

2022

105.

NOTÍCIAS

Associação Portuguesa da Cortiça

apcor



Sector renovado e ainda mais forte

Direcção da APCOR

O histórico jantar de Natal da APCOR voltou a realizar-se, ao final de dois anos, e, por isso, este editorial começa por dar nota da alegria que foi rever a “grande família” do sector. Foi um momento de confraternização, mas também de balanço destes dois anos em que grandes desafios se colocaram a todos, como pessoas, como empresários e como sector. 2019 foi o culminar de uma década de crescimento e afirmação do sector da cortiça, onde ultrapassamos a ambicionada barreira dos mil milhões de euros de exportações. Este foi um período de forte crescimento e afirmação do sector. Um período de forte renovação sectorial, tecnológica e humana que nos deixava fortes expectativas para o futuro.

Foi com esse pano de fundo que iniciamos 2020, longe de imaginar o que viveríamos nos anos seguintes. Uma pandemia com contornos nunca vistos, seguida de uma guerra em solo europeu que, contra as expectativas iniciais, se prolonga até hoje. O seu final é difícil de prever, o que deixa um clima de incerteza enorme, bem como custos de contexto para o sector, como o caso da energia e dos transportes, que continuam a impactar as empresas.

Assente numa ideia que transportamos desde o primeiro dia, a liderança clara do sector a partir de Portugal mas com o mundo como plataforma de negócio e crescimento; 2022 foi, uma vez mais, um ano fortíssimo de actividade na promoção global da marca cortiça. O programa de promoção internacional da cortiça, InterCork, teve, em

2022, o seu auge de actividades. EUA, China, Reino Unido, França, Itália, Espanha, Brasil e Alemanha, foram países-alvo das nossas acções, algumas delas ainda reflectidas neste jornal, mas que se irão prolongar por mais seis meses, fruto do prorrogamento do programa. Estas acções, juntamente com um trabalho dos vários intervenientes do sector, muito em particular das empresas, alicerçado numa performance de excelência dos seus produtos, permitem, hoje, assegurarmos a liderança clara em termos globais e, deste modo, recuperar, já 2021, a queda das exportações de 2020 e termos em 2022 um ano que será novamente histórico e que nos levará, de acordo com os dados já do mês de Novembro, a ultrapassar a barreira dos 1.200 milhões de euros de exportações.

O sector da cortiça e a sua fileira sempre tiveram um espírito empreendedor, nunca baixaram os braços nas dificuldades, mas também não relaxam e se acomodam nos sucessos alcançados. Estamos conscientes dos enormes desafios que teremos pela frente, com todo o contexto de incerteza que enfrentamos e com os desafios internos e externos que nos são colocados, mas estamos certos que os vamos ultrapassar. E foi para debater estes desafios que os associados se juntaram na APCOR, numa reunião que juntou mais de 100 empresas, conforme relatamos neste jornal. Os desafios não nos afastam da nossa ambição e, por isso, reafirmamos na Assembleia Geral e no plano de actividades para 2023, a visão desta direcção: a meta

de atingir 1.500 milhões de euros de exportações, no final da década, através de uma estratégia de valor, reforçando a liderança mundial da rolha de cortiça no mercado dos vedantes e potenciando as restantes aplicações de cortiça como elemento determinante no crescimento das exportações e na valorização da cadeia de matéria-prima. E com o foco nas três dimensões do sector devemos continuar a criar mercado, inovar na indústria e actuar na floresta.

Nesta ambição, o sector continuará a contar com o apoio da APCOR, do Centro Tecnológico da Cortiça (CTCOR) e do Centro de Formação Profissional da Indústria de Cortiça (Cincork). Surgirão, no próximo ano, programas de grande valor para o sector ao nível da formação e das qualificações dos nossos colaboradores, bem como na área técnica e tecnológica, na investigação, na qualidade. Neste número, damos conta de um conjunto de actividades desenvolvidas por estas duas entidades, sendo objectivo continuar a fazer eco do seu trabalho nos próximos números.

A floresta é a nossa grande preocupação e, por isso, um último destaque para o papel da Filcork (Associação Interprofissional da Fileira Florestal) e da importância de continuarmos a apostar em investigação e conhecimento alinhado com a importância estratégica do montado para este sector, aumentar a produção da cortiça, remunerar os serviços do ecossistema, entre outras medidas.

FICHA TÉCNICA

Propriedade: APCOR – Associação Portuguesa da Cortiça

Presidente: Paulo Américo de Oliveira · **Coordenação e Redacção:** Cláudia Gonçalves

Grafismo e Impressão: Plenimagem · **Periodicidade:** Trimestral · **Tiragem:** 750 exemplares · **Distribuição:** Gratuita

Edição: 105 · **Ano:** 2022 · **Mês:** Julho-Dezembro · **Digital:** <https://www.apcor.pt/portfolio-posts/noticias-apcor/>

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. [youtube.com/apcortica](https://www.youtube.com/apcortica)



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



Jantar de Natal assinalou época festiva

APÓS DOIS ANOS DE INTERREGNO, DEVIDO AOS CONSTRANGIMENTOS DA PANDEMIA, A APCOR VOLTOU A REUNIR COM OS SEUS ASSOCIADOS E CONVIDADOS PARA CELEBRAR O NATAL.

O evento teve lugar no dia 07 de Dezembro, no World of Wine, em Vila Nova de Gaia, e contou com cerca de 190 pessoas.

Para além do momento de confraternização em que os presentes puderam conviver num espaço que reúne o vinho e a cortiça, foi, também, promovido um momento de reflexão sobre o sector e que contou com a participação do secretário de Estado da Economia, Pedro Cilínio, o presidente do Instituto de Conservação da Natureza e das Florestas, Nuno Banza, o presidente do Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto, Gilberto Igrejas, e o secretário-geral da APCOR, João Rui Ferreira.

No final do evento, a APCOR assinalou o momento com a oferta de um poster com ilustrações sobre a cortiça e o montado e que foram a capa do Notícias APCOR, no último ano.



1



2



3



4

1_ João Rui Ferreira

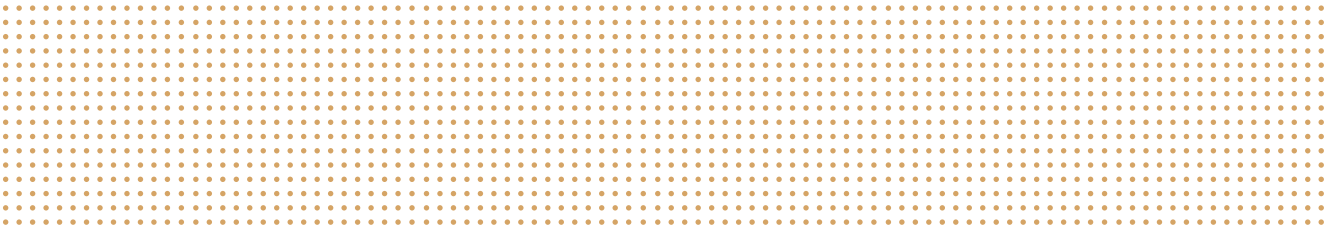
2_ Gilberto Igrejas

3_ Nuno Banza

4_ Pedro Cilínio

Foto Galeria





InterCork prorrogado até Junho de 2023

O PROGRAMA INTERCORK 4 – PROMOÇÃO INTERNACIONAL DA CORTIÇA – CONTINUA A LEVAR AS MENSAGENS DO SECTOR A VÁRIOS MERCADOS. O PROGRAMA TEM UM INVESTIMENTO DE 3,1 MILHÕES DE EUROS, APOIADO PELO COMPETE 2020, PORTUGAL 2020 E UNIÃO EUROPEIA -FEDER, E TEVE, AGORA, UMA PRORROGAÇÃO POR MAIS SEIS MESES, SENDO QUE TEM O SEU TERMINO PREVISTO PARA 1 DE JUNHO DE 2023.

