

BARK TO BOTTLE

- 4 NDTECH OBTIENE DOS IMPORTANTES PREMIOS A LA INNOVACIÓN
- 5 HELIX ENTRA EN EL MERCADO VINÍCOLA ESTADOUNIDENSE CON BRONCO
- 7 MASTER OF MALT ABANDONA LOS CIERRES DE VIDRIO PARA CENTRARSE EN LOS TAPONES DE CORCHO
- 8 LA BODEGA ESPAÑOLA HISPANO+SUIZAS ADOPTA LA TECNOLOGÍA NDTECH
- 9 AMORIM PRESENTA SU 9º INFORME SOBRE SOSTENIBILIDAD

3 LOS NORTE-AMERICANOS PREFIEREN LOS TAPONES DE CORCHO

Un reciente estudio de mercado que se ha llevado a cabo en EE. UU. y Canadá permite confirmar que el corcho es el material preferido por los consumidores para los tapones de vino



EL ESTUDIO DESTACA QUE
LOS CONSUMIDORES PERCIBEN
LA CLASE DE TAPÓN COMO
UN INDICADOR CLAVE DE
CALIDAD Y DE RESPETO POR
EL MEDIOAMBIENTE



LOS NORTE-AMERICANOS PREFIEREN LOS TAPONES DE CORCHO

Un reciente estudio de mercado que se ha llevado a cabo en EE. UU. y Canadá permite confirmar que el corcho es el material preferido por los consumidores para los tapones de vino y que están dispuestos a pagar por ello una cantidad significativamente mayor.

La preferencia por el corcho marca una clara diferencia en lo que respecta al potencial de ventas de los vinos.

De acuerdo con los datos recientes del mercado estadounidense, presentados por Nielsen Scanning Statistics, de las 100 marcas de vino más importantes en el sexenio comprendido entre junio de 2010 y junio de 2016, los vinos con cierre de tapón de corcho experimentaron un incremento del 42 % en las ventas, en comparación con el 13 % de incremento de aquellos que empleaban cierres alternativos.

En los últimos seis años, las marcas que utilizan tapones de corcho han experimentado un mayor incremento en las ventas que aquellas que utilizan cierres alternativos y el número de marcas importantes que utilizan corcho no ha parado de crecer.

Los vinos con cierre de corcho se venden a un precio significativamente mayor. De las 100 marcas principales, el precio medio de venta para los vinos con tapones de corcho se situaba en 13,56 USD –lo que representa 3,80 USD (+39 %) más que el precio medio de los vinos con cierres alternativos.

Un estudio aparte realizado para el mercado canadiense –publicado en julio de 2016 por la American Association of Wine Economists y bajo el título: «La importancia del logotipo ecológico y el tipo de cierre en las expectativas del consumidor, en la percepción del precio y en la voluntad para adquirir vinos en Canadá»– mostró que los vinos con tapones de corcho son los preferidos por los consumidores canadienses, que están dispuestos a pagar 1,69 CAN y 1,29 CAN más por vinos con cierre de corcho natural en comparación con aquellos tapados con

tapones sintéticos o de rosca, respectivamente.

El estudio destaca el hecho de que los consumidores perciben la clase de tapón como un indicador clave de la calidad del vino y de respeto por el medioambiente, por lo que tiene un mayor impacto en las decisiones de compra.

Asimismo, el estudio dejó patente que los consumidores más concienciados con la ecología prestan una mayor atención al uso de tapones de corcho natural que cualquier otro reclamo medioambiental, incluida la presencia de logotipos ecológicos en el etiquetado del vino.

En un artículo, publicado en febrero de 2016 en la revista *The Atlantic*, titulado «Cómo los *Millennials* (casi) han acabado con el tapón de corcho», se muestran otros análisis sobre las tendencias más recientes en la industria vinícola norteamericana.

El artículo sugiere que los *milénicos* (es decir, aquellas personas nacidas a mediados de la década de los ochenta) inicialmente estaban dispuestos a probar otros cierres alternativos, por el hecho de seguir nuevas tendencias, aunque ahora han vuelto en masa a los tapones de corcho, especialmente debido a su calidad y a su carácter ecológico.

El artículo aclara que los factores claves que explican la progresiva atracción por el corcho entre los consumidores de vino, incluidos los *Millennials*, son los rigurosos controles de calidad a los que se somete la industria del corcho, que han permitido una reducción del 95 % de TCA desde 2001, conforme a las pruebas realizadas por el Cork Quality Council, y que han incrementado la concienciación acerca de los múltiples beneficios medioambientales del corcho.

Estas pruebas obtenidas en el mercado norteamericano confirman las investigaciones recientes que muestran que más del 85 % de los consumidores de vino en otros mercados mundiales claves –como Francia, China, Italia o España– prefiere ampliamente el corcho, que se valora como garantía de calidad, como material natural y respetuoso con el medioambiente y como parte integrante del mundo del vino y de las bebidas alcohólicas.

