
BARK to BOTTLE

#43 MAYO '20

AMORIM CORK

Un reciente estudio confirma la huella de carbono negativa de los tapones de Amorim Cork

Amorim refuerza sus credenciales de sostenibilidad en su 150 aniversario



- 3** Un reciente estudio confirma la huella de carbono negativa de los tapones de Amorim Cork
- 6** La revista de vinos alemana Der Deutsche Weinbau revela que los tapones de corcho se utilizan en el 62 % de los tintos alemanes
- 8** 150 años aprovechando el corcho - Amorim celebra su 150 aniversario como líder mundial en el sector del corcho
- 10** COVID-19 - Amorim adopta estrictas medidas para proteger a sus empleados y clientes
- 11** El corcho ocupa un lugar destacado en el stand de Moët Hennessy en la Vinexpo de París
- 12** City Cortex: el futuro es ahora
- 13** NDtech Sparkling gana un premio a la innovación
- 13** El bodeguero español Álvaro Palacios adquiere los tapones de corcho natural más caros del mundo
- 14** Regacork: el innovador proyecto de Amorim que permite cosechar antes el corcho virgen
- 15** Amorim patrocina dos prestigiosos concursos de vinos

Un reciente estudio confirma la huella de carbono negativa de los tapones de Amorim Cork

309 gramos de CO₂ por cada tapón de corcho natural, y 562 por cada tapón para vinos espumosos

Amorim refuerza sus credenciales de sostenibilidad en su 150 aniversario.

Salvaguardar la biodiversidad del planeta, luchar contra el cambio climático y fomentar la sostenibilidad son objetivos más importantes que nunca.

El compromiso de Amorim con la sostenibilidad y la economía circular constituye la base de nuestra actividad empresarial.

Todo empieza en el alcornoque — uno de los 36 puntos calientes de la biodiversidad de nuestro planeta —, pero este compromiso se extiende a lo largo de todas las unidades comerciales del Grupo.

Un reciente estudio basado en el análisis del ciclo de vida ha demostrado que este compromiso con la sostenibilidad rinde importantes dividendos para nuestra empresa, ya que nos permite proporcionar tapones de corcho de gran calidad al mercado internacional de vinos y bebidas espirituosas.

Los tapones de corcho natural y para vinos espumosos de Amorim presentan una huella de carbono negativa, y estos últimos tienen el mayor nivel de retención de CO₂ del sector.

Estas son las conclusiones del estudio encargado por Corticeira Amorim y realizado de modo independiente por la consultoría EY en diciembre de 2019.

El estudio abarcó desde el suelo de los bosques hasta los tapones ya terminados, y concluyó que los tapones de corcho son los mejores aliados del sector vinícola en su batalla para maximizar la sostenibilidad.

Los consumidores valoran cada vez más los productos que ayudan a proteger el planeta.

El estudio confirma que cada tapón de corcho natural captura hasta 309 gramos de CO₂, mientras que los tapones para vinos espumosos, formados por dos discos de corcho natural, llegan a retener incluso 562 gramos.

Esto significa que los tapones de corcho pueden compensar la huella de carbono de las botellas de vidrio de 75 centilitros, las cuales liberan entre trescientos y quinientos gramos de CO₂ cada una, dependiendo de su peso.

Así pues, los tapones de corcho resultan de gran ayuda para que las bodegas puedan alcanzar una huella de carbono cero.

El corcho y el vino han sido aliados naturales durante siglos precisamente porque son productos naturales que se pueden obtener sin dañar la planta que los produce. Además, ayudan a preservar los hábitats naturales, las poblaciones autóctonas y la biodiversidad.

Esta simbiosis resulta crucial para preservar los 5,4 millones de acres de alcornoques autóctonos repartidos entre siete países de la cuenca del Mediterráneo occidental.





Los tapones de corcho natural y para vinos espumosos de Amorim presentan una huella de carbono negativa, y estos últimos tienen el mayor nivel de retención de CO₂ del sector.

El corcho y el vino han sido aliados naturales durante siglos precisamente porque son productos naturales que se pueden obtener sin dañar la planta que los produce. Además, ayudan a preservar los hábitats naturales, las poblaciones autóctonas y la biodiversidad.

El estudio abarcó diferentes etapas del ciclo de la vida del corcho en la cadena de valor, como, por ejemplo, la gestión forestal, el tratamiento del corcho, su transporte desde el bosque y la fabricación, acabado y envasado de los tapones.