EUA

A cortiça esteve presente no evento 'Mosaico de sustentabilidade do Chile', organizado pela Wines of Chile, que teve lugar em Miami, a 17 de Novembro, com o objectivo de mostrar o empenho da indústria vinícola chilena na sustentabilidade. Julio Alonso, o director da Wines of Chile EUA para a América do Norte, afirma que "a cortiça é uma parte importante deste compromisso e estamos entusiasmados por ter a campanha 100% cork a juntar-se a nós para educar os amantes do vinho sobre os seus muitos benefícios como vedante." Todos os vinhos, de mais de 40 produtores, que estiveram disponíveis para prova durante este evento, eram vedados com rolha de cortiça. A APCOR, através da campanha 100% cork, garantiu a presença no evento através de um espaço informativo sobre a cortiça.

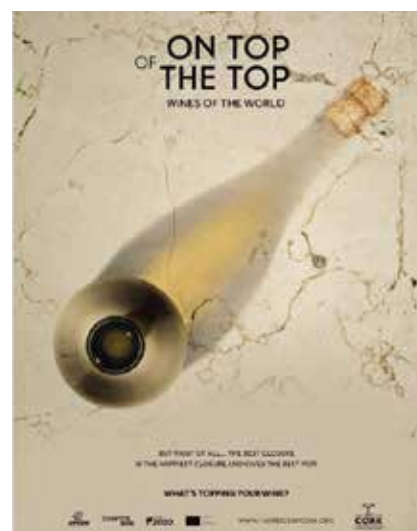
Os artigos de wine masters que apoiam a cortiça continuam a encher o sítio 100percentcork.org. Desta vez, Jane Masters e Martin Reyes abordaram o tema da sustentabilidade na cortiça e como a opção pela rolha pode ajudar as caves a reduzir a sua pegada de carbono.

No dia 6 de Dezembro, foi promovido um seminário com o tema "Sustainability and Waste Management in Restaurants and Why it Matters" ("Sustentabilidade e tratamento de resíduos nos restaurantes e porque isto é importante") junto de masters sommeliers,



restaurantes e jornalistas para informar as vantagens de usar e reciclar rolhas de cortiça. Marcaram presença no evento: Yannick Benjamin, Director de Bebidas e diretor geral do restaurante and Contento NYC Thomas Price, master sommelier e professor universitário para a área dos vinhos na Universidade de Auburn, um representante da cave Dry Creek Vineyard e Patrick Spencer da Cork Forest Conservation Alliance.

No último trimestre do ano, a campanha nos EUA reforçou, também, a publicidade na Wine Business Monthly com quatro páginas inteiras com os anúncios que tem por base a mensagem "On Top of The Top" ("No topo do melhor").



▶ CHINA

A formação continua a ser a grande aposta no mercado chinês. Assim, desde 2021, altura em que se iniciariam os workshops, até aos dias de hoje, é possível contabilizar 157 eventos com 4308 participantes. Nestes últimos seis meses do ano foram desenvolvidos quatro workshops, com um total de 1235 participantes, a saber: dia 15 de Setembro, decorreu um evento online com transmissão em directo, com o tema “Curso sobre prova de vinhos”, com Sui Ping; 24 de Setembro, o encontro foi dirigido aos clientes do Industrial Bank and Co. Ltd.; a 25 de Setembro, o evento teve lugar em Taipei, Taiwan, com Sherry Weng que regressou à mesma cidade, a 23 Outubro, para mais um workshop.



As newsletters continuam a ser enviadas para os embaixadores, no sentido de os manter informados sobre as diferentes temáticas, e, no mês de Outubro, teve como tema principal a cortiça enquanto isolamento. As redes sociais continuam a crescer na China, o Weibo chega agora aos 65 mil seguidores e o Wechat já passou os nove mil.

A cortiça esteve presente, no dia 23 de Setembro, numa prova de vinhos organizada pela ViniPortugal, em Hangzhou. Através de um pequeno espaço informativo foi possível disponibilizar informação aos cerca de 20 participantes.

A APCOR estabeleceu uma parceria com a 9KaCha (similar à aplicação Vivino) que vai permitir incluir a identificação do vedante dos vinhos disponíveis na aplicação – à qual acedem mais de 8.3 milhões de utilizadores. Assim, os consumidores podem escolher a cortiça, a par com a cave, as castas, a região, o tipo de vinho e o grau alcoólico.



Shao Chaoyang, co-founder da 9KaCha, disse que: “os consumidores chineses de vinho estão agora mais maduros e conscientes das suas opções. Eles querem conhecer muito bem o vinho e tudo o que o envolve antes de

tomarem a sua decisão de compra, e é exactamente isso que pretendemos fazer na nossa aplicação. Estamos muito contentes por poder trabalhar com a APCOR e poder adicionar esta importante informação.

Neste momento já foi possível incluir a informação do vedante em 56 mil vinhos, tinto e branco, de regiões como França, Itália, Espanha, Austrália, Chile, EUA, China e Argentina, e mais vinhos se irão juntar. ●

Cortiça domina nos vinhos em França

UM ESTUDO DESENVOLVIDO PELO INSTITUTO NIELSEN, EM FRANÇA, REVELA QUE A CORTIÇA PREVALECE NOS VINHOS MAIS VENDIDOS PELA GRANDE DISTRIBUIÇÃO.

Assim, das 115 referências dos vinhos mais vendidos e que foram alvo deste estudo, a cortiça está presente em 78,3 por cento das garrafas – 71,1 por cento em volume e 73,8 por cento em valor. Quando estudados os vinhos tintos estes valores sobem para 98,2 por cento, sendo 98,4 por cento em volume e 98,7 por cento em valor. Nos vinhos brancos, a presença da cortiça também é superior em volume e valor e nos vinhos rosé, seis em cada 10 garrafas estão vedadas com cortiça, três vezes mais do que os vinhos vedados com sintéticos.

A destacar, ainda, que a variedade de vinhos vedados com cortiça é superior em 5,3 vezes mais do que as garrafas com vedantes sintéticos.

Cortiça acrescenta valor ao vinho

As garrafas de vinho vedadas com cortiça são predominantes em volume e em valor. As garrafas de vinho vedadas com cortiça têm, sistematicamente, um preço superior aos vinhos com outros tipos de vedante, e a diferença aumenta à medida que subimos na gama de vinhos. Os vinhos com cortiça têm, ainda, melhor desempenho e vendem melhor, sendo que sete em cada dez referências têm cortiça.



Infografia com os principais resultados do estudo

Metodologia do estudo

O estudo foi realizado entre 01 de Abril de 2021 e 01 de Abril de 2022, em 115 garrafas de 75 cl, com 48 por cento tinto, 26 por cento branco e 26 por cento rosé. Foram analisados

vinhos de todas as regiões e com valores entre os seis e os 17 euros a garrafa. Analisou-se cada garrafa tendo em conta o seu vedante: cortiça, sintético, cápsula de alumínio e vidro. ●

Corkologist atinge meio milhão de visualizações

A APCOR LANÇOU NO MÊS DE SETEMBRO O SEU NOVO FILME SOBRE A CORTIÇA, *THE CORKOLOGIST*, QUE NÃO TENDO UMA TRADUÇÃO LITERAL PARA PORTUGUÊS SE PODERIA DIZER "PERITO EM CORTIÇA". NESTE VÍDEO, SARAH OAKSON (NOME INSPIRADO NO SOBREIRO QUE EM INGLÊS É *CORK OAK*), PERSONAGEM CRIADA E QUE ASSUME O PAPEL DA PESSOA QUE NÃO VIVE SEM A CORTIÇA, CONTA COMO ESTE MATERIAL A APAIXONOU E SE TORNOU PARTE DA SUA VIDA.

Sarah começa por explicar a história da cortiça e como ela passou de geração em geração e faz parte da nossa cultura, depois avança para a relação que este material tem com o vinho e como são inseparáveis. A história continua numa viagem pelo montado, pelo sobreiro, a biodiversidade e tudo aquilo que esta paisagem nos oferece de modo tão único. E como a cortiça é muito mais do que parece, o filme termina com uma abordagem aos diferentes tipos de produtos que podemos fazer com cortiça. 'A cortiça está em todo o lado, é o material mais entusiasmante e desafiador existente na Terra. A cortiça é o futuro', diz Sarah no final.

