

JULHO / AGOSTO / SETEMBRO  
2021

101.

# NOTÍCIAS

Associação Portuguesa da Cortiça

# apcor

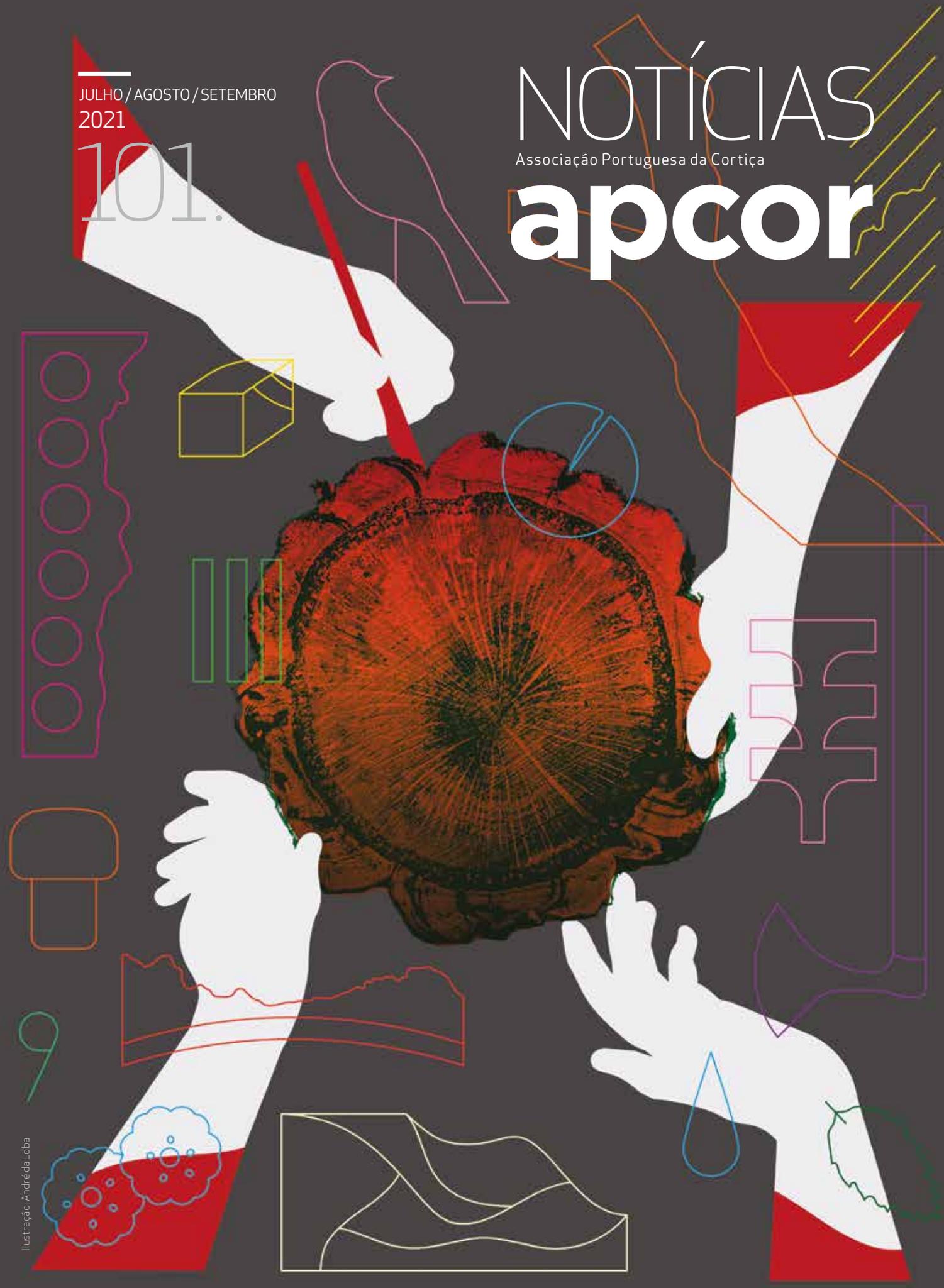


Ilustração: André da Loba



# Desafios e ambição marcam o sector

— Direcção da APCOR

No passado mês de Julho foram eleitos os novos órgãos sociais da APCOR. A reafirmação do objectivo de atingir 1.500 milhões de euros de exportações, no final da década, é o mote da estratégia para o próximo triénio e que passa por consolidar a liderança da rolha de cortiça em valor e volume e dar corpo ao enorme potencial das restantes aplicações que, desta forma, poderão valorizar a matéria-prima. Será, ainda, o momento de olhar e renovar os modelos organizativos e a interacção das estruturas que suportam a nossa fileira, com o objectivo de ter uma visão integrada e um plano de acção conjunto que permita adaptar e responder aos desafios presentes do ponto de vista industrial e internacional. Uma visão de Portugal para o mundo, assente na aposta contínua em comunicar as credenciais da cortiça, é um desafio que esta nova direcção não poderia deixar de abraçar e, neste Notícias APCOR, mostramos uma primeira análise do que tem sido o desenrolar do programa internacional de promoção da cortiça, o INTERCORK, que está agora na sua 4ª edição. Tem sido este o trabalho contínuo da APCOR - levar a cortiça aos consumidores - em várias regiões do mundo, dando continuidade ao que se começou em 2010 e, depois de uma década de contínuo crescimento das exportações, continua a ser uma âncora para a afirmação nos mercados internacionais. Neste número, ilustramos um breve resumo das acções que já estão no terreno e a

decorrer a bom ritmo, onde é possível continuar a perceber a forte preferência dos profissionais e consumidores, bem como a capacidade de inovar e encontrar novos canais, novos conteúdos e novas estratégias para nos aproximarmos dos decisores. Os dados que apresentamos são claros desta preferência que, em diferentes mercados, é inequívoca, mas que nos traz um sentimento positivo e, sobretudo, a responsabilidade de continuar nesta trajectória e de manter os níveis de exigência, com a mesma ambição que nos trouxe até aqui. Vivemos um contexto que nos abre oportunidades únicas. Os governos das diferentes geografias, os principais sectores económicos mundiais, bem como a generalidade dos cidadãos têm, hoje, uma preocupação cada vez maior por iniciativas que conduzam à produção e ao consumo sustentáveis. Levam a cabo, por isso, acções que contribuem para implementar modelos de economia circular e que lhes permite ser, de