



Informação ao serviço do sector

Notícias APCOR está de parabéns, 100 números e 20 anos de comunicação com os associados e sobretudo, cada vez mais, com um vasto leque de pessoas e organizações que conseguem, assim, acompanhar mais de perto a vida da associação e do nosso sector.

É com orgulho que, ao final deste tempo, registamos um sentido de dever cumprido, na medida em que se conseguiu concretizar os desígnios que a Direcção de então, tanto ansiou. Ter um jornal que permitisse, de forma sistemática e credível, comunicar com os associados, mas também com o exterior, dando a conhecer o que de mais relevante desenvolvemos em prol da fileira, e é com muita satisfação que observamos o reconhecimento do Notícias APCOR, a cada três meses, quando chega a informação até vós. Apostamos na diversidade de temas, de estilos jornalísticos, de contribuições das mais diversas e ilustres figuras públicas, dos associados, de todos aqueles que, de algum modo, podem contribuir para tornar este veículo de informação mais rico e mais actual.

Parabéns, mas acima de tudo, obrigado, a quem faz esta publicação e contribui na sua edição.

É um número especial e é lançado num momento muito particular, por isso, neste número, realçamos a actualização de informação sobre o impacto que a pandemia mundial está a ter no sector da cortiça. Continuamos com números animadores, ao constatar que as empresas continuam em laboração apesar das dificuldades, que encetaram esforços e todo o empenho para não comprometerem a actividade.

Seria difícil que, num sector tão global, não houvesse impactos desta crise global e é notado que as empresas estão a sentir algum impacto no seu negócio, como podem verificar nos barómetros realizados pela APCOR e, também, de acordo com os dados recentes das exportações, sentimos uma redução de aproximadamente quatro e meio por cento face a 2019, nas exportações. Ainda assim, temos a firme convicção que, tal como no passado, este sector não vai baixar os braços e que continuará a investir na melhoria dos seus recursos humanos, na investigação, desenvolvimento e inovação, em novas fábricas e tecnologias. Assim o comprova, também, o mesmo questionário que nos indica que 61 por cento das empresas vão manter o seu investimento nestas áreas e 11 por cento vão inclusive aumentá-lo.

Destacamos, ainda, um espaço que dedicamos aos projectos vencedores do concurso de ideias do Cork_Emprende. Eles mostram, claramente, a vitalidade deste sector, a capacidade de se pensar “fora da caixa” e o potencial de crescimento que ainda nos espera.

É com este espírito de confiança que gostaríamos de terminar, agradecendo a todos os empresários, a todos os agentes e a todos os trabalhadores o forte empenho que colocaram para ultrapassar este momento tão difícil, possibilitando que a fileira tivesse uma actividade próxima da normalidade. Entramos no novo ano com a determinação de que a cortiça e as suas credenciais de sustentabilidade e de produto natural vão sair ainda mais reforçadas, depois de ultrapassarmos esta pandemia, e que estaremos de novo num período de crescimento.

João Rui Ferreira
Presidente da Direcção da APCOR

Ficha técnica

Propriedade: APCOR – Associação Portuguesa da Cortiça
Presidente: João Rui Ferreira · **Director Geral:** Joaquim Lima
Coordenação e Redacção: Cláudia Gonçalves
Grafismo e Impressão: Plenimagem
Periodicidade: Trimestral
Tiragem: 1200 exemplares
Distribuição: Gratuita

Contactos: Av. Comendador Henrique Amorim, nº 580, Apartado 100, 4536-904 Santa Maria de Lamas, Portugal
e. info@apcor.pt | realcork@apcor.pt
w. www.apcor.pt | www.realcork.org
f. www.facebook.com/apcortica/
y. www.youtube.com/apcortica

Direitos de Autor e reprodução da informação – A informação divulgada no Notícias APCOR é propriedade da APCOR, podendo ser reproduzida, na sua totalidade ou parcialmente, desde que seja assegurada a respectiva indicação da fonte.

Notícias APCOR chega ao número 100



Capas dos números 1, 20, 50 e 100

O ano 2000 foi marcado pela aposta da direcção da APCOR na comunicação e informação sobre a cortiça. O jornal Notícias APCOR foi um dos projetos criados e que respondia a uma necessidade do sector: gerar informação credível sobre a cortiça, os seus produtos, os associados, os projectos e serviços da associação em prol do sector. No editorial deste primeiro número escrevia-se: “Com o lançamento do Notícias APCOR, cumprimos mais uma etapa de que nos propusemos quando assumimos a Direcção desta associação: comunicar com os associados, mas também com o exterior, dando a conhecer, de uma forma sistemática, o que de mais relevante temos vindo a desenvolver em prol da classe e da fileira. Por mais de uma vez no historial desta casa houve tentativas de criação de um boletim periódico que

servisse de constante ligação entre as empresas e a associação, sem que, no entanto, tenha sido conseguida a necessária continuidade.” Passaram 20 anos de concretização deste objectivo, com alterações e reformulações, mas sempre com o mesmo intuito.

Começou por ser um folheto de quatro páginas, com duas separatas sobre a área jurídico-laboral e económico-comercial, com pouca qualidade estética, suporte de custos reduzidos, mas rapidamente foi evoluindo para um suporte mais alargado, dado o volume de informação a divulgar e a diversidade de temas a abordar, e mais cuidado ao nível do design, respondendo, deste modo, ao constante evoluir da imagem que a associação estava a criar para a cortiça e para o sector. Na edição número 20, volvidos dois anos, o jornal evoluiu para

um suporte de maior dimensão, com um novo visual, apostando, cada vez mais, nas fotografias e cobrindo outras áreas de interesse para o sector, como o mundo vinícola. Esta imagem mantém-se até à edição 50, até 2008, altura em que o jornal sobre uma nova reformulação, mantendo a sua imagem até aos dias de hoje. Presentemente, o jornal tem edição trimestral, conta com cerca de 20 páginas, onde para além da informação se abriu espaço à publicidade para parceiros e associados, e chega a uma base de cerca de 600 contactos de áreas diversas: associados, entidades públicas e privadas, universidades, empresas vinícolas, média, entre outros. A edição on-line, pode, ainda, ser consultada no sítio da APCOR em <https://www.apcor.pt/portfolio-posts/noticias-apcor/>, onde poderá visualizar o jornal desde 2006.

Notícias APCOR: 100 números

Uma centena de números, 20 anos de informação. Nestas páginas destacam-se alguns dos temas abordados, ao longo do tempo, no veículo de informação da APCOR e do sector da cortiça.

O primeiro jornal da APCOR, para além de destacar a importância do lançamento deste veículo de informação para o sector, dá conta do nascimento da marca da cortiça – o Cork Mark. Fruto de um concurso de design, é um símbolo usado por produtores vinícolas que querem identificar o tipo de vedante que usam no seu vinho. Este número dá, ainda, conta do lançamento do sítio da APCOR, o corkmasters.com, actual apcor.pt, e a associação dá o primeiro passo, também, no digital.

O sexto número dá conta da primeira campanha de comunicação da cortiça, o Cork2000. Tendo como único mercado o Reino Unido, a iniciativa contou com actividades diversas desde participação em feiras, como a The London International Wine Trade Fair, até visitas de jornalistas ao sector.

O número de Julho/Agosto de 2000 é dedicado ao primeiro Congresso Mundial do Sobreiro e da Cortiça. Cerca de mil participantes de todo o mundo reuniram-se, durante três dias, para discutir assuntos diversos relacionados com esta fileira. O evento teve lugar no Centro Cultural de Belém.

O número 20 do Notícias APCOR assinala a primeira mudança gráfica do jornal. A APCOR inicia a sua primeira Campanha Internacional da Cortiça (CIC). Foi desenvolvida entre 2001 e 2003, em 10 países (Estados Unidos, Austrália, Reino Unido, França, Espanha, Itália, Alemanha, África do Sul, Chile e Argentina), e é o primeiro grande projecto de comunicação do sector.

Real Cork, Café Inforium é o título de um espaço de debate criado na Austrália e que viria a ser replicado em Portugal, na Expovinis, para discutir várias temáticas relacionadas com a cortiça e o vinho. É mais uma actividade da CIC.



APCOR recebe o título de Membro Honorário da Ordem de Mérito Agrícola, Comercial e Industrial, atribuído pelo Presidente da República, Aníbal Cavaco Silva.

A publicidade criativa é um dos destaques do InteCork – Promoção Internacional da Cortiça. “Cortiça guarda todas as coisas boas” é o slogan usado no Reino Unido e em Itália para esta campanha.

É lançada a primeira Gala Anual da Cortiça e que visa prestar homenagem a entidades e personalidades da cortiça. Neste ano foram sete os prémios atribuídos. O evento repetiu-se por mais cinco anos.

O segundo Congresso Mundial do Sobreiro e da Cortiça tem lugar, em 2011, na Fundação Champalimaud e conta com figuras como Rob Schneider, actor, Jordi Bonet, arquitecto, e Allen Hershkowitz, investigador da área ambiental e sustentabilidade.

Para celebrar o primeiro ano da elevação do sobreiro a Árvore Nacional de Portugal, é plantada um exemplar desta espécie autóctone nos jardins da Assembleia da República. O escritor José Luís Peixoto é o padrinho do sobreiro.

APCOR promove o primeiro sarau cultural e convida os associados e as suas famílias a juntarem-se à inauguração de uma exposição de quadros de cortiça e ao lançamento de um livro sobre a cortiça nos debates parlamentares.

Certifica+ é o nome do projecto que junta APCOR e a Associação para a Competitividade da Indústria da Fileira Florestal. Um dos objectivos é a criação de um conjunto de suportes de informação e comunicação que visam sensibilizar para a importância da certificação florestal.

Uma águia imperial ibérica em cortiça é construída no projecto Eden, no Reino Unido, para promover a sustentabilidade deste produto natural e alertar para a importância do montado na preservação desta e de outras espécies. A campanha de promoção continua a marcar a diferença.

Em 2003, numa cerimónia que decorre no Colégio de Lamas, a direcção da APCOR entrega às empresas do sector o certificado Systecode, que atesta a conformidade das práticas laborais com o Código Internacional das Práticas Rolheiras.

José Mourinho, o conhecido treinador português, estava no Chelsea, em 2006, e dá a cara pela cortiça. Esta é a marca da segunda Campanha Internacional da Cortiça que tem no Reino Unido um dos mercados prioritários.

APCOR assinala os 50 anos da sua existência com um jantar que reúne mais de 220 pessoas, no Casino de Espinho. Neste evento, lança um livro comemorativo do aniversário e promove uma exposição para assinalar a data.

É lançado o primeiro selo de cortiça, pelos CTT e a Assembleia da República (AR). Teve o valor facial de 1 euro e uma tiragem de 230 mil exemplares. É criado um pack com selos e uma pagela informativa sobre a cortiça, o montado de sobro e a indústria de cortiça, num texto assinado pelo presidente da AR, Jaime Gama.

O número 50 do Notícias APCOR assinala uma nova imagem da publicação. A notícia de capa destaca um supermercado alemão que se junta à cortiça para a promover.

É anunciado um plano de apoio à indústria no valor de 180 milhões de euros e que inclui um valor de 21 milhões de euros destinados à maior campanha de comunicação da APCOR – o InterCork (Promoção Internacional da Cortiça).



A primeira caminhada solidária organizada pela APCOR reúne mais de 300 pessoas e o valor arrecadado é entregue aos Bombeiros Voluntários de Lourosa.

APCOR comemora 60 anos. Para assinar o evento promove uma conferência e um jantar de gala com uma experiência sensorial, que têm lugar no Terminal de Cruzeiros do Porto de Leixões, e lança o livro “Cork. Comunicação da Cortiça no Mundo.”

“The Grand Cork Experiment” leva a Londres uma experiência inédita que cruza a cortiça e os sentidos. O som, o tacto, o olfacto e a visão afectam a forma como se percebe o mundo e a degustação de um vinho não foge à regra.

APCOR lança um programa educativo na China, chamado “Cork Academy”. Um pouco por todo o país os amantes da cortiça tornam-se seus embaixadores.

Nasce o Cork Welcome Center. Um centro de informação sobre a cortiça, no edifício da APCOR, que passa a receber estudantes, turistas e clientes do sector.

As exportações de cortiça ultrapassam os mil milhões de euros. Um marco histórico para o sector que cresceu uma média de quatro por cento ao ano, na última década.

O jornal Notícias APCOR comemora a sua edição nº100, com uma cronologia dos momentos mais marcantes destes 20 anos de publicação.

Covid-19 e o impacto no sector da cortiça

A APCOR realizou mais um questionário às empresas suas associadas no sentido de avaliar o impacto que a Covid-19 está a ter no seu negócio e na sua empresa. Este inquérito teve lugar de 15 de Novembro a 18 de Dezembro e permitiu concluir que 100 por cento das empresas que responderam continuam a laborar normalmente (gráfico 1). De referir que 85 por cento das empresas estão situadas no concelho da Feira, sendo que quanto à dimensão, 30,4 por cento têm até cinco trabalhadores, 30,4 por cento têm entre 20 a 100 trabalhadores, 28,3 por cento têm entre 6 e 19 e 10,9 por cento mais de 100 trabalhadores.