O *The Corkologist* foi realizado em inglês, mas está disponível com legendas em português, francês e italiano, no canal do Youtube da APCOR. E é a soma de todas as versões que fez com que, em pouco mais de um mês, o vídeo conquistasse meio milhão de visualizações. Segundo o realizador André Caniços, da Bro Cinema, "poder pensar e criar filmes para algo tão único como é a cortiça é de facto uma honra. Perceber a importância que a cortiça portuguesa tem internacionalmente, faz com que este projecto seja mais do que um simples trabalho. Neste filme, *The Corkologist*,



propusemo-nos a criar um conteúdo diferenciado, bem como fugir ao cariz institucional, tirando partido de um guião desenvolvido ao pormenor que desse para partilhar informação importante sobre o mercado da cortiça de uma forma leve, mas ao mesmo tempo precisa. Fiquei entusiasmado com o resultado final!"

O vídeo está inserido no projecto de comunicação internacional – InterCork 4 – (apoiado pelo Compete2020, Portugal2020 e União Europeia-Feder), foi desenvolvido e filmado em Portugal e disseminado nos mercados-chave do sector da cortiça, como são exemplo os EUA, a França, a Itália, a Espanha e o Reino Unido. ●

“Cortiça e vinho são dois produtos de valor que elevam Portugal”

FREDERICO FALCÃO, PRESIDENTE DA VINIPORTUGAL

Notícias APCOR - A Viniportugal foi fundada em 1996. Que balanço faz destes 26?

Frederico Falcão - A ViniPortugal nasceu a 22 de Outubro de 1996, fruto da necessidade sentida pelo sector em se organizar para a promoção dos vinhos portugueses. Precisávamos de ter uma voz mais activa que levasse ao reconhecimento dos nossos vinhos no mundo. Por isso, a criação da marca Wines of Portugal, em 2010, foi um activo importantíssimo e que nos permitiu avançar este reconhecimento. A marca é reconhecida em todo o mundo e este sucesso deve-se muito à nossa promoção, embora não depende apenas da ViniPortugal, mas dos produtores e dos nossos associados. Somos, inclusive, um exemplo de referência para outros sectores agro-alimentares.

Fomos, recentemente, condecorados pelo Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa, com o título membro-honorário da Ordem Mérito-Empresarial (classe do Mérito Agrícola), o que foi uma honra. É mais um exemplo do reconhecimento do nosso trabalho.

Está no cargo de presidente da ViniPortugal desde Maio de 2020. Como descreve estes quase três anos de mandato?

O trabalho desenvolvido pela ViniPortugal foi muito bom e, por isso, o meu mandato tem sido de continuidade. Mas fruto da minha anterior experiência em outros organismos, como no Instituto da Vinha e do Vinho, tentei trazer informação para os agentes económicos, formando-os em diferentes

áreas (como lidar com o comprador, como estar em feiras, etc); elaborar estudos de mercado que nos pudessem trazer mais informação e facilitar aos nossos produtores antes, por exemplo, de ir para uma feira. Impulsionar, ainda mais, a comunicação interna e externa é, também, outra marca que tenho tentado deixar.

Qual a importância da promoção da marca Wines Of Portugal, enquanto marca colectiva?

Portugal tinha um défice de reconhecimento no mundo, há uns anos, e os vinhos não fugiam à regra. É difícil para um produtor ou região isolada promover os seus vinhos no mundo. Esta marca conseguiu esse reconhecimento para os vinhos nacionais.

Quais as principais actividades de promoção externa que pode destacar? E em que mercados?

Promovemos, anualmente, mais de 100 acções em 21 mercados (incluindo Portugal), nos quatro continentes, envolvendo cerca de 500 produtores nacionais. Realizamos feiras de vinho, para 2023 estão previstas sete; provas de vinho para distribuidores, importadores, jornalistas, em parceria com os nossos produtores; temos uma relação de proximidade com os líderes de opinião e, muitas vezes, promovemos viagens a Portugal; estamos presentes nas redes sociais; fazemos publicidade em diversos meios, entre muitas outras. Para o consumidor, um bom exemplo é o evento que realizamos



com a Globo, no Brasil, que já vai na 10ª edição e que chega a mais de 8 mil pessoas.

Fale-nos do Referencial Nacional para a Sustentabilidade. O que é?

A ideia de criar o referencial nasceu em 2020, no seio da ViniPortugal. A sustentabilidade está na ordem do dia e os compradores de vinho começam a olhar para a produção sustentável. Tínhamos de responder aos desafios actuais. E Portugal ficou um pouco atrasado nesta matéria. Se há uns anos esta certificação era uma vantagem competitiva, hoje é uma condição de acesso aos mercados, como é o caso dos países nórdicos. Por isso, avançamos para

a criação de um único selo a nível nacional, em vez de 14 selos (por cada região). Este selo vai validar 86 parâmetros que definimos numa norma, tendo por base quatro pilares: económico, social, ambiental e, ainda, a gestão da melhoria contínua.

Como será implementado?

Neste momento estamos a fazer a sua promoção junto das várias regiões e a incentivar que os produtores preencham o questionário de auto-diagnóstico. Este documento servirá de base para as empresas auditoras externas (autorizadas pela ViniPortugal para o efeito) possam fazer a sua análise e emitir o certificado. Depois disso, temos de “vender” o

selo ao mundo e, por isso, todas as acções do nosso plano estratégico, que está a ser definido, contemplam a promoção deste selo.

Que perspectivas tem para as exportações em 2022?

Este ano crescemos menos do que nos anos anteriores, chegamos a ter aumentos de 4,5 por cento. Até Novembro, estamos com um crescimento a rondar os dois por cento, o que coloca o nosso objectivo de chegar aos mil milhões de exportações em 2023, um pouco mais difícil, mas vamos ver...

Ainda há margem para crescer?

Há alguma margem para crescer em volume, mas há muita margem para crescer em valor. Os vinhos portugueses são muito baratos para a qualidade que têm e, por isso, temos de fazer uma aposta neste crescimento em valor.

E o mercado nacional? Quais os principais dados?

Nós exportamos cerca de 50 por cento do que produzimos, o que quer dizer que os outros 50 por cento ficam no mercado nacional, ou até um pouco mais. O negócio está um pouco acima dos dois mil milhões. Portugal é o maior consumidor mundial de vinho, a nível per capita.

Qual a percepção dos vinhos portugueses no mundo?

A percepção mudou radicalmente e, hoje, os vinhos portugueses são reconhecidos no mundo. A própria percepção de Portugal também mudou e, de facto, hoje somos um país que se afirma em diversas áreas. Acredito que estamos a colher o fruto do nosso trabalho. O turismo tem sido essencial neste caminho. E ajudado nas exportações, porque quem visita Portugal sai daqui apaixonado pelas pessoas, pela comida, pelos nossos produtos. E quando regressa quer comprar os nossos vinhos, aconselha os amigos a comprar... Fizemos, inclusive, um estudo

que nos demonstrou isso mesmo, quanto maior o número de turistas em Portugal, maior é a compra de vinho português.

A cortiça pode ajudar na valorização dos vinhos?

Portugal é visto como um país produtor de cortiça. A cortiça está na conversa das pessoas e identificam, de imediato, o sector com o nosso país. No entanto, o consumidor ainda não conhece totalmente as suas particularidades – o facto de ter de se cortar árvores para extrair a cortiça ainda continua na mente de muitos. Mas na questão da sustentabilidade, a cortiça tem um papel importantíssimo, porque estamos a falar de um produto natural e não de materiais poluentes. A imagem é cada vez melhor e é necessário continuar a educar os consumidores.

A rolha de cortiça é a escolha de cerca de 70% dos vinhos a nível mundial. A rolha de cortiça é a opção por excelência para o vinho?

