

#39 ABRIL '18

BARK TO BOTTLE

EXCELLENCE IS IN OUR NATURE



- 6 O “Pop” Perfeito
- 10 Escanção do Launceston Place vence o prémio de provador do ano da Amorim
- 12 The Cork Book
- 11 Mensagem numa rolha de cortiça

**UK: PROCURA
DE VINHOS
COM CORTIÇA
AUMENTA 48%**

No Reino Unido, a procura de vinhos vedados com cortiça para consumo no local aumenta 48%

O MERCADO DO REINO UNIDO APRESENTA UM DOS MAIS ALTOS SUPLEMENTOS DE PREÇO DO MUNDO PARA VINHOS VEDADOS COM CORTIÇA FACE AOS VEDANTES ARTIFICIAIS

Um conjunto de dados recentes revela uma clara subida da procura de vinhos vedados com cortiça no Reino Unido, especialmente no mercado para consumo no local (bares, restaurantes, etc.) e, de uma maneira mais subtil, no mercado para consumo fora do local (supermercados, retalho independente, etc.)

As cápsulas de rosca dominam o mercado de vinhos no Reino Unido, sobretudo no setor de retalho, mas há dados recentes que indicam que os consumidores do Reino Unido, em especial os "Millennials", estão a mostrar uma maior propensão para comprar vinhos vedados com cortiça, motivados pela inovação na indústria corticeira, fatores de sustentabilidade e "premiunização".

Diversas notícias em publicações generalistas e especializadas em língua inglesa, incluindo a Forbes, o Telegraph, a BBC, a Harpers e a Decanter, têm salientado o "regresso da cortiça".

A cortiça continua a ser a solução de vedação preferencial para vinhos de qualidade – por exemplo, 69% de todos os vinhos medalhados nos prémios Decanter World Wine de 2017 estavam vedados com uma rolha de cortiça.

Um relatório de 2017 da CGA Research – que analisou os números de vendas das 50 maiores marcas de vinhos tranquilos por volume no mercado do Reino Unido para consumo no local – revelou que as vendas de vinhos vedados com cortiça aumentaram 48%

em volume desde 2015, em comparação com um crescimento de 10% dos vinhos vedados com cápsulas de rosca.

A CGA Research revelou ainda que os vinhos vedados com cortiça estão a beneficiar de uma clara tendência de "premiunização" e apresentam um suplemento de preço significativo em relação aos vinhos vedados com cápsulas de rosca – a diferença média de preço por garrafa aumentou 25% em 2 anos: de +4,28 GBP em abril de 2015 para +5,38 GBP em abril de 2017 (+ 1,10 GBP).

Os preços de retalho dos vinhos vedados com cortiça aumentaram duas vezes mais rapidamente do que os vinhos vedados com cápsulas de rosca: +11% comparados com +6%.

Um estudo conduzido pela Nielsen das 1500 maiores marcas de vinho no Reino Unido confirmou estas conclusões, revelando que as vendas de vinhos vedados com cortiça estão a aumentar 6,1% em termos homólogos e apresentam um preço de venda médio 1,52 GBP mais elevado por garrafa do que os que têm vedantes artificiais.

A nível mundial, estima-se que cerca de 70% de todos os vinhos sejam vedados com rolhas de cortiça, tendo-se registado uma clara retoma noutros mercados, como os EUA, onde a percentagem de vinhos vedados com cortiça subiu de cerca de 51,7% em 2009 para 60,2% em 2017 (Nielsen).



A importância estratégica do Reino Unido

No contexto da ascensão global da cortiça, o mercado do Reino Unido assume uma importância crucial, como explicou o presidente da Amorim, António Rios de Amorim, – “Só temos um mercado para recuperar, que é o Reino Unido, porque então poderemos recuperar a África do Sul e o Chile, e isto porque estes países usam cápsulas de rosca sob instruções do Reino Unido – o Reino Unido é um mercado decisivo.”