facto, actores responsáveis na protecção do nosso planeta, de forma a podermos, ainda, inverter aquele que parecia ser um percurso irreversível para a destruição. A reciclagem é um elemento fundamental para podermos materializar um modelo circular e, nesta edição, poderão conhecer um bom exemplo de como se pode aumentar a recolha e reciclagem de rolhas de cortiça. Ainda com o olhar no futuro, vamos dar a conhecer o trabalho contínuo que o CTCOR tem desenvolvido através do

programa Pense Indústria, onde se leva todo o potencial do sector às escolas e aos alunos, com o intuito de captar o talento para a indústria da cortiça. É estimulante e um enorme prazer ver o entusiasmo com que olham e pensam a cortiça, sozinha ou combinada com outros materiais, abrindo, assim, fronteiras para o enorme potencial que existe por explorar. As marcas e as grandes empresas de referência, como a Google ou a BMW, mostram, com casos reais, todo o potencial que temos e as credenciais técnicas e de sustentabilidade que podemos aportar. A opção pela cortiça não é uma excepção, mas a confirmação de que há uma aposta e um investimento importante a fazer nas diversas aplicações. Neste número 101, iniciamos, também, uma viragem no design gráfico do jornal, apostando numa linha mais depurada, mas sempre com o foco na informação, dando, ainda, espaço a artistas portugueses que irão ilustrar a capa da nossa publicação, mostrando a sua visão sobre a cortiça e os temas que vão ser abordados ao longo das próximas edições. Após um difícil período, que colocou cada um de nós, todas as empresas e o sector em alerta, mas onde a resposta de todos foi sensacional, estamos já num novo momento, a recuperar o que foi perdido em 2020, mérito dos nossos associados, que sempre com um espírito resiliente souberam ultrapassar este enorme desafio. Obrigado!

### 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  
**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](mailto:info@apcor.pt) | [realcork@apcor.pt](mailto:realcork@apcor.pt)  
w. [www.apcor.pt](http://www.apcor.pt) | [www.realcork.org](http://www.realcork.org)  
f. [www.facebook.com/apcortica/](https://www.facebook.com/apcortica/)  
y. [youtube.com/apcortica](https://www.youtube.com/apcortica)



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



# InterCork 4 já em marcha

O PROGRAMA INTERCORK 4 - PROMOÇÃO INTERNACIONAL DA CORTIÇA – ARRANCOU NO TERRENO. APÓS UM PERÍODO DE CONCURSO PÚBLICO INTERNACIONAL, QUE PERMITIU À APCOR A SELECÇÃO DAS AGÊNCIAS NOS VÁRIOS MERCADOS, FOI POSSÍVEL DAR INÍCIO AO PLANO DE ACÇÕES.