O vinho é prestígio. E uma garrafa com uma rolha de cortiça tem uma imagem diferente de um vinho em Bag-in-box ou lata. O vinho é um bom investimento. A valorização de alguns vinhos é superior à valorização do ouro. Mas falamos de vinhos em garrafa e com uma rolha de cortiça, que as pessoas querem ter nas suas garrafeiras para envelhecer! E aqui só faz sentido que os vinhos tenham uma rolha de cortiça.

A promoção cruzada destes dois produtos nacionais é importante?

Faz todo o sentido que Portugal se apresente ao mundo com dois produtos de prestígio como a cortiça e o vinho. São produtos de valor que elevam o país e, por isso, é desejável que esta promoção aconteça. Em conjunto, numa relação muito longa e histórica, contribuem para melhorar o valor económico do país.

PERFIL

Frederico Falcão. Ribatejano. A sua ligação ao campo começou muito cedo. Da parte do pai, estabeleceu a relação com a floresta, da mãe, com a vinha. Licenciou-se na Universidade de Évora, no curso de Agronomia, mas desde logo percebeu que o vinho e o azeite eram as áreas que mais gostava. Especializou-se em Enologia, na Universidade Católica, e, em 1995, entrou para o mundo dos vinhos. Passou por algumas casas, como a Companhia das Lezírias, a Fundação Abreu Callado, a Bacalhoa, até que, em 2012, é convidado para presidir o Instituto da Vinha e do Vinho, onde esteve mais de oito anos. Foi o representante de Portugal na Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV) entre 2012 e 2018. Desde 2020, é presidente da ViniPortugal. Do seu curriculum faz parte outras funções como: membro do Conselho Consultivo Internacional da Vinífera Euro Master (desde 2013); membro da Ordem dos Engenheiros; e vice-presidente da Associação Portuguesa de Enologia. É, ainda, confrade em várias entidades como: Confraria Enófila do Alentejo, Confraria dos Enófilos do Dão, Confraria do Moscatel de Setúbal e Confraria dos Enófilos da Bairrada. É, também, confrade e fundador da Confraria Enófila “Nossa Senhora do Tejo”.



O significa para si cortiça?

A cortiça está na minha vida desde sempre. O contacto com a cortiça é, inclusive, anterior ao vinho! Tenho uma ligação de família, sou ribatejano e tenho uma ligação muito forte com o campo. O meu avô tinha três herdades que ficaram na família. O meu pai herdou

a de Montargil com cerca de 300 hectares. Desde pequeno que tenho memórias do descortiçamento e de toda a azáfama que se vivia nessa altura. Há uma ligação também emocional. Depois a cortiça é importantíssima para o nosso país, quer a nível económico, quer de imagem do país. ●

Recortes de imprensa



A Dacia saiu da sua zona de conforto e apresentou, no Mondial de Paris, em Outubro, um extravagante e inesperado protótipo, baptizado de Manifesto, que anuncia algumas orientações no estilo dos futuros modelos da marca. É mais do que um todo-o-terreno, é um veículo que está ligado à natureza, amigo do ambiente e que usa a cortiça a cobrir o tablier. Sem portas, sem janelas e sem para-brisas, a Dacia procura com este protótipo redefinir o essencial, para proporcionar uma experiência cada vez mais simples e genuína entre os passageiros e o ambiente. Orientado para actividades ao ar livre, o Manifesto reúne todos os atributos distintivos de um todo-o-terreno, incluindo tracção às quatro rodas, uma altura ao solo muito generosa, jantes grandes e uma carroçaria construída para resistir aos terrenos mais duros. Entre outras curiosidades, é completamente à prova de água – pode limpar-se o interior com recurso a um jato de água –, e as coberturas removíveis dos bancos, em segundos, podem ser transformadas em sacos-cama.

In, <https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/automovel/detalhe/dacia-manifesto-um-prototipo-extravagante>, 16 de Setembro de 2022



Uma garrafa de Champanhe com rolha de cortiça vai chegar ao espaço. A G.H. Mumm criou a Mumm Cordon Rouge Stellar que é denominada da primeira garrafa de Champanhe que permite celebrar no espaço como se estivesse com gravidade zero.

A garrafa pensada por Octave de Gaulle, o fundador da agência especializada em design para o espaço, é de alumínio, com uma rolha de cortiça e um mecanismo que permite fechar, após abertura. A garrafa tem, ainda, um botão, na parte inferior, que permite servir o Champanhe, sem derramar. A bebida sai pelo anel e é servida, também, num copo especial. O próprio Champanhe teve de sofrer algumas alterações, uma vez que durante o voo podem ocorrer mudanças sensoriais, por isso, a equipa criou uma mistura especial. Ainda assim, é feito com uvas da colheita de 2016, na sua maioria Pinot Noir, complementadas com vinhos reserva dos últimos cinco anos.

As primeiras garrafas estarão disponíveis para as missões promovidas pelas Axiom Space, uma companhia privada.

<https://robbreport.com/food-drink/wine/mumm-champagne-bottle-space-1234754283/>



A casa de moda de luxo italiana Gucci, os ourives britânicos Grant Macdonald, o artista ítalo-etíope Red Longo (RED) no desenho e a Amorim Cork, associada da APCOR, juntaram-se para conceber e produzir o troféu Golden Vines® 2022.

Uma colaboração inédita que permitiu criar um design harmonioso entre o ethos de diversidade, pluralidade e inclusão do evento The Golden Vines® Award e o estilo de arte de rua de RED.

O galardão foi entregue aos vencedores dos Prémios Golden Vines® 2022 no Salone di Cinquecento no Palazzo Vecchio, em Florença, a 16 de Outubro.

A configuração final do troféu Golden Vines® 2022, cujo design incorpora traços do icónico objecto entregue na cerimónia do ano passado, contou, também, com a participação de Shantell Martin. De resto, o agora Diretor Artístico da Golden Vines® foi o responsável pela peça de 2021. A caixa de apresentação do troféu Golden Vines® 2022, essa, foi idealizada à medida pela Gucci.

O trabalho de RED é distinto, ousado e inovador, combinando uma variedade de inspirações: da arte africana, da sua herança etíope e da street fashion contemporânea. O mundo do *graffiti* da cidade italiana de Milão forneceu ao artista ítalo-etíope uma saída para o seu espírito de rebelião. Acendendo, assim, uma paixão agora traduzida em obras de arte distribuídas pelo mundo inteiro.

Os The Golden Vines® Award 2022 são promovidos pela Liquid Icons, a empresa de investigação e produção de conteúdos para o setor dos vinhos fundada pelo falecido Gerard Basset e Lewis Chester.

In, <https://marketingvinhos.com/2022/10/13/amorim-gucci-e-grant-macdonald-juntam-se-ao-artista-italo-etiope-red-na-concecao-do-trofeu-golden-vines-2022/>, 13 de Outubro de 2022



A Riopele continua a apostar no desenvolvimento de soluções sustentáveis e acabou de criar um novo tecido produzido com matéria-prima reciclada com origem em desperdícios, agregando resíduos de cortiça.

A empresa explica que a nova proposta de produto envolveu diversos departamentos, sendo que a base criativa é a Tenowa (o acrónimo de "Textile No Waste") que, na sua génese "quebra o sistema linear de produção", na medida em que "os tecidos são produzidos de desperdícios têxteis, não existindo necessidade de utilizar apenas matérias-primas virgens", destaca Albertina Reis, Diretora de I&D da Riopele.

Este tecido foi "desenvolvido no conceito economia circular, com matéria-prima reciclada com origem em desperdícios, fios e tecidos da empresa, agregando resíduos de cortiça proveniente da produção de rolas de cortiça, habitualmente incinerado, versando uma produção de têxteis diferenciadores, inovadores e sustentáveis", explica.

A Riopele desenvolveu este tecido em exclusividade para o sector da mobilidade, sendo que, para além de uma "maior resistência (à abrasão, à formação do borboto e ao desgaste), apresenta estabilidade dimensional durante o processo de lavagem e secagem e propriedades antibacterianas", explica o gestor de design João Amaral.

Este é, também, um passo nas novas apostas de segmentos da Riopele, tendo estendido o seu raio de acção nos têxteis técnicos para investir em áreas de negócio complementares como, por exemplo, a indústria automóvel e os segmentos profissional e militar.