O mercado de vinhos do Reino Unido é estrategicamente importante pela sua escala, pela vasta gama de vinhos de todo o mundo e pela receptividade a novas ideias e conceitos em termos de vinhos e soluções de packaging.

“Estamos a estabelecer uma presença mais forte no mercado do Reino Unido, alocando recursos para trabalhar diretamente com importadores e retalhistas”, acrescenta Carlos de Jesus, diretor de marketing da Amorim.

Inovação

No início da década de 2000, os supermercados do Reino Unido começaram a dar prioridade aos vinhos vedados com cápsulas de rosca, principalmente por razões de custo, mas também devido aos riscos de sabor a rolha.

Mas atualmente existe uma nova perceção da cortiça, motivada por melhorias significativas nos métodos de controlo de qualidade no setor da cortiça e pela invenção de novas tecnologias de rastreio, como a solução pioneira NDtech da Amorim, que oferece a primeira rolha de cortiça natural do mundo com garantia de TCA não detetável.*

Os planos de implementação de soluções inovadoras de packaging no Reino Unido, como a revolucionária rolha de cortiça “rodar para abrir” Helix, fomentarão o reconhecimento do novo posicionamento da cortiça no mercado de vinhos do Reino Unido.

"Premiunização"

Os “Millennials”, responsáveis por uma parcela significativa do consumo de vinho – estimada em cerca de 40% – desempenharão um papel crucial na determinação das tendências relativas da procura de vinhos vedados com cortiça e vinhos vedados com cápsulas de rosca.

É precisamente este segmento de consumidores o mais suscetível de optar por vinhos premium, em que a cortiça é considerada um indicador de qualidade.

Os retalhistas estão agora a oferecer uma “escala de preços” que permita aos consumidores “transitar” para vinhos de maior qualidade, normalmente vedados com cortiça.

Os estudos de mercado indicam que, em virtude desta tendência de “premiunização”, os retalhistas do Reino Unido começaram a intensificar a sua oferta de vinhos vedados com cortiça junto dos “Millennials”, como um dos seus principais públicos-alvo.

Um artigo recente da BBC citou Ivo Jeramaz, vice-presidente de vitivinicultura da Grgich: “Os vinhos premium mais dispendiosos” exigem rolhas de cortiça natural, “do mesmo modo que não são bebidos em copos de papel.”

Os estudos científicos sobre as vantagens da cortiça em matéria de qualidade também contribuíram para conquistar a preferência dos “Millennials”.

Em julho de 2017, Charles Spence, da Universidade de Oxford, organizou a “Grande Experiência da Cortiça – Degustação Neuroenológica”, no Soho, em Londres, envolvendo sobretudo consumidores da geração “Millennial”, e demonstrou, sem margem para dúvidas, que as rolhas de cortiça desempenham um papel fundamental na experiência sensorial do consumo de vinho. (ver BtB 38)

No final de 2017, as vantagens sensoriais da cortiça foram novamente destacadas pela matemática Dra. Eugenia Cheng, Membro Honorário do Departamento de Matemática e Estatística da Universidade de Sheffield, que descobriu a fórmula de cálculo do “pop perfeito” (ver artigo na presente edição).





Sustentabilidade

As impecáveis credenciais de sustentabilidade da cortiça e a sua reduzida pegada de carbono constituem atrativos adicionais para os consumidores de vinho do Reino Unido, incluindo os “Millennials”, o que resulta na adoção, por parte das cadeiras de supermercados, de medidas como a promoção dos vinhos vedados com rolhas de cortiça com certificação FSC.

A associação entre as rolhas de cortiça e a economia verde foi adotada no Reino Unido, não só em termos do entendimento da natureza sustentável do descortiçamento, mas também através de iniciativas de reciclagem das rolhas de cortiça.

Conclusão

Em última instância, será a procura a determinar se o regresso da cortiça ganhará ainda mais fôlego no Reino Unido, com os “Millennials” a desempenharem um papel fundamental.

