

#39 ABRIL '18

BARK TO BOTTLE

EXCELLENCE IS IN OUR NATURE



- 6 El descorchado perfecto
- 10 El sumiller de Launceston Place gana el premio Amorim al catador del año
- 12 El Libro del Corcho
- 11 Mensaje en un corcho

**LA DEMANDA
DE CORCHO
EN EL SECTOR
DE LA
HOSTELERÍA
EN REINO UNIDO
CRECE UN 48%**

La demanda de vinos con cierre de corcho en el sector de la hostelería en Reino Unido crece un 48%

EL MERCADO DE REINO UNIDO TIENE UNA DE LAS MAYORES DIFERENCIAS DE PRECIO DEL MUNDO ENTRE LOS VINOS CON CIERRE DE CORCHO COMPARADOS CON AQUELLOS CON CIERRES ARTIFICIALES

Los datos recientes revelan un repunte claro en la demanda de vinos con cierre de corcho en el Reino Unido, especialmente en el mercado de la hostelería (bares, restaurantes, etc.) y a un nivel más moderado en el comercio minorista (supermercados, minoristas independientes, etc.)

Los tapones de rosca dominan el mercado del vino en el Reino Unido, especialmente en el sector minorista, no obstante, datos recientes indican que los consumidores de Reino Unido, en particular los millennials, están mostrando una mayor propensión por la compra de vinos con cierre de corcho, llevados por la innovación en la industria del corcho, por motivos de sostenibilidad y premiurización.

Los informes en la prensa líder de habla inglesa tanto generalista como especialista, incluyendo Forbes, el Telegraph, la BBC, Harpers y Decanter, han destacado "el regreso del corcho".

El corcho sigue siendo el tipo de cierre preferido para los vinos de calidad, por ejemplo, el 69% de todos los vinos galardonados en los Decanter World Wine Awards 2017 tenían tapón de corcho.

Un informe de CGA Research de 2017, que estudiaba las cifras de ventas de las 50 mejores marcas de vinos tranquilos en función del volumen en el sector de la hostelería en Reino Unido, reveló que los vinos con cierre de corcho habían crecido en

volumen en un 48% desde 2015, en comparación con el 10% de crecimiento de los vinos con cierre de rosca.

CGA Research también reveló que los vinos con cierre de corcho se benefician de una clara tendencia hacia la premiurización y aplican precios significativamente más elevados en comparación con los vinos con cierre de rosca, la diferencia media en el precio por botella ha aumentado un 25% en 2 años, desde +4,28£ en abril de 2015 hasta +5,38£ en abril de 2017 (+ 1,10£).

Los precios de venta al por menor de los vinos con cierre de corcho han aumentado el doble de rápido que los precios de los vinos con cierre de rosca, +11% en comparación con el +6%.

La investigación realizada por Nielsen sobre las 1.500 mejores marcas de vino en Reino Unido corroboró estos hallazgos, mostrando que el valor de las ventas para los vinos con cierre de corcho está aumentando un 6,1% año tras año, lo que supone un precio medio de venta por botella 1,52£ superior que los de aquellas con cierres artificiales.

A nivel mundial, se estima que en torno al 70% de todos los vinos tienen cierre de corcho, y se ha registrado un claro repunte del corcho en otros mercados, como en los EE. UU., donde la proporción de vinos con cierre de corcho ha aumentado aproximadamente el 51,7% en 2009, hasta el 60,2% en 2017 (Nielsen).



La importancia estratégica de Reino Unido

En el contexto del repunte global del corcho, el mercado de Reino Unido asume una importancia crucial, como explicó el presidente de Amorim, António Rios de Amorim, “solo tenemos que volver a un mercado, el de Reino Unido, porque así podremos volver al mercado de Sudáfrica y Chile, y eso se debe a que estos utilizan tapones de rosca porque así se lo pide Reino Unido, Reino Unido es un mercado decisivo”.