In, <https://executivedigest.sapo.pt/riopele-cria-tecido-sustentavel-com-cortiça-para-o-setor-automovel>, 03 Outubro 2022



A Maison Ruinart substituiu as caricas de metal por rolas de cortiça no processo de estágio dos seus champanhes ultra premium.

O Dom Ruinart Blanc de Blancs 2010, que está à venda por 290€, passou a utilizar as rolas de cortiça em vez das caricas de metal, na segunda fermentação.

A partir dos anos 50, a indústria virou-se quase toda para a carica como vedante de estágio do champanhe, mas a Ruinart quis, agora, recuperar a tradição ancestral de usar cortiça em todo o processo nos seus Champanhes de estágio prolongado.

Com isto, a Ruinart não inventou nada, visto que em todo o mundo há quem só use cortiça para estagiar este tipo de vinho (inclusive em Portugal), mas a equipa de enologia da Maison concluiu, depois de muito exercício de análise sensorial, que os champanhes estagiados com cortiça apresentavam um perfil aromático mais complexo e desafiante, sem comprometer a obrigatória frescura que o vinho tem de apresentar na boca.

In, Público
06 de Novembro de 2022



Os protótipos do projeto Monnalusa, desenvolvidos pelos estudantes finalistas do curso de licenciatura em Design do Produto, turma 2020/21, a funcionar na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Viana do Castelo, viajaram até ao espaço Il Conventino, em Florença, Itália. Tratam-se de malas ecossustentáveis em cortiça e aparas de madeira, algumas inspiradas em vestuário renascentista.

O Il Conventino é palco de exposições e eventos considerados culturalmente relevantes na área florentina. Sendo, habitualmente, escolhido para exibir projectos de arquitetura e design de estudantes da Universidade de Florença.

In, O Minho, 06 de Outubro de 2022





Os novos carros 100% elétricos Mobilize, a marca de mobilidade urbana do Grupo Renault, utiliza cortiça no interior. O material está integrado nos bancos dos modelos Mobilize Duo e Mobilize Solo e, também, no painel interior traseiro deste último veículo. O Mobilize Duo e o Mobilize Solo, apresentados na última edição do Paris Motor Show, foram desenvolvidos com 50 por cento de matérias-primas recicladas e são 95 por cento recicláveis, obedecendo aos princípios do *ecodesign*. A ideia é redefinir o conceito de mobilidade urbana, tornando-a mais apelativa, atraente e divertida. Ideais para a condução em cidade, de tamanho muito reduzido e pegada diminuta, os automóveis Mobilize, devido à sua arquitectura eletrónica conectada, permitirão, igualmente, melhores serviços em rede. A cortiça foi fornecida pela Amorim Cork Composites, associada da APCOR.

In, <https://greensavers.sapo.pt/cortica-da-amorim-utilizada-nos-novos-veiculos-100-eletricos-mobilize-do-grupo-renault/>
29 de Novembro de 2022



Compósitos de cortiça portuguesa estão a ser utilizados na Alemanha num projecto que pretende mudar o paradigma da mobilidade ferroviária, nomeadamente com a criação de um novo tipo de veículo. Trata-se do projecto germânico Monocab cujo fornecedor de cortiça é a Amorim Cork Composites, empresa associada da APCOR.

A cortiça é utilizada no piso do veículo e confere-lhe leveza, conforto e isolamento térmico, acústico e antivibrático. Além disso, a matéria-prima contribui para a redução da pegada ambiental deste novo meio de transporte e consegue proporcionar bem-estar, apelar à beleza natural e promover a qualidade do ar interior.

O Monocab está a ser desenvolvido pela Ostwestfalen-Lippe University of Applied Sciences and Arts, pela Bielefeld University of Applied Sciences, pela Fraunhofer IOSB-INA e pela Landesbahn Lippe, que procuram dar uma segunda vida às linhas ferroviárias inutilizadas existentes nas zonas rurais da Alemanha.

Como? Através de um veículo ferroviário “compacto e autónomo” que se desloca apenas num *rail* do carril, “mais um exemplo da revolução em curso no sector da mobilidade”.

“O Monocab, com o seu conceito inovador e cabine com design sustentável, é um exemplo para uma política de mobilidade em que o meio ambiente e os transportes não são vistos como opostos, mas sim como forças impulsionadoras para uma maior sustentabilidade e qualidade de vida”, defende Oliver Krischer, ministro do Ambiente, Conservação da Natureza e Transportes do Estado da Renânia do Norte-Vestfália.

Este projecto é cofinanciado pela União Europeia e está a ser desenvolvido no Estado da Renânia do Norte-Vestfália.

In, <https://www.dinheirovivo.pt/empresas/alemaes-usam-cortica-portuguesa-para-revolucionar-mobilidade-ferroviaria--15470845.html>
12 de Dezembro de 2022

Empresas reuniram-se para reflectir sobre o sector

No dia 24 de Outubro, a APCOR promoveu um encontro com as empresas que teve como mote “Reflexão sobre o contexto actual. O Sector da Cortiça”. Com o auditório cheio, mais de cem participantes, a sessão iniciou com uma apresentação do secretário-geral da APCOR, João Rui Ferreira, que apresentou os principais dados estatísticos do sector e alertou para alguns dos desafios que as empresas poderão enfrentar nos próximos tempos. De seguida, o director operacional do InterCork – Promoção Internacional da cortiça -, Carlos de Jesus, mostrou os principais dados e actividades da campanha em curso, nos diferentes mercados.

O encontro teve um segundo momento que visou a partilha de experiências por parte de três empresas, a saber: Granorte – Revestimentos de Cortiça Lda, representada por Paulo Rocha; Cork Supply, na voz de Isabel Allegro; e Corticeira Amorim, na pessoa de António Rios de Amorim.

As ideias-chave que estiveram presentes nas apresentações prenderam-se com o facto de que o sector precisa de mais e melhor cortiça, e que é necessário olhar para o montado e actuar para se poder contribuir para a resolução desta questão; o sector tem uma matéria-prima limitada e, por isso, é necessário olhar para as áreas em que a cortiça aporta mais valor



e apostar nestes segmentos; é fundamental trabalhar com o vidro, no caso da indústria rolheira, porque há uma estreita relação entre a garrafa e a rolha de cortiça; a sustentabilidade é um tema que a indústria deve ter, cada vez mais, em mente para promover os seus produtos e que 2022 marcou um ano de viragem para o sector da cortiça e que os novos desafios já estão a levar o sector a olhar e a repensar a sua estratégia.

As empresas presentes também tiveram oportunidade de intervir, lançando as suas questões, num debate que se demonstrou muito enriquecedor e profícuo, ficando, ainda, a vontade de realizar estes encontros com mais frequência.

Este evento foi organizado no âmbito do projecto CorkInov2 e que é apoiado pelo Compete 2020, Portugal 2020 e pela União Europeia – Feder. ●

Associados reuniram em Assembleia Geral



Os associados da APCOR reuniram em Assembleia Geral, no dia 19 de Dezembro, para aprovar o plano de actividades e orçamento para 2023. O documento foi aprovado em unanimidade pelos presentes e pode ser consultado na área reservada do associado. Este plano dá continuidade aos objectivos que foram traçados no início do mandato da actual

direcção e que tem por objectivo alcançar os 1,5 mil milhões de euros de exportações, em 2030. Para isso, é proposto um plano que assenta em três eixos da fileira: a floresta, a indústria e os mercados, sustentadas na implementação do novo modelo organizacional e rede colaborativa das instituições do sector.

Cortiça pelo traço de ilustradores portugueses

As capas do Notícias APCOR continuam a apostar na interpretação de ilustradores portugueses sobre temas relacionados com a cortiça, o montado e a indústria. Neste número, o traço é da Mariana Santos, mais conhecida como Mariana, a Miserável.