A força conjunta da inovação, da “premiunização” e da sustentabilidade poderá assegurar que o “regresso da cortiça” a nível mundial continue a registar avanços no importante mercado de vinhos do Reino Unido.

“Há 12, 15 anos, os prognósticos para a cortiça eram tudo menos otimistas. O território em que nos movimentamos hoje é completamente diferente do que a maioria das pessoas acreditava ser possível nessa altura”, conclui Carlos de Jesus.

*teor de TCA libertável igual ou inferior ao limite de quantificação de 0,5 ng/l; análise realizada de acordo com a norma ISO 20752.

A COMBINAÇÃO ENTRE INOVAÇÃO, "PREMIUNIZAÇÃO" E SUSTENTABILIDADE PODERÁ ASSEGURAR QUE O "REGRESSO DA CORTIÇA" A NÍVEL MUNDIAL CONTINUE A REGISTAR AVANÇOS NO IMPORTANTE MERCADO DE VINHOS DO REINO UNIDO



O “pop” perfeito

PARA OBTER O “POP PERFEITO”, A ROLHA DE UM VINHO ESPUMANTE DEVE SER EXTRAÍDA COM UM MÍNIMO DE PRESSÃO E A GARRAFA DEVE SER ARREFECIDA A 6,7 °C

Na sequência da “Grande Experiência da Cortiça” da Universidade de Oxford, em 2017, que revelou que o som da extração de uma rolha de cortiça tem um papel essencial na experiência sensorial (ver BTB 38) - a matemática britânica, Dra. Eugenia Cheng, Membro Honorário do Departamento de Matemática e Estatística da Universidade de Sheffield, decidiu realizar uma experiência para determinar a que frequência exata o som de uma rolha de cortiça a saltar de uma garrafa de champanhe é mais apelativo ao ouvido humano.

Concluiu que, para obter o “pop” perfeito, a garrafa deve ser arrefecida num balde de gelo até atingir 6,7 °C e que deve ser aplicada uma pressão mínima com a mão ao abrir.

Através de um método de análise espectral assistida por computador, a matemática analisou o som produzido pela extração de

uma rolha de cortiça de uma garrafa de vinho espumante e descobriu que o som mais desejável se situa a um nível constante entre 8.000 Hz e 12.000 Hz, a que os engenheiros de som chamam de “brilho”.

Deste modo, pôde determinar a fórmula do que se pode designar como a “música pop” perfeita:

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

Em que Som é a frequência, T = tempo e P = pressão.

Segundo a explicação da Dra. Cheng: “O som de uma rolha de cortiça a saltar de uma garrafa está sem dúvida associado à ideia de celebração, mas não existe consenso sobre se

deve ser um som alto e borbulhante ou baixo e discreto, o que me intrigou o suficiente para tentar saber o que a matemática podia dizer-nos a este respeito.”

O segredo reside em arrefecer a garrafa e depois aplicar uma pressão mínima para extrair a rolha, com um som agradável em vez de um estouro forte e estrondoso.

João Rui Ferreira, presidente da Associação Portuguesa da Cortiça, que encomendou o estudo, concluiu: “O som de uma rolha de cortiça a saltar de uma garrafa é especial e único, e deve ser celebrado. A investigação da Dra. Cheng é fascinante e esperamos que as pessoas se divirtam a criar o ‘pop’ perfeito nesta quadra festiva.”





A inteligência sensorial do consumidor demonstra por que razão os consumidores de vinho preferem a cortiça

DADOS RECENTES CONFIRMAM QUE OS CONSUMIDORES CONSIDERAM AS ROLHAS DE CORTIÇA COMO O PRINCIPAL INDICADOR DE UM VINHO DE QUALIDADE

Um estudo recente conduzido por Rebecca Bleibaum, professora da UC Davis e presidente da Dragonfly SCI, Inc., uma empresa de investigação no âmbito sensorial e de perspetivas de consumo localizada na Baía de São Francisco, revela que os consumidores dos EUA dão uma grande atenção ao vedante utilizado numa garrafa de vinho antes de tomarem uma decisão de compra.