El mercado del vino en el Reino Unido es importante desde un punto de vista estratégico debido a su magnitud, a la amplia gama de vinos procedentes de todo el mundo, y a su apertura a nuevas ideas y conceptos en cuanto a vinos y packaging.

“Estamos forjando una presencia más sólida en el mercado de Reino Unido, asignando recursos para trabajar directamente con importadores y minoristas”, añade Carlos de Jesús, director de marketing de Amorim.

Innovación

A comienzos de la década de los 2000, los supermercados de Reino Unido empezaron a priorizar los vinos con tapón de rosca, principalmente por una preocupación por el coste, junto con el riesgo de desvíos sensoriales por TCA en el vino.

Pero en la actualidad hay una nueva percepción del corcho, derivada de las importantes mejoras en los métodos de control de calidad en el sector del corcho, y gracias a la implantación de nuevas tecnologías de examen, tales como la pionera solución de Amorim NDtech, que ofrece el primer corcho natural del mundo con garantía de TCA no detectable*.

Los planes de lanzar soluciones innovadoras de packaging en el Reino Unido, tales como el revolucionario tapón de corcho de apertura con giro Helix de Amorim, harán que se sea más consciente de la nueva posición del corcho en el mercado del vino de Reino Unido.

Premiurización

Los millennials, responsables de un amplio porcentaje de consumo del vino, y que se estiman que son en torno al 40%, desempeñarán un papel clave en la determinación de las tendencias relativas de la demanda entre los vinos con cierre de corcho y aquellos con cierre de rosca.

Es precisamente este segmento de consumidores el que tiene más probabilidad de optar por vinos premium en los que el corcho es una señal de calidad.

Los minoristas están ofreciendo ahora una "escala de precios" permitiendo a los consumidores "pasarse" a los vinos de calidad, que normalmente llevan cierre de corcho.

Las investigaciones de mercado indican que debido a esta tendencia a la premiurización, los minoristas de Reino Unido han empezado a aumentar su oferta de vinos con cierre de corcho, siendo los millennials uno de sus principales objetivos.

Un artículo reciente de la BBC citó a Ivo Jeramaz, vicepresidente de Grgich, sobre crecimiento y producción de la uva: Los "vinos caros de categoría superior" necesitan corchos naturales, "al igual que no te los beberías en vasos de papel".

La investigación científica sobre los beneficios sobre la calidad del corcho también han contribuido a ganarse el corazón y el pensamiento de los millennials.

En julio de 2017, Charles Spence de la Universidad de Oxford organizó “El Gran Experimento del Corcho, Cata Neuroetnológica” en el Soho, Londres, haciendo partícipes principalmente a los consumidores millennial, y demostrando sin lugar a dudas que los tapones de corcho desempeñan un papel clave en la experiencia sensorial del consumo de vino. (ver BtB 38)

A finales de 2017, se siguieron destacando los beneficios sensoriales del corcho, en este caso por la matemática Dra. Eugenia Cheng, miembro honorario del Departamento de Matemáticas y Estadística de la Universidad de Sheffield, quien descubrió la fórmula para calcular el “descorchado perfecto” (ver artículo publicado).



Sostenibilidad

Las credenciales impecables de sostenibilidad del corcho y de la baja huella de carbono, también atraen a los consumidores de vino de Reino Unido, incluyendo los millennials, y como resultado, las cadenas de supermercados han adoptado medidas tales como el respaldo a los vinos con cierre de corcho certificados por FSC.

La asociación entre los tapones de corcho y la economía ecológica ha sido bien acogida en el Reino Unido, no solo a la hora de comprender la naturaleza sostenible de la cosecha del corcho, sino también las iniciativas para el reciclado de los tapones de corcho.

Conclusión

Finalmente, será la demanda de los consumidores la que determine si el regreso del corcho coge aún más fuerza en el Reino Unido, desempeñando los millennials un papel clave.