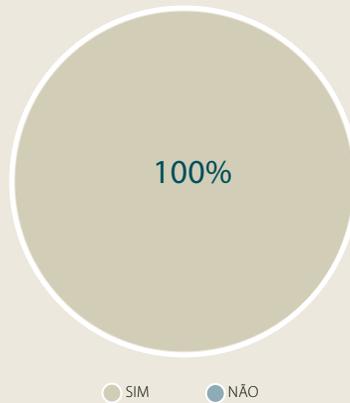
Quando questionados sobre como correu o ano de laboração desde Março, 63 por cento diz que sempre laborou normalmente, 30,4 por cento refere que já teve alguns períodos de paragem e 6,6 por cento diz que laborou, mas com trabalhadores em teletrabalho (gráfico 2). No que toca à pergunta sobre os colaboradores, 52,2 por cento diz que está a laborar com todos na empresa, e 39,1 por cento não tem todos os trabalhadores ao serviço (gráfico 3), por motivos de baixa médica (88,9%).

Quando questionadas sobre se a actual situação está a ter impacto no seu negócio, 76,1 por cento refere que "sim" e 23,9 por cento menciona "não" (gráfico 4).

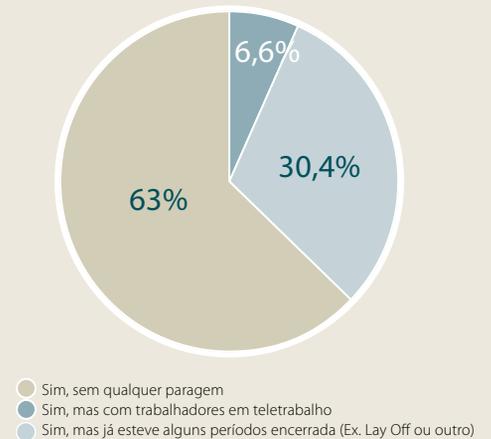
Quando pedidos para comparar com o período homólogo, 20 por cento refere que está a ter um impacto negativo inferior a 10 por cento e entre 11 a 20 por cento no negócio, 17,1 por cento aponta para quebras entre 21 e 30 por cento e acima dos 50 por cento (gráfico 5). Para 80,4 por cento dos associados haverá uma redução das vendas em 2020 face a 2019, sendo que 10,9 por cento fala de um aumento das vendas (gráfico 6).



A empresa continua a laborar? (Gráfico 1)



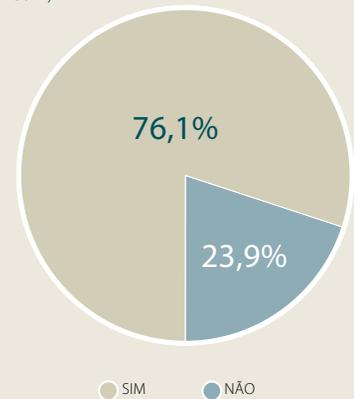
Desde Março até aos dias de hoje a empresa laborou normalmente? (Gráfico 2)



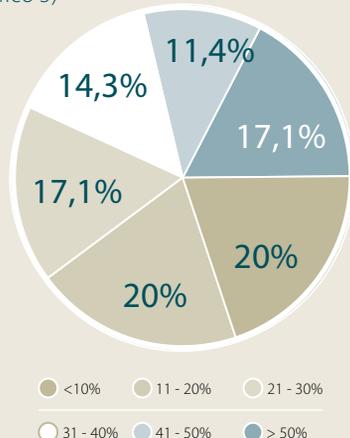
No presente momento, a empresa está a laborar com todos os colaboradores? (Gráfico 3)



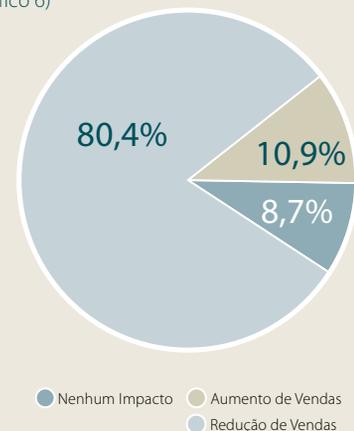
A empresa está a sentir o impacto no seu negócio resultante da pandemia? (Gráfico 4)



Qual o impacto no seu negócio da actual pandemia face ao mesmo período do ano passado? (Gráfico 5)



Qual a expectativa de impacto no negócio até ao final do ano, face aos resultados do exercício de 2019? (Gráfico 6)





► Neste questionário, as empresas de cortiça foram, ainda, convidadas a responder a outros parâmetros para melhor avaliar o seu negócio. Assim, sobre a relação com os fornecedores, 78,3 por cento das empresas referem que manteve os mesmos prazos de pagamentos face ao mesmo período de 2019 (gráfico 7); 50 por cento diz que comprou menos matéria-prima e 28,3 por cento a mesma quantidade (gráfico 8); quanto ao pagamento por parte dos clientes 56,5 por cento refere que são os mesmos e 43,5 por cento mais alargados (gráfico 9); por último, no que toca às encomendas em carteira, 69,6 por cento afirma ter menos encomendas e 23,9 por cento as mesmas encomendas (gráfico 10).

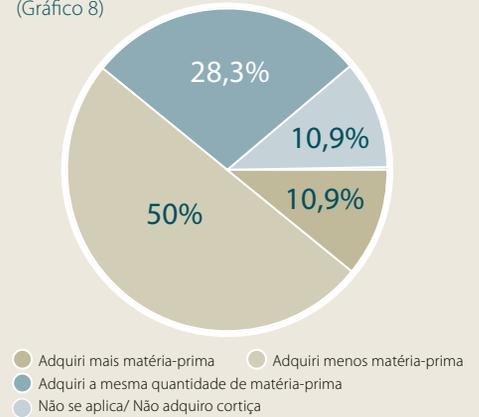
Quanto questionados sobre o futuro, 60,9 por cento das empresas referem que vão manter o investimento no domínio da tecnologia, I&D, entre outros, e 28,3 por cento vai diminuir o investimento (gráfico 11). No que toca aos recursos humanos, 84,8 por cento está a pensar manter o número de colaboradores e 13 por cento reduzir o número de trabalhadores (gráfico 12). Para enfrentar a actual situação económica das empresas, o governo lançou um conjunto de medidas. Quando questionados sobre estarem a recorrer às mesmas, 45,8 por cento afirma que “não”, sendo que a medida “Linha de Crédito às Empresas” foi a mais usada, com 17,4 por cento, seguida pelas “Moratórias no Crédito” contou com 13 por cento e 6,5 por cento responde, ainda, o “Lay Off Simplificado” (gráfico 13).

Fonte: APCOR

Como foram os prazos de pagamento aos seus fornecedores, nos últimos meses, face ao mesmo período de 2019? (Gráfico 7)



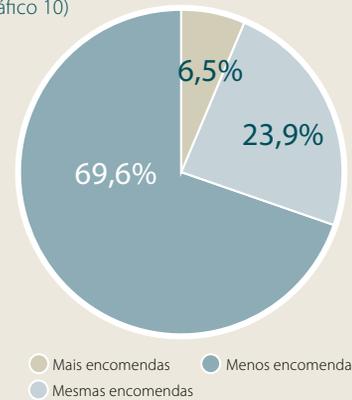
Em relação à matéria-prima, como descreve a sua atitude de compra, no corrente ano, face ao ano anterior? (Gráfico 8)



Como foram os prazos de recebimento dos seus clientes, nos últimos meses, face ao mesmo período de 2019? (Gráfico 9)



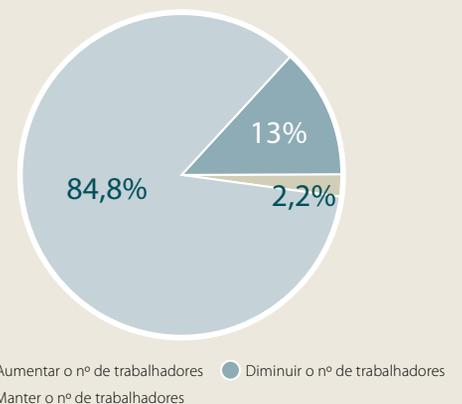
No que toca às encomendas em carteira, comparativamente com o mesmo período de 2019, qual é o seu estado? (Gráfico 10)



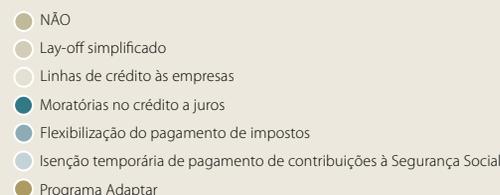
Qual a sua estratégia de investimento na empresa, para 2021, nos diferentes domínios (recursos humanos, tecnologia, I&D, etc), face ao corrente ano? (Gráfico 11)



Para 2021, como está a planear a gestão dos recursos humanos da sua empresa? (Gráfico 12)



O governo implementou um conjunto de medidas. Já está a recorrer a alguma? (Gráfico 13)



Vencedores do Cork_Empreende dão a conhecer os projectos

Foram seis os vencedores do projecto Cork_Empreende que ganharam o concurso de ideias. Estes finalistas foram seleccionados de um total de 47 concorrentes que tiveram a cortiça como elemento chave para a sua ideia. Cada um irá receber cinco mil euros para dar seguimento ao seu negócio e fazer crescer as opções de mais produtos e serviços para o sector da cortiça. Ficam aqui os testemunhos dos seis vencedores.

- 1 Nome do projeto
- 2 Nome do autor
- 3 Descrição sucinta do projeto?
- 4 Como surgiu a ideia?
- 5 Porquê utilizou cortiça?
- 6 Quais as vantagens da cortiça face a outros produtos?
- 7 Perspectivas de negócio?
- 8 Em que vai aplicar o prémio recebido?
- 9 Opinião sobre o projeto Cork_Empreende e sua importância para o desenvolvimento da ideia/negócio?



1 PEGINN

2 Teresa Barbosa e Hugo Carvalho.

3 O PEGINN é o melhor suporte do mundo para todos os tipos de pranchas! Mais que um suporte é um sistema que tem sempre por base a madeira e a cortiça. É um suporte diferente, versátil e personalizável. O melhor e o mais completo do mercado, onde aliamos as técnicas ancestrais da construção de barcos de uma forma inovadora - para que seja possível montar e desmontar de uma forma rápida e muito simples.

4 O PEGINN nasceu da necessidade de guardar as nossas pranchas pessoais que se encontravam no chão da garagem, correndo o risco de se danificarem, visto que uma prancha de surf é bastante frágil e dispendiosa. Precisamos de um suporte resistente, versátil, harmonioso e ecológico. Nenhum dos suportes presente no mercado preenchia todos estes campos.

5 A cortiça é o material mais importante do nosso suporte, é o primeiro material onde o surfista toca quando recebe o seu PEGINN, e é o único material onde toca a nossa prancha. Escolhemos a cortiça por se destacar como um material nobre e para que o PEGINN seja facilmente conhecido como sendo 100% português, 100% ecológico e de alta qualidade.

6 A cortiça além de todas as características apontadas anteriormente, depois de vários testes, escolhemos a cortiça mais pura retirada do cerne como o material mais resistente ao impacto, sujidades e não expande com a água.

7 A perspectiva de negócio deste produto passa por garantir que o maior número de surfistas, em todo o mundo, descubra a sua filosofia e a reconheça na própria essência do surf. Os acessórios de surf são um negócio bastante expressivo, e pretendemo-nos posicionar nele como um produto ecofriendly acessível a quase todos os desportos de prancha.

8 Após 5 anos de desenvolvimento da ideia e do protótipo, finalmente criamos a empresa e vamos começar com a divulgação da marca. Vamos começar a produção do suporte em massa, comprar uma máquina laser e investir na Comunicação Digital - Website, Redes Sociais e plataforma de Crowd Funding.

9 Com a ajuda do Cork_Empreende conseguimos definir a cortiça certa para o nosso packaging e suporte. Deram-nos ainda mais garra para lutar por este projecto e ofereceram-nos todas as ferramentas e força de vontade para nos podermos lançar no mercado e alcançar o sucesso.



1 Mai'land guitars

2 João Miguel Mendes Rodrigues.

3 A Mai'land Guitars é um projeto que nasce para revolucionar o mercado dos instrumentos musicais com uma abordagem irreverente e sustentável. A ideia materializou-se, primeiramente, em guitarras elétricas em cortiça expandida mais leves e com menos 75% do uso de madeiras exóticas. Actualmente, alargou o âmbito de acção à construção de malas e caixas em cortiça expandida e natural para o transporte dos instrumentos e equipamento do sector da música. Com menos madeira nas guitarras e menos plástico nas malas, a Mai'land surge no mercado como a alternativa sustentável.