No caso dos vinhos tintos, embora o preço seja o fator mais importante para 38% dos consumidores, o tipo de vedante surge em segundo lugar (31%), sendo consideravelmente mais importante do que o país de origem (24%) ou a variedade (7%).

Por outras palavras, os consumidores consideram a utilização de uma rolha de cortiça como o principal indicador de um vinho tinto de qualidade.

Para vinhos com preços acima dos 16 USD, o tipo de vedante é ainda mais importante do que o preço ou o país de origem, quando se escolhe um vinho tinto.

Os consumidores revelaram uma preferência particularmente acentuada pela cortiça para jantares festivos e ocasiões especiais, assim como para ofertas.

92% dos inquiridos afirmaram que uma rolha de cortiça natural indica um vinho de elevada qualidade, enquanto 80% dos inquiridos consideraram que uma cápsula de rosca indica um vinho de qualidade baixa a moderada.

59% dos consumidores declararam preferir rolhas de cortiça natural, 8% vedantes sintéticos, 6% cápsulas de rosca e 26% admitiram não ter preferência.



A COMPOSIÇÃO ÚNICA DA CORTIÇA, COM 800 MILHÕES DE CÉLULAS NUMA ÚNICA ROLHA DE CORTIÇA NATURAL, APRESENTA RESULTADOS IMBATÍVEIS EM TERMOS DE DESEMPENHO TÉCNICO E DE SUSTENTABILIDADE

No caso dos vinhos brancos, o preço é um fator ainda mais importante do que no caso dos vinhos tintos, mas o sentido geral dos resultados é o mesmo, com uma preferência ainda mais pronunciada (63%) para as rolhas de cortiça natural.

A conclusão final do estudo é bastante simples: "A cortiça natural indica um vinho de elevada qualidade e de qualidade muito superior à cápsula de rosca."



ESCANÇÃO DO LAUNCESTON PLACE VENCE O PRÉMIO DE PROVADOR DO ANO DA AMORIM

Aos 29 anos, Piotr Pietras, escanção do Launceston Place em Londres, venceu a terceira edição do prémio Provador do Ano da Amorim, criado em 2015 no âmbito de um acordo de patrocínio assinado entre a Corticeira Amorim e o Court of Master Sommeliers.

Pietras obteve a pontuação máxima no exame de prova dos rigorosos exames de Mestre-Escanção do Court of Master Sommeliers, tornando-se um de apenas cinco novos escanções com o estatuto de MS.

Afirmou que foi uma grande honra receber o troféu da Amorim: “Para mim, o vinho sempre foi uma grande paixão e nunca deixo de aprender - não só a provar e a reconhecer diferentes vinhos, mas também a falar deles com os meus clientes e a transmitir esse entusiasmo. Será fantástico ter a oportunidade de visitar os montados em Portugal e assistir à produção dessas rolhas de superior qualidade que extraio diariamente das garrafas.”

Piotr começou a sua carreira no Sheraton Poznan Hotel e no City Park Hotel na Polónia, antes de se instalar em Londres há quatro anos, tendo trabalhado inicialmente com Richard Corrigan no Mayfair e, mais tarde, no restaurante Maze de Gordon Ramsay.



Começou a trabalhar no Launceston Place em 2015, tendo ficado classificado em segundo lugar no concurso de Melhor Escanção Europeu desse ano e conquistado ainda o título de Jovem Escanção do Ano do Reino Unido.

Fundado em 1977, o Court of Master Sommeliers é o primeiro organismo examinador de escanções a nível mundial, realizando regularmente exames para alunos de todo o mundo, sendo que o número de especialistas em vinho com o estatuto de MS a nível global é inferior a 250.