Para poder realizar una comparativa con estudios anteriores, también se incluyó la distribución de este producto desde Portugal al Reino Unido, e información adicional sobre el secuestro de carbono desde el alcornoque.

Además de la huella de carbono negativa, el estudio también permitió evaluar la huella medioambiental global de los tapones siguiendo métodos acordes con las recomendaciones de las Reglas de clasificación de la huella medioambiental de los productos (PEFCR, por sus siglas en inglés) para la huella medioambiental de vinos y espumosos, publicadas por la Comisión Europea en 2018.

Se evaluaron numerosos impactos en diferentes categorías, como cambio climático; reducción de la capa de ozono; toxicidad para los humanos; acidificación; eutrofización terrestre, del agua dulce y del mar; uso del agua y demanda total acumulativa de energía.

Las conclusiones del estudio revelan que Amorim adoptó las opciones de transporte y generación de energía más eficientes y menos dañinas para el medio ambiente en las fases de tratamiento y fabricación, en las

cuales la energía renovable supone más del 50 % de la energía consumida.

Pero también demuestran que la huella medioambiental de los tapones de corcho de Amorim para espumosos presentan un impacto medioambiental por debajo de la media dentro del sector.

Y, para finalizar, el estudio subraya la diferencia entre la extracción de corcho, que no daña el árbol, y otros productos de origen forestal, y concluye: «Dado que el alcornoque retiene carbono durante más de cien años con independencia de la extracción de corcho, el aprovechamiento del corcho favorece el mantenimiento del ecosistema, de modo que ejerce un efecto positivo en la regulación del clima».

Estos resultados respaldan las conclusiones de otros estudios recientes, como el llevado a cabo en 2018 por PricewaterhouseCoopers para Amorim, en el que se confirma que cada uno de nuestros tapones Neutrocork, compuestos por microgránulos de corcho de tamaño uniforme, retienen hasta 392 gramos de CO₂.

*El estudio se basó en las normas ISO 14040/44 (ISO, 2006) y en las directrices del International Reference Life Cycle Data System (ILCD) Handbook - General guide for Life Cycle Assessment - Detailed guidance (EC-JRC, 2010).

**Los métodos de análisis del ciclo de la vida siguieron las recomendaciones de las Reglas de clasificación de la huella medioambiental de los productos (PEFCR, por sus siglas en inglés) para la huella medioambiental de vinos y espumosos, publicadas por la Comisión Europea en 2018.

La revista de vinos alemana Der Deutsche Weinbau revela que los tapones de corcho se utilizan en el 62 % de los tintos alemanes, y en más del 60 % de los vinos de más de diez euros elaborados en el país

El uso de tapones de plástico es meramente residual, ya que ha caído del 16 al 2 %



La revista de vinos Der Deutsche Weinbau, el órgano oficial de la Asociación Alemana de Vinicultura (Deutscher Weinbauverband, DWV) y sus asociaciones regionales, ha publicado datos relativos a 2009, 2014 y 2018 sobre el tipo de tapones utilizados en los 11 000 vinos alemanes presentados a las prestigiosas Meininger Tastings de Alemania.

Los resultados complementan los datos ya publicados sobre 30 000 vinos internacionales (véase el número 42 de Bark to Bottle).

La revista señala que, entre 2009 y 2018, los tapones de plástico han caído prácticamente en desuso, al pasar de un 16 a un 2%.

En 2009, los tapones de plástico se utilizaban sobre todo en vinos de menos de cinco euros. Su desaparición supuso el mayor crecimiento de los tapones de rosca registrado en este segmento de precios.

El uso de los tapones de rosca también aumentó en el segmento de cinco a diez euros, pero el corcho natural sigue siendo la

opción preferida por los vinos alemanes de más de diez euros.

El corcho natural es el tapón preferido por los tintos alemanes: casi un 60 % utilizaron tapones de corcho natural en 2018, frente a más del 70 % en 2009, mientras que un 3 % utilizaron tapones de corcho aglomerado.

Der Deutsche Weinbau revela que el uso de tapones de rosca ha aumentado sobre todo en los segmentos de precio más bajo, mientras que el corcho natural sigue dominando en los segmentos de precio medio y alto.