4 A ideia nasce de uma necessidade de completar o produto que lançou a Mai'land Guitars. Tínhamos as guitarras e a partir daí surgiu a ideia/necessidade de desenvolver um produto para as transportar. Para manter a coerência da marca decidimos desenvolver essas malas também em cortiça.

5 O que mais nos atraiu na cortiça, desde o início, foi a sua aparência e a forma como o material é capaz de servir vinculador de cultura através de um produto. O material concede-nos portugalidade aos produtos. À medida que fomos desenvolvendo a ideia, percebemos que a cortiça nos favorece pela leveza, resistência mecânica, impermeabilidade, capacidade de isolamento térmico, combustão lenta, suavidade do material e acima de tudo pela sustentabilidade.

6 Face ao mercado, os produtos que desenvolvemos conseguem ser mais leves. A resistência e suavidade do material permitem que o design seja mais simples não sendo necessário utilizar espumas ou materiais de enchimento.

Criamos produtos com 0% de plástico e isso é um ponto forte face ao que a concorrência apresenta. Por outro lado, os nossos produtos distinguem-se por apelar aos sentidos através do toque suave da cortiça que se tem ao manusear uma guitarra e o cheiro da cortiça expandida. A portugalidade singular dos produtos cria uma ligação com os músicos nacionais que mais nenhuma marca consegue oferecer.

7 O mercado está a mudar, está mais consciente ecologicamente. A mudança parte das exigências de um cliente cada vez mais atento e informado para os perigos e consequências da utilização massificada do plástico. As lojas adaptam-se à procura de uma compra mais limpa. É nesse novo espaço e mercado que entra a Mai'land.

8 O prémio recebido vai ser investido em marketing através de publicitação de produtos e da própria marca; e na compra de maquinaria com o intuito de tornar os nossos processos mais eficientes.

9 O projeto Cork_Empreende, desde o início, que, não só contribuiu bastante para o crescimento da nossa ideia, como também nos fez crescer como marca e como empresa que se apoia neste sector ao criar conexões entre a Mai'land e a indústria local. Como em qualquer área, é muito importante conhecer a origem do produto, quem a vende, quem a trata e, acima de tudo, conhecer bem o material.



1 Corkskin (CORZ)

2 Nuno Filipe da Costa Simões Dias.

3 Utilização da pele de cortiça em contacto com o pé, em calçado de Verão ou que possa ser utilizado sem meias.

4 Surgiu após ler vários artigos sobre as propriedades antibacterianas/microbianas/fúngicas da suberina em contacto com a pele humana, em que se referia a possibilidade de vir a reduzir inflamações e recuperar zonas de abrasão ou mesmo queimaduras.

5 Em primeiro lugar, porque não deverá haver produto mais intrinsecamente português, com mais propriedades químicas e dinâmicas e que, em segundo lugar, se adaptam perfeitamente à funcionalidade do andar, da pressão e abrasão que isso implica sobre a pele dos pés.

6 A pele de cortiça tem vantagens funcionais e de sustentabilidade de tal forma avassaladoras sobre outros produtos derivados do petróleo (nylon, fibras acrílicas, rayon, poliésteres, poliuretanos, etc..) que se tornaria exaustivo enumerar. Sobre o couro ou pele de animais, que necessitam de metais pesados (crómio) para que se obtenham os mesmos índices de suavidade da pele de cortiça natural, tem obviamente vantagens ao nível da sustentabilidade, da saúde da pele e do sacrifício dos animais. A pele de cortiça acaba por ser um exfoliante e hidratante natural da pele dos pés. Os ténis da imagem têm forro integral em pele de cortiça de alta qualidade e todos os outros componentes com incorporação de cortiça (numa perspectiva de sustentabilidade), gáspeas, solas, palmilhas e palmilhas de construção, estas, desenvolvidas especificamente para este modelo.

7 Máximas. Se conseguir fazer passar a mensagem de que a pele de cortiça é o Produto Premium para o interior do calçado e para o contacto com a pele humana em todas as situações de pressão ou de abrasão, as possibilidades são imensas.

8 Em fazer passar essa mensagem, numa estratégia digital, nos mercados que possam estar mais sensíveis a recebê-la, para venda de calçado produzido em Portugal. EUA para já e depois Europa central e do norte, sem esquecer Portugal.

9 Quero agradecer a experiência, os contactos, a ajuda pronta, o conhecimento e algumas amizades inestimáveis que me proporcionaram. ►

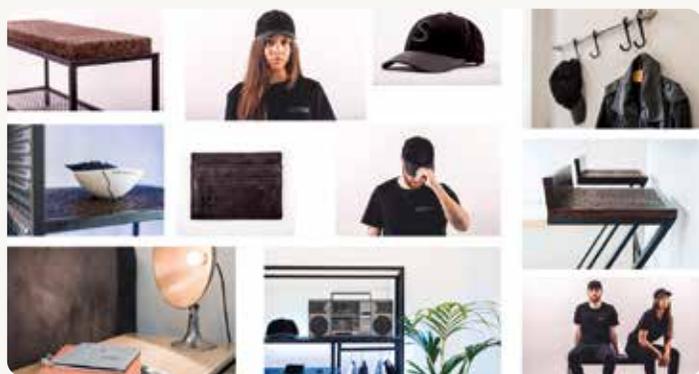


**1 Evidentia®
Extraordinary Sustainable Handbags**

- 2 Hugo Catarino e Carla Tavares.
- 3 Malas monolíticas de cortiça, inspiradas na relação do lince ibérico com o montado e focadas na fusão absoluta entre veganismo, sustentabilidade ambiental, transparência e elevados padrões de saber-fazer.
- 4 Viajamos, frequentemente, pela Europa e temos vindo a notar um crescente interesse por malas verdadeiramente diferenciadoras e sustentáveis por parte de um público ávido mas muito exigente. No entanto, para este público continua a ser muito difícil encontrar a mala ideal, que reúna verdadeiramente elevado saber-fazer a padrões comprovados de sustentabilidade e que demonstre rastreabilidade comprovada dos componentes, processo de fabrico, cadeia de abastecimento ou impacto ambiental. No momento de escolher, ou se escolhe alguma sustentabilidade abdicando do gozo e saber-fazer da peça ou se abdica da sustentabilidade fechando os olhos ao greenwashing. Apercebemo-nos, também, que, frequentemente, as malas de cortiça comprometem na proposta de valor ao centrarem-se em ser o souvenir de impulso pouco duradouro na visita a Portugal ou na replicação, nem sempre bem conseguida, de modelos de pele a tentar ser aquilo que não são. Uma abordagem limitadora da proposta de valor à nascença, limitadora da criatividade. E na verdade, uma abordagem também depreciativa do verdadeiro valor da cortiça, muito superior ao de materiais obsoletos como a pele.
- 5 Ao contrário de outros materiais à primeira vista sustentáveis, a cortiça não é plástico, é nobre, é genuinamente positiva para o mundo, permitindo-nos oferecer uma verdadeira proposta de valor pela sustentabilidade, criatividade e excelência como raramente se vê nas malas e nos dias de hoje. A cortiça em bloco, permite-nos aliar elevado saber-fazer raramente visível

em malas rígidas de plástico injectado ou de alumínio moldado, esculpir formas totalmente disruptivas sem comprometer na elasticidade, no peso ou na real pegada carbónica e social.

- 6 Entre múltiplos materiais sustentáveis possíveis, a cortiça alia a leveza, a elevada sustentabilidade a características mecânicas impressionantes. Em particular, a elasticidade da cortiça em bloco, aglomerada e protegida pela própria suberina, um polímero natural presente na própria cortiça, que nos permite explorar tridimensionalmente formas totalmente disruptivas, nunca antes conseguidas no mercado da marroquinaria mundial. Se amanhã um artesão quiser esculpir connosco uma mala levíssima, de edição limitada em formato de túmulo do Rei Pedro I, nós teremos arquitectura produtiva para o fazer com elevado rigor, elevada qualidade e elevada durabilidade.
- 7 Empreender com seriedade e de forma duradoura na gama alta passa por construir processos e operações à altura de superar expectativas muito altas. Este é aliás o nosso maior desafio enquanto startup e não há como atalhar. Ainda assim, contamos entrar com a nossa primeira mala monolítica nos primeiros 12 países europeus, ainda este ano, e avançar para os 17 países seguintes durante 2022.
- 8 Ao nível do prémio monetário, aplicaremos o valor na instalação de processos e tecnologia críticos necessários para avançarmos. Mas o prémio tem outras dimensões muito importantes para nós. Por exemplo, ao nível do apoio e alinhamento social com a fileira da cortiça, fundamental para demonstrar e comprovar o nosso caso de uso e a nossa proposta de valor lá fora, estamos a converter os contactos promovidos pela APCOR em parcerias estratégicas. Ao nível do apoio técnico disponibilizado, temos sido uma esponja e temos procurado converter a aprendizagem técnica, conceitos e feedback em processos documentados, consistência na proposta de valor e desbloqueio de desafios técnicos. Dimensões menos visíveis mas duradouras, que nos continuarão a ser úteis no nosso caminho.
- 9 A equipa técnica do projecto Cork_Empreende foi sempre incansável e ajudou-nos a desbloquear imensas dificuldades típicas de quem quer empreender na cortiça. Não nos esqueceremos do momento em que uma frente de investigação e prototipagem crítica falhou ao ponto de quase inviabilizar todo o modelo de negócio com os poucos recursos de que dispomos. A equipa do projecto não só nos encontrou o parceiro certo para resolver o desafio como nos ajudou a criar resiliência futura na proposta de valor.



1 SOBRI

- 2 Cristiana Rebelo e David Sobrinho.
- 3 Fundada no final de 2018, a SOBRI é uma marca independente com sede no Porto. O nosso grande objetivo passa por impactar a noção do que significa ser sustentável, numa sociedade de acções insusten-

táveis, através de uma das mais extraordinárias matérias-primas naturais, a cortiça – que pode ser experienciada nas mais diversas formas. A SOBRI actua em três áreas (Desenvolvimento de produto, Alojamento e Eventos) de forma a ser um negócio com um impacto local positivo, resiliente e que não depende de coleções ou de sazonalidade. Acreditamos que a sustentabilidade não passa apenas pela escolha de materiais, mas sim por uma visão alargada que engloba a comunidade, a pegada de carbono de toda a cadeia de valor e a valorização do que é feito (e bem!) a partir de Portugal. Por isso, trabalhamos de forma a juntar a cortiça com outros materiais orgânicos, produção manual, inovação tecnológica e design, na criação de produtos intemporais, sem género, com uma qualidade e durabilidade superior sempre da forma mais responsável possível.

- 4 Não fomos os primeiros, nem seremos os últimos a ter um fascínio e admiração por esta matéria-prima natural e usada há mais de 4000 anos. Sempre olhamos para a cortiça como uma matéria-prima natural incrível, cheia de potencialidades e mistérios e com a grande vantagem de ter toda a cadeia de valor em Portugal. ►

► A ideia por detrás da SOBRI tem vindo a ser pensada desde 2012 e surgiu no programa de empreendedorismo Energia de Portugal. Nessa altura, o David fazia parte de um projecto que seria a génese da SOBRI, e que foi escolhido para integrar o programa de incubação fabstart, mas que acabou por não avançar por falta de disponibilidade da equipa. Em 2017, a ideia da SOBRI voltou a ter oportunidade de sair do papel com a disponibilidade e vontade de empreender da Cristiana e com a alavanca da participação no programa Start-up Voucher promovido pelo IAPMEI. Fomos um dos projetos finalistas deste programa que teve a duração de 1 ano e lançamos oficialmente a SOBRI em Outubro de 2018. Desde 2012 até hoje, a SOBRI sofreu uma grande evolução, mas continuamos sempre com a premissa inicial bem presente, de criar uma marca de referência para encontrar e experienciar produtos únicos com cortiça.

5 A SOBRI só existe porque existe cortiça e porque o nosso fascínio por esta matéria-prima levou-nos a querer conhecer a sua história e as suas características nas mais diversas áreas e estudar a sua aplicação em contextos ainda pouco explorados. A cortiça é formada por uma colmeia de células microscópicas preenchidas com um gás semelhante ao ar e revestidas maioritariamente por suberina e lenhina. Tem uma abrangência de aplicações e atributos que nenhuma tecnologia conseguiu, até hoje, imitar, igualar ou ultrapassar. Nas últimas décadas, a inovação tecnológica da indústria nacional permitiu potenciar novas utilizações da cortiça em áreas mais criativas através do design de produto, arquitectura e moda, mas também conhecer novas propriedades para áreas como a cosmética. Queremos criar produtos e experiências que inspirem outros a utilizar esta matéria-prima de forma positiva, questionando o valor e significado da sua utilização, de forma a salientar a importância e o impacto positivo social e ambiental de toda a sua cadeia de valor. Queremos contribuir positivamente na forma como é percebida no mundo.