Recorde-se que o InterCork 4 é um programa com um investimento de 3,1 milhões de euros e pretende reforçar a comunicação da cortiça em oito mercados - EUA, França, Alemanha, Itália, China, Brasil, Espanha e Reino Unido – com campanhas segmentadas para cada público. O objectivo continua a ser a promover a cortiça nestes mercados e junto de diferentes públicos, gerando um maior conhecimento das características deste material natural e amigo do ambiente e com qualidades de performance inigualáveis. O programa InterCork é financiado pelo Compete 2020, Portugal 2020 e União Europeia, através do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional. Os associados da APCOR e associações congéneres nos vários mercados intervêm no projecto, apoiando-o financeiramente na componente privada.

## CHINA

### China foi a pioneira a arrancar com acções

Na China, as acções começaram logo pela reativação dos canais das redes sociais, com a partilha de informação, em diferentes plataformas como: weibo.com/naturalcork; i.youku.com/u/id\_UNDEyNzl5MTE2; Wechat ID: portugueseCork e o sítio mygreencork.com. O envio de comunicados de imprensa a anunciar o início da campanha e a tradução para chinês do vídeo da APCOR “Sector da cortiça: da floresta aos produtos finais” foram mais duas acções a destacar.



China conta já com mais de 30 embaixadores da cortiça

A formação continua a ser a área forte deste mercado, com a organização de workshops, em formato online, como o que decorreu em Julho com a formadora Constance Zhao, wine educator e Education Manager da ASC Fine Wines (empresa líder na importação e distribuição de vinhos na China), e que contou com 1.200 participantes, durante 75 minutos.

A Cork Academy regressou, em Setembro, para formar mais chineses sobre a cortiça e as suas qualidades técnicas e naturais. Com início em 2018, já formou mais de 30 cork educators (formadores das academias) que organizaram 93 workshops em 33 cidades chinesas e que contaram com cerca de dois mil participantes.

Para levar a cortiça a mais amantes do vinho, produtores e retalhistas, a APCOR participou no Wine100 Roashow que decorreu no dia 23 de Junho (Suzhou), 25 Junho (Nanjing) e 27 de Junho (Heifei) e contou com 450 participantes. A cortiça esteve, ainda, presente na Exposição Horticultural Internacional de Yangzhou, com um stand promocional sobre a cortiça e com o lançamento de uma iniciativa de reciclagem (ver artigo pag. 5).



## ESPAÑA

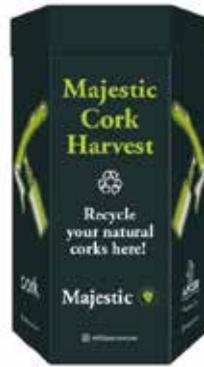
### Escolha a Cortiça

No país vizinho, com o mote “Elijo Corcho” (Escolha a Cortiça) a aposta foi para as redes sociais. Em <https://www.facebook.com/elijocorcho> é possível acompanhar a promoção da cortiça em Espanha. A página conta já com mais de seis mil seguidores.

## ▶ FRANÇA

### Os 10 compromissos da cortiça

A campanha na França deu o seu pontapé de saída no dia 30 de Junho, com uma apresentação à imprensa das actividades que vão ser desenvolvidas nos próximos tempos. A conferência foi moderada pela jornalista Sylvie Berkowicz e contou com a presença do vice-presidente da APCOR, João Rui Ferreira, do presidente da Federação Francesa da Cortiça, Nicolas Mensor, e dois representantes do grupo Auchan, com quem se irá desenvolver uma iniciativa de recolha de rolhas de cortiça. Com o mote “Le bouchon en liège le seul bouchon qui a tout bon » (A rolha de cortiça é o único vedante que tem tudo de bom) vão ser lançados os 10 compromissos da cortiça, que exprimem as vantagens ambientais e as qualidades intrínsecas da rolha de cortiça, posicionando-a como o vedante de excelência. Os compromissos podem ser visualizados em <https://planeteliège.com/engagements> e afirmam: “não destruirás as florestas”, “serás um sumidouro de carbono”, “não poluirás o ambiente”, “serás reciclável”, “não causarás desperdício”, “serás uma barreira ao fogo”, “preservarás a fauna e a flora”, “farás evoluir o vinho de uma forma inigualável”, “serás uma perpetuação da tradição ancestral” e “terás na inovação um modo de ser/estar”.



## REINO UNIDO

### Majestic promove a recolha de rolhas

No Reino Unido, a Majestic (cadeia de lojas especializados em bebidas) será a nova parceira da APCOR, numa acção de recolha de rolhas, no Reino Unido. Com o nome “Cork Harvest”, o objectivo da iniciativa é sensibilizar para os benefícios da utilização de uma rolha de cortiça e dar aos consumidores razões para escolher este material. As rolhas serão, depois, enviadas para o projecto Eden, naquele país, onde serão recicladas, permitindo o enriquecimento dos solos e fechando o ciclo do processo, numa lógica de economia circular.