Los tapones de corcho natural se utilizan en el 83 % de los tintos alemanes de más de veinticinco euros la botella, y en un 58 % de los vinos de entre diez y veinticinco euros, y siempre en una gran mayoría de tintos de estos segmentos.

El porcentaje de vinos de más de veinticinco euros que utilizan tapones de corcho natural no ha sufrido cambios desde 2009. Dentro del segmento de diez a veinticinco euros, el uso de tapones de corcho natural descendió del 78 % en 2009 al 60 % en 2018.

Estos resultados se deben a que los estudios de mercado han demostrado siempre que los consumidores alemanes asocian el corcho a la calidad del vino. De hecho, los estudios realizados por Tragon Corporation demuestran que más del 90 % de los consumidores alemanes asocian el corcho natural al vino de gran calidad, uno de los porcentajes más elevados en los principales mercados.

150 años aprovechando el corcho

Amorim celebra su 150 aniversario como líder mundial en el sector del corcho

El Grupo Amorim celebra en 2020 su 150 aniversario con el lanzamiento de un nuevo logotipo y numerosos eventos organizados con motivo de esta fecha histórica.

El nuevo logotipo, obra del famoso diseñador portugués Eduardo Aires, subraya el abrazo circular del corcho, alrededor del cual gira la filosofía circular de Amorim.

Entre los anteriores proyectos de Eduardo Aires se encuentran el rebranding del Ayuntamiento de Oporto y su nuevo logotipo «Porto».

El nuevo logotipo de Amorim se va a utilizar en todas las empresas del Grupo, e incluye la creación de una nueva tipografía llamada Amorim Serif.

Eduardo Aires explica la filosofía circular que sirve de base al nuevo logo: «La O en el centro de la palabra Amorim representa el abrazo del corcho alrededor del tronco del alcornoque y, a través de este gesto, el cuidado y la atención que suponen la producción y extracción de esta materia prima. La dimensión humana, el respeto por las condiciones del ecosistema natural, los objetivos globales de cara a un desarrollo sostenible y la articulación con los ritmos del territorio son otros de los significados que se condensan en esta forma. Y dado que abrazar también implica contener, permite

interpretar el logotipo de Amorim como una marca madre que unifica a todo un universo de variadas actividades, unidades comerciales y empresas. Pero la imagen es también una letra, y la letra es una imagen incorporada en una palabra mediante una operación de condensación mínima con la que se logra el máximo efecto».

La letra O también nos recuerda la imagen circular del tapón de corcho que vemos cuando nos disponemos a abrir una botella de vino.

Este elemento de circularidad y el cordón umbilical que une al alcornoque con los tapones del vino constituyen la base de la evolución de la empresa en estos 150 años.