NDTECH OBTIENE DOS IMPORTANTES PREMIOS A LA INNOVACIÓN

Una revolucionaria solución de packaging ha sido galardonada con el Premio de Oro a la Innovación en Vinitech Sifel 2016 y con la medalla de plata como Innovación Tecnológica en Intervitis Interfructa Hortitechnica 2016

La innovadora propuesta de Amorim NDtech, un servicio de comprobación individualizado de tapones de corcho, que permite ofrecer el primer corcho natural del mundo garantizado sin TCA detectable*, ha sido galardonada con dos importantes premios a la innovación.

En los Premios a la Innovación de Vinitech Sifel 2016 (en vinos y categoría de vinos), NDtech obtuvo el prestigioso Premio de Oro. Los presidentes del jurado, Jean-Luc Berger y Pierre Gaillard, destacaron que NDtech es la tecnología más avanzada y eficaz para poder eliminar el TCA y que está desempeñando un papel fundamental en el incremento de la calidad de los vinos.

La ceremonia de entrega de premios se celebrará el 30 de noviembre, durante Vinitech Sifel (29 Nov. - 1 Dic.), la feria internacional bianual de los sectores del vino, las frutas y las verduras, que presta especial atención a las innovaciones de estos sectores.

Los Premios a la Innovación de la feria Vinitech-Sifel presentan los nuevos productos, procesos y tecnologías que marcan el camino a seguir de la producción vitivinícola y el sector hortofrutícola. Los galardones incluyen un premio especial del jurado, dos galardones de oro, tres de plata, cuatro de bronce y 11 menciones especiales.

NDtech también ha obtenido la medalla de plata en la categoría de Tecnología de Llenado y Packaging de los Premios a la Innovación Intervitis Interfructa Hortitechnica, la feria internacional bianual tecnológica del sector del vino, el zumo y los cultivos especiales.

Los Premios a la Innovación los concede la Asociación Alemana de Viticultores, en colaboración con la DLG (la Sociedad Agrícola Alemana), como reconocimiento de los servicios, productos, sistemas o procesos técnicos.

El jurado internacional incidió en el hecho de que NDtech representa una mejora considerable frente a los métodos anteriores. El galardón se otorgará a Amorim Cork Alemania durante la celebración de la feria, que tendrá lugar del 27 al 30 de noviembre.



NDtech es fruto del compromiso a largo plazo de Amorim para prestar apoyo a la innovación y el desarrollo en el sector del *packaging* de vinos. Esta solución ya está disponible en 6 países y se aplica a los tapones de corcho natural de gama alta de Amorim que utilizan algunas de las marcas de vino más importantes del mundo.

Los Premios a la Innovación de la feria Vinitech-Sifel presentan los nuevos productos, procesos y tecnologías que marcan el camino a seguir de la producción vitivinícola y el sector hortofrutícola.

*el contenido de TCA que se libera es inferior al límite de cuantificación de 0,5 ng/l; análisis realizados conforme a la norma ISO 20752.

HELIX ENTRA EN EL MERCADO VINÍCOLA ESTADOUNIDENSE CON BRONCO

Bronco presenta el primer vino estadounidense que contará con el tapón Helix



La empresa californiana de vinos Bronco, el cuarto productor de vino más importante del país, ha sido la primera bodega estadounidense en adoptar la innovadora solución de *packaging* Helix, girar para abrir, desarrollada entre las empresas líderes mundiales en soluciones de *packaging* de corcho y vidrio, Amorim y O-I.

De ahora en adelante, la gama de vinos Red Truck de Bronco llevará los taponos Helix, que ofrecen todas las ventajas del corcho, incluido su característico sonido de «descorchado», al tiempo que elimina la necesidad de disponer de un sacacorchos.

Fred Franzia, director general de Bronco, está encantado con este nuevo desarrollo: «Los consumidores de vino estadounidenses son cada vez más conscientes de la importancia que desempeñan la calidad del corcho y la del vino a la hora de presentar los vinos en un formato sostenible y, al mismo tiempo, de más alta gama. En Bronco, llevamos años trabajando exactamente con esta visión, pero con Helix y Red Truck el mercado estadounidense puede acceder ahora a todo ello con la ventaja adicional de disponer de un sistema de apertura y cierre de la botella muy sencillo. En Bronco nos enorgullece ser la primera bodega estadounidense que ofrece esta increíble innovación».

Helix es fruto de una inversión en I+D de cinco millones de dólares para crear la asociación perfecta entre una botella de vidrio con acabado de rosca interna y un corcho con diseño ergonómico.

La solución Helix, aclamada como una de las mayores innovaciones en el *packaging* de vinos del siglo XXI, ha sido premiada hasta el momento con

siete galardones internacionales, incluido el de Nueva Tecnología de los Premios del Reto a la Innovación Lucio Mastro-Berardino, de Milán, los Oscars del *Packaging* en París y Milán, y al Mejor Lanzamiento Ecológico en los Green Awards de 2015 de la revista londinense *Drinks Business*.