Nas palavras da autora, "nesta imagem, a ênfase é dada ao sobreiro que alberga vida, serve de casa a dois pássaros e à sua continuidade. Além de abordar a biodiversidade de forma simples, mas poética, através dos pássaros, recorri à referência universal do Alentejo, o descanso à sombra do sobreiro, e desenhei duas pessoas num momento de lazer. A beleza está na vida a acontecer e nas pequenas coisas do quotidiano."

Registámos que esta é a 5ª edição em que a APCOR chama ilustradores portugueses para apresentar a sua visão sobre a fileira, mas é objectivo continuar a abrir este espaço a mais artistas que queiram dar a sua interpretação sobre este sector tão característico de Portugal. ●



PERFIL

Mariana Santos ou Mariana, a Miserável concluiu, em 2008, a licenciatura em Design Gráfico, pela Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha, e, em 2011, frequentou o Mestrado em Design Gráfico e Projectos Editoriais pela Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto. Desde 2010 desenvolve exposições individuais e colectivas de ilustração, em Portugal e no estrangeiro, bem como inúmeros outros projectos nesta área: livros, publicações de pequenas tiragens, posters, agendas, murais, revistas e jornais.

 An advertisement for COPLABIO ELIT 22. The background is a close-up of a cork stopper being inserted into a wine bottle, with a bee on a branch of white cherry blossoms in the foreground. The text 'From the nature' is written in a cursive font on the left. The main title 'COPLABIO ELIT 22' is in large yellow letters. Below it, the text reads 'BIOBASED SURFACE TREATMENT LUBRICANT FOR NATURAL AND TECHNICAL CORK STOPPERS'. On the right, contact information for COPLA S.A.S. (France), LUSOCOPLA Lda (Portugal), and SIBILS s.a (Espanne) is provided. The COPLA logo is in the bottom right corner.

From the nature

COPLABIO ELIT 22

BIOBASED SURFACE TREATMENT LUBRICANT
FOR NATURAL AND TECHNICAL CORK STOPPERS

COPLA S.A.S. (France)
21, Jean Malozé
47200 CASTELLOULIER
Tel : +33 5 53 96 35 54
info@copla.fr
www.copla.fr

LUSOCOPLA Lda (Portugal)
Z.I. da Silveirinha
4520-621 SAO JOAO DE VÉR
Tel : +351 256 365 000
geral@lusocopla.com
www.lusocopla.com

SIBILS s.a (Espanne)
sibils@sisib.es

COPLA
Innovative Spices

“Inovamos para garantir aos nossos clientes a qualidade máxima dos nossos produtos”

DANIEL PEDRO, SÓCIO-GERENTE, DA ANTÓNIO PEDRO & FERNANDES, LDA.

A António Pedro & Fernandes, Lda. nasceu em 1962 e adoptou o nome do seu criador e impulsionador, bisavô e avô dos actuais responsáveis da empresa. Dedicada ao mercado exclusivo da cortiça, iniciou o seu percurso na produção de fardos e no reprocessamento de pó de cortiça.

“Hoje em dia, e não descorando o passado, sendo a nossa actividade vindoura de gerações anteriores, mantemos as éticas e valores do nosso criador e impulsionador António Pedro”, refere Daniel Pedro, sócio-gerente, da António Pedro & Fernandes, Lda.

Com uma experiência de mais de 50 anos, desenvolvem a sua actividade sempre com os olhos postos no conhecimento e experiência das anteriores gerações, mas com um olhar atento ao futuro, ao aperfeiçoar a visão da geração passada. “Mantendo toda a nossa linhagem original, própria e única, inovámos e actualizámos os nossos meios com o objectivo de garantir aos nossos clientes a qualidade máxima dos nossos produtos”, explica o empresário. A cortiça até chegar à António Pedro & Fernandes, Lda. já sofreu vá-



António Pedro Fernandes, Lda. conta com uma área de 2000m²

rios processos de transformação, e, por isso, o resultado destas etapas permite obter uma matéria-prima, em bruto, a que se chama de pó/granulado de cortiça, com variadas dimensões (mm/grão). Após a recepção da matéria-prima em bruto, a empresa inicia o processo de reprocessamento, o que permite obter o produto final, também chamado de pó/granulado de cortiça, mas desta vez o produto final encontra-se já calibrado e separado por várias dimensões granulométricas.

Em 1990, a empresa focou-se única e exclusivamente no reprocessamento de pó de cortiça, deixando a produção de fardos, e doou, em 2009, a “enfardadeira” ao Museu da Câmara Municipal do Seixal, onde se situa, actualmente. Em 2009, a empresa apostou em melhorias com vista ao crescimento, e, por isso, reforçaram a sua produção e mão-de-obra com mais três colaboradores, totalizando, assim, nove funcionários. Simultaneamente, e para responder às exigências do mercado in-

terno e externo, contam com uma área de implantação da empresa de 2000m², situada no Parque Industrial do Seixal.

Apio aos Associados

A António Pedro & Fernandes, Lda., enquanto associada da APCOR, reconhece “os apoios, informações e projecção, que disponibilizam a qualquer associado. É, de todo, uma mais-valia o contributo indirecto que têm no funcionamento das nossas entidades”, afirma Daniel Pedro. ●

“MANTENDO TODA A NOSSA LINHAGEM ORIGINAL, PRÓPRIA E ÚNICA, INOVÁMOS E ACTUALIZÁMOS OS NOSSOS MEIOS COM O OBJECTIVO DE GARANTIR AOS NOSSOS CLIENTES A QUALIDADE MÁXIMA DOS NOSSOS PRODUTOS”



Empresa aposta no granulado de cortiça

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

CTCOR promove Pense Indústria i4.0



O Centro Tecnológico da Cortiça (CTCOR) retomou, em Setembro, a apresentação do projecto Pense Indústria i4.0 nas escolas, de modo a angariar novas equipas para a fase das competições regionais. Membros do CTCOR estiveram no Centro de Formação Profissional da Indústria de Cortiça (Cincork), no Agrupamento de Escolas António Alves Amorim (integrado no programa da "Semana da Ciência e Tecnologia"), e no Agrupamento de Escolas Coelho e Castro. Registe-se que o Pense Indústria i4.0 tem como objectivo atrair jovens para a indústria, desmontando oportunidades de desenvolvimento profissional e dando-lhes acesso a experiências únicas e inovadoras. ●

CTCOR representa a cortiça no projecto eMaPrice

No dia 27 de Setembro, o Centro Tecnológico da Cortiça (CTCOR) representou a indústria da cortiça no evento final do projecto eMaPrice e que teve lugar no auditório da sede da Agência Portuguesa do Ambiente (APA).

O CTCOR fez-se representar por João Jesus, responsável pela área de ambiente, no painel "Como reduzir a dependência dos sectores em MPC? Que opções para estratégias de circularidade?".

O painel de discussão foi precedido de apresentações relevantes sobre diversos temas como criticidade de materiais, apresentado por Alexandre Velhinho, da Universidade Nova, desenvolvimento económico dissociado de emissões *decoupling*, a cargo de Paulo Ferrão, do Técnico Lisboa, e, ainda, economia circular e gestão de resíduos, na voz de Ana Cristina Carrola, da APA, facultando uma perspectiva alargada e diferenciada das questões ambientais em causa.

O painel de discussão envolveu representantes



de vários sectores (indústria automóvel, do vidro, cortiça, etc.) que, num esforço colectivo de aprendizagem intersectorial, trocaram experiências relativamente à gestão de matérias-primas. A cortiça foi destacada como uma matéria-prima estratégica, devido ao seu peso na economia nacional, e, embora ainda não seja definida como matéria-prima crítica,

CTCOR reconhecido como CTI

O Centro Tecnológico da Cortiça (CTCOR) foi, recentemente, reconhecido pela Agência Nacional de Inovação como Centro de Tecnologia e Inovação (CTI).

Os Centros de Tecnologia e Inovação são entidades que se dedicam à produção, difusão e transmissão de conhecimento, orientado para as empresas e para a criação de valor económico, contribuindo, para a prossecução de objetivos de política pública, enquadrados nos domínios de especialização prioritários nacionais ou das regiões em que actua.