1 Eco³ (Ecocubo)

2 António Fernandes.

3 A Ecocubo promove experiências personalizadas de imersão na natureza, dando a conhecer outros locais fora dos roteiros tradicionais. Aliando actividades de carácter local que potenciam a permanência em territórios de baixa densidade, criamos soluções, em locais exclusivos, para desfrutar da natureza à potência máxima.

4 Após uma experiência de trabalho no estrangeiro, surgiu a ideia de criar um equipamento, amigo do ambiente, que possibilitasse um contacto mais próximo com a natureza. Entretanto a ideia amadureceu, e apresentamos agora um novo conceito, um experienciar e desfrutar da natureza de uma forma mais completa e, cremos nós, mais sustentável.

6 A cortiça é um material do passado, do presente e principalmente do futuro. E as suas principais vantagens em relação a outros materiais são as suas características intrínsecas. É o material mais versátil, natural, duradouro, biodegradável e reciclável que conhecemos, "cresce" num ecossistema de montado, que é um pilar ambiental, social e económico muito importante do nosso País.

7 A SOBRI teve, em 2019, um primeiro ano muito positivo, no entanto a pandemia teve um impacto muito significativo no nosso negócio que por estar no início ainda estava muito dependente do turismo. Neste último ano, fomos obrigados a mudar a nossa estratégia e focar-nos exclusivamente em vendas online para o mercado nacional. Tivemos, por isso, de investir no nosso conhecimento nesta área e re-imaginar o stock existente, de forma colmatar quebras e manter a nossa relevância numa época tão difícil. Percebemos que apesar de ainda pequena, temos uma comunidade que acredita em nós e que contribui para que possamos continuar a criar produtos únicos com cortiça e que apesar deste momento sem precedentes, ainda temos muita margem para crescer.

8 A estratégia da SOBRI para aplicar o prémio do programa Cork_Empreende passa por dois grandes pontos; investir em marketing digital e na angariação de novos clientes e divulgação da marca no online. E na continuação do desenvolvimento e testes de produtos feitos a partir de um novo tecido tecnológico que incorpora desperdícios de rolhas, que começamos a testar em 2019.

9 Quando concorremos ao projeto Cork_Empreende, em Março 2019, a SOBRI tinha saído do papel há apenas alguns meses, e sendo este o primeiro programa de apoio ao empreendedorismo na fileira da cortiça, não nos podíamos sentir mais orgulhosos e felizes em sermos um dos projetos vencedores! Tínhamos grandes expectativas para este programa que foram todas cumpridas!

5 A nossa premissa é desenvolver soluções com um impacto reduzido para o meio ambiente. Partindo deste princípio, elegemos trabalhar com matérias-primas ecológicas e a cortiça surgiu logo como primeira opção. Para além de ser uma matéria-prima 100% natural, possui excelentes características técnicas como isolamento, impermeabilização, é esteticamente apelativa, tem a capacidade de reter CO2 e como é uma matéria-prima nacional, revela desde logo a origem do nosso projecto.

6 É um material natural, que não danifica a árvore no processo de extração, tem um comportamento térmico e acústico excelente, e esteticamente enquadra-se na imagem que pretendemos para o exercício da nossa actividade: como material natural que é, consegue adaptar-se e camuflar-se na natureza.

7 Apesar do momento difícil que atravessamos, testamos com sucesso o nosso conceito e agora pretendemos expandir para outros locais.

8 Vamos construir um novo modelo para podermos aumentar a nossa capacidade de oferta.

9 O Cork_Empreende foi um ponto de charneira para a Ecocubo. Entramos com uma ideia e saímos com um modelo de negócio que se encaixa naquela que é a nossa visão: promover experiências na natureza onde as pessoas possam desfrutar dela à potência máxima, com conforto e em segurança. Para este desenvolvimento muito contribuíram as pessoas que fazem parte da equipa do Cork_Empreende, às quais aproveitamos esta oportunidade para agradecer, que com a sua disponibilidade ilimitada, experiência e visão, permitiram à Ecocubo evoluir e chegar à solução que agora apresentamos.

Rui Cardoso, director cessante do Cincork

“Os desafios do sector podem levar à criação de novas funções”

Rui Cardoso foi director do Cincork durante sete anos. Em jeito de balanço, destaca o trabalho que desenvolveu neste período, os projectos do centro em prol do sector e deixa alguns conselhos para que a formação continue a estar na mente dos empresários e dos colaboradores de modo a que a indústria continue a aumentar a sua competitividade.

Notícias APCOR - Qual o balanço que faz destes sete anos como director do Centro de Formação Profissional da Indústria de Cortiça (Cincork)?

Rui Cardoso - O balanço é extraordinariamente positivo, pois foi possível superar todos os objectivos traçados no plano estratégico apresentado no início da comissão de serviço. Deste modo, foi possível o alargamento substancial das parcerias, principalmente com empresas do sector, mas também com a comunidade envolvente; os recordes sucessivos do número de formandos e do volume de formação, só possíveis pela forte aposta em ofertas de formação qualificante ao longo da vida, não descurando a formação inicial; o incremento dos mecanismos de inserção dos formandos no mercado de trabalho, mas, principalmente, pelo excelente ambiente vivido e as relações humanas de proximidade com colaboradores, formandos, formadores, empresários e forças vivas do concelho. Uma experiência bastante gratificante.

Como vê a importância da formação para o aumento das competências dos colaboradores do sector?

Tive o privilégio de viver por dentro o tempo da conquista de algo há muito esperado pelo sector, a possibilidade de se atingir os mil milhões de euros de exportações, concretizado em 2018. Esse desiderato não teria sido possível sem o grande investimento em I&D, mas, também, indiscutivelmente, em recursos humanos altamente qualificados. O sector é hoje de ponta e tem vindo a crescer na Indústria 4.0 e na digitalização e foi, claramente, esta opção que permitiu atingir esse valor mítico, tendo curiosamente o Cincork batido o recorde de sempre em volume de formação, em 2016.

E qual o papel do Cincork neste domínio?

O Cincork é, hoje, o principal impulsionador



Cerimónia de entrega de diplomas e certificados

da formação ao longo da vida, no sector da cortiça. Foi um caminho trilhado palmo a palmo, pela excelência da pequena, mas eficiente, equipa que o faz todos os dias. A grande aposta, nos últimos anos, na formação à medida, aumentou a procura pelo Cincork e, cada vez mais, deverá ser esse o foco, porque o tecido empresarial é muito diversificado e a revolução da Indústria 4.0 e da Economia Circular é uma aposta ganha, mas que necessita de ser alimentada permanentemente para sustentar os altos níveis de competitividade.

Que projetos implementados, nos últimos anos, considera importante destacar?

A crescente proximidade ao tecido empresarial levou as empresas a procurar, cada vez mais, o Cincork sendo os cursos de formação

avanzada, em parceria com a Universidade de Aveiro - quer para quadros altamente qualificados, quer para formação base na área da cortiça -, um excelente exemplo dessa nova dinâmica.

A afirmação da marca Cincork no território, mas não só, com a participação em diversos eventos de carácter nacional e até internacional é outro ponto a destacar. Como exemplo, assinalo a presença em *Coventry – Reino Unido*, de uma equipa de formandos, entre 120 jovens de 12 países dos 5 continentes, com um veículo totalmente em cortiça e que venceu o prémio *Identity*, pela aposta num produto natural e sustentável.

A criação do Programa Educativo que permitiu mostrar aos jovens que a cortiça também pode ser *sexy* e proporcionar momentos de



Entrevista para a RTP sobre o Cincork Fashion

puro entretenimento, como o *Cincork Fashion*; as visitas de estudo/turísticas nacionais e internacionais; o reconhecimento pelo esforço despendido na formação com a cerimónia de entrega de diplomas e certificados; a aposta no exercício físico como complemento às aprendizagens; o concurso de presépios em cortiça que movimentou centenas de crianças de dezenas de escolas do concelho; o compromisso ecológico de divulgação e de acções concretas de preservação do montado, como a integração no projeto nacional *Green Cork*, são mais alguns exemplos.

Destaco, ainda a participação em todos os fóruns de discussão e apresentação de formação profissional nas suas diversas perspetivas; a criação de uma fábrica de ideias no apoio ao desenvolvimento de protótipos para futura produção em série, o *FABLAB do Cincork*, com potencial de crescimento e, por último, a transparência na gestão, com a edição de um boletim trimestral para dar a conhecer a actividade, foi reconhecidamente mais um elemento de afirmação do centro.

Quais os desafios que a formação direcionada para o sector da cortiça pode ainda enfrentar?

Os desafios constantes do desenvolvimento tecnológico obrigam-nos a não parar quer como cidadãos quer como quadros das mais diversas actividades. O sector da cortiça, em especial, continua a surpreender e, por isso, mais do que uma receita estática, o grande desafio é a capacidade de adaptação a cada momento e às necessidades específicas de cada empresa.



PERFIL

Rui Jorge Cardoso tem 55 anos e é licenciado em Engenharia de Minas. É Pós-Graduado em Administração Escolar e em Gestão Pública na Administração Local e tem, ainda, um MBA em Gestão Autárquica. A experiência profissional no sector privado passou pela fileira da ourivesaria/joalheria, e, no sector público, na educação como docente do ensino básico e secundário, onde coordenou diversos projetos. No poder local foi diretor de departamento, adjunto do vice-presidente e vereador executivo de vários pelouros, nomeadamente no âmbito da segurança e proteção civil, mas, também, do associativismo desportivo e cultural, tendo agora regressado a funções técnicas autárquicas.

Que áreas considera relevante apostar na formação para responder às necessidades do sector?

Naturalmente, as competências nas tecnologias digitais e na automação, mas estar alerta para as novas profissões que se desenvolverão nos próximos anos e que ainda não existem, assim como a capacidade de flexibilidade dos activos para acompanhar a velocidade das mudanças, o que exigirá, necessariamente, uma aposta na actualização e aquisição de novos conhecimentos.

Em termos de futuro, qual a sua opinião do papel que a formação irá ocupar na estratégia de desenvolvimento do sector?

Tendo em consideração a importância, cada vez maior, do capital humano nas organizações, a formação, ao longo da vida, é já incontornável para a valorização desse capital. Os desafios que o sector enfrentará, nos próximos anos, poderão levar à obsolescência de algumas funções e à criação de outras ainda não percebidas, pelo que a formação terá o seu papel central na reconversão profissional de muitos activos do sector.

Seguirá um novo desafio pessoal, mas a cortiça ficará sempre presente?

A redescoberta da cortiça, agora numa óptica diferente, ficará naturalmente para sempre, e o *POP* da abertura do espumante no final de cada ano e nos instantes festivos, será uma ocasião de recordação dos excelentes momentos vividos no sector da cortiça. Aproveito para agradecer à APCOR as excelentes condições de trabalho que me proporcionou, ao longo destes sete anos, com uma grande proximidade na partilha dos anseios e preocupações do sector da cortiça. Bem hajam todos os que me receberam tão bem durante este período e espero não os ter defraudado nas vossas expectativas.



No cabo da Roca, entre um pinhal e o mar, nasceu um hotel forrado a cortiça com apenas 12 quartos. É o Charm Nature Boutique Hotel, fica em Azóia, no ponto mais ocidental da Europa. Aos quartos, espaçosos e confortáveis, com ou sem salamandra e decorados com mobiliário em madeira de linhas simples, junta-se o glamping. As suítes Charm Camper, que aproveitam parte da estrutura de uma autocaravana Airstream, têm uma lareira para os dias frios. Dali, a partir de um deck privado, a vista estende-se até ao cabo da Roca. “É uma experiência diferente, original, com um lado divertido”, diz Tiago Raposo Magalhães, o proprietário, junto com o irmão Gonçalo.

“Mantivemos o esqueleto do edifício intacto, apostando no isolamento térmico e acústico. Queríamos que fosse o mais amigo do ambiente possível, não só na utilização de materiais naturais, como a cortiça, mas também no consumo energético”, explica Tiago.

In, Visão, 12 de Novembro de 2020



A Shaeco, uma marca portuguesa de cosméticos sustentáveis criada há sete meses, depois do champô sólido, lançou três novos produtos: o sabonete de corpo vegan (com cordel em algodão), uma saboneteira de cortiça impermeabilizada (Seashell), inspirada nas conchas do mar, mas feita de cortiça, e um pente de madeira artesanal (Woody), feito com galhos resultantes de podas de árvores.

Em comunicado, a marca explica que os novos produtos são fiéis ao seu ADN, com “matérias-primas eco-friendly, vegan, cruelty-free, livres de plásticos e com embalagens 100% recicladas e recicláveis. Sem esquecer os acessórios de materiais naturais e promotores da economia circular”. A Seashell foi desenvolvida para acomodar e manter perfeitamente seco, em condições ideais, o champô sólido ou os sabonetes da marca. A saboneteira tem um furo na base, que permite escorrer a água entre lavagens, bem como um tratamento especial impermeabilizante.