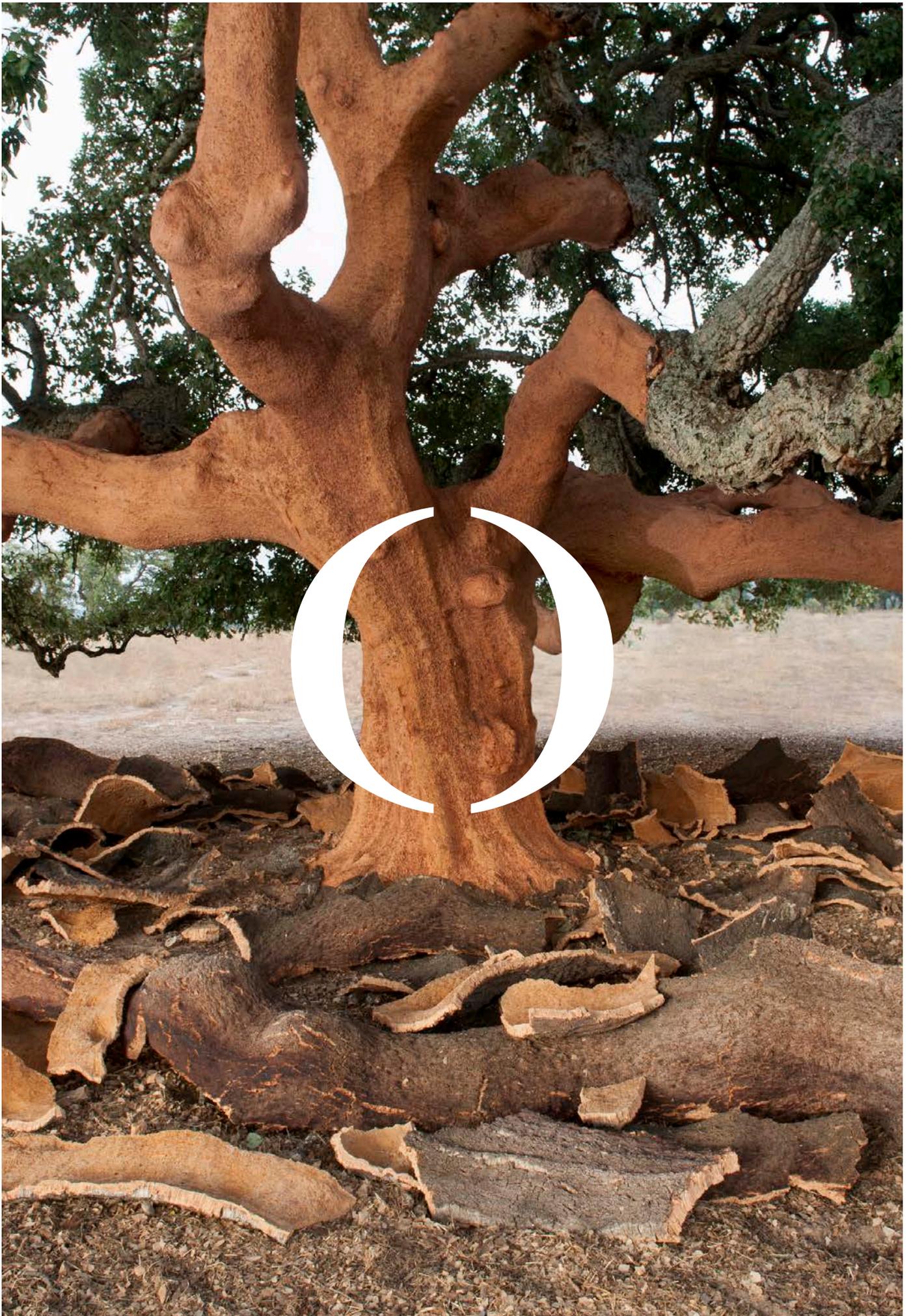
El Grupo, que en la actualidad se encuentra dirigido por António Rios de Amorim, miembro de la cuarta generación de esta familia, se puso en marcha en 1870, cuando António Alves Amorim fundó una pequeña fábrica de tapones para vino de Oporto en Vila Nova de Gaia, en la que se utilizaba corcho extraído de las regiones de Douro y Trás-os-Montes, en el norte de Portugal.

Corticeira Amorim es hoy la empresa portuguesa más internacional, ya que el 93 % de sus ventas se debe a las exportaciones. Es líder en el sector global del corcho, abarca a más de cien empresas de todo el mundo y vende más de 5 500 millones de tapones de corcho al año.

Corticeira Amorim está dividida en cinco unidades comerciales, la mayor de las cuales es la dedicada a los tapones de corcho, responsable del 70,3 % de las ventas en 2019, seguida por las dedicadas a suelos y recubrimientos de pared (13,6 % de las ventas), compuestos de corcho (12,7 %), aislantes de corcho (1,5 %) y materias primas (1,8 %).

Las ventas de Corticeira Amorim prácticamente se han duplicado en la última década, pasando de los 415,2 millones de euros en 2009 a los 781,1 millones en 2019. Una de las múltiples causas de este crecimiento es el aumento de las ventas de tapones, que asciende desde los 3000 millones de unidades al año a principios de 2010 a los 5500 millones de tapones que se venden en la actualidad.

El nuevo logotipo de Amorim representa a una empresa que tiene la mirada puesta en el futuro a la vez que defiende los valores y la filosofía de trabajo que le han granjeado el éxito a lo largo de estos 150 años.



COVID-19

Amorim adopta estrictas medidas para proteger a sus empleados y clientes

La actual pandemia provocada por la COVID-19 ha acarreado medidas de salud pública sin precedentes en todo el mundo, con numerosas consecuencias tanto para las personas como para las empresas.

Para preservar la salud y el bienestar de sus empleados y clientes, Amorim ha adoptado una gran variedad de medidas que permiten garantizar que la empresa puede responder de un modo seguro y eficaz.