## EUA

### Cortiça continua a afirmar a sua liderança

Nos EUA, a reactivação da rede de facebook 100percentcork, que conta já com mais de 114 mil seguidores, foi uma das primeiras acções da campanha de promoção. Assente na difusão de informação sobre diversos estudos, mas também com algumas publicações sobre curiosidades, a página já tem mais 35 novos posts.

A publicidade continuará também a marcar esta campanha, que terá como mote “On Top of The Top” (No cimo do topo), e sempre suportada em números de estudos que relevam que a cortiça é o vedante mais usado, como os seguintes exemplos: 89 por cento dos vinhos Top 100 da Wine Spectator, em 2020, estão vedados com rolha de cortiça natural (Wine Spectator, Dezembro 2020); 72 por cento das Top 100 marcas premium nos EUA estão vedadas com cortiça (Nielsen, Dezembro 2020); todos os vinhos do Top 10 dos vinhos rosé da Global Rosé Master estão vedados com rolha de cortiça natural (Drinks Business, Agosto 2020); e 90 por cento dos vinhos dos prémios Sommelier’s Choice Awards estão vedados com rolha de cortiça (2021). ●



## ITÁLIA

### Visitas ao montado na Sardenha

A campanha de comunicação, em Itália, aproveitou a época do descortiçamento e levou seis líderes de opinião a conhecer o montado e o processo de tirada da cortiça, na região da Sardenha.

A agência, está, ainda, a trabalhar numa nova assinatura para a campanha que evoluirá de “lo Sto col Sughero” (Estou com a cortiça) para “La Vita in un Sughero” (A vida na cortiça) e que irá ser adaptada para as redes sociais naquele país. Um ponto forte da campanha é a gravação de 40 vídeos testemunhos de personalidades distintas do mundo do vinho e que vão dar o seu apoio à cortiça.



## Cortiça no Pavilhão de Portugal na Horticultural Internacional de Yangzhou

A Exposição Horticultural Internacional de Yangzhou 2021, na China, inaugurada a 8 de Abril, tem um pavilhão dedicado a Portugal, onde a cortiça se destaca. O pavilhão está dividido em duas partes: um jardim tradicional, em torno de um sobreiro, e uma mostra agrícola que inclui oliveiras, amendoieiras e vinhas.

A Expo Yangzhou 2021 ocupa 230 hectares, onde foram plantadas mais de 20 mil árvores e 10 mil variedades de flores, e esteve aberta ao público durante seis meses, até 08 de Outubro. A Associação de Turismo Chinês em Portugal (ACTEP) foi convidada para desenhar o espaço de Portugal, com uma área de 1.500 metros quadrados, incluindo um pavilhão de dois andares com 275 metros quadrados, cuja construção usou cortiça e azulejos.



## APCOR lança acção de reciclagem

No sentido de sensibilizar os visitantes da exposição para as características da cortiça (produto natural, reciclável e reutilizável), a APCOR, em parceria com a ACTEP – Associação do Turismo Chinês em Portugal, lançou uma campanha de reciclagem de rolas de cortiça, disponibilizando recipientes para o efeito. A acção decorreu até final de Outubro e teve como objectivo a realização de um mosaico

gigante feito com rolas de cortiça. Esta peça foi executada pela artista chinesa CAO Ying e o designer de interiores MENG Na, que foram, ao longo dos meses, incrementando a peça com o material recolhido.

Os artistas revelam uma curiosidade desde desafio: o mosaico "cresce e prospera". À medida que a quantidade de rolas recolhidas vai crescendo, os artistas podem, também, enriquecer estas peças e



continuar a evoluir até ao resultado final. CAO Ying partilha a sua experiência de utilização da cortiça na criação artística e refere que: "sinto que a cortiça é um material altamente adaptável. Devido à sua espessura, a cortiça é ideal para as artes escultóricas, especialmente para a escultura em relevo. O peso leve da cortiça é, também, uma vantagem enorme para fazer obras de arte de grande dimensão, resolvendo a questão do volume e tornando-as mais convenientes para o transporte. Além disso, podemos tratar a cortiça como uma tela especial para a pintura, que proporciona um efeito de textura especial. A cortiça é um material natural e amigo do ambiente. Combinando a cortiça com a criatividade dos artistas, penso que o resultado final pode proporcionar um impacto estético único. Encorajo os meus colegas a tentar utilizar a cortiça nas suas obras."