In, <https://www.msn.com/pt-pt/financas/empresas/shaeco-refor%C3%A7a-linha-de-produtos-sustent%C3%A1veis/ar-BB1blomR>, 25 de Novembro de 2020

A Zara Home lançou um conjunto de peças em cortiça para a elaboração de um ginásio de sonho, em casa. O objectivo da empresa é que as peças possam ser decorativas e, ao mesmo tempo, permitam fazer exercício físico no conforto do lar. A maioria das peças está relacionada com o yoga, como um bloco e um tapete, e podem estar em qualquer parte da casa sem destoar no espaço. O bloco é flexível e estável e custa 15,99€; já o tapete é elegante e quando enrolado faz lembrar um pergaminho, está disponível por 29,99€.



In, <https://www.glamour.es/placeres/articulos/gimnasio-salon-zara-home-lujoso-elegante-pesas-esterilla/54547>, 9 de Novembro de 2020

A Amorim e a Nike uniram esforços para lançar um novo material no mercado que será usado como subpavimento. Este material é feito a partir de sapatilhas recicladas e cortiça portuguesa. “Criámos uma linha de produção para a economia circular, para ver como podemos valorizar os subprodutos ou resíduos de outras indústrias, combinando-os com as vantagens técnicas e ambientais da cortiça. Temos vindo a fazer esse trabalho já há algum tempo e com sucesso”, disse António Rios Amorim, CEO da Corticeira Amorim, em entrevista ao ECO/Capital Verde. A Nike pega nas sapatilhas em fim de vida dos atletas e desportistas, tritura tudo, separa a parte têxtil das solas e das espumas. Este material é enviado para a Amorim que o mistura com cortiça. O produto final é um composto que dá origem a um novo subpavimento chamado “Amorim-Nike” e que vai ter uma baixa pegada carbónica. Para além do ponto de vista técnico, será um produto que irá contribuir para o bem-estar do planeta e para uma economia circular. A Amorim fará a produção e comercialização em várias cadeias internacionais, como a Leroy Merlin ou Home Depor, com exportação prevista para os EUA, França, Alemanha, e a um preço competitivo.

In, <https://eco.sapo.pt/entrevista/o-que-une-a-amorim-e-a-nike-vamos-lancar-um-novo-material-feito-de-tenis-reciclados-e-cortica/> 17 de novembro 2020



O modelo de sapato clássico Dali Azores, produzido pela marca de acessórios de moda Marita Moreno, está nomeado para a edição de 2021 do prémio internacional de design sustentável "Green Product Award", sendo o único candidato português na categoria de moda.

Fabricados em Portugal, limitados a 25 pares numa série numerada, os Dali Azores têm sola em borracha natural, cordões laterais e o exterior em cortiça nacional e tecelagem feita à mão por Eduarda Vieira, uma artesã certificada da ilha Terceira (Açores). Segundo a marca, o modelo é "100% vegan, livre de uso e crueldade contra animais". O "Green Product Award", realizado desde 2013, distingue os produtos e serviços mais sustentáveis e inovadores no mercado e os vencedores serão anunciados em Março.

In, **Jornal de Negócios**, 28 de Dezembro de 2020



Das mãos e da mente do algarvio David Mota saem peças de arte, feitas em cortiça. Misturando cores e elementos da natureza, as suas obras são expostas na rua, não deixando ninguém indiferente à sua criatividade e originalidade. Conhecido como Curtiço, sente e vivencia o conceito de arte que o levou de Monte Gordo para a Catalunha. "Exponho e vendo, sinto e ofereço, chego e deixo, pego e fujo, curto e guardo, esqueço e desfaço", afirma Curtiço ao Jornal do Algarve, referindo-se ao destino das suas obras de arte que seguem as leis da rua: "Acaba por ser um processo muito poético, as peças ficam à sorte de quem passa nas ruas. Umas duram anos, outras alguns dias".

O percurso artístico de David Mota, de 29 anos, começou na Escola Secundária de Vila Real de Santo António, quando começou a explorar a cultura do hip hop. No ano de 2009 inicia os seus estudos na Universidade do Algarve, licenciou-se em Artes Visuais. Esta foi uma página virada na vida de David Mota, pois foi quando começou "a sentir e a vivenciar o conceito de arte".

O seu nome artístico, Curtiço, nasceu de um momento para o outro, quando recebeu a visita um amigo, que o tratou por essa alcunha.

"Curtiço leva com ele um ideal resumido a 'curto isso'. O meu trabalho tem de passar por uma criação prazerosa e, se assim não o for, significa que estou desencaminhando-me do objetivo base. Também sou fã de trocadilhos, tal como se pode ver por vários dos títulos das minhas obras", refere.

In, **Jornal do Algarve**, 29 de Novembro de 2020



Américo Amorim foi homenageado na freguesia de Mouselos com uma escultura, um busto e o seu nome foi atribuído a uma rua. No dia 19 de Dezembro, várias personalidades da região juntaram-se na rotunda entre a Rua de Meladas e a Avenida Albertina Ferreira de Amorim, junto ao hipermercado Continente, para assistir à primeira homenagem. Na rotunda mencionada acima encontra-se uma escultura da autoria de Pedro Cabrita Reis, que celebra o legado de Américo Amorim. A obra integra uma torre, que representa a natureza humana, vertical e sólida, e um sobreiro, uma alusão à sustentabilidade da natureza. Seguidamente, a até então Rua de Meladas viu o seu nome ser substituído para Rua Comendador Américo Ferreira de Amorim. O Parque do Murado, a sensivelmente 100 metros de distância, foi o local escolhido para a terceira homenagem: um busto. A escultura, em bronze, do espinhense Artur Moreira, representa um somatório de diferentes idades de Américo Amorim, criada com o parecer e o testemunho de familiares e elementos do seu círculo pessoal.

In, **Correio da Feira**, 29 de Dezembro de 2020



Mariana Oliveira e André Gomes converteram uma estação de comboio numa guesthouse e chamaram-lhe Cork Train Station. O edifício é em Esmoriz e foi buscar à cortiça inspiração para o nome, mas também para a decoração. Respeitaram a essência do edifício centenário, património nacional, mas criaram uma nova casa com quatro quartos, cozinha com ar rústico, cortiça na decoração, um passadiço à porta e praia a dois passos. A cortiça está presente nas testeiras das camas, nos números dos quartos, nos porta-chaves, no meio das mesas, no chão, no piso da entrada que dá para uma bela e antiga escadaria de madeira.

In, **Evasões**, 07 de Outubro de 2020

EPC
Controlo Estatístico do Processo

CitCork
Teste de compressão, inserção e relaxação

Detetores de Metais
Sistemas para deteção de partículas metálicas

Controladores de Peso
Sistemas dinâmicos de pesagem em contínuo

MedCork
Medição de comprimento, diâmetro, peso e humidade

TorsiLab
Medição de forças de torção

ExtraLab
Medição de forças de extração

ECC
Controlo da Qualidade Cortiça

Desenvolvemos e comercializamos equipamentos e software para controlo da qualidade e inspeção.

EGITRON
cuidamos dos seus produtos

Rua Central da Vergada 1280
4435-166 Mozelos VFR Portugal

(+351) 227 471 120

info@egitron.pt

www.egitron.pt

AON
TakeCare

EXTRA

O Módulo **EXTRA** do AonTakeCare coloca à disposição das empresas um pacote de coberturas e serviços de assistência destinados aos colaboradores das empresas, para estarem mais protegidos.

Cobertura Covid-19

Subsídio diário em caso de internamento
Assistência à pessoa segura

mais informações: marketing@aon.pt

APCOR promove webinares

webinar:

1 Economia Circular e Indústria 4.0

29 Outubro 2020

webinar:

2 Design Estratégico - Case Study

30 Novembro 2020

webinar:

3 A Fileira da Cortiça - da floresta ao consumidor

17 Dezembro 2020

A APCOR e a LCG promoveram um webinar para o encerramento do projecto Cork_Info dedicado ao tema da Economia Circular e Indústria 4.0, no dia 29 de Outubro. Neste encontro apresentou-se os principais resultados do Estudo Sectorial e Transectorial dedicado aos dois temas em análise, bem como foi apresentada a ferramenta Cork_Info. Este instrumento pretende levar as empresas a fazer uma análise ao seu actual estado de maturidade face à Economia Circular e Indústria 4.0, bem como deixar algumas sugestões de melhoria que possam contribuir para o aumento da sua competitividade. Este encontro contou com a presença do presidente da APCOR, João Rui Ferreira, e do director geral do Centro Tecnológico da Cortiça, José Coelho, e mais de 40 participantes. Este webinar pode ser consultado em https://youtu.be/ITRN5pEs_PI. No âmbito do projecto Cork_Empreende, a

APCOR e o Infeira organizaram um webinar com o tema "Design Estratégico - Case Study" e que decorreu no dia 30 de Novembro. Traçou-se de uma sessão específica e orientada para os participantes e empreendedores do Cork_Empreende, mas foi aberta ao público e gerou o interesse de cerca de 30 pessoas. Esta acção contou com a participação de Júlio Martins, Partner da Everythink, e de Cédric Etienne, fundador e designer do Studio Corkinho. Quem não teve oportunidade de assistir ao evento pode consultá-lo em <https://youtu.be/6GmtQoDzqIA>. No dia 17 de Dezembro, a APCOR promoveu um webinar para a apresentação do estudo "A Fileira da Cortiça - da floresta ao consumidor". Os autores do trabalho Vasco Rodrigues, director executivo do Centro de Estudos de Gestão e Economia Aplicada (CEGEA), da Universidade Católica, e Francisco Gomes da

Silva, director geral da Agro.Ges, deram a conhecer as principais conclusões. O documento integral pode ser consultado em <https://www.apcor.pt/portfolio-posts/a-fileira-da-cortiça-da-floresta-ao-consumidor/>.

O evento contou, ainda, com a participação do secretário de Estado da Conservação da Natureza, das Florestas e do Ordenamento do Território, João Catarino, e com o testemunho do secretário de Estado Adjunto e da Economia, João Neves.

O evento contou com mais de 100 inscrições e duas horas de partilha de conhecimento sobre a fileira da cortiça. Poderá rever o webinar em https://youtu.be/_dMlcEdZ32Y.

Estes webinares e outros que a APCOR tem vindo a desenvolver desde Março de 2020 podem, também, ser acedidos no canal do youtube da APCOR em <http://www.youtube.com/apcortica>.

Júlio Martins, CEO da Everythink

“A cortiça tem uma história apelativa e sedutora”



PERFIL

Júlio Martins, 44 anos, é licenciado em Engenharia Mecânica pela Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto (FEUP). Natural de Santa Maria de Lamas, funda, em 2008, o estúdio de design Everythink, sediado no Porto, juntamente com o sócio João Petiz. Ambos lançaram, em 2011, a marca AVA, dedicada a instrumentos musicais de elevada performance e construídos com materiais e tecnologias avançadas. Entretanto, e desde muito novo, acompanha a actividade da cortiça através da empresa criada pelo seu pai e pelas ligações à região onde reside.

Notícias APCOR - Como surgiu a Everythink?

Júlio Martins - A Everythink surgiu na sequência de um projeto extracurricular desenvolvido por um grupo de alunos da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto (FEUP), desafiados a explorar as propriedades acústicas de materiais compósitos em instrumentos musicais. Essa experiência trouxe um conjunto de conhecimentos e, eu diria, uma dose de entusiasmo e confiança, que quisemos aproveitar e, por isso, criamos a empresa quando estávamos a terminar o curso. Mantivemos a vocação de criar novos produtos, serviços e experiências, desde logo com a perfeita noção de que o design e a engenharia deveriam sentar-se lado a lado no processo criativo e, juntos, ter impacto positivo na vida das pessoas. Reunimos à nossa volta um conjunto de pessoas e desafios muito diversificado, envolvendo grandes empresas, start-ups e centros de investigação, e, em paralelo, criamos uma unidade interna ligada aos instrumentos musicais, construídos em materiais compósitos como a fibra de carbono, sob a designação da marca AVA.

“Gostamos de pensar em coisas que não existem.” É desta forma que a empresa se afirma. Pode explicar esta ideia?

Sim, porque na verdade é isso que fazemos. O dia-a-dia da Everythink é gerar ideias e conceitos para criar algo novo. Pode ser um novo serviço, um produto, até mesmo um novo modelo de negócio. Claro que, muitas vezes, é baseado em algo que existe, mas que sabemos que como



Candeeiro LAMP para a Casal Vadio em cortiça e policarbonato

está não é suficiente e que é possível, e necessário, fazer melhor. Daí que somos desafiados continuamente para pensar no que ainda não existe e que pode ajudar as pessoas e contribuir para o seu bem-estar.