Las cosas cambian con gran rapidez en este escenario en constante evolución, pero existen sólidas evidencias de que solo con las medidas más estrictas se podrá mitigar esta amenaza para la salud pública y la sostenibilidad económica.

A pesar de que la situación en numerosos países sigue siendo muy grave, existen señales que revelan una sorprendente resiliencia de la cadena de abastecimiento.

Los productores también han respondido a la crisis aportando fondos, organizando iniciativas de formación y donando alcohol para acelerar la producción de desinfectantes para las manos.

En el sector del vino y las bebidas espirituosas se han cancelado o pospuesto numerosas catas y ferias de muestras —como, por ejemplo, Pro Wein—, pero los productores se han comprometido a proteger la cadena de suministro desde la vendimia hasta la botella, y el consumo online ha registrado un considerable aumento.

El cierre generalizado de bares y restaurantes como parte de las medidas globales de contención ha provocado un importante aumento de la demanda para consumo doméstico, tanto en las tiendas como a través de internet.

En América del Norte, por ejemplo, la

plataforma online de venta de bebidas alcohólicas Drizly ha registrado un aumento del 300 % en sus ventas.

En diferentes mercados de envergadura, como Estados Unidos y Reino Unido, muchas tiendas están experimentando un importante aumento de las ventas de vino y bebidas espirituosas, sobre todo a través de internet, por lo que muchos distribuidores están teniendo ingresos diarios que incluso dejan atrás a los de la temporada navideña.

En California, el gobernador Newsom coincide con el Instituto del Vino de California al afirmar que las bodegas son una «actividad esencial».

En Italia, el sector de las bebidas está incluido en la lista de excepciones al confinamiento del país, y en Australia se ha producido un repunte de nuevos pedidos procedentes de China.

A la vista de estas señales positivas del mercado, y dada la determinación de los productores para salvaguardar la cadena de suministro, Corticeira Amorim ha creado un grupo de emergencia encargado de poner en marcha un plan de contingencia que incluye diferentes medidas para la protección de la salud y el control de la calidad:

- Salas de aislamiento en todas las instalaciones, para responder con rapidez ante cualquier síntoma de COVID-19.

- Cuarentenas para empleados que hayan regresado de zonas de riesgo o hayan tenido contacto indirecto con un caso confirmado de infección.

- Restricción de las visitas a y de clientes.

- Controles de acceso en las puertas de entrada, y zonas específicas para los trabajadores externos (conductores, proveedores, etc.).

- Entradas y salidas escalonadas de los turnos de trabajo.

- Paradas escalonadas para comer, y cierre de las cafeterías.

- Medición de la temperatura corporal en la entrada. Si la temperatura de una persona está por encima de los 37,5 °C, ese empleado o visitante no podrá entrar, y se activarán los mecanismos de protección de la salud.

- Mayores medidas de higiene en el trabajo.

- Mayor frecuencia de las labores de limpieza de las instalaciones, y uso de productos específicos para su desinfección.

- Máximas restricciones a los desplazamientos, e implementación del teletrabajo siempre que sea viable.

- Campaña de comunicación sobre medidas de protección individual; reuniones; información y formación.

Con esta serie de medidas, Amorim confía en poder proteger la salud y la seguridad de sus empleados y clientes a la vez que mantiene la cadena de suministro del sector del vino y las bebidas espirituosas.

Esta determinación cuenta con el apoyo de António Rios de Amorim, presidente y director general del Grupo: «Conscientes de que vivimos un momento sin precedentes, hemos sumado esfuerzos para contener la pandemia causada por la COVID-19 con responsabilidad, solidaridad y esperanza, protegiendo a nuestros empleados, sus familias y comunidades, y a todas las personas que se relacionan con nosotros. Podemos guardar las distancias y seguir estando unidos».



El corcho ocupa un lugar destacado en el stand de Moët Hennessy en la Vinexpo de París

Moët Hennessy, la división de vinos y bebidas espirituosas de LVMH, el grupo líder mundial en productos de lujo, creó un stand libre de plásticos para la Vinexpo de París, celebrada del 10 al 12 de febrero.

Esta estructura se describió como una «burbuja» de corcho por las propiedades acústicas inherentes a este material que permiten reducir la contaminación sonora, y en ella Moët Hennessy instaló un refugio en medio de todo el bullicio de esta feria.