GRANDES CAMPANHAS DE RECICLAGEM DE CORTIÇA EM FRANÇA E ITÁLIA

As impecáveis credenciais ecológicas da cortiça não assentam apenas na sustentabilidade intrínseca da produção de cortiça e na importância dos montados enquanto reservas ecológicas vitais, mas também no interesse global pela reciclagem de rolhas de cortiça, tanto a nível individual como em iniciativas públicas de grande escala.

A 14.^a edição da Vinisud, realizada em Montpellier entre 18 a 20 de fevereiro deste ano, tinha como tema o desenvolvimento sustentável.

Durante a feira, os Professionnels du Liège (www.planeteliège.com) prepararam uma caixa de cortiça, que foi disponibilizada aos expositores. Foram recolhidos quase 550 kg de cortiça, em apoio da France Cancer, que receberá as receitas da venda de cortiça para reciclagem.

A França é hoje o maior contribuinte mundial para a reciclagem de rolhas de cortiça, tendo sido recolhidas e recicladas perto de 1.000 toneladas de rolhas de cortiça desde o lançamento do programa em 2010.

Os Professionnels du Liège coordenam ainda a campanha “Exigence Liège” (Exigência Cortiça), que sublinha a importância das utilizações responsáveis da cortiça, e destacam o facto de esta matéria-prima 100% natural e 100% reciclável ser o vedante para vinhos mais popular junto dos consumidores franceses.

Em Itália, a equipa de rãguebi nacional apoiou o projeto ETICO de reciclagem de rolhas de cortiça da Amorim Cork Italia.

Participaram nesta iniciativa 90 equipas de rãguebi juvenis, tendo os fundos sido doados a uma instituição que apoia crianças afetadas por problemas psicológicos.

A Federação Italiana de Rãguebi incentivou vários jogadores a promover o projeto ETICO nas suas redes sociais.

Como prémio, antes do jogo de rãguebi entre a Itália e a África do Sul, a 25 de novembro, as equipas juvenis que recolheram mais rolhas receberam 150 bilhetes do banco Crédit Agricole, um dos parceiros do projeto.

Numa outra iniciativa em Itália, foram organizadas sessões de esclarecimento para cerca de 250 estudantes de quatro universidades (Pisa, Milão, Pádua e Turim) para apresentar à próxima geração de enólogos as vantagens da utilização da cortiça. Estão planeadas sessões adicionais para as universidades de Udine e Bolonha.



THE CORK BOOK

O LIVRO DE 380 PÁGINAS,
COM BELÍSSIMAS
ILUSTRAÇÕES, FOI
ENVIADO A CENTENAS DE
CLIENTES, REGISTRANDO
UMA EXCELENTE
RECEÇÃO EM TODO O
MUNDO

A mais recente publicação da Amorim, The Cork Book (O Livro da Cortiça), oferece uma visão abrangente da indústria corticeira atual, desde a extração de uma rolha de cortiça de uma garrafa de champanhe até às viagens ao espaço.

Com uma abordagem inovadora e um design arrojado, o livro divide-se em três capítulos: Equilíbrio, Singularidade e Inovação.

O capítulo um descreve o ecossistema vital dos montados e a sustentabilidade e economia circular da indústria corticeira.

O capítulo dois - Singularidade - explica a razão pela qual a cortiça e o vinho são aliados naturais. O papel fundamental desempenhado pelo Grupo Amorim, na qualidade de maior produtor mundial de cortiça, é descrito ao pormenor, juntamente com o processo de produção de rolhas de cortiça, e o modo como a cortiça, graças às suas qualidades de vedação superiores, se tornou no vedante de eleição de empresas vinícolas em todo o mundo.

O último capítulo - Inovação - demonstra como a cortiça está a ser aplicada num conjunto cada vez maior de soluções sofisticadas, de alta tecnologia e de design.

O Grupo Amorim está na vanguarda da inovação em matéria de cortiça e o livro traça o perfil de evoluções surpreendentes no negócio das rolhas de cortiça, como o sistema Helix e a NDtech, além de inovações noutros domínios com produtos como Hydrocork, Acousticork e a relva natural AirFibr, assim como aplicações para a construção, para os transportes e para os setores automóvel e aeroespacial.

