán o en la Bienal de Venecia. La conexión con el mundo de la arquitectura, el diseño y el arte siempre es una oportunidad para nosotros de realzar el valor del corcho y destacar su valor añadido.”

---

# APCOR se compromete con los consumidores chinos a revisar 60.000 vinos vendidos en línea

La Asociación Portuguesa del Corcho (APCOR) ha llevado a cabo un estudio reciente en China, en colaboración con la base de datos de vinos en línea 9KaCha que mostró que el 95% de los más de 60.000 vinos del sitio con información sobre el “tipo de cierre” están sellados con tapones de corcho. El análisis de los datos de 2022 correspondientes a los cinco países con más búsquedas de vino en 9KaCha también mostró que más del 90% de los vinos de cuatro de estos países están cerrados con tapón de corcho.

Los consumidores chinos tienen una gran preferencia por los vinos tapados con corcho, como confirma un estudio de mercado de 2021 que reveló que 95 de los 100 vinos más vendidos en China utilizan tapones de corcho.

Dado que el mercado chino del vino conserva un papel importante en el comercio internacional, cada vez son más los consumidores que utilizan 9KaCha para obtener más información sobre cada vino. Esto ha llevado recientemente a Haier, el gigante chino de los electrodomésticos, a invertir 10 millones de dólares en la aplicación para aprovechar su base de datos de más de 500.000 vinos y su sistema de reconocimiento de etiquetas.

APCOR decidió poner en marcha un programa de educación sobre el corcho con 9KaCha en noviembre de 2022. Cada vez que uno de los 8,3 millones de usuarios de 9KaCha busque información sobre un vino a través de su aplicación o su sitio web, recibirá información sobre el tipo de tapón utilizado, junto con datos sobre la bodega, las uvas, la región, el estilo de vino y el contenido de alcohol.

Carlos de Jesus, director de comunicación de Amorim y director operativo del programa de marketing internacional de APCOR explicó: “Llevamos más de diez años explicando a los consumidores chinos los beneficios del corcho natural para los vinos y su dominio en el mercado mundial de tapones. Sin embargo, estos mensajes serían más convincentes cuando los usuarios comprueban que, al buscar información sobre vinos en una fuente de terceros de confianza como la plataforma 9KaCha, 9 o a veces 10 de cada 10 veces los resultados indican que los vinos están cerrados con un tapón de corcho.”

Shao Chaoyang, cofundador de 9KaCha, añadió: “Los consumidores chinos de vino y los profesionales del comercio del vino son ahora muy maduros y exigentes. Un aspecto nuevo y cada vez más importante que los consumidores quieren conocer es la defensa de la sostenibilidad y el valor de mercado de un vino, que se indica mejor por el tipo de cierre que utiliza.”

Esto refleja una tendencia mundial más amplia que se ve reforzada por la creciente demanda de plataformas de vino en línea.

Wine.com, el mayor minorista de vinos en línea de Estados Unidos reveló recientemente datos que indican que cuanto más valorado está un vino, más probable es que esté cerrado con un corcho.

SevenFifty Daily, el portal en línea líder en el sector de las bebidas y la cultura ha señalado que la creciente defensa de la sostenibilidad por parte de los consumidores a la hora de comprar vino es la principal tendencia entre las seis tendencias de la industria vitivinícola a tener en cuenta hasta 2023, y ha señalado que los tapones de corcho se consideran más ecológicos que los tapones alternativos.





## Sea Change Wine se asocia con Amorim Cork

Sea Change, una empresa vinícola familiar fundada hace más de 15 años, produce y distribuye vinos ecológicos galardonados a 20 mercados clave de todo el mundo, como el Reino Unido, Europa continental, Estados Unidos y Canadá, Hong Kong, Oriente Medio y las Maldivas.

Cada botella vendida va acompañada de una donación a organizaciones benéficas marinas y, hasta la fecha, la empresa ha recaudado 350.000 euros para apoyar proyectos que luchan contra la contaminación de los mares por plásticos.