El stand estaba claramente diseñado con la vista puesta en la ecología, y albergaba diferentes paneles sobre cómo llegar unos suelos sanos a las generaciones futuras. Todo era reciclable y ecológico, desde el suelo hasta el techo, e incluso los muebles especialmente diseñados para la ocasión.

Era la «primera vez» que Moët Hennessy promocionaba expresamente su trabajo a favor del crecimiento sostenible.

El proyecto fue diseñado por Jeanne Dumont, arquitecta de DLPG, quien afirmó que quería «jugar con los códigos del lujo y la naturaleza», y que eligió el corcho porque «refleja el universo cultural del vino y la viticultura».

Dumont considera que el corcho — proporcionado por Amorim para la ocasión — es un ejemplo emblemático de la economía circular: «el corcho se obtiene en bosques franceses y portugueses gestionados de un modo sostenible, sin necesidad de talar los alcornoques».

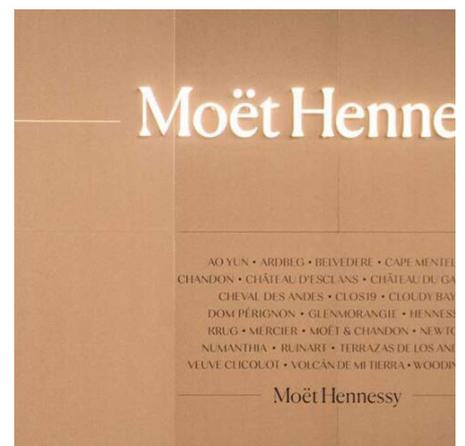
Carlos de Jesus, director de Marketing y Comunicación de Amorim, afirma sentirse encantado con el proyecto: «Resulta maravilloso poder mostrar las credenciales naturales de sostenibilidad del corcho a través de este magnífico diseño. Las reacciones aquí en París han sido notables. Nuestro corcho es un ejemplo de suprareciclaje, ya que también se utiliza en la industria aeronáutica y aeroespacial».

El otro proveedor de materiales para el stand fue Taransaud, quien aportó duelas de madera procedente de bosques con el certificado PEFC.

Estas duelas se usan para fabricar las barricas de roble en las que envejecen vinos y bebidas espirituosas.

Esta combinación de corcho y madera refleja la colaboración centenaria que ha hecho posible los procesos de maduración y embotellado de vinos y bebidas espirituosas en todo el mundo.

El stand no contenía ningún tipo de plástico ni pegamento con compuestos orgánicos volátiles (COV).



«Solo quería utilizar materiales de gran pureza», concluye Jeanne Dumont. «No soy una purista de la ecología: creo en el sentido común y en las virtudes del comercio de proximidad y, por lo tanto, me inclino por los materiales locales, puros, que permiten evitar los desperdicios, y que en última instancia se puedan reutilizar, reciclar y reaprovechar para que no acaben en el vertedero».

Una vez finalizada la Vinexpo de París, todos los materiales utilizados en el stand se reciclaron y reaprovecharon para otros usos.



City Cortex: el futuro es ahora

La necesidad de garantizar la salud del planeta y hacer frente a los problemas que plantea el cambio climático son las nuevas prioridades de la agenda global.

Llevar la naturaleza hasta nuestras ciudades y garantizar un sano equilibrio entre la humanidad y la naturaleza resulta cada vez más importante para nuestra existencia.

Por este motivo, Amorim ha presentado City Cortex (city-cortex.com), un programa de investigación coordinado por *experimentadesign* que se centra en el corcho y su sostenibilidad en las ciudades contemporáneas.

Amorim ya había trabajado con anterioridad con *experimentadesign* en las colecciones *Materia* y *Metamorphosis*.

En este programa colaboran cinco estudios internacionales de arquitectura y diseño — Diller Scofidio + Renfro, Gabriel Calatrava, Leong Leong, Sagmeister & Walsh y Philippe Starck— que han sido invitados a crear diseños basados en el corcho que permitan hacer frente a los retos que plantean las urbes del siglo XXI.

La implementación de estos proyectos en diferentes espacios públicos y semipúblicos de Nueva York está prevista para la segunda mitad de 2020 y a lo largo de 2021.