O livro descreve igualmente as aplicações da cortiça em contextos inesperados, incluindo a Catedral da Sagrada Família de Gaudí, o Museu V&A, a Tate Modern e o Serpentine Gallery Pavilion, em Londres, o CCB e o Terminal de Cruzeiros de Lisboa, a Expo Xangai 2010 e quatro estádios da UEFA para o Euro 2016, em França.

Olhando para o futuro, o livro destaca o compromisso constante da Amorim com a investigação e o desenvolvimento, através de iniciativas como a Amorim Cork Ventures, e projetos para promover ainda mais a sustentabilidade dos montados, como o Projeto de Intervenção Florestal.







© bremenswineandliquor.com

MENSAGEM NUMA ROLHA DE CORTIÇA

Todos conhecemos a frase “mensagem numa garrafa”, mas a inovadora empresa vinícola australiana Treasury Wine Estates lançou um novo e ousado packaging para o seu vinho “19 Crimes”, que inclui uma app de realidade aumentada para os rótulos das garrafas e uma mensagem em cada rolha de cortiça, especificando um crime diferente.

Os produtores de vinho australianos são um dos maiores utilizadores mundiais de cápsulas de rosca, mas “19 Crimes” mostra como a cortiça natural pode fazer uma diferença vital, em termos de maximizar a qualidade do vinho e como elemento central do design de packaging.

Em 2017, o vinho foi eleito “Marca de Vinho do Ano” pela prestigiada publicação Market Watch, uma referência para o setor vinícola, e foi objeto de uma ampla cobertura mediática.

No século XVIII, houve 19 crimes que transformaram criminosos em colonos, uma vez que os condenados britânicos eram

enviados para a Austrália, em lugar de serem enforcados.

Os 19 crimes, que “forjaram o espírito de um novo país”, incluíam a bigamia, o roubo de uma mortalha de um túmulo e, talvez de forma um tanto surpreendente, a “assunção da identidade de um egípcio”.



Mas para descobrir qual o crime associado a cada garrafa, é necessário extrair a rolha.

Não admira que as rolhas de vinho da marca já se tenham tornado peças de coleção populares e a rara rolha n.º 19, que denota o crime: “Roubar depósitos navais em certos casos”, possa atingir um valor considerável.

Em 2017, “19 Crimes” lançou uma extensa estratégia de redes sociais e, com a ajuda desta abordagem de packaging inovadora e da campanha lançada, a marca, até então desconhecida, passou a ser amplamente reconhecida nas redes sociais, tendo expedido mais de um milhão de caixas em 2017.

Dado o sucesso da aplicação “19 Crimes”, esta foi ampliada, passando a designar-se Living Wine Labels, para incluir outras marcas - como The Walking Dead, Beringer Bros., Gentleman’s Collection e Chateau St. Jean.

AS REDES SOCIAIS IMPULSIONAM FORMAS INOVADORAS DE REUTILIZAR AS ROLHAS DE CORTIÇA

As pessoas gostam de rolhas de cortiça por várias razões, mas especialmente porque recordam bons momentos passados com amigos.

As rolhas de cortiça são frequentemente utilizadas para aplicações artesanais e estas ideias de reciclagem adaptam-se perfeitamente às imbatíveis credenciais de sustentabilidade da cortiça.

A cortiça é um material versátil e pode ser facilmente cortada e moldada.

Todos estes atributos estimularam a imaginação dos apreciadores de artesanato e as redes sociais estão agora a impulsionar uma nova vaga de ideias inovadoras.

Vários vídeos sobre como reutilizar rolhas de cortiça tornaram-se autênticos sucessos virais, alguns com mais de 150 milhões de visualizações!

Por exemplo, o vídeo do canal YouTube “5-minute crafts”: “7 utilizações inteligentes de rolhas de cortiça”, gerou mais de 168 milhões de visualizações no Facebook.