Helix está disponible en cuatro continentes, con más de dos docenas de marcas que emplean ya este revolucionario producto en Portugal, España, Francia, Italia, Austria y Sudáfrica.

Antonio Amorim, presidente de Amorim Cork, asegura que está especialmente ilusionado con el lanzamiento de Helix en el mercado estadounidense, el mayor mercado de vino del mundo: «Durante décadas, Fred Franzia ha destacado por su carácter innovador y Bronco se ha alzado nuevamente a los puestos de liderazgo con Red Truck, que permite acercar al consumidor estadounidense la tecnología más sostenible y tecnológicamente avanzada en el *packaging* de vinos del siglo XXI. Conscientes del conocimiento que tiene Fred de las preferencias de los consumidores, estamos seguros de que muchos otros vinos utilizarán la tecnología Helix y permitirán ampliar la oferta de Bronco con un *packaging* útil y, al mismo tiempo, 100 % sostenible».

Andres Lopez, director general de O-I, también quiso compartir su profunda satisfacción: «El vino y la calidad del *packaging* están intrínsecamente conectados y, como líderes mundiales en nuestros respectivos sectores, Amorim y O-I son plenamente conscientes de su labor a la hora de ofrecer lo que los productores de vino, minoristas y consumidores demandan. Helix y Red Truck aportan al mercado estadounidense una solución de *packaging* práctica, natural y sostenible que permite a los productores de vino satisfacer las necesidades de sus consumidores en una más amplia gama de precios».

LOS MEJORES WHISKIES UTILIZAN SISTEMÁTICAMENTE TAPONES DE CORCHO

En los últimos años, una de las principales tendencias crecientes en el mercado del whisky ha sido el incremento de la demanda de whiskies premium, de alta gama y súper premium en todo el mundo, especialmente en mercados maduros como el británico y el estadounidense y en mercados de gran crecimiento como el chino.

La demanda procedente de Asia ha revolucionado el comercio del whisky, con un 54 % del total de las ventas actuales generado por el mercado asiático y del Pacífico, según datos de Technavio.

Las marcas premium están incrementando su cuota en todos los mercados, lideradas en especial por las marcas de whisky irlandés y de malta escocés.

Por ejemplo, en EE. UU., los whiskies escoceses de mezcla han caído en cerca de 1,6 millones de cajas desde el año 2000, mientras que las ventas de whiskies escoceses de malta ha proliferado hasta alcanzar un crecimiento del 7 % en 2015 y casi triplicar sus ventas desde el año 2000, según datos de Impact Databank.

Los whiskies premium irlandeses de gama alta han incrementado sus ventas un 589 % desde 2002, según DISCUS, mientras que el segmento del whisky irlandés súper premium se ha expandido un 3,054 % durante el mismo periodo.

Los consumidores tienden a preferir cada vez más whiskies premium, que emplean una mayor personalización en su *packaging* para diferenciarse del resto.

Las marcas líderes han segmentado su oferta en diferentes opciones, siendo los productos de gama alta y súper premium los que han experimentado un mayor crecimiento.

El corcho es el material preferido en todo el espectro que va de los whiskies premium a los súper premium, gracias a la imagen de calidad que ofrece y a sus características de cierre únicas. Los tapones

Amorim TopSeries ha sido capaz de rentabilizar esta tendencia hacia los productos premium en el mercado del whisky gracias a su profundo conocimiento de las necesidades de los clientes.



de corcho han consolidado su cuota de mercado en este segmento a lo largo de los últimos años.

En el caso de los whiskies escoceses de malta, las marcas premium líderes –como The Glenlivet, The Macallan, Glenfiddich, Glenmorangie, The Balvenie y Laphroaig– utilizan por sistema los tapones capsulados de corcho.

Esta tendencia se ha incrementado gracias al creciente número de destilerías artesanas, la mayoría de las cuales utilizan tapones de corcho. Los números hablan por sí solos: mientras que en 2010 existían en EE. UU. 109 destilerías independientes, en la actualidad ese número se ha incrementado hasta más de 700.

Amorim TopSeries ha sido capaz de rentabilizar esta tendencia hacia los productos premium en el mercado del whisky, gracias a su profundo conocimiento de las necesidades de los clientes. Presencia local en los mercados claves, uso de materiales más nobles y respetuosos con el medioambiente y un enfoque integrado que garantiza que el diseño de los tapones sea el más apropiado para los objetivos generales de los clientes en términos de *packaging*.

Dado que un *packaging* atractivo y sofisticado es esencial para diferenciarse en el mercado de los whiskies de gama alta, Amorim TopSeries prevé un crecimiento más significativo en el suministro de tapones para este segmento, incluido el desarrollo de soluciones cada vez más innovadoras para satisfacer las necesidades de sus clientes.

MASTER OF MALT ABANDONA LOS CIERRES DE VIDRIO PARA CENTRARSE EN LOS TAPONES DE CORCHO

La empresa minorista y embotelladora independiente británica Master of Malt, que se especializa en whisky escocés y en otras bebidas alcohólicas, ha anunciado que dejará de utilizar los cierres de vidrio en sus whiskies de malta tras haber probado esta alternativa.