Esta postura permite-nos trabalhar, a partir de uma folha de papel em branco, coisas tão diferentes como aeronaves, bicicletas, microscópios, dispositivos médicos, equipamento doméstico, mobiliário, guitarras elétricas ou violinos. Mas não só. Porque pensar em coisas que não existem não se esgota só em produtos. Existem muitos desafios para evoluirmos, desde serviços de saúde e telemedicina para facilitar a vida dos médicos e melhorar a vida dos pacientes, à criação de novos modelos de negócio, mesmo em sectores como o vinho ou a cortiça, ou à melhoria da vida das pessoas, com os grandes desafios sociais emergentes e a própria mobilidade urbana. Nós costumamos dizer que não somos especia-

listas em nenhum sector particular, mas sim na capacidade de implementar processos criativos que cruzam diferentes áreas, tecnologias, ciências e indústrias que, com base em metodologias adequadas e por efeito de polinização oferecem resultados únicos, inovadores e exequíveis.

Cortiça e inovação. Combinam?

Claro que sim! Os exemplos são imensos e só pela inovação foi possível manter esta indústria competitiva e pujante até hoje.

A visibilidade dessa inovação junto da opinião pública é que poderá não ser tão visível dada a natureza B2B dos principais negócios da cortiça. Os exemplos que mais se destacam sob o selo da ‘inovação’ para o público em geral, são os projetos, ditos, de ‘design’, cujo carácter inovador se apresenta como peças de autor e em pequenas séries. Mas mesmo nestes casos, apesar do peso económico talvez menos relevante e mensurável para a economia do sector, reforçam a presença mediática e contribuem para a valorização do material.

Há margem para crescer?

Sem dúvida. Existe um potencial de progressão enorme. Existem diversas maneiras de ver a inovação e todas são muito favoráveis à cortiça enquanto sector. Primeiro, porque a inovação emerge não só do produto em si, mas também de um contexto de propósito, processos, as pessoas e políticas. A cortiça encaixa perfeitamente nesta linha de pensamento e nestes 4 pilares, pelo seu carácter de produto natural, sustentável, com respeito pelo ambiente, reciclável, confortável, agradável ao toque e que convida mesmo a exploração aprofundada.

Depois, porque se olharmos pelo ponto de vista da classificação, bastante questionável, de indústrias tradicionais vs indústrias de ponta, que coloca, por exemplo, cortiça, têxteis, calçado ou vinho, do lado tradicional e coloca indústria automóvel, aeronáutica do lado de tecnologia de ponta, vemos que a cortiça, fruto da inovação, dos processos de produção, da estabilização das propriedades dos materiais pode, perfeitamente estar representada em ambos os lados desta classificação: diversifica-se, dilui a dependência dos sectores actuais e encontra sectores que atribuem um maior valor acrescentado a esta matéria-prima. Por último, acredito que, do ponto de vista do design, e tendo em conta que



Powerbank para veículos eléctricos

a cortiça tem vivido sozinha nos produtos onde se apresenta, há um espaço de progressão e valorização se a colocarmos em sintonia e justaposta com outros materiais como a madeira, o aço, o cobre ou mesmo com materiais de ponta como a fibra de carbono, sem deixar de se afirmar e sem perder o seu carácter sustentável e ecológico.

Que produtos já desenvolveram com cortiça?

A cortiça tem um carácter eclético muito especial que nos permite usá-la em diferentes aplicações. Temos casos em que a cortiça se apresenta pela sua vertente visual e emocional em objetos de decoração de interiores, mobiliário para espaço público, elementos escultóricos, arquitetura, produtos para desporto e bem-estar, equipamento para escritórios ou embalagens. Temos, também os casos onde a cortiça dá o seu contributo pelas propriedades técnicas em aplicações para os sectores da aeronáutica, aeroespacial, soluções para controlo de vibrações ou isolamento térmico, ou por exemplo, o powerbank para veículos eléctricos desenvolvido pela Everythink e Addvolt, onde incluímos a cortiça como elemento de proteção do equipamento.

Porque optaram pela cortiça? Quais as vantagens face a outros materiais?

A cortiça está sempre próxima de nós e do trabalho que desenvolvemos. Nós sempre nos quisemos assumir como agnósticos relativamente aos materiais, para podermos seleccionar os materiais mais adequados a cada projeto e, dessa forma, usar a cortiça por que faz sentido. Entretanto, os designers foram descobrindo a cortiça, as empresas começaram a querer perceber como poderiam integrar a cortiça nos seus projetos e os contactos foram-se multiplicando. E não será alheio a isso o facto de estarmos sedeados no Porto, perto desta região corticeira onde, felizmente, nos situamos. Assim, e tendo em conta a nosso conhecimento do material, o domínio das ferramentas do design e as capacidades de prototipagem e fabrico, as condições reuniram-se para podermos prestar esta atenção à cortiça. De facto, a cortiça tem um *storytelling* extremamente apelativo e sedutor. Sentimos que as

pessoas aderem a esse enredo que, digamos, se assume cada vez mais como uma causa tendo assente nos valores do respeito pela natureza e do equilíbrio ambiental. A atenção que agora é dada à economia circular é algo que na cortiça é já, diria, quase secular, o que revela a sua responsabilidade e maturidade. É um material exclusivo, cujo toque é sedutor, agradável, valorizado. E é um material versátil, que parece simples de trabalhar, mas que não deixa de ser exigente e, por isso, tão bem tem sido conservado por esta região.

Que conselhos pode deixar para a cortiça? E para quem deseja desenvolver projetos com cortiça?

Além dos conselhos deixo, antes, um estímulo para manter a dinâmica no sector por parte dos seus responsáveis, que tem trazido excelentes resultados.

Admito que, por razões óbvias, não domino de forma tão profunda o sector das rolhas, mas acredito até que esse facto me permite ver a cortiça de uma forma mais global.

Se me perguntam, então, por contributos para a discussão... Serei suspeito de o referir, por envolvimento profissional, mas entendo que existem dois fatores aos quais este sector deveria prestar a devida atenção: o design e o marketing.

Quanto ao design, refiro-me não só ao design de produto, mas também ao design gráfico, ao branding, à comunicação visual, ao design de novos serviços, à criação de novos canais, novos públicos. Quanto ao marketing, destaco o foco no posicionamento, na atitude, na presença da cortiça, com um carácter mais moderno e sofisticado. Bem sei o esforço e o investimento que tem sido feito, mas é um campo ainda com muito espaço de progressão.

Se deixar de lado o emocional e se me colocar do lado do cliente, diria que o desafio é organizar a oferta do material, principalmente no sector dos aglomerados. Seria importante fazer uma pesquisa e descobrir o que se faz em mercados análogos (madeira, peles, aço, polímeros, cerâmicas, pedra, etc...) e implementar nesta indústria. Os designers, os prescritores ou os engenheiros não têm uma base de trabalho para poder esco-

lher, prescrever, seleccionar a cortiça como material para os seus projetos, que ofereça os dados e as características que cada um deles privilegia. Assim, ao estarmos dependentes das equipas comerciais para orientar o cliente, ficamos limitados porque o tempo das pessoas não é escalável. Para os designers mais que um conselho fica o desafio de compreenderem o material e as suas virtudes e vicissitudes e serem os porta-vozes dos desafios que referi para o design e o marketing.

Já receberam alguns prémios com os vossos trabalhos. Quais?

Sim. Nós encaramos os prémios internacionais como uma validação individual e dos resultados do nosso trabalho no contexto global. Nos anos recentes recebemos dois iF Design Awards e dois prémios na Bienal Iberoamericana de Design. Foram duas participações diferentes onde fomos reconhecidos pelos pares em áreas distintas do design de produto e no design estratégico. O iF Award foi-nos atribuído pelos projetos com a NOS e com a AVA e, na Bienal, fomos com um projeto de mobiliário de escritório para a FAMO e outro para a Ordem dos Engenheiros/Câmara Municipal do Porto.

Projetos na manga. Algum que esteja para breve e que queira desvendar? Quais deverão ser os principais objetivos desta aplicação?

Os projetos, tipicamente, não são nossos, mas sim dos nossos clientes, pelo que, enquanto não são públicos, temos algumas reservas em divulgar. Felizmente, temos alguns projetos interessantes em curso. Por exemplo, um desafio para a reinterpretação dos espaços de escritório, com destaque para o carácter da cortiça, o seu toque e o comportamento acústicos, e um outro desafio, para acrescentar valor à cortiça da reinvenção de um modelo de negócio, evoluindo de um processo de venda de matéria-prima para um serviço de fornecimento de peças customizadas para sectores de elevado valor acrescentado. No fundo, manter a cortiça como base do negócio mas ousar mudar a forma como fazemos o negócio.



Objectos de decoração, Studio Corkinho

Controlo de Qualidade de Cortiça: o Futuro

Montado de Sobro, Rolhas, Revestimentos, Compositos, Isolamentos. Laboratório e Controlo de Processo

Na génese da EGITRON está a paixão e o espírito de missão pela cortiça e pela indústria corticeira. A EGITRON tem-se focado em cumprir o papel tecnológico, apostando fortemente, ao longo dos anos, em Investigação e Desenvolvimento, no sentido de oferecer ao setor soluções que permitam ir cada dia mais longe. O foco foi, e sempre será, o de trazer ao setor a inovação e a disrupção no sentido de maximizar o potencial da nobre matéria-prima. Está hoje, mais do que nunca, implementado na sociedade a consciência da economia verde, sustentável e renovável. A consciência para um futuro melhor, de economia circular e de equilíbrio ambiental.

É já longo o caminho da EGITRON no controlo de qualidade de produtos de cortiça. Muitas empresas se devem lembrar dos ficheiros de Microsoft excel com aquisição automática através do Interlab, até ao lançamento do SPC Pro em 1999, que pretendia efetuar o controlo do processo, implementado técnicas de controlo preventivo. Chegados a 2021, a EGITRON já conta com mais de 25 anos de experiência no controlo de qualidade dos laboratórios e na obtenção de cartas XR, XS e P no processo produtivo das empresas corticeiras.

A EGITRON, nos últimos dois anos, optou por fazer um forte investimento no desenvolvimento de novas soluções de software para o setor, que permitisse oferecer à indústria uma capacidade tecnológica bastante superior à sua antecessora. Esta aposta centrou-se na vontade e na visão da EGITRON em colocar a indústria da cortiça ao mesmo nível de outras indústrias mais maduras.

É nesse espírito de missão que surgem os novos produtos: EGITRON CorkControl e o EGITRON Process Control.

O EGITRON CorkControl (ECC) herdou todo o conhecimento adquirido ao longo de 25 anos do EGITRON Controlab, EGITRON CorkLab (software prévio) e EGITRON LadControl (controlo de ladrilhos). Contudo, a equipa da EGITRON decidiu ir mais longe e permitir uma solução global de laboratório para todo o setor da cortiça e não só a área de negócio das rolhas, atingindo, assim, as áreas de revestimentos, compósitos e isolamentos.

O ECC foi construído numa nova abordagem de software, orientado para as mais diversas integrações e exigências, mantendo o cumprimento das normas do setor. Com o ECC é possível as mais diversas integrações, sejam elas num ERP, num software de gestão documental, num sistema de gestão de reclamações ou mesmo na integração de um software de Business Intelligence (análise estatística mais complexa).

Aproveitando esta remodelação, a EGITRON decidiu criar um novo conceito: os Modelos de Controlo

lo. Um modelo de controlo permite digitalizar todos os cadernos de encargos, quer sejam eles internos ou externos. Permite de uma forma ágil, simples e segura registar todos os ensaios solicitados, todas as configurações e todas as especificações técnicas e mecanismos de auto-avaliação e toda a parametrização do Boletim de Controlo da Qualidade.

Num mundo globalizado ter um software que seja capaz de emitir e de operar em multi-idioma é uma exigência, e o ECC cumpre essa exigência. A sua versão base opera em Português, Espanhol, Francês, Inglês e Italiano, contudo para a emissão dos Boletins acrescentamos o Alemão e o Russo.



Na génese da EGITRON está a paixão e o espírito de missão pela cortiça

O ECC conta com mais de 44 ensaios entre todas as áreas de negócio do setor da cortiça.

Em paralelo, a EGITRON decidiu apostar fortemente numa nova e moderna ferramenta de Controlo Estatístico do Processo, o EGITRON Process Control (EPC). Aproveitando a existência, a fiabilidade e credibilidade que é conferida ao SPC Pro, a equipa decidiu juntar a este conhecimento, todo o conhecimento teórico de um Controlo Estatístico de Processo. Isto permitiu que sobre a estrutura desenvolvida para o EPC, seja acrescentada já em 2021 novas cartas como, por exemplo a carta U. Este é um marco nunca antes atingido para o setor. A expansão do EPC noutros setores permite enriquecer esta ferramenta com o know-how de outras indústrias, permitindo ao setor da cortiça crescer também.

Assim como o ECC, o EPC também tem multi-idioma e facilidade de integração. É possível ligar o EPC a um ERP ou mesmo ao MES (Manufacturing Execution System) para um melhor controlo da gestão de produção.

Outra novidade incluída no EPC é a capacidade de envio de mensagens instantâneas e/ou SMS para utilizadores quando, por exemplo, um determinado controlo não foi efetuado na hora em que estava planeado.