Las fuerzas combinadas de la innovación, la premiumización y la sostenibilidad podrán probablemente garantizar que la tendencia global al "regreso del corcho" continuará avanzando en el decisivo mercado del vino en Reino Unido.

"Si echas la vista atrás en el tiempo, hace 12 o 15 años la predicción para el corcho era de todo menos optimista. Ahora nos encontramos en un territorio completamente distinto del que la mayoría de la gente creyó posible en aquella época", concluye Carlos de Jesus.

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

LA COMBINACIÓN DE LA INNOVACIÓN, LA PREMIURIZACIÓN Y LA SOSTENIBILIDAD PODRÁN PROBABLEMENTE GARANTIZAR QUE LA TENDENCIA GLOBAL AL "REGRESO DEL CORCHO" SEGUIRÁ AVANZANDO EN EL DECISIVO MERCADO DEL VINO EN REINO UNIDO.



El descorchado perfecto

PARA CONSEGUIR EL "DESCORCHADO PERFECTO", EL TAPÓN DEL VINO ESPUMOSO SE DEBE RETIRAR CON LA MÍNIMA PRESIÓN Y LA BOTELLA DEBE HABER SIDO ENFRIADA A 6,7°C

A raíz del "Gran Experimento del Corcho" 2017 de la Universidad de Oxford, que reveló que el sonido de la extracción del tapón de corcho desempeña un papel clave en la experiencia sensorial del consumo del vino (ver BtB 38), la matemática británica Dra. Eugenia Cheng, miembro honorario del Departamento de Matemáticas y Estadística de la Universidad de Sheffield, decidió realizar un experimento que determinase la frecuencia exacta a la que el sonido de la extracción del tapón de corcho de un vino espumoso resultaba más atractiva al oído humano.

Su descubrimiento fue que, para alcanzar el descorchado perfecto, la botella se debe enfriar en una cubitera hasta que alcance los 6,7 grados centígrados y se le debe ejercer la mínima presión manual para abrirla.

Mediante un análisis espectral por ordenador, la matemática analizó el sonido producido al descorchar una botella de vino espumoso, descubriendo que el sonido más atractivo se encuentra en un nivel constante entre los 8.000Hz y los 12.000Hz, habiendo sido definido por los ingenieros de sonido como tono de "brillantez".

Esto le permitió determinar la fórmula de lo que se puede denominar como la "música de descorchado" perfecta:

$$\text{Sonido} = 7 + \frac{T}{40} - \frac{P}{3}$$

Donde Sonido es frecuencia, T= tiempo y P= presión.

La Dra. Cheng explicó: "El sonido de descorchar una botella está sin duda relacionado con una celebración, sin embargo, no hay límite en cuanto a si el descorchado debería ser ruidoso y burbujeante, o silencioso y reservado, por lo que sentí curiosidad por ver lo que las matemáticas tienen que decir sobre esto".

El secreto se encuentra en enfriar la botella y a continuación aplicar la mínima presión para retirar el tapón con un agradable sonido en vez de con un descorchado ruidoso y seco.

Joao Rui Ferreira, presidente de la Asociación Portuguesa del Corcho, quien encargó la investigación, concluye que "el descorchado de un corcho natural es un sonido único, especial, y se debería celebrar. La investigación de la Dra. Cheng es fascinante, y esperamos que la gente disfrute creando el descorchado perfecto en esta época festiva".





La inteligencia sensorial del consumidor revela por qué los consumidores de vino prefieren el corcho

DATOS RECIENTES CONFIRMAN QUE LOS CONSUMIDORES PERCIBEN LOS TAPONES DE CORCHO COMO LOS PRINCIPALES INDICADORES DE LA CALIDAD DE UN VINO

La investigación reciente de Rebecca Bleibaum, UC Davis profesora y presidenta de Dragonfly SCI, Inc., empresa de investigaciones de mercado y sensoriales de San Francisco Bay Area, revela que los consumidores estadounidenses se fijan en el cierre de una botella de vino antes de tomar la decisión de compra.