A principios de 2015, la empresa presentó una nueva línea de tapones de vidrio experimentales, con sellado de goma, que ofrecía un cierre hermético. En abril de 2015, se presentaron los primeros whiskies mundiales con cierres de vidrio, con dos Bruichladdich de malta de 12 años, uno de ellos envejecido en barrica original de jerez y otro en barrica original de bourbon. Posteriormente, los utilizaron en todos los demás embotellados realizados en 2015, con un total de 29 whiskies de barrica única durante ese periodo de tiempo.

Sin embargo, han cambiado de opinión al advertir que las ventas de whiskies de malta con cierre de vidrio eran significativamente inferiores a las de los mismos whiskies con tapón de corcho.

Ben Ellefsen, director de ventas y desarrollo de productos de Master of Malt, comentó a la revista especializada The Spirits Business lo siguiente: «Para muchas personas, el tradicional sonido del descorchado es una parte increíblemente importante de la experiencia de la degustación. Una experiencia que se amplía en gran medida en el *packaging* de las bebidas de alta graduación, en contraste con el del vino, dado que el sonido del corcho en una botella de vino se experimenta una sola vez, mientras que las bebidas de alta graduación se abren docenas de veces».

Master of Malt prefiere ya el corcho sobre los tapones de rosca, dado que estos últimos se consideran, por muchos entusiastas del whisky, como sistemas «baratos» y poco estéticos.

Su reciente experimento con tapones de vidrio puso de manifiesto que los consumidores prefieren, en su gran mayoría, los tapones de corcho.

MASTER of MALT
keeping you in fine spirits since 1985

*«Para muchas personas, el tradicional sonido del descorchado es una parte increíblemente importante de la experiencia de la degustación. Una experiencia que se amplía en gran medida en el *packaging* de las bebidas de alta graduación, en contraste con el del vino, dado que el sonido del corcho en una botella de vino se experimenta una sola vez, mientras que las bebidas de alta graduación se abren docenas de veces».*



LA BODEGA ESPAÑOLA HISPANO+SUIZAS ADOPTA LA TECNOLOGÍA NDTECH

La importante bodega española Hispano+Suizas ha adoptado el innovador sistema NDtech de Amorim para supervisar de manera individual los tapones de corcho natural que utiliza para sus vinos.

La bodega cuenta con 60 hectáreas de viñedos situados en una de las zonas vitícolas líderes de España, la de la D.O.P. Utiel-Requena, y producen vinos tranquilos y espumosos de calidad, incluidos vinos de D.O. Cava.

Bodegas Hispano+Suizas es un proyecto de los propietarios Marc Grin, el enólogo Pablo Ossorio y el vinicultor Rafael Navarro. Su socio es el grupo vinícola suizo Schenk, que tiene participaciones en Suiza, Francia, Italia, España, Alemania, Benelux y Reino Unido.

La bodega mantiene una larga relación con Amorim y siempre se han enorgullecido de utilizar los mejores tapones de corcho del mercado.

El uso de NDtech es un paso más para garantizar siempre la máxima calidad. «Nuestros vinos y clientes se merecen esta última etapa», aseguraba la bodega en un comunicado de prensa.

Cada tapón de corcho natural de primera calidad que suministra Amorim se probará, individualmente, para garantizar que no posea TCA detectable.

El primero de los vinos de esta bodega en utilizar la tecnología NDtech será el Bassus Pinot Noir 2014.

«A partir de ahora, todas nuestras botellas incluirán este corcho natural de alta calidad», aseguran. «Dentro de un año, todos los vinos que salgan de nuestras W llevarán estos corchos».

BODEGAS HISPANO+SUIZAS



AMORIM PRESENTA SU 9º INFORME SOBRE SOSTENIBILIDAD

En octubre de 2016, Amorim publicó el 9º Informe sobre sostenibilidad, que incide en el hecho de que sus procesos de producción y productos garanticen la conservación del medioambiente, basándose en las múltiples aplicaciones de la materia prima, el corcho, como uno de los productos más sostenibles del mundo.

El presidente del grupo, António Rios de Amorim, destacó en la introducción del informe que «la innovación forma parte integrante del ADN de Corticeira Amorim y que ha desempeñado un papel fundamental en el fomento de nuestras ejemplares credenciales de sostenibilidad».

Destacados ejemplos de las principales inversiones en I+D+i de la empresa incluyen el lanzamiento del pionero tapón de corcho Helix, que se puede descorchar sin necesidad de un sacacorchos, y la tecnología NDtech, los primeros tapones de corcho del mundo garantizados sin TCA detectable.

La unidad de negocios de los tapones de corcho del grupo es líder mundial en la producción y suministro de estos productos, con una producción anual media de cuatro mil millones de unidades.