Sus botellas también combaten la contaminación mediante el uso de tapones de corcho natural, la eliminación de la cápsula de plástico alrededor del corcho, botellas de vidrio más ligeras y el uso de papel certificado FSC® procedente de bosques sostenibles, fabricado en parte con residuos de la uva.

Como parte de su enfoque sin plásticos, Sea Change Wine ha evaluado el impacto detallado de una botella de vino típica, lo que los llevó a Amorim Cork gracias a sus sólidas credenciales de sostenibilidad y también por la íntima conexión de la empresa con los alcornocales.

Conocer el poder de las algas marinas gracias a una organización benéfica marina ayudó a Sea Change Wine a darse cuenta de que los alcornocales y los bosques submarinos de algas marinas tienen muchas cosas en común y ambos desempeñan un papel vital en la lucha contra el cambio climático.

Ambos están repletos de biodiversidad. Los bosques de algas se componen de grandes algas pardas que crecen rápidamente formando densas agrupaciones parecidas a un bosque de alcornocales. Algunas especies de algas pueden alcanzar los 50 m de altura.

Los bosques de algas cubren un tercio de las costas del mundo, dan sustento a millones de personas y fomentan hábitats biodiversos, y tanto los bosques de algas como los de alcornocales desempeñan un papel clave en la captura y almacenamiento de carbono, actuando como sumideros de carbono. Pero los bosques de algas están en declive en todo el mundo.

La asociación entre Amorim y Sea Change Wine ilustra cómo un producto natural de la tierra puede beneficiar en última instancia al océano.

Carlos de Jesus, director de comunicación de Amorim, comentó: “En Amorim estamos encantados de ver un proyecto de vino sostenible que no solo está apoyando a la industria del corcho, sino que está demostrando que la sostenibilidad no es solo algo “bonito de tener” para los consumidores, sino que puede ser un motor clave para el éxito empresarial.”

Toby Hancock, director de Sea Change Wine, añadió: “La respuesta de los consumidores al planteamiento de Sea Change Wine ha sido abrumadora, y estamos encantados de colaborar estrechamente con Amorim como socio clave para dar vida a este proyecto.”

# Amorim Cork Deutschland es socio certificado FAIR'N GREEN

Amorim Cork Deutschland es la primera empresa de taponos del mundo en recibir la certificación de sostenibilidad FAIR'N GREEN, que es una etiqueta de certificación reconocida internacionalmente y orientada a la práctica para la sostenibilidad holística en la viticultura.

Es la única etiqueta de sostenibilidad en viticultura con representación internacional.

La certificación se lanzó inicialmente para las bodegas, implicándolas en su desarrollo. Su objetivo es incluir a toda la cadena de valor, es decir, también a los socios anteriores y posteriores de la cadena de valor y, por lo tanto, otros socios también pueden convertirse en socios certificados, incluidos los socios de los ámbitos de la impresión de etiquetas, la transformación del corcho y el comercio del vino.

El objetivo es hacer sostenible toda la cadena de valor.

Amorim Cork Deutschland es la primera empresa transformadora de corcho certificada. Actualmente, más de 140 miembros de 9 países están certificados.

Los socios certificados pueden utilizar la etiqueta FAIR'N GREEN para garantizar una comunicación transparente.

Las empresas certificadas, incluidas las bodegas y los socios de la cadena de valor, colaboran con la ciencia, la investigación y otras partes interesadas en la viabilidad futura del sector vitivinícola.

Una de sus primeras iniciativas fue la Save Climate Initiative, que engloba iniciativas como el uso de botellas de vidrio ligeras.

El director general de Amorim Cork Deutschland, Gert Reis, comentó: “En Amorim Cork Deutschland, creemos firmemente que las empresas tienen una responsabilidad con el medio ambiente y la sociedad. La certificación FAIR'N GREEN nos permite subrayar aún más nuestro compromiso con la sostenibilidad y la protección del medio ambiente y recordar a nuestros clientes actuales y potenciales que están eligiendo un tapón de vino o champán respetuoso con el medio ambiente y una empresa sostenible.”