La filosofía que subyace a City Cortex gira en torno a la idea de que la ciudad es un organismo vivo y dinámico que se enfrenta a muchos retos —desde la movilidad hasta el cambio climático, pasando por la cohesión social, la seguridad y la sostenibilidad—, pero también brinda innumerables posibilidades.

El corcho presenta unas excelentes credenciales de sostenibilidad y características sin igual que pueden contribuir de manera decisiva a la creación de ciudades sostenibles, creativas e inclusivas.

Todos los participantes visitaron las instalaciones de Corticeira Amorim en 2019, en donde pudieron tener un contacto directo con el corcho para descubrir sus principales características —térmicas, acústicas y de elasticidad y compresibilidad— y sus numerosos usos y aplicaciones.

City Cortex también va a llevar a cabo un estudio histórico sobre el uso del corcho en Estados Unidos durante los siglos XX y XXI.

En este estudio se tendrán en cuenta los lazos comerciales establecidos con Portugal, en los cuales Corticeira Amorim siempre ha desempeñado un importante papel.

El programa se hizo público en 2019 en Lisboa, en un acto que contó con la presencia de George E. Glass, embajador de Estados Unidos en Portugal, quien definió sus objetivos esenciales: ayudar a promocionar el uso de este material natural y sostenible en las ciudades, allanar el camino para dar a conocer las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad y el desarrollo de los paisajes urbanos contemporáneos, y fomentar un pensamiento innovador que haga posible nuevas experiencias e interacciones de la comunidad con el mundo natural.



«A lo largo de la historia de nuestra empresa, siempre nos hemos guiado por el objetivo de añadir valor al corcho», explica Cristina Rios Amorim, miembro del consejo de Corticeira Amorim. «Con City Cortex, estamos dando un nuevo paso para fomentar el uso de un material único, natural y sostenible cuya versatilidad es capaz de sorprender a algunas de las mentes más brillantes del mundo de la creación contemporánea».

NDtech Sparkling gana un premio a la innovación

El primer tapón de corcho para vinos espumosos formado por dos discos y con TCA no detectable recibe el premio a la innovación del Salón Internacional de Máquinas para Enología y Embotellado (SIMEI).

El revolucionario tapón NDtech Sparkling se presentó a mediados de 2019, y en noviembre de ese mismo año se hizo con el premio a la innovación de esta prestigiosa feria de muestras de Milán, uno de los eventos tecnológicos más importantes dentro del sector del vino y el embotellado.

El objetivo de este premio es fomentar y dar a conocer las mejores innovaciones tecnológicas que se presentan en esta feria.

El NDtech Sparkling, que traslada la tecnología NDtech a los tapones de corcho para vinos espumosos, recibió el más alto galardón.

Combinando sostenibilidad, diseño y un control de calidad sin precedentes—cada tapón se analiza individualmente—, NDtech Sparkling representa la simbiosis perfecta entre naturaleza y tecnología.





Regacork: el innovador proyecto de Amorim que permite cosechar antes el corcho virgen

La demanda global de corcho ha aumentado en la última década en sectores tradicionales como los tapones, pero también en una gran variedad de aplicaciones que van desde la construcción de edificios hasta la industria aeroespacial.

Corticeira Amorim vende ahora 5500 millones de tapones de corcho al año, frente a los poco más de 3000 millones que vendía hace diez años.

Sin embargo, la producción global de corcho ha visto reducido su volumen, y cada vez son más los retos que plantea el control de la calidad. Esto se debe a múltiples causas, entre las que se encuentran el cambio climático, el ataque de agentes bióticos y abióticos, y ciertos ejemplos de malas prácticas de gestión forestal.

Amorim Florestal ha decidido poner en marcha diferentes proyectos que permitan garantizar que la producción de corcho

satisface esta creciente demanda global. Y Regacork es un claro ejemplo de esta nueva estrategia. Se trata de un programa coordinado por Amorim Florestal y la Universidad de Évora. En esta iniciativa participan varias haciendas, empresas agrícolas e institutos de investigación y conservación para supervisar más de diez zonas de experimentación ubicadas principalmente en el Alentejo.

El proyecto pretende estimular el crecimiento de los alcornoques en plantaciones intensivas y mejorar su viabilidad mediante la mitigación del estrés hídrico.

Un elemento clave de este proyecto es la fertirrigación, la cual incluye una irrigación mejorada y el uso de fertilizantes, aditivos y otros productos solubles en el agua de riego.