Esta unidad de negocio garantiza la sostenibilidad a lo largo de todo el proceso de producción, poniendo en práctica medidas para proteger los alcornoques y garantizar que cualquier resto de corcho del proceso de producción de tapones o que no haya alcanzado los niveles de calidad adecuados para esta aplicación se incorpore en otras aplicaciones de valor.

Las áreas claves de investigación y desarrollo de los tapones de corcho incluyen el desarrollo de nuevos productos y procesos, la mejora del conocimiento de la interacción entre los tapones de corcho y el vino y la mejora de la calidad de los corchos producidos.

El Informe sobre sostenibilidad incidió en el hecho de que los tapones de corcho son los únicos cierres para el vino que combinan un alto rendimiento técnico con consolidadas credenciales

de sostenibilidad, lo que claramente supera a cualquier otro cierre alternativo en términos de sostenibilidad.

Amorim es la primera empresa del sector que encarga un estudio independiente para analizar el impacto medioambiental de sus productos, en especial de los tapones y de las tapas. En relación con los tapones, el estudio independiente analizó el ciclo de vida de los tapones de corcho, en comparación con los de aluminio o de plástico, y concluyó que el corcho era mucho más respetuoso con el medioambiente.



El estudio, que se llevó a cabo conforme a las normas ISO 14040 e ISO 14044 y fue realizado por Pricewaterhousecoopers/Ecobilan, destacó que los tapones de corcho son mucho más eficientes en seis de los siete indicadores medioambientales analizados.

En cuanto a emisiones de efecto invernadero, los resultados se muestran claramente favorables para los tapones de corcho: incluso sin tener en cuenta el CO2 que capturan los alcornoques, las emisiones asociadas a los tapones de corcho son 24 veces inferiores a las registradas para los tapones de aluminio y 10 veces inferiores que las de los tapones de plástico.

Para garantizar la sostenibilidad, Amorim también se ha involucrado en diversas iniciativas de recuperación y reciclaje de los tapones de corcho, como el programa de reciclaje cork2cork, que convierte los tapones de corcho en soluciones para suelos para la prestigiosa cadena hotelera internacional NH Hotels Group, o el programa Ecobouchon, organizado por Amorim Cork France, cuyos ingresos se destinan a la asociación de lucha contra el cáncer Agir Cancer Gironde, o el proyecto de reciclaje ETICO, organizado por Amorim Cork Italia, cuyos fondos se destinan a obras de caridad.

Amorim también colabora con ReCORK, el mayor programa de reciclaje de corcho natural de Norteamérica, adoptado en 2008 por la empresa de calzado deportivo canadiense SOLE, que ha recogido ya más de 75 millones de corchos.

**E
TI
CO**

ReCORK es una red compuesta por más de 3000 colaboradores que se dedican a la recogida de los corchos. Además de estas actividades de reciclaje, han plantado más de 8000 alcornoques en Portugal, en colaboración con Quercus (la Asociación Nacional para la Conservación de la Naturaleza) y el proyecto Criar Bosques, además de tener previsto la plantación de alcornoques en EE. UU., en el valle vitivinícola californiano de Napa.

El 9º Informe sobre sostenibilidad de Amorim está disponible en el sitio web del grupo:

http://www.amorim.com/xms/files/Noticias/Relat_sust_2015_EN_web_protect.pdf



NDTECH SE HA PRESENTADO EN AUSTRALIA

La tecnología NDtech -que posiciona a Amorim como el único productor de corcho del mundo capaz de ofrecer tapones de corcho natural garantizados sin TCA detectable*- se presentó recientemente en Australia, en ocasión de la Feria y Conferencia Internacional de la Industria Vitivinícola en Australia, la primera del sector que se celebra en este mercado.

Amorim, a través de su representante local, Amorim Australasia, asistió a la 16ª edición de esta feria con un stand en el que presentó este importante e innovador desarrollo a los profesionales y especialistas de todo el mundo. En la agenda se incluían también charlas, con la participación de ponentes locales e internacionales, y talleres en los que se debatieron cuestiones estratégicas a las que se enfrenta la industria del vino, en particular las soluciones de tapones de corcho natural y las estrategias para llegar a mercados de potencial crecimiento, como Estados Unidos y China.

Esta Feria y Conferencia Internacional de la Industria Vitivinícola, que se celebra cada tres años, tuvo lugar en la ciudad de Adelaide y constituye un importante espacio de contacto para el sector. Amorim Australasia asistió también al más esperado evento anual para la industria vinícola australiana -la cena Maurice O'Shea-, organizada de forma paralela a la feria con el apoyo de la Federación de Productores de Australia.