En el caso de los vinos tintos, aunque el precio es el factor más importante para un 38% de los consumidores, en segundo lugar, se encuentra el tipo de cierre (31%), mucho más importante que el país de origen (24%) o la variedad (7%).

En otras palabras, los consumidores perciben el uso de tapones de corcho como el principal indicador de la calidad de un vino tinto.

Para aquellos vinos con un precio superior a los 16\$, el tipo de cierre es incluso más importante que el precio o el país de origen a la hora de elegir un vino tinto.

Los consumidores han revelado una preferencia particularmente fuerte por el corcho en las comidas de celebración, en las ocasiones especiales y a la hora de hacer regalos.

El 92% de los encuestados afirmaron que el corcho natural es señal de la elevada calidad del vino, mientras que el 80% de los encuestados consideran que el tapón de rosca es señal de un vino de calidad baja a media.

El 59% de los consumidores afirmó que prefería el corcho natural, el 8% los cierres sintéticos, el 6% los tapones de rosca y el 26% admitió que no tenía ninguna preferencia.



LA COMPOSICIÓN ÚNICA DEL CORCHO, CON 800 MILLONES DE CÉLULAS EN UN SOLO TAPÓN DE CORCHO NATURAL, OFRECE UNOS RESULTADOS IMBATIBLES EN CUANTO AL RENDIMIENTO TÉCNICO Y LA SOSTENIBILIDAD

En el caso de los vinos blancos, el precio es un factor incluso más importante que para el caso de los vinos tintos, pero en general el patrón de resultados es el mismo, con una fuerte preferencia (63%) por el corcho natural.

La conclusión del estudio es muy sencilla: “El corcho natural es señal de vino de gran calidad, de mucha más calidad que los que tienen tapones de rosca”.



EL SUMILLER DE LAUNCESTON PLACE GANA EL PREMIO AMORIM AL CATADOR DEL AÑO

Piotr Pietras, 29, sumiller jefe en Launceston Place, Londres, ha ganado la tercera edición de Catador del Año de Amorim, premio creado en 2015 en el contexto de un acuerdo de patrocinio único firmado por Corticeira Amorim y la Court of Master Sommeliers.

Obtuvo la máxima puntuación en la prueba de cata de los rigurosos exámenes de Maestro Sumiller organizados por la Court of Master Sommeliers, convirtiéndose en uno de los únicos cinco nuevos sumilleres que alcanzan el estatus de MS.

Comentó que era un gran honor recibir el galardón de Amorim: “Para mí el vino siempre ha sido una gran pasión, y nunca dejo de aprender, no solo a catar y reconocer distintos vinos, sino también a hablar sobre ellos a mis clientes y transmitir ese entusiasmo. Sería estupendo tener la oportunidad de visitar los alcornocales en Portugal y observar la producción de esos tapones de máxima calidad que descorcho cada día”.

Piotr comenzó su carrera en el Sheraton Poznan Hotel y el City Park Hotel en Polonia antes de mudarse a Londres hace cuatro años, en un primer momento trabajó para Richard Corrigan en Mayfair, y después para el restaurante Maze de Gordon Ramsay.



Empezó a trabajar en Launceston Place en 2015, y fue clasificado como segundo en la competición de Mejor Sumiller de Europa de ese año, ganando asimismo el título de Joven Sumiller del Año de Reino Unido.

Fundada en 1977, la Court of Master Sommeliers es el primer órgano examinador de sumilleres de todo el mundo y lleva a cabo exámenes de forma periódica a estudiantes de todo el mundo; aunque menos de 250 han recibido el estatus de MS como profesionales del vino a nivel mundial.

IMPORTANTES CAMPAÑAS DE RECICLAJE DEL CORCHO EN FRANCIA E ITALIA

Las impecables credenciales ecológicas del corcho no solo se basan en la intrínseca sostenibilidad de la producción del corcho y en la importancia de los alcornocales como reservas ecológicas vitales, sino también en el interés mundial por el reciclaje del corcho, tanto a escala individual como a través de iniciativas públicas a gran escala.