---

# Suber - Cork Second Life gana el prestigioso premio iF DESIGN AWARD

La colección Suber Design de Amorim Cork Italia ha ganado un iF DESIGN AWARD, uno de los premios de diseño más prestigiosos del mundo, por la mesa Corbula, que obtuvo el máximo galardón en la sección Producto de la categoría Mobiliario/Decoración del Hogar.

La mesa Corbula se asemeja a una semiesfera, con un tablero extraíble en el que se pueden guardar distintos objetos. Su elegante diseño armoniza con los demás artículos de la colección basada en dos conciencias: que el bienestar humano no puede separarse del planeta, y que las materias primas son cada vez más preciadas.

La nueva visión ética y estética de la colección Suber se basa en principios de sostenibilidad.

La colección incluye mesas, taburetes, lámparas, perchas, cubos y paragüeros de corcho reciclado.

Se trata de una evolución natural del programa de reciclaje ETICO de Amorim Cork Italia, que implica a organizaciones sin ánimo de lucro de Italia en la recogida de tapones de corcho usados para darles una segunda vida.

Los iF DESIGN AWARDS están organizados por iF International Forum Design GmbH, el organismo independiente de diseño más antiguo del mundo, con sede en Hannover.

La mesa Corbula fue seleccionada entre unas 11.000 candidaturas de 56 países por un jurado de 133 miembros, compuesto por expertos independientes de todo el mundo.

Otros premios recientes obtenidos por la Suber Design Collection incluyen el 2023 Green Good Design Award de The Chicago Athenaeum: Museo de Arquitectura y Diseño y el Centro Europeo de Arquitectura, Arte, Diseño y Estudios Urbanos.

También ha sido preseleccionada recientemente para un premio al producto ecológico. En 2022, la colección ganó el C-IDEA Golden Award 2022, uno de los premios anuales de diseño más prestigiosos de Australia.



---

# Christophe Sauvaud, director general de Amorim Top Series France, corrió el emblemático Marathon des Sables

Tras 60 horas de agotadora carrera bajo un calor sofocante, el director general de Amorim Top Series France, Christophe Sauvaud, completó los 250 km del maratón del desierto.

Considerado uno de los maratones más duros del mundo, el 37º Marathon des Sables se celebró a finales de abril de 2023, en el corazón del Sáhara marroquí, en la provincia de Erfoud, con unos 1.100 atletas de 55 países.

Los 250 km se dividen en 6 etapas que atraviesan diferentes paisajes áridos: llanuras pedregosas, dunas arenosas, mesetas rocosas y djebels.



La Etapa 4, de 90 km, se considera la más dura, con largas extensiones de desierto arenoso.

No se trata sólo de sobrevivir a temperaturas extremas, con temperaturas cercanas a cero por la noche y superiores a 40°C e incluso picos por encima de 50°C durante el día, sino también de mantener la concentración en un paisaje desolado donde los principales puntos de referencia son los compañeros atletas y los puntos de control, a intervalos de aproximadamente 10km.

Cada corredor debe llevar todo su equipo y comida, excepto la cantidad limitada de agua que la organización proporciona en cada punto de control.

Los atletas comparten tiendas para descansar y tienen que gestionar su hidratación, dieta y recuperación.

En la 37ª edición, el 30% de los atletas no pudieron completar la carrera, resultando ser la segunda edición más difícil desde la de octubre de 2021.

Christophe Sauvaud ha confesado que fue una experiencia que le cambió la vida: “El tiempo pasa muy deprisa, pero me siento como si aún estuviera en el desierto. Esta carrera marcó fundamentalmente mi vida y mi cuerpo. Creo que nunca antes había llegado tan lejos en mis recursos físicos y mentales. Aislado, desconectado en la inmensidad del desierto a la vez magnífico, pero también terriblemente hostil y que te hace preguntarte cada segundo, cada minuto sobre ti mismo.