Con este proyecto se pretende adelantar el primer año de extracción de corcho virgen desde los actuales 18-25 años hasta los 8-12. De este modo, también será posible adelantar el primer año de extracción del corcho amadia de alta calidad utilizado para fabricar tapones y otros productos.

Los cuatro objetivos concretos son:

- Determinar métodos científicos de fertirrigación de los alcornoques, y realizar un estudio pionero en Herdade do Corunheiro, en Coruche.

- Permitir adelantar la cosecha de corcho en las nuevas plantaciones mediante fertirrigación, y realizar un ensayo piloto en Herdade do Conqueiro, en Avis, para obtener corcho virgen de gran calidad a partir de algunos alcornoques al cabo de solo ocho años.

- Evaluar el efecto de la fertirrigación en la formación, producción y calidad del corcho en plantaciones de alcornoques adultos o en una etapa previa a la cosecha.

- Aplicar estos conocimientos técnicos y científicos en los nuevos alcornoques.

Es importante señalar que este programa no pretende convertir los actuales alcornoques en explotaciones intensivas: los conocimientos adquiridos gracias a este proyecto se utilizarán para realizar plantaciones con las que atender la creciente demanda global de corcho.

Amorim patrocina dos prestigiosos concursos de vinos

Amorim ha patrocinado recientemente dos importantes concursos de vinos organizados por dos de las principales revistas portuguesas del sector: Revista de Vinhos y Grandes Escolhas.

A la ceremonia organizada con motivo del trigésimo aniversario de Revista de Vinhos acudieron novecientos invitados. Este acto tuvo lugar en el Centro de Congresos Alfândega do Porto.

Amorim patrocinó el premio a la mejor empresa del año, que fue concedido al productor de vino de Oporto Gran Cruz, propiedad de la multinacional francesa La Martiniquaise.

En la última década, Gran Cruz ha reorientado su marca y ha abierto una nueva bodega Alijó para convertirse en el mayor exportador de vino de Oporto del mundo gracias a unas ventas que alcanzan los treinta millones de botellas al año en más de cincuenta países.



Además de dedicarse al vino de Oporto, Gran Cruz también realiza actividades turísticas en torno al vino, y cuenta con dos centros especializados: el Espaço Porto Cruz, en Vila Nova de Gaia, y Gran Cruz House, en la Ribeira de Oporto. En

2019 inauguró unas nuevas instalaciones dedicadas al turismo enológico: el Ventozelo Hotel & Quinta, en São João da Pesqueira, en uno de los mayores y más antiguos viñedos de la región de Douro.

La ceremonia de entrega de premios de la revista Grandes Escolhas tuvo lugar en el Velódromo Nacional, en Sangalhos, y también contó con la presencia de unos novecientos invitados.

Amorim patrocinó el premio «Señor del Vino», que fue concedido a Orlando Lourenço, propietario de las bodegas Caves da Murganheira y Caves da Raposeira.

Caves da Murganheira, fundada hace sesenta años, se encuentra en la región de Távora-Varosa, en la frontera entre Douro y Beira.

Orlando Lourenço adquirió esta bodega en la década de los ochenta del siglo pasado, y la convirtió en una de las principales productoras de vino espumoso de Portugal.

Y en 2002 adquirió Caves da Raposeira, otra de las grandes productoras de vinos espumosos portugueses.

Todos los años se venden más de 1,8 millones de botellas procedentes de Raposeira, y 1,1 millones de botellas de Murganheira.

En la misma ceremonia de entrega de premios, el vino espumoso Murganheira Esprit de la Maison 2011 se hizo con el premio al mejor espumoso, colocándose así entre los treinta mejores vinos del año.

AMORIM CORK



Nuestros tapones ecológicos
de corcho natural son los más valiosos.

Amorim lleva 150 años añadiendo valor al corcho. Y en la actualidad, más que nunca, lo añadimos restando. Un solo tapón de corcho natural puede retener hasta 309 gramos de CO₂, lo cual suele ser suficiente para compensar la huella medioambiental de la botella de vidrio. Nuestros tapones alcanzan la máxima calificación ecológica por estar hechos de un material verdaderamente renovable que se extrae de los alcornoques sin necesidad de matar el árbol. Al ayudar a las bodegas y destilerías a ser más sostenibles, añadimos el máximo valor a nuestro futuro común.