Este año, la 14^a edición de Vinisud, celebrada en Montpellier del 18-20 de febrero estuvo dedicada al desarrollo sostenible.

Durante la feria de muestras Professionnels du Liège (www.planeteliège.com), montaron una "Liège Box" (caja de corcho) que se puso a disposición de los expositores. Se recogieron cerca de 550 kg de corcho en apoyo a France Cancer, que recibirá los ingresos por la venta de corcho para reciclaje.

Francia es en la actualidad el mayor contribuyente mundial en el reciclaje de corcho, recogándose y reciclándose cerca de 1.000 toneladas de tapones de corcho de botellas de vino desde el lanzamiento del programa en 2010.

Professionnels du Liège también coordinaron la campaña "Exigence Liège" (Exigencia Corcho), que enfatiza el uso responsable del corcho, y subraya el hecho de que esta materia prima 100% natural y 100% reciclable es el cierre más popular para los consumidores franceses.

En Italia, el equipo nacional de rugby apoyó

el proyecto Amorim Cork Italia ETICO para el reciclaje de tapones.

90 equipos jóvenes de rugby participaron en esta iniciativa en la que los fondos se donaron a una institución que apoya a los niños que sufren problemas psicológicos.

La federación italiana de rugby animó a varios de sus jugadores a difundir el proyecto ETICO en sus redes sociales.

Como premio, antes del partido de rugby entre Italia y Sudáfrica del 25 de noviembre, los equipos jóvenes que recogieron la mayor cantidad de corcho recibieron 150 entradas del banco Credit Agricole, uno de los patrocinadores del proyecto.

En una iniciativa aparte en Italia, se han organizado sesiones informativas para cerca de 250 estudiantes en cuatro universidades (Pisa, Milán, Padua, y Turín) con el objeto de presentar a la próxima generación de productores de vino las ventajas de utilizar corcho. Hay más sesiones planificadas para las universidades de Udine y Bolonia.



EL LIBRO DEL CORCHO

EL PROFUSAMENTE
ILUSTRADO LIBRO
DE 380 PÁGINAS HA SIDO
ENVIADO A CIENTOS
DE CLIENTES Y BIEN
RECIBIDO GLOBALMENTE

La última publicación de Amorim, "El Libro del Corcho", ofrece una visión integral del sector actual del corcho, desde descorchar una botella de champán hasta el recorrido al espacio exterior.

Con un innovador enfoque y un diseño atrevido, el libro se divide en tres capítulos: Equilibrio, Singularidad e Innovación.

El capítulo uno describe el ecosistema vital de los alcornocales, así como la sostenibilidad y la economía circular del sector del corcho.

El capítulo dos, Singularidad, explica por qué el cocho y el vino son unos aliados tan naturales. El papel clave que desempeña el grupo Amorim, como el mayor productor de corcho del mundo, se describe en detalle junto con el proceso de producción de tapones de corcho, y cómo el corcho se ha convertido en el cierre elegido por las bodegas en todo el mundo debido a las cualidades superiores de cierre.

El capítulo final, Innovación, muestra cómo se utiliza el corcho en una gama en constante aumento de soluciones sofisticadas, de alta tecnología y de diseño.

El grupo Amorim se encuentra a la cabeza de la innovación en el campo del corcho, y el libro describe los sorprendentes desarrollos en el negocio del corcho para vinos, como es el caso de Helix y NDTech, así como las innovaciones en otros campos con productos tales como Hydrocork, Acousticork y AirFibr césped natural, así como aplicaciones en el sector de la construcción, del transporte, de la automoción y aeroespacial.

El libro también describe las aplicaciones del corcho en contextos sorprendentes, incluyendo la catedral de la Sagrada Familia de Gaudí, en Barcelona, el V&A Museum, la Tate Modern y la Serpentine Gallery Pavilion en Londres, el CCB y el Lisbon Cruise Terminal, Expo Shanghai 2010, y cuatro estadios UEFA Euro 2016 en Francia.