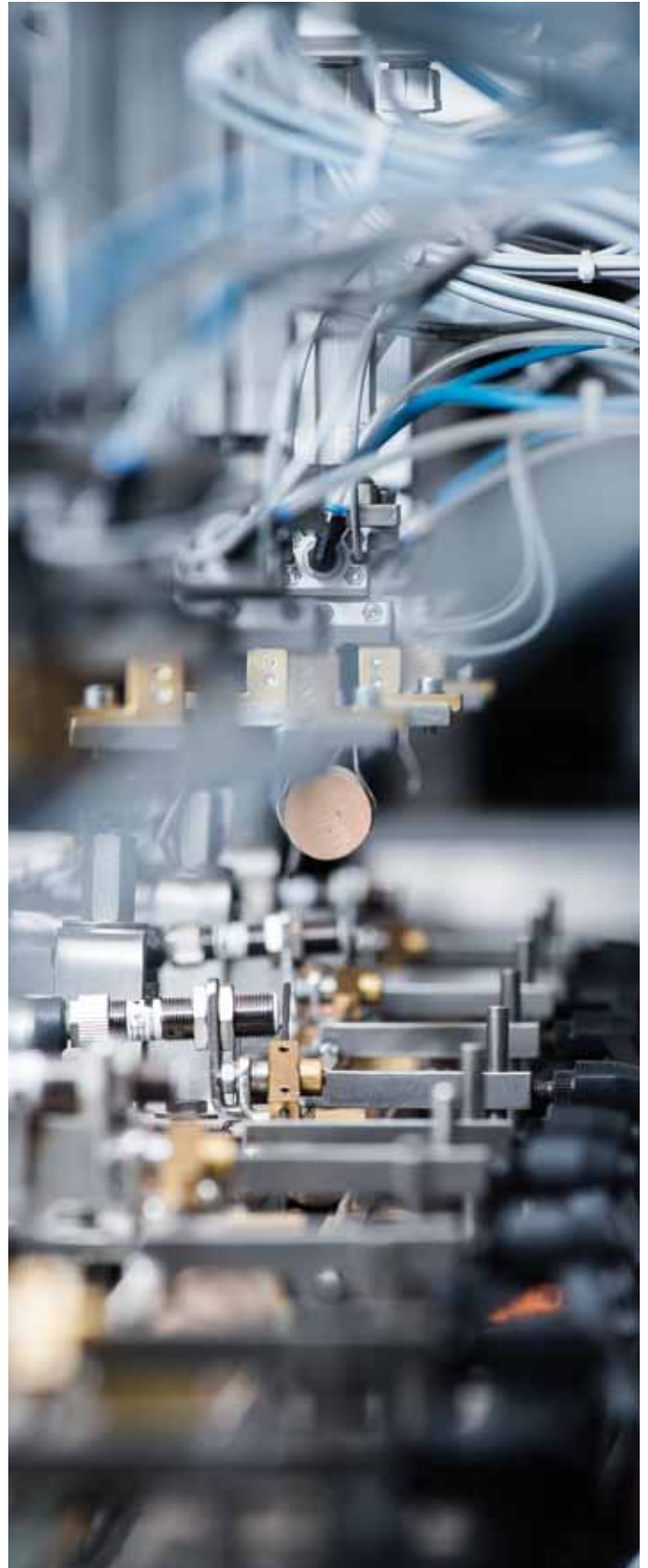
Pocos meses después de presentar la innovadora tecnología NDtech, Amorim fue nombrada finalista de los Premios al Impacto de la industria vinícola de Australia, en la categoría de *Packaging*. Este nuevo programa de premios, presentado este año, lo organiza WISA (Wine Industry Suppliers Australia Inc.), y el galardón al mejor *Packaging* lo decide el jurado formado por: John Kontrec de Australian Vintage Limited, Allan Price de Wine Packagers of Australia y Kim Bateman de Accolade Wines.



ADELAIDE 24-28 JULY 2016

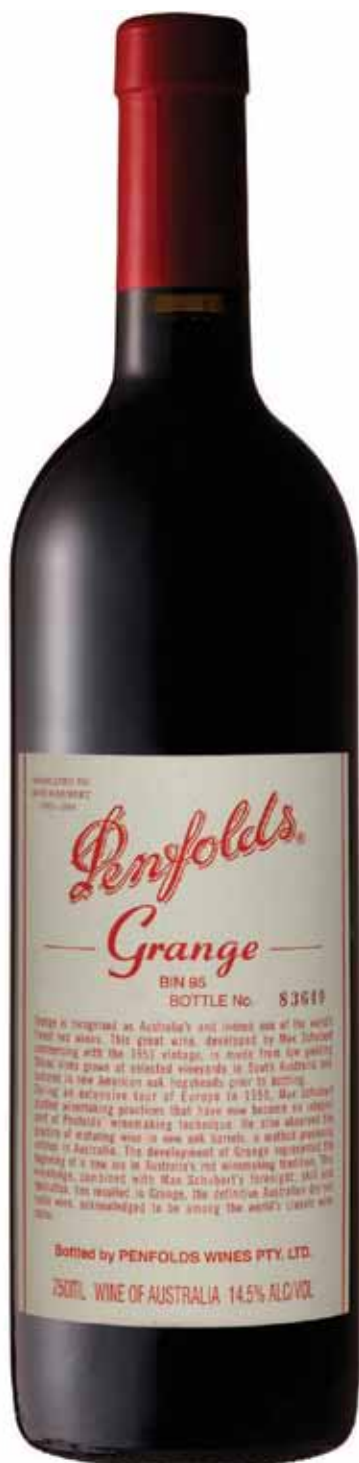
the 16th

*el contenido de TCA que se libera es inferior al límite de cuantificación de 0,5 ng/l; análisis realizados conforme a la norma ISO 20752.