REDES SOCIAIS DA APCOR

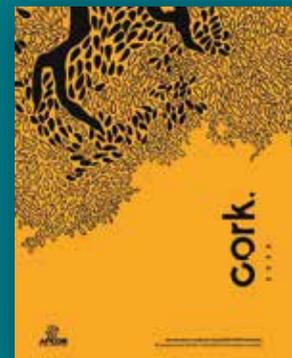
## CORTIÇA NO MUNDO

 apcortica 100percentcork planetliege elijocorcho lavitainunsughero	 100percentcork planetliege preservalobueno lavitainunsughero	  apcortica 100percentcork planetliege preservalobueno lavitainunsughero
 WeChat portugueseorcork	 naturalcork	YOUKU 优酷 id_UNDEyNz15MTE2

Mais informações consulte: <https://www.apcor.pt/media-center/apoio-a-cortica/redes-sociais/>

## APCOR lança Boletim Estatístico 2020

A APCOR lançou o suporte CORTIÇA | CORK 2020. Aqui pode encontrar toda a informação estatística que caracteriza o sector da cortiça, desde o montado, à indústria, exportação e importação da cortiça e seus produtos, assim como a lista das empresas associadas, com as suas actividades e contactos. Esta edição conta com um texto de opinião do presidente do Instituto do Vinho e da Vinha, Bernardo Gouvêa. Está disponível numa versão papel e digital, bilingue (português e inglês), sendo que para visualizar o documento pode aceder ao sítio da APCOR em <https://www.apcor.pt/media-center/noticia/apcor-lanca-boletim-estatistico/>. Se preferir uma cópia física entre em contacto com os nossos serviços.



## Primeiro boletim de 2021 já disponível

A APCOR lançou o primeiro boletim trimestral de 2021, desta vez, com uma análise semestral referente aos primeiros seis meses do ano. A publicação está disponível da versão papel e, ainda, digital em <https://www.apcor.pt/portfolio-posts/boletim-trimestral/>. Esta é mais uma acção do projecto Cork\_Inov, um programa com o apoio do Compete2020, Portugal2020 e UE - FEDER.

# APCOR com novos Órgãos Sociais

A APCOR TEM, A PARTIR DO DIA 08 DE JULHO, UMA NOVA DIRECÇÃO LIDERADA POR PAULO AMÉRICO HENRIQUES DE OLIVEIRA, DA EMPRESA AMORIM FLORESTAL S.A.. A ÚNICA LISTA A SUFRÁGIO FOI ELEITA PELA MAIORIA E ESTARÁ EM FUNÇÕES DE 2021 A 2024.

A Direcção tem por objectivo dar continuidade à visão e estratégia da direcção cessante e que pretendia atingir os 1.500 milhões de euros de exportações no final da década. Estratégia que passa por reforçar a liderança mundial da rolha de cortiça no mercado dos vedantes, através de uma estratégia de valor e volume, e potenciar as restantes aplicações de cortiça como elemento determinante no crescimento das exportações e na valorização da cadeia de matéria-prima. A nova direcção integra elementos da anterior direcção e elementos novos. Consultar ao lado a lista completa.



## DIRECÇÃO

### Presidente:

Paulo Américo Henriques de Oliveira (Amorim Florestal, S.A.)

### Vice-presidente:

João Rui Ferreira (Waldemar Fernandes da Silva, S.A.)

### Vice-presidente:

Jorge Mendes Pinto de Sá (Jorge Pinto de Sá, Lda.)

### Vice-presidente:

José Manuel Nunes Pinto (Lafitte Cork Portugal, S.A.)

### Vice-presidente:

Carlos Manuel Oliveira e Silva (Amorim Cork Insulation, S.A.)

### Vice-presidente:

Sara Matos Nunes (3DC-Intelligent Nature, Lda.)

### Tesoureiro:

Pedro António Borges Ferreira (A. Ferreira Pedro & Irmão, Lda.)

### Vice-presidente:

Joana Alves da Rocha e Silva (Dimas & Silva, Lda.)

### Vice-presidente:

Eduardo Sousa (Granorte, Revestimentos de Cortiça, Lda.)

### Vice-presidente:

Jorge Amaral (JA Rolhas e Cápsulas, Lda.)

## ASSEMBLEIA GERAL

### Presidente:

José Manuel Ferreira Rios (Amorim Cork, S.A.)

### Vice-presidente:

José Carlos Faria (António Almeida Cortiças, S.A.)

### Secretário:

Isabel Coelho Melo (António Norton de Melo, Lda.)

## CONSELHO FISCAL

### Presidente:

Manuel Sá Azevedo (Sá & Irmão, S.A.)

### Vice-presidente:

Pedro José Pinto Machado (Bernardino & Ferreira, S.A.)

### Vice-presidente:

Maria João Ataíde Pereira (Corticeira Ataíde, Lda.)

### Vice-presidente:

António G. Apura (Manuel Domingos Apura & Filhos, Lda.)

### Vice-presidente:

Rui José Soares de Almeida (C.R.Cortiças, Lda.)