Con la mirada puesta en el futuro, el libro destaca el continuo compromiso de Amorim con la investigación y el desarrollo a través de iniciativas tales como Amorim Cork Ventures, y proyectos para forjar una mayor sostenibilidad de los alcornocales, como es el caso del proyecto de intervención forestal.







© brennersvineandliquor.com

MENSAJE EN UN CORCHO

Todos estamos familiarizados con la frase "mensaje en una botella" pero la innovadora bodega australiana Treasury Wine Estates ha lanzado un nuevo packaging con un diseño atrevido para sus vinos "19 crimes", que incluye una aplicación de realidad aumentada para las etiquetas de las botellas y un mensaje en cada tapón de corcho especificando un delito en concreto.

Los productores australianos de vino son unos de los principales consumidores de tapones de rosca del mundo, pero "19 crimes" muestra cómo el corcho natural puede marcar una diferencia esencial, tanto a la hora de maximizar la calidad del vino como a la hora de ser el elemento central en el diseño del embalaje.

En 2017, el vino fue nombrado "Marca de vino del año" por parte del principal título de la industria vinícola de EE. UU. Market Watch, recibiendo una amplia cobertura en los medios de comunicación.

En el siglo XVIII se cometieron 19 delitos que transformaron a los delincuentes en colonos, ya que Reino Unido, en aquella época, enviaba a los convictos a Australia en lugar de a la horca.

Los 19 delitos que "forjaron el espíritu de un nuevo país", incluyeron la bigamia, robar una mortaja de una tumba, y quizás algo un tanto sorprendente, "hacerse pasar por un egipcio".



Pero para descubrir qué delito está asociado a cada botella es necesario descorcharla.

No resulta sorprendente que los tapones de corcho de esta marca se hayan convertido ya en populares objetos de coleccionista, alcanzando una suma considerable el n° 19 por su rareza y que especifica el siguiente delito: Robo ocasional en tiendas navales".

"19 crimes" lanzó una amplia estrategia en redes sociales en 2017, y con la ayuda de este innovador enfoque y campaña de embalaje la marca pasó de desconocida a muy conocida en las redes sociales y a vender cerca de un millón de cajas en 2017.

Tras el éxito de la aplicación "19 crimes", se ha procedido a su ampliación y cambio de nombre pasando a llamarse ahora Living Wine Labels app, incluyendo a otras marcas tales como The Walking Dead, Beringer Bros., Gentleman's Collection y Chateau St. Jean.

LAS REDES SOCIALES ESTÁN FOMENTANDO UNA REUTILIZACIÓN INNOVADORA DE LOS TAPONES DE CORCHO

A la gente le encanta los tapones de corcho por muchos motivos, especialmente porque les recuerda los buenos tiempos pasados en compañía de amigos.

A menudo se utilizan los tapones de corcho para manualidades, siendo una opción de reciclaje que encaja perfectamente con las impecables credenciales de sostenibilidad del corcho.

El corcho es un material versátil que se puede cortar y al que se puede dar forma fácilmente.

Todos estos atributos han captado la imaginación de los amantes de las manualidades, y las redes sociales están fomentando ahora una nueva oleada de ideas innovadoras.

¡Varios vídeos sobre como reutilizar los tapones de corcho se han hecho virales, algunos con más de 150 millones de reproducciones!

Por ejemplo, el vídeo de “5-minute crafts”: “7 usos inteligentes de los tapones de corcho”, ha generado más de 168 millones de reproducciones en Facebook.

Entre las innovadoras ideas para manualidades que utilizan corcho se encuentran las siguientes: hacer patas de muebles, posavasos, mechas para velas, marcos para fotos, imanes de nevera, pequeños maceteros, llaveros, soportes para tarjetas, collares, alfombrillas para el baño, tabloncillos de anuncios, percheros, pomos para puertas y cajones, y quizás la idea más simple de todas sea la de “recordatorio”, simplemente se guarda el tapón de corcho y se escribe una pequeña nota en él como souvenir del momento especial compartido con amigos.