El Marathon des Sables no es sólo un desafío físico. Es también encuentros inesperados, risas, amistades que se crean, momentos dolorosos... la alegría de compartir esta vida comunitaria, esta vida sencilla.

El desierto te empuja a la introspección y este Marathon des Sables 2023 ha sido una aventura realmente increíble. Qué placer y qué emoción compartida.

¿Volveré? No voy a cerrar la puerta a esta idea loca...”

# Anuncio de los ganadores del Amorim Cap Classique Challenge 2023

Amorim Cap Classique Challenge - el principal certamen sudafricano de vinos espumosos fermentados Cap Classique, que se celebra anualmente desde 2002 - acaba de anunciar los ganadores de su 22ª edición.

KWV Laborie recibió el premio al Mejor Productor General, con el Laborie Blanc de Blancs 2017, y también el trofeo del concurso al Mejor Blanc de Blancs.

Otros ganadores de trofeos fueron Domaine des Dieux Claudia 2017 (Mejor Brut), Louisvale MCC Rosé NV (Mejor Rosado), Newstead Blanc de Blanc 2016 (Mejor Cap Classique de Envejecimiento Prolongado para añadas de 2016 en adelante) y Darling Cellars Nectar 2020 (Mejor Néctar).

Patrocinado por Amorim Cork, el certamen se celebra en colaboración con la Asociación de Productores de Cap Classique. Este año se batió el récord de participación en el concurso, con 157 vinos.

“El propio nombre ‘Cap Classique’ se ha convertido en una marca en sí mismo”, señaló Joaquim Sá, director general de Amorim Cork en Sudáfrica. “Es orgullosamente sudafricano y una representación a la moda del efervescente estilo de vida asociado al estallido de un corcho y al chispeante chapoteo del vino en una copa”.

Heidi Duminy, Cape Wine Master, que convocó al jurado, comentó: “Tenemos mucho que celebrar en la categoría Cap Classique en general, ya que cada vez más productores están cosechando la recompensa de la paciencia con una evidente elevación de la complejidad con el tiempo sobre lías, equilibrada por una actitud frutal e intrincadas burbujas finas”.

Se concedieron medallas de oro por Cap Classiques excepcionales a los siguientes productores en las distintas categorías:

Doble Oro Blanc de Blancs - Simonsig Cuvée Royale 2018, Graham Beck Blanc de Blancs 2018, Newstead Blanc de Blancs 2017, L’Ormarins Blanc de Blancs 2018.

Doble Oro Brut - Simonsig Kaapse Vonkel Brut 2019, Pongracz Desiderius 2015, Graham Beck uvée Clive 2018.

Doble Oro Crianza Prolongada - Lourensford Cuvée 124 2011, Weltevrede Philip Jonker The Ring 2013.

Michael Fridjhon, destacado crítico de vinos y personalidad sudafricana, recibió el Trofeo del Legado de Frans Malan, que lleva el nombre del pionero de Cap Classique.



## Amorim lanza el programa de reciclaje ReCork en Australia

Como parte de su compromiso más amplio con los principios de sostenibilidad y economía circular, Amorim está reforzando sus iniciativas de reciclaje de tapones de corcho en todo el mundo.

En Australia, Amorim ha lanzado recientemente ReCork, en colaboración con la organización de reciclaje Save Our Soles, la marca australiana de calzado y ropa R.M. Williams y la cadena de licorerías Dan Murphy's.

La nueva campaña se suma a otros proyectos de reciclaje de tapones de corcho, como Green Cork en Portugal, ReCork en EE.UU. y Canadá, EcoBouchon en Francia y Etico en Italia.