# Cortiça vista por ilustradores

A APCOR, reconhecendo a importância de divulgar as diferentes abordagens artísticas, vai dar voz, neste jornal e nos próximos números, a ilustradores portugueses que queiram dar a sua visão sobre a cortiça. A ilustração que surge na capa deste número é de André da Loba e transmite o seguinte conceito, apresentado pelo autor, “a secção do tronco, ao centro, representa a visão de mundo da APCOR. Representada pelas mãos, a APCOR faz girar e, ao mesmo tempo, molda e é moldada pela forma irregular da cortiça. É como se estas mãos estivessem a conhecer a cortiça para ver até onde a podem fazer chegar.” À volta do tronco “estão alguns elementos gráficos que remetem para os processos de recolha e transformação da cortiça em produtos através de processos mecânicos e manuais.” ●

## PERFIL

**André da Loba** é um artista português formado em Ilustração na School of Visual Arts, em Nova Iorque. A sua prática multidisciplinar passa pela ilustração, animação, design gráfico, pintura, escultura e arte urbana. Reconhecido e premiado internacionalmente, o trabalho do artista é uma combinação de curiosidade, experiência, conhecimento e desconhecimento. Em 2010, a revista Lürzer's Archive considerou-o um dos melhores 200 ilustradores do mundo. Colabora assiduamente com o New York Times e a Time Magazine, entre outras publicações. André da Loba serve-se do seu trabalho para convidar e desafiar o público a mudar o mundo. Vive no Porto onde é secretamente feliz.



**Azevedos Indústria**  
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS INDUSTRIAIS, S. A.

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

[www.azevedosindustria.com](http://www.azevedosindustria.com)

AZEVEDOSINDÚSTRIA • Rua de São António, nº 1 | Apartado 3 • 4536-609 Lourosa | Portugal • Tel: +351 22 747 15 70 • Fax: +351 22 747 15 79

## Vendas de vinhos com rolha de cortiça cresceram 97%

Os vinhos vedados com rolha de cortiça lideraram o mercado de vinho *premium* nos EUA. Entre 2010 e 2020, as vendas de vinhos engarrafados com rolha de cortiça aumentaram 97 por cento, contrastando com seis por cento para os vinhos com vedantes artificiais, de acordo com a consultora Nielsen, que analisa a evolução das vendas das 100 principais marcas *premium*.

Durante os últimos dez anos, o mesmo estudo revela que a quota de mercado dos vinhos engarrafados com rolha de cortiça aumentou de 47 por cento para 67,6 por cento; sendo que, no final de 2020, cerca de 72 por cento das 100 marcas *premium* americanas utilizam rolha de cortiça. Os vinhos que optam pela cortiça lideram em todas as categorias de preços, particularmente em vinhos com preços acima de 10 dólares por garrafa, com a cortiça a ser usada por 90 por cento dos vinhos acima de 20 dólares.

“Estes dados vêm demonstrar a percepção de qualidade de um vinho que utiliza uma rolha de cortiça, o reconhecimento das credenciais únicas e de sustentabilidade deste produto e a preferência do consumidor americano por este vedante, que é efetivada no momento de compra.”, afirmou o vice-presidente da APCOR, João Rui Ferreira.

“É com entusiasmo que analisamos estes dados. Os EUA são o maior consumidor de vinho do mundo e o principal mercado de exportação da cortiça, com um valor de 196 milhões de euros. As rolhas de cortiça ocupam um lugar de destaque nas exportações, representando mais de 80 por cento, o que significa 162 milhões de euros. A cortiça é o segundo maior exportador português para o mercado americano e, provavelmente, o de maior valor acrescentado a nível mundial”, referiu o líder associativo. ●



## Cortiça no topo das preferências



A reconhecida revista inglesa *The Drinks Business* selecionou os “Dez Melhores Rosés de 2021”. Para além de serem os melhores vinhos, estão todos vedados com rolha de cortiça. O vinho mais caro é o Clos du Temple, da região de Languedoc-Roussillon, França, e pode custar cerca de 200 libras. Já o vinho mais acessível ronda as 20-30 libras, é espanhol, e chama-se Pla dels Àngels Rosé. Pode conferir toda a lista no sítio da revista em <https://www.thedrinksbusiness.com/2021/07/the-10-finest-roses-of-2021>.

Em Dezembro de 2020, a revista americana *Wine Spectator* também divulgou o seu Top 100 de vinhos e a cortiça voltou assumir a liderança com 89 por cento dos vinhos vedados com rolha de cortiça. O primeiro da lista é o Bodegas Marqués de Murrieta, da Rioja, Espanha, e custa cerca de 139 dólares. Toda a lista pode ser consultada no seguinte endereço <https://top100.winespectator.com/lists/>.