São ideias de artesanato inovadoras, incluindo o uso das rolhas para fazer calços para pés de móveis, pavios de vela, suportes para fotografias, ímanes para frigorífico, minivasos para plantas, porta-chaves, marcadores de lugar, colares, tapetes de banho, quadros informativos, cabides para casacos e puxadores de portas e gavetas, mas talvez a ideia mais simples de todas seja o “journaling” (fazer um “diário”), que significa guardar simplesmente uma rolha de cortiça e escrever nela uma breve nota, como recordação de um momento especial partilhado com amigos.

A presença do Grupo Amorim nas redes sociais é cada vez maior, estendendo-se às suas diferentes unidades de negócio.

A campanha Intercork também coordena inúmeras contas nas redes sociais, desde a China aos Estados Unidos, incluindo 100% Cork (#amorimcork), um dos maiores perfis nas redes sociais nos EUA relacionados com o vinho.

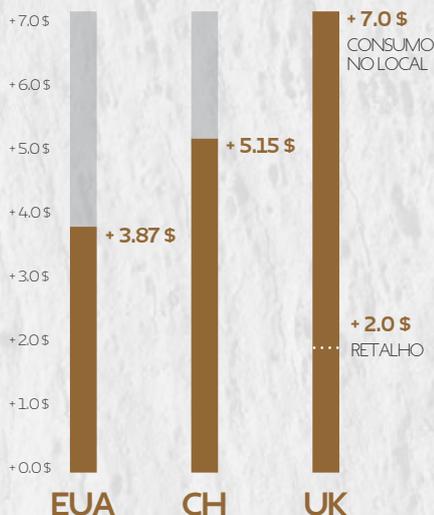
Assim, se está à procura de uma ideia sobre o que fazer com uma rolha de cortiça ou se pretende simplesmente saber mais sobre o incrível mundo da cortiça, basta pesquisar no Google e preparar-se para dar largas à imaginação!



NA NOSSA NATUREZA EXISTEM NÚMEROS QUE FALAM POR SI

Os vinhos vedados com cortiça aumentam o valor por garrafa...

O valor das vendas de vinhos vedados com cortiça no Reino Unido em 2016 aumentou 17% face a apenas 9% para os vedantes artificiais.



... e em volume.

48%

Crescimento desde 2015 para os vinhos vedados com cortiça no mercado de consumo local no Reino Unido (10% para vedantes artificiais)

CGA, julho de 2017

43%

Aumento das vendas de vinho vedado com cortiça nos EUA (2010-2017) face a 16% para os vinhos com vedantes artificiais (2010-2017).

CGA, julho de 2017

Sete em cada 10 garrafas são vedadas todos os anos com cortiça.



96%

dos vinhos mais vendidos na China são vedados com cortiça natural.

Nielsen, maio de 2017

89%

dos 100 Melhores Vinhos da Wine Spectator são vedados com cortiça natural.

Wine Spectator, junho de 2017

72%

das 100 maiores marcas americanas são vedadas com cortiça.

Nielsen, junho de 2017

69%

de todos os vencedores de medalhas no Decanter World Wine Awards são vedados com cortiça.

Decanter, 2017



NÓS CONFIAMOS NA ESCOLHA DO CONSUMIDOR.

97%

EUA

Referem que as rolhas de cortiça natural constituem a marca de um vinho de qualidade elevada ou muito elevada.

Wine Opinions, julho de 2017

97%

CHINA

Consideram que a cortiça natural beneficia a qualidade do vinho.

CTR, setembro de 2017

95%

ESPAÑA

Preferem as rolhas de cortiça natural para os vinhos tranquilos e espumantes.

Iniciativa Cork, julho de 2017

86%

ITÁLIA

Consideram que a cortiça natural é sinal de um vinho de qualidade.

GFK, julho de 2017

83%

FRANÇA

Preferem as rolhas de cortiça natural.

Opinion Way, junho de 2017