Nos dias de hoje, numa indústria cada vez mais automatizada, é especialmente importante minimizar as perdas de eficiência. Os produtos da EGITRON estão vocacionados para uma indústria 4.0 focada na automação e troca de dados e utiliza

conceitos de Sistemas ciber-físicos, Internet das Coisas e Computação em Nuvem.

No desenvolvimento destes softwares, existiram duas questões em que a que a EGITRON foi particularmente sensível. A experiência da utilização do software e a aquisição automática dos equipamentos.

A experiência de utilização de qualquer software deve permitir uma fácil adaptação à pessoa que o está a utilizar. Deve ser intuitivo, responsivo e visualmente leve. De forma a cumprir estes requisitos, com a equipa de software teve uma equipa de designers que permitiram que este objectivo fosse cabalmente cumprido. O ECC e o EPC são softwares operativamente eficientes.

Está na origem da EGITRON, a capacidade de adquirir automaticamente medições através dos equipamentos, quer sejam eles da EGITRON quer sejam eles de outras empresas. Partindo deste ponto de honra, foi para nós claro que a aquisição automática tinha de dar o próximo passo. É assim que nasce o EGITRON HUB. Um software disponibilizado gratuitamente com o ECC e o EPC. Através do HUB está garantida a integração de todos os equipamentos da EGITRON, desde o famoso MedCork até ao poderoso CITCork. Esta nova abordagem permite configurar praticamente quaisquer equipamentos e até mesmo aquisição por ficheiros, quer sejam eles Microsoft Excel, TXT ou outros. A EGITRON embebeu um protocolo de mensagens denominado MQTT e desenvolveu internamente um protocolo próprio de comunicação, como uma camada de chamadas e respostas devidamente encriptadas.

No século XXI, um dos tópicos que mais atenção e foco tem tido, é a segurança informática. Estando nós num mundo globalizado, a EGITRON incluiu no ECC, EPC e HUB criptografia assimétrica (para encriptação de passwords por exemplo), certificação SSL no servidor de serviço (para servidor autenticados) e JWT OAuth 2.0. (para dupla autenticação dos pedidos à base de dados). Todos estes mecanismos de segurança são já usados noutros setores de atividade, como seja o financeiro.

A relação com o sector é umbilical. Estão em desenvolvimentos novos projetos que oportunamente a EGITRON noticiará, porque faz parte nosso ADN a inovação e melhoria contínua dos nossos serviços e produtos. A EGITRON e a indústria da cortiça estão preparados para os próximos 25 anos.



O texto é da responsabilidade da Egitron

Exportação de vinho português cresce 2,4%



O Fórum Anual Vinhos de Portugal 2020 decorreu no dia 25 de Novembro, num formato totalmente digital. A iniciativa contou com a presença de Frederico Falcão, presidente da ViniPortugal – entidade organizadora do evento -, Maria do Céu Antunes, ministra da Agricultura, Eurico Brilhante Dias, secretário de Estado da Internacionalização, Francisco Mateus, presidente da Associação Nacional das Denominações de Origem Vitivinícolas (ANDOV), Bernardo Gouvêa, presidente do Instituto da Vinha e do Vinho (IVV), entre outros intervenientes das várias comissões vitivinícolas e testemunhos nacionais e internacionais de diversas figuras do mundo do vinho.

Maria João Dias, do IVV, começou por apresentar os principais dados das exportações dos vinhos portugueses, referindo que “cresceram 2,4 por cento em valor em 2020 face ao ano passado, atingindo um montante de 590 milhões de euros” (dados apurados até setembro de 2020). “Em volume também se registou um aumento de 2,3 por cento, o que significa que o preço médio por litro está cifrado em 2,64€, menos 1,3 por cento face a 2019.” Se o último trimestre do ano tiver uma subida semelhante à dos anos anteriores, o sector pode terminar o ano a rondar os 830 milhões de euros.

Para o desempenho positivo registado este ano contribuiu bastante o comportamento dos países terceiros fora do espaço da União Europeia, que estão a ter um crescimento de

21,6 por cento, representando 317,5 milhões de euros. Em destaque está o Brasil, que subiu 21,5 por cento para 46,3 milhões de euros em exportações, e que só desde Janeiro deste ano cresceu mais de oito milhões de euros. Os Estados Unidos da América, com um crescimento de 7,6 por cento para 70,5 milhões de euros, e o Canadá, com um acréscimo de cinco por cento para 37,2 milhões de euros, são outros dois mercados em evidência. A destacar, ainda, o Reino Unido que regista um crescimento de 4,1 por cento, representando 52 milhões de euros de exportações. Angola, um país de destaque na importação do vinho português, teve uma quebra de 27 por cento para 19,3 milhões de euros, e a China, com uma redução de 35,8 por cento para 8,5 milhões de euros.

A Europa, talvez fruto da pandemia, reduziu as suas importações com uma queda de 13,5 por cento e 272 milhões de euros de exportações. As exportações para França caíram 5,4 por cento, representando 77,8 milhões de euros, o que equivalente a menos 4,4 milhões de euros do que no período homólogo em 2019. A quebra na Alemanha é de 4,7 por cento para 34,7 milhões de euros, menos 1,7 milhões de euros do que em 2019.

A Escandinávia acabou por contrariar esta tendência, com destaque para os desempenhos muito positivos da Suécia, com um crescimento de 41 por cento correspondendo a 21,6 milhões de euros, Noruega, a subir 40 por cento, para 10,3 milhões de euros, e Finlândia,

com um aumento de 50,5 por cento para oito milhões de euros.

Portugal ocupa a 9.ª posição no top-10 dos maiores exportadores mundiais de vinho, o ranking é liderado pela França (9 795 milhões de euros), seguida pela Itália (6 434 milhões de euros) e Espanha (2 739 milhões de euros).

Em 2021, a ViniPortugal pretende investir 7,15 milhões de euros na promoção internacional. O plano prevê a realização de 111 acções em 21 mercados, envolvendo mais de 350 agentes económicos, nomeadamente a participação nas grandes feiras internacionais do sector, a realização de provas, masterclasses e jantares vínicos para dar a conhecer os vinhos portugueses junto de importadores, sommeliers, influenciadores, media e outros profissionais do sector. Em perspetiva está a conciliação de acções presenciais com eventos em formato online.

Promovido anualmente pela ViniPortugal, o Fórum Vinhos de Portugal pretende ser um momento de análise e de debate sobre a realidade do sector vitivinícola nacional, com o contributo de entidades reguladoras e de promoção, produtores e convidados de áreas relevantes, e o palco para a apresentação da estratégia de promoção nacional e internacional dos Vinhos Portugueses para o ano seguinte.

Pode consultar toda a informação do evento em <https://www.viniportugal.pt/detalhesNoticia?codNoticia=10167>.

Cortiça promovida na Irlanda

“Taste of Portugal” foi o nome da iniciativa desenvolvida pelo Turismo de Portugal e pela AICEP e que teve como objetivo reforçar a notoriedade dos bens e serviços nacionais, através de uma acção de promoção cruzada de Portugal como destino turístico e como produtor de excelência de bens agroalimentares, vinho e produtos de cortiça. O evento dividiu-se em quatro acções que chegaram a diferentes jornalistas e líderes de opinião, na Irlanda.

“Unboxing Portugal” contou com 23 jornalistas e líderes de opinião irlandeses que receberam uma caixa premium revestida a cortiça, uma parceria entre Cartonagem Trindade e a Sedacor - Sociedade Exportadora de Artigos de Cortiça, Lda., empresa associada da APCOR, e um conjunto de produtos típicos de Portugal, como azeite, flor de sal, vinho do Porto, sumo e amêndoas. Os participantes foram desafiados a publicar fotografias do momento de abertura nas suas redes sociais.

Esta iniciativa contou, ainda, com mais três momentos, a saber: webinar “Taste Portugal”, que contou com a participação de Dirk Niepoort, para falar dos vinhos do Douro e Porto, e Albertino Oliveira, da Sedacor, que abordou a temática da sustentabilidade da cortiça; webinar “2001 Moments with Visit Portugal”, com Susana Cardoso, que apresentou as novas atracções turísticas de Portugal; e “A Taste of Portugal”, que presen-



teou 14 jornalistas com uma refeição de bacalhau com brôa, dois pastéis de nata e uma garrafa de vinho tinto. Estas refeições foram entregues em mãos aos jornalistas, no momento em que decorriam os webinars.

Solução de renting mais tranquila é impossível.



1 Mobilidade garantida

Nunca fique sem carro.

2 Melhor preço do mercado

Se encontrar mais baixo, igualamos.

3 Devolução antecipada

Sem custos, se a situação o exigir.

Encontre o seu carro novo em NoStressPlan.pt

LeasePlan

What's next?

Exportações de cortiça cresceram cerca de 40 por cento na última década

A Fileira da Cortiça: da floresta ao consumidor” é o mais recente estudo sobre o sector lançado pela APCOR. Em conjunto com o Centro de Estudos de Gestão e Economia Aplicada (CEGEA) da Universidade Católica e a Agro.Ges, o estudo realça a importância da fileira da cortiça na floresta nacional e evidencia dados que demonstram a relevância do sector para a economia nacional. Dividido em oito capítulos, os dois primeiros são dedicados à caracterização da floresta, à matéria-prima e ao enquadramento legal dos sobreiros em Portugal; o terceiro caracteriza a estrutura empresarial e o seguinte aborda a situação económico-financeira das empresas. No capítulo quinto, a ênfase é dada ao investimento e inovação que o sector da cortiça realizou nos últimos anos, seguindo-se um capítulo dedicado ao comércio internacional, com dados das exportações, produtos e principais mercados. O capítulo sétimo destaca a principal informação sobre o sector do vinho e da construção, como principais segmentos do sector da cortiça. O último capítulo conta com um diagnóstico estratégico e prospectivo da fileira da cortiça apontando as linhas de força a seguir nos próximos anos com vista ao crescimento do sector. A título de resumo, o estudo realça a capacidade de investimento da indústria e do sector, com valores anuais a rondar os 40 milhões de euros; o forte aumento das exportações portuguesas de cortiça que cresceram mais de 50 por cento de 2009 a 2018 e cerca de 40 por cento de 2010 a 2019; o excedente da balança comercial que é considerado um dos maiores da economia nacional e que cresceu 41 por cento desde 2009; e termina com as dez linhas de força que marcarão o futuro da fileira da cortiça.

“Com este estudo, o sector renova o trabalho que foi efectuado em 2015 e ganha, deste modo, um novo referencial de informação fundamental para toda a fileira, desde a componente florestal, a transformação da cortiça e o retrato dos mercados”, refere o presidente da APCOR, João Rui Ferreira. “Este é mais um contributo que enquadra e prospectiva a razão de considerarmos estratégico um forte apoio à fileira da cortiça, dado o seu valor inquestionável para Portugal e para os Portugueses”, reforça o líder associativo.

João Rui Ferreira afirma, ainda, que “o estudo apresenta as quatro grandes linhas estratégicas para o sector e que passam pela floresta e

matéria-prima, tecnologia e inovação, promoção e comunicação e, por último, capacitação empresarial.”

De registar, ainda, que este estudo foi desenvolvido por um conjunto de investigadores das duas instituições, a saber: do CEGEA – Alberto de Castro (coordenador), Vasco Rodrigues, Fernando Santos e Francisco Rebelo; da Agro.Ges – Francisco Avillez (coordenador), Francisco Gomes da Silva, Manuela Nina Jorge e Nélia Aires. O estudo completo na versão portuguesa pode ser consultado em: <https://www.apcor.pt/portfolio-posts/a-fileira-da-cortica-da-floresta-ao-consumidor/>, estando, ainda, disponível um resumo em inglês no endereço <https://www.apcor.pt/portfolio-posts/resumo-a-fileira-da-cortica-da-floresta-ao-consumidor/>.

Paralelamente, foi produzido um vídeo resumo com os principais dados do estudo e que está disponível da versão portuguesa (https://youtu.be/csl_i91jmzE) e inglesa (<https://youtu.be/OHmTuuJUgVg>).

Este é o último trabalho que foi desenvolvido no âmbito do projecto Cork_Inov e que teve o apoio do Compete2020, Portugal2020 e União Europeia – FEDER, num investimento total de 649.797,99€, participado em 85 por cento.

Para além deste estudo, destaca-se outros trabalhos desenvolvidos no âmbito do projecto, a saber: estudo económico-financeiro das empresas do sector da cortiça (<https://www.apcor.pt/portfolio-posts/relatorio-anual-de-caracterizacao-da-situacao-economico-financeira-das-empresas-do-sector-da-cortica/>); boletins trimestrais de informação estatística (<https://www.apcor.pt/portfolio-posts/boletim-trimestral/>); e estudo de benchmarking sectorial e transectorial do sector nas matérias da Indústria 4.0 e Economia Circular (disponíveis para associados na área reservada).

A APCOR vai dar continuidade a este projecto, nos próximos dois anos, tendo já sido aprovado o montante de investimento de 341.790,00€.