A consultora *Wine Intelligence* promoveu um estudo sobre a preferência dos vedantes, nesta análise, a Geração Z (nasci-

dos entre 1995-2010) associa a cortiça a vinhos de alta qualidade e vê os vinhos vedados com cápsulas de alumínio com menos qualidade. A geração dos Millennials (nascidos entre 1980-1995) também prefere a rolha de cortiça natural em vez dos vedantes artificiais, como o plástico.

Também este ano, nos prémios do *Sommelier’s Choice Awards*, 90 por cento dos vinhos selecionados têm uma rolha de cortiça. A lista destes vinhos pode ser consultada em <https://sommelierschoiceawards.com/en/competition-global-results/2021/>.

## Cortiça usada na primeira loja da Google

A Google escolheu a cortiça portuguesa para decorar a sua primeira *Retail Store* que foi inaugurada a 18 de Junho, em Nova Iorque. A opção pela cortiça e por outros materiais sustentáveis teve como objectivo garantir ao espaço a classificação *LEED Platinum*, a mais alta certificação do sistema de classificação de edifícios verdes, de liderança em energia e design ambiental.

A cortiça está presente no mobiliário da loja que apresenta uma linha de dispositivos e serviços, que visam fornecer interacção com o público que a visita, num espírito colaborativo com o meio ambiente e com a preocupação de fazer a diferença na vida das pessoas.

“A sustentabilidade é um princípio fundamental para a Google e, por isso, a primeira loja da empresa continuou com este trabalho e compromisso com o design sustentável”, explicou a Google, num artigo publicado no seu sítio. Daniel Michalik foi o designer convidado para desenvolver as peças de mobiliário em cortiça, presentes nesta loja. “Há muitos anos que acredito no potencial da cortiça para o design e arquitetura. Em 2020, quando fui abordado para desenvolver o mobiliário para este espaço, pensei logo na cortiça devido às suas qualidades, ao conforto, bem como à sua sustentabilidade, princípios que ajudaram o



Loja Google aposta na cortiça

espaço a alcançar a classificação *LEED Platinum*”, referiu o criativo, em declarações à APCOR. E concluiu: “acredito realmente que a cortiça é um material de alto valor para o futuro do design e da arquitectura. Tem características e desempenho incríveis e, além disso, sustenta todo um ecossistema, sendo um exemplo único e que todos os materiais deveriam seguir.” ●



Mobiliário desenvolvido por Daniel Michalik



## Cortiça no novo Mini

O novo Mini, carro mítico da BMW, foi repensado por Paul Smith com o objectivo de criar um modelo mais minimalista e sustentável. A cortiça foi um dos elementos escolhidos pelo designer que apontou vários argumentos: ser um material reciclável, sem

qualquer agente sintético na sua produção, ser agradável ao toque e a sua capacidade de retenção de CO<sub>2</sub> e contribuição para a diminuição dos gases com efeito de estufa. As suas características acústicas também contribuíram para esta escolha.

# Recortes de imprensa



“The Renewal” é o nome do primeiro retiro anual de bem-estar assinado pela Corc Yoga, em Portugal, realizado de 07 a 13 de Outubro. O programa, exclusivo e diversificado, foi uma experiência completa e harmoniosa, que englobou aulas de ioga, meditação na natureza e uma forte componente cultural e gastronómica, através de aulas de culinária e provas de vinho e azeite e visitas ao montado de sobro.

O retiro teve lugar no Ecork Hotel Évora e contou com uma componente solidária, visto que uma parte do valor angariado com as inscrições será doado ao projecto Desafio Jovem. Mais informações em <https://eu.corcyoga.com/pt-pt/pages/http-renewal-corcyoga-com>.

In, <https://www.publico.pt/2021/03/29/impair/noticia/americana-apaixonouse-cortica-portuguesa-assim-nasceu-corc-yoga-1955723> 29 de Março de 2021

“A colecção de ganga mais sustentável alguma vez lançada pela H&M”. É desta forma que a marca sueca descreve a sua mais recente colaboração com a Lee, que resulta no desenvolvimento de uns jeans 100% algodão reciclado (80% de desperdício pós-industrial e 20% pós-consumidor).

Mas esta é apenas um das novidades desta colecção mais amiga do ambiente e que promete ser um passo em frente em direcção a uma nova geração de ganga sustentável. Foi também pensada uma alternativa para a tradicional etiqueta de pele, que é substituída por cortiça e papel jacron, por exemplo.

A colecção Lee x H&M inclui, também, ganga produzida a partir de fibras sintéticas renováveis e tinturaria que não desperdiça água. Juntam-se lavagens de baixo impacto a nível de água, químicos e energia (verificadas por terceiros).