El grupo Amorim cuenta cada vez con más presencia en las redes sociales, abarcando sus diferentes unidades de negocio.

La campaña Intercork también dirige una serie de cuentas en redes sociales, desde China hasta los EE. UU., incluyendo 100%Cork (#amorimcork), una de las principales redes sociales relacionadas con el vino en los EE. UU.

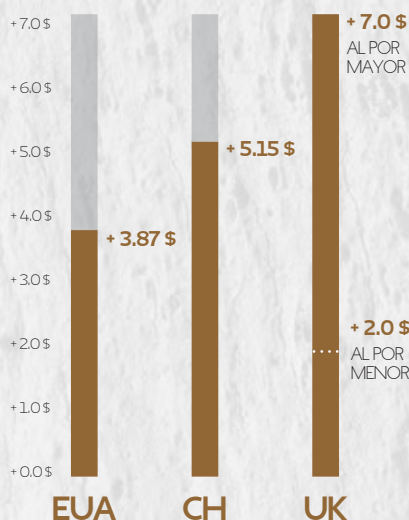
Por lo que, si busca una idea sobre qué hacer con un tapón de corcho o simplemente quiere aprender más acerca del sorprendente mundo del corcho, ¡tan solo búsquelo en google y prepárese para dar alas a su imaginación!



EN NUESTRA NATURALEZA HAY NÚMEROS QUE HABLAN POR ELLOS MISMOS

Los vinos con cierre de corcho aumentan el valor por botella...

El valor de las ventas de vino de Reino Unido en 2016 con tapón de corcho aumentó un 17% frente a tan solo el 9% para los cierres artificiales.



... y en volumen.

48%

Crecimiento desde 2015 de los vinos con cierre de corcho en el mercado al por mayor de Reino Unido (10% para los cierres artificiales)

CGA, julio de 2017

43%

La venta de cajas aumenta en los EE. UU. (2010-2017) frente al 16% para los vinos con cierres artificiales (2010-2017).

CGA, julio de 2017

7 de cada 10 botellas se cierran cada año con corcho.



96%

de los vinos más vendidos en China llevan un cierre de corcho natural.

Nielsen, mayo de 2017

89%

de los 100 mejores vinos de Wine Spectator llevan tapón natural de corcho.

Wine Spectator, junio de 2017

72%

de las 100 mejores marcas de EE. UU. llevan cierre de corcho.

Nielsen, junio de 2017

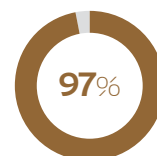
69%

de todos los ganadores de medallas en el Decanter World Wine Awards está sellado con un corcho.

Decanter, 2017



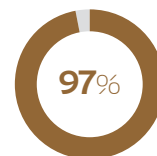
CONFIAMOS EN LA ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR.



EE. UU.

Afirma que los tapones de corcho natural son un distintivo de calidad o gran calidad del vino.

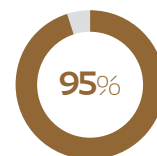
Wine Opinios, julio de 2017



CHINA

Cree que el corcho natural es beneficioso para la calidad del vino.

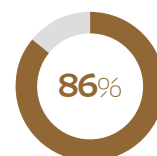
CTR, septiembre de 2017



ESPAÑA

Prefiere los tapones de corcho natural para los vinos tranquilos y para los espumosos.

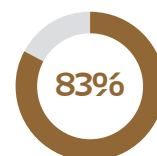
Iniciativa Cork, julio de 2017



ITALIA

Considera que el corcho natural es un distintivo de calidad del vino.

GfK, julio de 2017



FRANCIA

Prefiere los tapones de corcho natural.

Opinion Way, junio de 2017