«EL FUTURO NO ESTÁ EN LOS TAPONES DE ROSCA»

Peter Gago, enólogo jefe de Penfolds: «El futuro no está en los tapones de rosca»



Peter Gago, enólogo jefe en la distinguida bodega australiana Penfolds, ha anunciado que la compañía es consciente ahora de que los tapones de rosca no son la mejor opción para sus cierres, especialmente para los vinos de alta gama, y que la bodega se centrará en los tapones de corcho, mientras sigue estudiando los tapones de vidrio.

Es un cambio importante para la bodega, dado que empezó a utilizar los tapones de rosca a finales de los años noventa y todos sus vinos blancos se han comercializado con este cierre desde el año 2004. Los vinos tintos se cierran con una mezcla de corcho, tapones sintéticos y tapones de rosca.

En 2012, Penfolds quiso que fuesen sus clientes quienes eligiesen entre el corcho o los tapones de rosca para muchos de sus mejores vinos, y, por entonces, Gago comentaba al Sydney Morning Herald que el «corcho era un barómetro del esmero puesto en crear mejores productos». Es un mejor indicador de una manipulación incorrecta, del daño por calor o de unas inadecuadas condiciones de almacenamiento, ya que el corcho puede producir fugas o, en caso de someterse a demasiado calor, empujar ligeramente el cierre.

A finales de septiembre de 2016, en una clínica de reencorchado de Penfolds en Londres, Gago reiteró esta idea. Explicó que su principal preocupación con los tapones de rosca sigue siendo el daño por calor, ya que no existe forma alguna de saber si un vino con cierre de rosca ha estado o no expuesto a un calor excesivo.

Gago destacó que otro de los factores claves que reforzó el interés de la compañía en el corcho, especialmente para los vinos de gama más alta, era que el problema con el TCA se había «solventado parcialmente» y aseguró que los casos de TCA en el corcho han caído ahora a aproximadamente un 1 %, comparable al porcentaje de vinos con cierres de rosca que sufren oxidación, debido al daño mecánico de los tapones.

La mayoría de los vinos tintos de gama alta de Penfolds, incluido su respetado Grange tinto, disponen, en su totalidad, de tapones de corcho. A principios de este siglo, la bodega experimentó con tapones de rosca para sus vinos tintos, aunque llegó a la conclusión de que el corcho era la mejor opción.

Para los vinos blancos, Penfolds prevé cambiar los tapones de rosca por los de corcho o probar con los de vidrio, una posibilidad que están estudiando en la actualidad.

AMORIM PRESENTA SU NUEVA ETIQUETA DE CORCHO «PRODUCIDO EN FRANCIA» – «LIÈGE DE FRANCE»

Amorim France ha presentado una nueva etiqueta, «Liège de France», que, a partir de 2017, permitirá que los consumidores franceses puedan adquirir vinos sellados con tapones fabricados a partir de corcho natural recogido en alcornoques franceses.

Based primarily in Var, in the Maritime Alps, the Eastern Pyrenees, Corsica, Landes, Lot and Garonne, France's cork oak forests suffered over several decades from considerable neglect and poor harvesting techniques. Nonetheless Amorim has been a consistent buyer of French cork and the launch of the new label is expected to provide a major boost to French cork oak forests.

El corcho utilizado en todos los tapones que lleven la nueva etiqueta se habrá producido exclusivamente en suelo francés y se procesará y transformará en las unidades de producción de Amorim en Portugal.

A continuación, los tapones se enviarán a Amorim France para someterlos a un último tratamiento y se suministrarán a las bodegas francesas con el etiquetado «Liège de France».

Según un estudio de mercado realizado por OpinionWay en 2014, el 83 % de los consumidores de vino franceses prefieren el corcho. Se prevé que la inclusión de tapones de corcho «Producido en Francia» refuerce todavía más esta tendencia.

Christophe Sauvaud, director general de Amorim Francia, explica: «Es muy importante cumplir las expectativas del mercado y los consumidores se preocupan por llevar a cabo un consumo responsable y valoran los productos locales. Al ofrecerles un tapón de corcho natural francés, esto acelerará el sector y el empleo regional, impulsado por la calidad de un tapón reciclable, 100 % natural y ecológico».



AMORIM PLANTARÁ 500 HECTÁREAS DE ALCORNOCALES DE REGADÍO EN 2016

La demanda mundial de corcho se ha incrementado en los últimos años, tanto en sectores tradicionales como el de los tapones de corcho o los suelos de corcho, como en nuevas aplicaciones de alta tecnología, como el transporte o la exploración aeroespacial.