André Coelho, sócio-gerente

“A qualidade é um compromisso”



Empresa produz 25 milhões de rolhas por ano

A Corkap, Lda. nasceu em 2005 e tem como sócios fundadores Rui Pedro Lopes Dias Coelho e André Filipe Lopes Dias Coelho. Situada em Fiães, tem no mercado interno o seu foco, com 80 por cento das suas vendas, sendo que os restantes 20 por cento são destinados ao mercado externo. Os produtos fabricados cobrem a panóplia de rolhas de cortiça existentes, desde as naturais, colmatadas, técnicas (aglomeradas, 1+1 e micro), e, ainda, as rolhas capsuladas. Anualmente, a empresa produz vinte e cinco milhões de unidades e conta com 16 colaboradores.

Tendo “a qualidade como compromisso”, André Coelho, gerente da Corkap, Lda. revela que “a empresa está certificada pela ISO 9001:2008 (Qualidade), ISO 22000:2005 (Sistema de Gestão da Segurança Alimentar) e está em fase final de implementação do BRC PACKAGING.” E explica: “os mercados são cada vez mais exigentes, o que levou a nossa empresa a optar pela certificação BRCGS (British Retail Consortium). O padrão BRCGS é reconhecido pela Global Food Safety Initiative (GFSI), um programa que visa harmonizar os padrões internacionais de segurança alimentar com o apoio dos principais fabricantes de alimentos do mundo. O reconhecimento do GFSI significa, portanto, que se pode usar o padrão global BRCGS para atender aos requisitos desses principais participantes em um único sistema de gestão de

segurança alimentar reconhecido internacionalmente.”

“A Corkap, Lda. vende directamente às caves e adegas, e os nossos clientes exigem estas certificações, por isso temos apostado mais nestes sistemas, do que, por exemplo, no Systecode”, refere o empresário.



Certificação alimentar é uma mais-valia da Corkap, Lda.

A aposta da empresa tem passado, também, pela melhoria contínua em todos os processos. Por isso, “tem vindo a apostar em processos para garantir a melhor qualidade das suas rolhas, reduzindo não só o TCA, mas também outros odores que possam ser transmissíveis ao vinho. Este processo de controlo é um mé-

todo revolucionário no controlo sensorial dos lotes produzidos em que 100% das rolhas são inspeccionadas sensorialmente”, explica André Coelho.

Olhar mais para a rolha natural

Como associado da APCOR, o empresário regista um conjunto de serviços que são uma mais-valia para a sua empresa: “o acesso à legislação laboral actualizada, a informação e as novidades do e para o sector e as actividades que o sector promove.” André Coelho fala, ainda, dos projectos da APCOR, que diz conhecer bem, e exemplifica: “o Intercork é muito relevante para o nosso sector, pois promove os nossos produtos em todo o mundo, o programa Formação PME, para apoio às empresas de menor dimensão em várias áreas, entre outros.”

A nível sectorial, o empresário apela para uma atenção especial à rolha natural. “Este é o principal produto do nosso sector, o nosso ouro, e devíamos fazer uma aposta maior na promoção deste produto, não podemos dar mais destaque às outras rolhas do que damos às rolhas naturais.” Remata, ainda, com uma nota à importância de afirmar o sector pela “inovação e sustentabilidade.”

Cortiça no Portugal Plus

A cortiça mereceu a atenção do programa Imagens de Marca na rubrica Portugal mais Competitivo. O presidente da APCOR, João Rui Ferreira, falou do investimento internacional que o sector tem feito, nos últimos ano, para a promoção da cortiça, com o apoio do Compete. A peça pode ser vista em <https://www.imagensdemarca.pt/artigo/exportacao-que-cria-valor/>.

Depois desta reportagem, a cortiça foi um dos temas abordados no Portugal Plus que revelou como os fundos europeus estão a tornar Portugal mais competitivo no panorama internacional e que está disponível em <https://youtu.be/IPInUM-qfFk>. Mais uma vez, a cortiça surgiu como um bom exemplo do investimento dos fundos públicos para o crescimento de um sector primordial da economia portuguesa.





Azevedos Indústria

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS INDUSTRIAIS, S. A.








criamos **soluções**
soluções tecnológicas para a indústria da cortiça

www.azevedosindustria.com

AZEVEDOSINDÚSTRIA • Rua de São António, nº 1 | Apartado 3 • 4536-909 Lourosa | Portugal • Telf. +351 22 747 15 70 • Fax. +351 22 747 15 79

Vinhos de Portugal receberam mais de mil participantes

A 7ª edição do evento Vinhos de Portugal, que decorreu de 23 a 25 de Outubro de 2020, foi, este ano, online para responder aos desafios da pandemia mundial provocada pela Covid-19.

Num evento transatlântico, os mais de mil participantes, num total de mais de 12 mil visualizações, puderam assistir a partir das suas casas às provas com críticos brasileiros (Jorge Lucki e o master of wine Dirceu Vianna Júnior) e portugueses (Manuel Carvalho, do PÚBLICO, Luís Lopes, da revista Grandes Escolhas, e Rui Falcão), e a conversas ao vivo com 62 produtores de várias regiões vinícolas do país.

Quem não conseguiu assistir em directo ao evento poderá, ainda, comprar uma entrada e ter acesso a uma GiftBox (caixa surpresa) com um vinho e presentes, além de ter acesso às 62 provas de vinho. Para os que tiveram a oportunidade de participar podem, ainda, rever as 30 horas que o evento proporcionou.

No sítio do evento em <https://vinhosdeportugal2020.com.br/> é possível, ainda, obter um conjunto de informação que foi produzida para a iniciativa, nomeadamente informação e vídeos sobre todos os produtores e parceiros do Vinhos de Portugal, com destaque para a APCOR, com o vídeo “Vinho e Cortiça”, acessível em https://vinhosdeportugal2020.com.br/_vinhos-com/cortica/

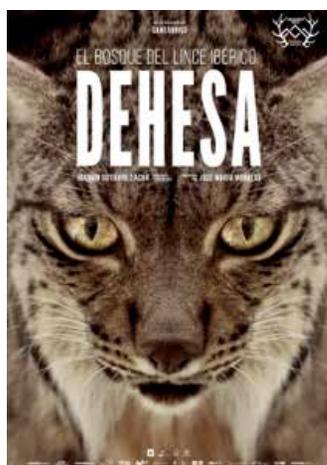


e que conta com o testemunho do presidente da APCOR, João Rui Ferreira.

O evento foi organizado pelos jornais PÚBLICO, O Globo e Valor Económico, em parceria com a ViniPortugal e com a produção da Out of Paper, cuja curadora foi Simone Duarte. A APCOR juntou-se à iniciativa no âmbito do seu projecto internacional de promoção da cortiça e que prevê algumas acções no mercado brasileiro. A curadora do evento acrescenta, ainda, que “em dois meses, mais de 46 mil pessoas acederam à plataforma www.vinhosdeportugal2020.com.br, 90 por cento brasileiros: já são mais de 26 mil visualizações de vídeos e aproximadamente 130 mil page views” mas o alcance foi bem maior porque “muitos participantes preparam almoços ou jantares e reuniram a família ou amigos para assistir ao evento.”

Montado e Lince Ibérico em filme

“Dehesa, el bosque del lince ibérico” (Montado, o bosque do lince Ibérico) é o mais recente filme do produtor espanhol, Joaquín Gutiérrez Acha, que dá a conhecer, desta forma, o montado de sobre de Portugal e Espanha. Após dois anos de recolha de imagens, o filme estreou a 09 de Outubro e já recolheu inúmeros elogios de entidades como o WWF. “A dehesa é o paradigma perfeito da equilibrada evolução entre o ser humano e a natureza no mediterrâneo, durante séculos”, pode ler-se na página do WWF. E continua: “O filme capta momentos da vida selvagem de grande beleza, mas também recorre a momentos mais dramáticos dos seus habitantes na luta pela sobrevivência.”



As produtoras espanholas La Dehesa Producciones AIE, Wanda Visión e Wanda Films contaram, em Portugal, com a Ukbar Filmes, para a recolha de imagem. Em https://www.wandavision.com/site/sinopsis/dehesa_el_bosque_del_lince_iberico pode consultar mais informação sobre este documentário de 94 minutos.

Cincork constrói maior árvore com rolhas de cortiça

Pelo 5º ano consecutivo, o Centro de Formação Profissional da Indústria de Cortiça (Cincork) e a Junta de Freguesia de Santa Maria de Lamas criaram a maior árvore de Natal montada em rolhas de cortiça recicladas, juntamente com um presépio, à escala real.

Na criação da árvore de Natal, com cerca de 7 metros de altura, foram usadas cerca de 27 000 rolhas e cerca de 14 000 na elaboração do presépio, formando um conjunto com mais de 40 mil rolhas de cortiça recicladas. As peças estiveram em exposição durante toda a época natalícia, na Rua da Ribeirinha.

Este é mais um projeto desenvolvido pelos formandos do Cincork e tem como objetivo promover a reciclagem de rolhas de cortiça e dar conta da sua importância como material natural e ecológico.



Casa do Montado abriu em Évora

A “Casa do Montado, Eco-Etnografia” abriu no dia 9 de Outubro e é um projecto que nasceu da vontade de ver valorizado o património agro-silvo-pastoril e a herança etnográfica e gastronómica do Alentejo.

O projeto empresarial de Maria José Delmas Santana e de Andreia Sousa recebe os visitantes com uma emblemática frase de Vieira da Natividade: “Cada sobreiro que desaparece, deixa o Alentejo mais empobrecido”.

Durante várias salas de uma antiga casa em pleno centro histórico de Évora pode fazer-se o percurso por todo o ecossistema do montado, com forte destaque para o sobreiro e a cortiça. A visita ao montado começa com a explicação da vegetação que existe neste ecossistema e todos os processos a ela associados, com destaque para a fileira da cortiça. O património animal também não é esquecido. Existe, ainda, a possibilidade de realizar algumas experiências e de adquirir uma lembrança típica da região.

Em Junho de 2017, após 150 anos, a família de Peter Nevelli Ellis Mollet alienou a Herdade do Passareiro, propriedade de 570 hectares localizada no concelho de Évora, em pleno coração do Sítio do Monfurado da Rede Natura 2000. A forte ligação da família à fileira da cortiça permitiu que, ao longo dos anos, fossem conservadas peças ligadas à actividade agrícola e florestal, bem como um valioso arquivo documental. Todo esse espólio foi confiado à Casa do Montado que encontrou no coração de Évora o seu espaço. “Esta casa não tinha uma utilização útil e pensámos que seria o sítio ideal para concretizar este projeto que tem o intuito de manter viva a memória do trabalho realizado ao longo de gerações e com a missão de perpetuar este património florestal único denominado montado”, explicou Maria José Delmas Santana, uma das responsáveis do projeto, no dia de abertura.

As visitas devem ser agendadas pelo que é possível encontrar mais informação em <https://www.facebook.com/pg/casadomontado>.

A APCOR esteve em...

Santa Maria da Feira

Forum sobre o caminho das empresas

No dia 22 de Outubro, o presidente da APCOR, João Rui Ferreira, foi um dos oradores do Fórum BIZFEIRA, um evento organizado pela Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, e que teve como tema “Reindustrialização – o caminho das empresas”.

A competitividade da economia portuguesa depende de um sector industrial forte e preparado para dar resposta aos novos desafios da sustentabilidade, digitalização e do mercado. Que caminho podem as empresas fazer para dar respostas às novas exigências de mercado e dos consumidores? Como acelerar esta transição? Foram algumas das questões abordadas no evento cujo vídeo pode ser consultado em <https://youtu.be/mMeGjObPbr0>.

Associados reunidos via Zoom

No dia 21 de Dezembro, a APCOR convidou os seus associados para participar na Assembleia Geral numa reunião via zoom. Neste encontro, foi possível dar a conhecer as exportações estatísticas do úl-

timo ano e o questionário realizado às empresas sobre o impacto da Covid-19 nas empresas. Foi, ainda, analisado e aprovado o plano de actividades e orçamento para 2021, de onde fazem parte o projecto internacional de promoção da cortiça, a segunda fase do Cork_Inov e outras actividades mais recorrentes. A direcção apresentou, ainda, os três eixos de intervenção da associação, a saber: florestal, internacionalização e empresarial.

México

Saber mais sobre cortiça

No dia 21 de Novembro, o presidente da APCOR, João Rui Ferreira, foi o orador do evento “All that you should know about cork” (Tudo o que deve saber sobre a cortiça), promovido pelo The Wine Club. O webinar foi moderado pelo sommelier Marcos Flores, decorreu na plataforma zoom e foi transmitido também nos canais das redes “The Wine club by Somm Marc”, no instagram, facebook e youtube. Estiveram presentes mais de 30 pessoas – amantes do vinho e sommeliers do México e de outras regiões da América Latina.



INFEIRA
Incentivos | Formação | Consultoria



☎ 227 419 350



Rua do Murado, Ap. 58, 4536-902 MOZELOS



geral@infeira.pt