Alunos da UP estagiam no sector

No âmbito da 1ª Edição do Building Engineers of Tomorrow (BET), organizada por alunos da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto e que contou com o apoio da APCOR e do CTCOR, dois alunos do grupo vencedor estiveram a estagiar no centro tecnológico. O estágio de Verão, que decorreu no mês de Agosto, trouxe ao centro Inês Calmeiro e Tomás Cruz para uma imersão na cortiça. Os outros três alunos também puderam concretizar este prémio em duas empresas do sector (Amorim Cork Composites e Cork Supply). Registe-se que esta equipa de cinco elementos ganhou o concurso onde estiveram envolvidos mais 45 alunos que, durante dois dias, foram desafiados a pensar a cortiça e solucionar um problema relacionado com o pó da cortiça.

foram já discutidas as condições necessárias de melhoria do fornecimento e produção para evitar que atinja esta situação-limite. Para o efeito, destacou-se a importância de intensificar e/ou expandir a área de montado, assim como proteger de forma mais activa a área já existente. Mais informação sobre o projecto em <https://emaprice.lneg.pt/>. ●

Cincork lança projecto 3R's

O Centro de Formação Profissional da Indústria de Cortiça (Cincork), em parceria com o Município de Santa Maria da Feira e a Federação das Associações de Pais de Santa Maria da Feira, lançou o projeto 3R's e que tem como objetivo disponibilizar às escolas um EcoRolhas, de forma a que toda a comunidade escolar (professores, alunos e pais) possa depositar as rolhas de cortiça usadas. Depois de cheio, o rolhão será recolhido pelo Cincork que dará seguimento ao processo de reciclagem das rolhas. Por sua vez, a escola receberá um "Diploma de Escola Sustentável" personalizado, bem como produtos, em cortiça reciclada, como forma de reconhecimento pelo empenho demonstrado, pela sua comunidade educativa, nesta causa. Pode obter mais informação sobre a iniciativa no sítio do Cincork em projectos educativos.



Cincork lança concurso "O Nosso Presépio"

O Centro de Formação Profissional da Indústria de Cortiça (Cincork) lançou, mais uma vez, o concurso "O Nosso Presépio" que desafia as escolas do concelho a pensar nesta peça natalícia com cortiça. Foram 24 os presépios a concurso e seis os vencedores. A entrega dos prémios decorreu no dia 21 de Dezembro, no Salão Nobre da Junta de Freguesia de Paços de Brandão.

O júri, constituído pelo Cincork e os parceiros Município de Santa Maria da Feira e Federação das Associações de Pais de Santa Maria da Feira, decidiram atribuir os prémios nos escalões Educação Pré-Escolar (JI), 1º Ciclo e 2º/3º Ciclo.

Os vencedores foram: 1º prémio para Escalão Pré-Escolar (Jardim Infância), o Jardim de Infância de Ordonhe, em Argoncilhe; e uma menção honrosa para



Entrega de prémios pelo director do centro, Délio Carquejo

o Jardim de Infância das Fontainhas, em Arrifana; o 1º Prémio para Escalão 1º Ciclo foi atribuído à Escola Básica da Vergada, em Mozelos; e uma menção honrosa para a Escola Básica da Póvoa, em Paços de

Brandão; e, por último, o 1º Prémio para Escalão 2º/3º Ciclo foi para a Escola Básica e Secundária da Arrifana; e a menção honrosa para o Agrupamento de Escolas Coelho e Castro - 2º Ciclo.

Turistas visitam o sector da cortiça

A APCOR RETOMOU EM PLENO A SUA ACTIVIDADE DE PROMOÇÃO DA CORTIÇA: O CORK EXPERIENCE TOUR (CET). DESTE MODO, VOLTOU A LEVAR ÀS EMPRESAS INÚMERAS PESSOAS: TURISTAS, ESTUDANTES, CLIENTES E CURIOSOS DO SECTOR, QUE DESEJAM CONHECER O PROCESSO PRODUTIVO DA CORTIÇA E SUAS APLICAÇÕES.



Em 2022, contabilizam-se 12 visitas, com 417 participantes, oriundos de países como a Dinamarca, a Áustria, a Suíça, e, ainda, Israel (com a visita de engenheiros de uma associação local). Estas visitas são organizadas em parceria com agências de turismo, APCOR e empresas associadas que se disponibilizam para receber os visitantes nas suas instalações.

De referir que a APCOR lançou o Cork Experience Tour, em 2016, e, desde essa altura até aos dias de hoje, a iniciativa tem atraído uma fatia muito significativa dos turistas internacionais que visitam Portugal. Desde 2018, com a abertura do Cork Welcome Center – espaço informativo sobre o sector da cortiça, no edifício da APCOR -, os participantes podem, para além das empresas, visitar este local, num percurso que os leva a compreender melhor todo o processo, da floresta aos produtos finais. Desde o lançamento destas iniciativas até ao presente, a APCOR já recebeu quase 3000 visitantes, numa média de quase 600 visitantes/ano (gráfico1), sendo que em 2021 e 2022, devido à pandemia mundial, esta actividade foi suspensa.

No que toca ao perfil dos turistas, a maioria é sénior, mas há também alguns estudantes provenientes de áreas como a agricultura, o vinho, a engenharia, entre outras. Os turistas são provenientes, essencialmente, da Dinamarca, França, Alemanha e EUA, mas a APCOR também já recebeu visitas de países como Israel, Bélgica, Brasil, entre outros (gráfico 2).

Gráfico 1 – Evolução do nº de visitas e visitantes

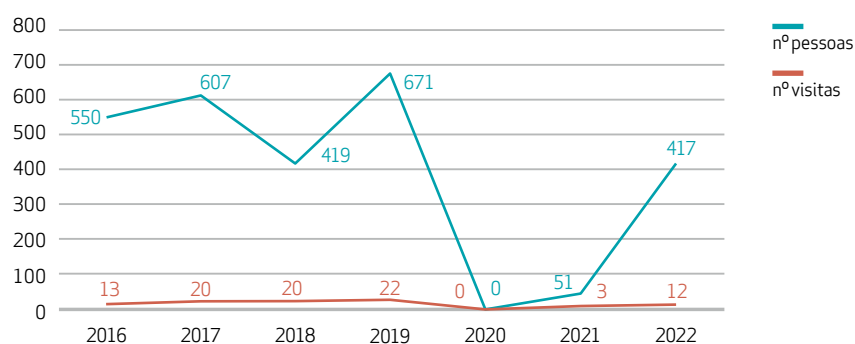
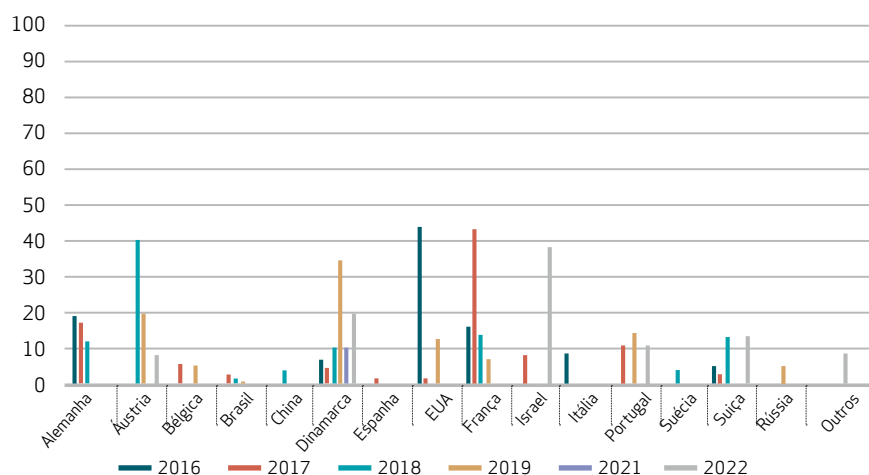


Gráfico 2 – % Visitantes / País / Ano



Histórias sobre o Montado em banda desenhada

“HISTÓRIAS À SOMBRA DO MONTADO” É O NOME DE UM PROJECTO DE BANDA DESENHADA (BD) INSPIRADO NA PAISAGEM ALENTEJANA.