Las propiedades únicas del corcho, unidas a sus credenciales de sostenibilidad, han hecho que, además de en los cierres de vino, se utilice en una amplia variedad de sectores, como la moda, la arquitectura, la industria aeroespacial, los vehículos de motor, los espacios públicos y la construcción.

### El corcho reciclado no se utiliza para tapones de vino, pero puede emplearse en otros sectores.

La campaña australiana ReCork permite a los consumidores devolver sus corchos de vino usados a 52 tiendas Dan Murphy's participantes, que los enviarán a una planta granuladora donde los corchos se triturarán en pequeñas partículas.

El socio del programa de reciclaje es Save our Soles, un proveedor australiano de suelos reciclados ideales para aplicaciones comerciales y domésticas.

El fundador de Save Our Soles, John Elliott, lleva reciclando productos a gran escala en Australia desde 2008, cuando colaboró por primera vez con Nike para reciclar zapatillas deportivas y poner en marcha el movimiento de reciclaje de calzado en Australia. Comentó: "Estoy realmente emocionado de trabajar con estas grandes empresas para ofrecer un resultado más responsable con nuestros tapones usados en Australia".

Save Our Soles reutilizará los tapones de corcho para fabricar alfombrillas antifatiga de corcho compuesto y prototipos de suelas de calzado para R.M. Williams.

Carli Davis, Directora de Sostenibilidad y RSC de R.M. Williams, comentó: "Al recoger, granular y procesar los tapones de corcho en una rellanadora de corcho en tierra, estamos desarrollando una solución que puede reducir nuestra huella de carbono, reciclar materiales existentes y apoyar la innovación y el empleo en Australia."

El proyecto cuenta con el apoyo del gobierno de Australia Meridional a través del programa de subvenciones para el desarrollo de mercados de economía circular de Green Industries SA.



## Sogrape y Amorim Cork se unen en una campaña de sensibilización sobre el reciclaje de tapones de corcho

Amorim Cork y Sogrape, las dos mayores empresas portuguesas de los sectores del corcho y el vino respectivamente, promueven la campaña "Una historia que preservar" en las Ferias del Vino, que pretende llegar a unos 200 puntos de venta en Portugal y Madeira.

La campaña también incluirá un área de activación en unas 40 tiendas donde los consumidores podrán depositar sus tapones de corcho, que luego se enviarán a Amorim Cork para su reciclaje.

Mafalda Guedes, responsable de Comunicación Corporativa y Sostenibilidad de Sogrape, afirma que "a través de nuestra colaboración con Amorim Cork, esta iniciativa responde a uno de los compromisos de nuestro Programa Global de Sostenibilidad -Seed the Future-, que es avanzar en la conservación de la Biodiversidad, con soluciones basadas en la Circularidad y la Naturaleza para allanar el camino hacia un planeta más sano".

El director general de Amorim Cork, Luís Esteves, añade: "Este es un paso importante en una asociación que comenzó hace varias décadas. Las exigencias de Sogrape en términos de rendimiento técnico e innovación siempre han sido una gran motivación para nosotros. Esta nueva iniciativa de reciclaje refuerza esa asociación de forma muy ilustrativa, completando la circularidad de nuestros productos, algo crucial en nuestras respectivas estrategias de sostenibilidad."



---

## El enólogo toscano Piero Antinori habla de la importancia del atractivo universal del vino

Piero Antinori es el director general de Marchese Antinori Wines, una empresa vinícola familiar de 600 años de antigüedad que ha transformado radicalmente desde que tomó las riendas de su padre, Niccolò, en 1966.

En colaboración con el enólogo Giacomo Tachis, buscaron inicialmente el asesoramiento del enólogo bordelés Émile Peynaud. Mediante la sustitución de variedades de uva en los viñedos, incluida la experimentación con variedades francesas y el desarrollo de un nuevo enfoque de la bodega, lanzaron una serie de nuevos vinos toscanos, empezando por Tignanello, en 1970, seguido posteriormente por Solaia.