Para satisfacer esta demanda, la industria portuguesa del corcho importa ya cerca de 66 000 toneladas de corcho al año y existe el riesgo de que la creciente demanda supere al suministro.

Esto ha llevado a Amorim, líder mundial en la producción de corcho, a asociarse con 10 productores de la región del Alentejo para plantar 500 hectáreas de alcornoques en Portugal en 2016, con una inversión conjunta total de 125 millones de euros.

Por lo general, no es posible obtener la primera producción de corcho de un alcornoque hasta pasados 25 años, lo que supone un marco muy largo para recuperar la inversión. Los bosques de alcornoques, o «montados» portugueses, de regadío pueden acelerar el ciclo inicial, desde los 25 años previstos hasta unos 8 o 10 años.

Amorim trabaja con investigadores de la Universidad de Évora para estudiar el desarrollo de esas plantaciones de regadío.

El presidente del grupo, António Rios Amorim, destaca que la plantación de nuevos alcornoques de regadío es una de las prioridades de la compañía.



AMORIM



Uno de los principales retos a los que se enfrenta este método es la disponibilidad de agua, precisamente porque una de las características de los alcornoques es que pueden crecer en suelos relativamente pobres, aunque las plantaciones de regadío necesitan mucha más agua.

El ministro portugués de Agricultura, Desarrollo rural y Silvicultura, Capoulas Santos, realizó una visita a la finca Herdade do Conqueiro, en Avis, donde el propietario, Francisco de Almeida Garrett, realizó una plantación experimental de alcornoques de regadío hace 15 años.

Capoulas Santos insistió en que el reto principal es, de hecho, la disponibilidad de agua:

«Veo más dificultad en disponer de agua para estos fines que en la obtención de financiación para este tipo de iniciativas».

No obstante, António Rios Amorim considera que el proyecto posee un potencial crucial precisamente porque los terrenos en cuestión disponen de suelos pobres y están ubicados en zonas apartadas, donde otros cultivos con los que competirían, como el maíz o los olivares, no son viables.

Espera «extrapolar la dinámica» generada por las 500 hectáreas de alcornoques de regadío que se plantarán a partir de noviembre en la región del Alentejo y encontrar más socios para expandir el ámbito del proyecto a corto plazo y, de este modo, garantizar el suministro necesario de corcho para satisfacer la creciente demanda.

PREMIO AMORIM A LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO

La Academia Amorim presenta la primera edición del Premio Amorim a la Innovación y el Desarrollo

La Academia Amorim –fundada en Francia en 1992 y que presta apoyo al trabajo científico y proporciona financiación para proyectos enológicos e innovadores relacionados con el vino– ha presentado recientemente la primera edición del Premio Amorim a la Innovación y el desarrollo, cuyo ganador se dará a conocer a finales de noviembre.

Este nuevo galardón completará el Gran Premio a la Ciencia y la Tecnología, que ya se celebra en la Academia Amorim desde 1992, al que se pueden presentar investigadores y científicos de áreas tan diversas como la enología, la economía, la historia o la sociología.

El ganador del Premio Amorim a la Innovación y el Desarrollo se anunciará durante la 20ª edición de la feria Vinitech Sifel (del 29 de noviembre al 1 de diciembre), que colabora en este premio.

El ganador recibirá un premio de 5000 € y el asesoramiento de los especialistas de la Academia Amorim. La presidenta del jurado es la enóloga y bloguera Ophélie Neiman.

ACADÉMIE  MORIM



Esta nueva competición está abierta a jóvenes emprendedores que tengan en mente un proyecto innovador y dirigido a sumilleres, minoristas o al público en general. Las categorías incluyen los sectores de la producción, el medioambiente, la tecnología, el marketing, la comunicación y la cultura.



NDtech[®]

El primer tapón de corcho natural del mundo con garantía de TCA no detectable*

GARANTÍA DE EXCELENCIA

EL MEJOR TAPÓN DE VINO DEL MUNDO ES AHORA AÚN MEJOR

La tecnología **NDtech** analiza individualmente cada tapón de vino y permite a Amorim ofrecer el primer tapón de corcho natural del mundo con garantía de TCA no detectable*. Los productores de vino confían en la dedicación que ponemos en nuestra labor y que nos permite ofrecer los mejores tapones del mundo. **NDtech** es el último paso que complementa los métodos de prevención, cura y control de calidad de Amorim, para ofrecer el mejor de los cierres para el vino. Para más información acerca de este innovador envase para vino, visite amorimcork.com.

*el contenido de TCA que se libera es inferior al límite de cuantificación de 0,5 ng/l; análisis realizados conforme a la norma ISO 20752.

PÓNGASE EN CONTACTO CON NOSOTROS

Para más información acerca del corcho y/o de Amorim, no dude en ponerse en contacto con The Editor, Bark to Bottle correo electrónico marketing.ai@amorim.com sitio web www.amorimcork.com