A empresa Javali Mágico, sob a coordenação de Hugo Torno e Rita Gonzalez, deu azo a este projecto concretizado na edição de uma antologia de BD, em três versões. Foi editada sob o formato de jornal (para distribuição à população de Odemira) e de livro (para distribuição nos estabelecimentos de ensino desse concelho), bem como disponibilizada digitalmente. A Antologia é composta por 4 bandas desenhadas, escritas por Ana Bárbara Pedrosa, Ana Margarida de Carvalho, Afonso Cruz e Luís Afonso, sendo ilustradas por Joana Afonso, João Maio Pinto, Nuno Saraiva e

Marta Teives. A obra encontra-se nomeada na categoria de Melhor Antologia na 4.ª edição dos Prémios Bandas Desenhadas, tendo uma das suas BD sido nomeada na categoria de Melhor Banda Desenhada Curta em Antologia. As histórias podem ser descarregadas no endereço www.historiasasombradomontado.pt/. “Quisemos construir um projecto que preste a merecida homenagem ao sobreiro e ao Montado de sobreiro, reforçando sentimentos de identidade e pertença que atravessam múltiplas gerações e, simultaneamente, possa contribuir para disseminar um conjunto de boas práticas para a preservação do Montado que podem ser implementadas por todos. Materializa-se na publicação de 4 histórias de banda desenhada, em que o sobreiro está sempre presente, de forma directa ou indirecta”, pode ler-se no sítio do projecto. ●



Cortiça dá mote a festival de arte contemporânea



De 16 a 18 de Setembro, decorreu o Suro Festival, na Fábrica Catalã, na Azaruja. O evento pretendeu homenagear o património da cortiça na região e, por isso, Suro (cortiça em catalão) foi um festival multidisciplinar que explorou e reactivou as relações entre o território, a memória e o património corticeiro, em articulação com a arte contemporânea. O programa foi recheado de actividades para públicos de todas as idades e gerações: música, exposições, conversas, teatro, cinema, workshops e gastronomia. Destaca-se, o lançamento do livro “Os tiradores”, de Ignacio Garcia Pereda,

que teve lugar no dia 17 de Setembro – autor do livro sobre a vida de Joaquim Vieira da Natividade; e a actividade “Sensibilização à preservação do ecossistema do Montado”, uma organização da Casa do Montado. A abertura do festival foi da responsabilidade de Salvador Sobral que deu um concerto com a presença de Magalí Sare, convidada catalã. Estiveram patentes, também, várias exposições de arte contemporânea (pintura, fotografia e escultura), dos artistas Sebastião Resende, Pedro Calhau, Mónica Capucho, Inês Teles, Paulo Scavullo e Alexandra Ferreira.

A APCOR esteve em ...

CORUCHE

No dia 04 de Julho, o secretário-geral da APCOR, João Rui Ferreira, participou na reunião internacional do Forest Stewardship Council (FSC), que decorreu no Observatório da Cortiça, em Coruche.

No evento foi apresentada a estratégia global do FSC Internacional, até 2026, seguido de um ponto de situação da certificação florestal FSC em Portugal. Posteriormente, as três fileiras florestais portuguesas apresentaram os seus pontos de vista e, para além da cortiça, estiveram representadas o Centro Pinus e a CELPA.

LISBOA

No dia 13 de Julho, o secretário-geral da APCOR, João Rui Ferreira, esteve presente no almoço debate promovido pela Câmara de Comércio Americana em Portugal (AmCham) e que teve como convidado o ministro das Finanças, Fernando Medina. O evento teve lugar no Hotel Sheraton, em Lisboa, e deu o mote ao tema "A Resposta Portuguesa aos Actuais Desafios Económicos".

MATOSINHOS

A Associação Empresarial de Portugal (AEP) promoveu no dia 16 de Setembro, na Exponor, em Matosinhos, o congresso Portugal Empresarial. O evento pretendeu fomentar o debate em torno da Indústria e da Sustentabilidade, como o desígnio da competitividade de Portugal e o seu foco prioritário. Deste modo, o congresso contou com dois painéis: "O Desafio da Reindustrialização" (onde foram abordados temas como a competitividade, a inovação e a produtividade) e "O Desafio da Sustentabilidade" (focado em questões como a economia circular, a transição energética e a demografia) e oradores oriundos das empresas, das universidades, decisores públicos e privados.

O evento contou com mais de 250 congressistas e a APCOR esteve representada na pessoa do secretário-geral, João Rui Ferreira.

AVEIRO

No dia 7 de Novembro, a The Navigator Company promoveu mais uma sessão do Fórum da Sustentabilidade, sob o tema "Bioeconomia: o caminho para um futuro sustentável". Este encontro pretendeu debater o potencial da bioeconomia e dos bioprodutos para criar valor sustentável a partir de soluções renováveis presentes na natureza em alternativa à utilização de recursos de origem fóssil. A sessão teve lugar no Centro de Congressos de Aveiro e contou com a presença do secretário-geral da APCOR, João Rui Ferreira.

SANTA MARIA DA FEIRA

"Gerir na nova Ordem Mundial" foi o tema do Fórum BizFeira que teve lugar no dia 10 de Novembro, no Europarque, em Santa Maria da Feira. O evento contou com um conjunto alargado de oradores, desde empresários a políticos, professores universitários e jornalistas, que lançaram vários temas, como por exemplo: gestão, economia circular e energia. A APCOR esteve representada pelo secretário-geral e a equipa da comunicação. Pode consultar mais informação sobre o evento em www.forumbizfeira.pt.

FÁTIMA

No dia 23 de Novembro, a ViniPortugal realizou a edição de 2022 do "Fórum Anual dos Vinhos de Portugal". O evento decorreu em Fátima, no Steyler Fátima Hotel, e foi, também, transmitido *online* nos canais da organização.

Esta edição alertou para o tema da sustentabilidade, nomeadamente o Referencial Nacional de Sustentabilidade. No evento, teve, ainda, lugar a habitual apresentação do balanço do desempenho das exportações dos vinhos portugueses, complementada com uma previsão da *performance* dos vinhos portugueses em 2022 e a divulgação dos Planos de Marketing e Promoção

para 2023. Neste dia, foi, ainda, realizada a entrega dos prémios da Comissão Nacional da Organização Internacional da Vinha e do Vinho que visam distinguir os melhores trabalhos nacionais realizados nas áreas da divulgação, experimentação ou investigação nos domínios da viticultura, enologia, economia e direito, nutrição e saúde e o trabalho que mais se destacou pelo seu carácter inovador. O secretário-geral da APCOR, João Rui Ferreira, participou no evento, em representação da associação.

VILA NOVA DE GAIA

A APICAPPS (Associação Portuguesa Indústria Calçado Componentes Artigos Pele Sucedâneos) apresentou no passado dia 29 de Novembro, o Plano Estratégico do Cluster do Calçado para 2030. O evento decorreu no The Baron's Hall, em Vila Nova de Gaia, e contou com a presença de empresários e representantes de várias organizações, incluindo a APCOR, na pessoa do secretário-geral, João Rui Ferreira, e de Claudia Gonçalves, do departamento de comunicação. O documento pode ser consultado no sítio da associação em <https://www.apiccaps.pt/publications/plano-estrategico/116.html>.

A vertical composition featuring a cork at the top and the neck of a wine bottle below it, both centered against a dark, textured background. The cork is illuminated from above, casting a soft glow. The bottle neck is lit from below, showing the liquid inside and the glass texture.

OF **ON TOP**
THE TOP
WINES OF THE WORLD

THE BEST CLOSURE FOR WINE IS MUCH IMITATED BUT NEVER DUPLICATED; ITS ELASTICITY FORMS
A HERMETIC SEAL YET IT NOURISHES WINE WITH OXYGEN CONTAINED WITHIN ITS CELLS,
MAKING IT THE OVERWHELMING CLOSURE OF CHOICE FOR QUALITY WINE

WHAT'S TOPPING YOUR WINE?



WWW.100PERCENTCORK.ORG