En 1999, Antinori ganó el Distinguished Service Award de Wine Spectator. Su empresa ha sido aclamada recientemente como una de las marcas de vino más admiradas del mundo.

Marchese Antinori Wines produce actualmente Chiantis, Brunellos di Montalcino, Bolgheris y vinos de Umbría, también posee viñedos en el valle de Napa y ha creado empresas conjuntas en Hungría y el estado de Washington.

Antinori concedió recientemente una entrevista a la revista Wine Vision, publicada por Amorim Cork Italia, en la que subrayó que el vino no debe convertirse en un “lujo” y debe seguir siendo un emblema de buena calidad de vida.

Coincidió en que las generaciones más jóvenes, a diferencia de los mayores de 50 años, están más interesadas en las experiencias, los clubes de vino y las narraciones relacionadas con el vino. “El vino se está convirtiendo cada vez más en una ‘experiencia’ que los jóvenes buscan, que implica una narrativa fascinante”.

Comentó que la historia y la tradición son valores que corren peligro de perder su encanto y significado si no van acompañados de modernidad e innovación.

Antinori concluyó subrayando el peligro de que la tendencia a la premiumización pueda socavar el alcance universal del vino: “El peligro es que el vino se convierta en un producto perteneciente a la categoría de ‘lujo’, mientras que en mi opinión debería seguir siendo el producto de la convivencia, la socialización, la armonía, la amistad, la alegría, la buena comida, la calidad de vida”.



# QUÉ ESTÁ PASANDO EN AMORIM CORK

1 Seminario Estrategia Corporativa 2023

2 Inauguración de nuevas unidades industriales

3 VITEFF 2023

4 Encuentro de sumilleres en Portugal

5 Periodistas italianos visitan Portugal

6 Golden Vines® Awards

1



2



3



4



5



6



# NEUTRALIDAD AUMENTADA



**Tecnología de super crítico**  
innovadora



**98%** corcho natural



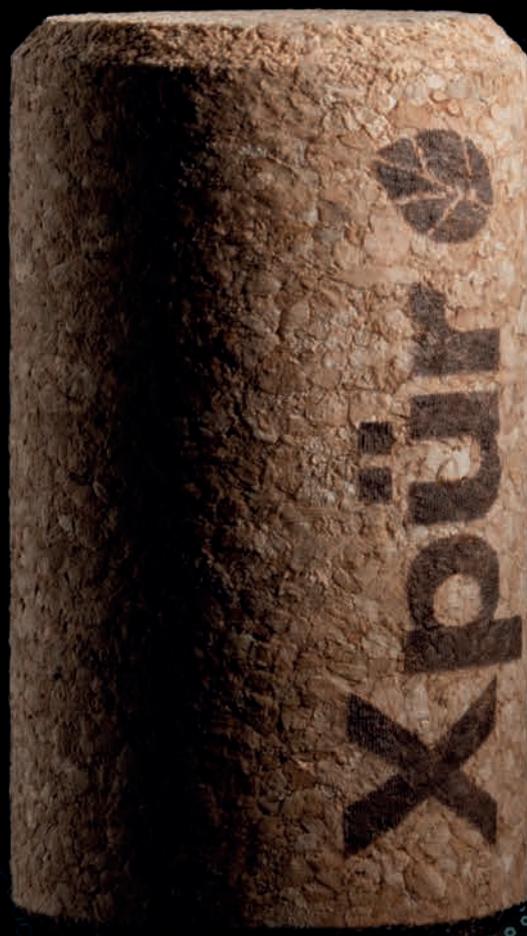
**Transferencia de O<sub>2</sub>**  
baja y consistente



Máxima  
**protección organoléptica**



**-393g CO<sub>2</sub> /e** por tapón



AMORIM CORK

[amorimcork.com](http://amorimcork.com)

 [amorimcorkstoppers](https://www.instagram.com/amorimcorkstoppers)

**Xpür** 