Para dar mais força a esta nova aposta, a H&M anuncia que vai também pela primeira vez, partilhar os dados Life Cycle Assessment (LCA) no seu sítio. Desta forma, todos os consumidores poderão conhecer o impacto de cada peça em termos de água, CO<sub>2</sub> e energia.

In, <https://marketeer.sapo.pt/hm-e-lee-criam-jeans-100-algodao-reciclado-e-etiquetas-de-cortica> 20 de Janeiro de 2021



O reconhecido designer francês Noé Duchaufour-Lawrance e o estúdio de design Made in Situ, em Lisboa, criaram uma linha única de mobiliário recorrendo à cortiça queimada, usando blocos como elementos estruturais que depois são moldados e dão corpo à colecção. “A cortiça tem a capacidade de proteger o sobreiro em caso de incêndios. Uma vez descortificada a cortiça queimada, a árvore pode voltar a ter novas camadas e crescer”, referiu um representante do estúdio. “Os blocos são compostos por diferentes granulometrias, desde o mais fino até ao mais grosso”, explicam os designers, o que dá um aspecto visual diferente à mesma peça. A colecção inclui cadeiras, mesas e bancos.

In, <https://www.ignant.com/2021/07/19/burnt-cork-by-made-in-situ-pays-tribute-to-portuguese-cork-harvesting-traditions/>

“Our Responsible Journey” é o projeto que está a ser implementado em todas as marcas do grupo Samsonite de forma a diminuir a pegada ecológica e contribuir para a mudança de paradigma relativamente ao reaproveitamento e redução de desperdícios dos seus produtos e processos de fabrico. Como? Através do uso de materiais e embalagens sustentáveis e desenvolvimento de soluções inovadoras que garantam a durabilidade dos produtos. Estes são apenas alguns exemplos.

Os resultados já estão à vista. Desde 2018, que a Samsonite lançou mais de 50 colecções que incluem materiais sustentáveis, como a cortiça, o tecido reciclado PET, nylon reciclado, polipropileno pós industrial reciclado e desperdícios de madeira.

In, <https://vousair.pt/como-a-samsonite-se-esta-a-tornar-lider-mundial-em-malas-de-viagem-ecologicas/> 02 de Abril de 2021





A Mercedes criou o EQ Lounge, na Nazaré, um projecto 100% sustentável. A casa foi construída recorrendo a materiais reciclados, a partir da construção original, ou provenientes da comunidade piscatória, como madeiras de antigas embarcações ou restos de cabos náuticos, e, ainda, com recurso a madeira adquirida às famílias que viram as suas propriedades devastadas pelo incêndio que consumiu 86% da Mata Nacional de Leiria, em Outubro de 2017. A cortiça é, também, um dos elementos que poderá encontrar neste espaço.

In, <https://www.motor24.pt/motores/lifestyle/lounge-da-mercedes-eq-na-nazare-e-exemplo-de-sustentabilidade-para-o-mundo> 31 de Agosto de 2019



O actor e activista, Jason Momoa lançou uma coleção de calçado vegan feita com materiais sustentáveis como o algodão orgânico, a cortiça e com solas biodegradáveis. Esta coleção é uma parceria com a marca de roupa So iLL.

In, <https://robbreport.mx/gentleman/jason-momoa-en-su-papel-de-ambientalista-lanza-una-coleccion-de-calzado-vegano/> 15 de Março de 2021



No lobby do edifício Justus Lipsius, em Bruxelas, circula-se numa passada rápida entre reuniões, compromissos e trocas de informação e decisão. Convidar o transeunte a vivenciar este espaço com um olhar que lhe permita outro ritmo ou até parar para usufruir de um momento de calma e reflexão, foi a intenção da curadora Bárbara Coutinho, diretora do MUDE. Privilegiando os materiais orgânicos, todas as peças colocadas no lobby afirmam a sua racionalidade, economia e leveza de desenho, oferecendo um lugar prazenteiro com uma identidade ecológica bem definida. A cortiça foi colocada neste lobby pela designer têxtil Susana Godinho que desenhou e fabricou os dois tapetes que demarcam a zona de estar ou de encontro. Com padrões geométricos, estes tapetes assinalam a inovação resultante da articulação da indústria da cortiça com a da tecelagem. Fabricados manualmente em teares tradicionais, em cortiça, linho e lã 100% portuguesa, sem tingimentos químicos, estes tapetes são um bom exemplo de sustentabilidade e eco-design.

In, <https://www.2021portugal.eu/pt/noticias/design-em-portugal-uma-visao-com-cultura>, 24 Fevereiro de 2021

Mais de sete hectares de eucaliptal na Serra de Santa Justa serão reconvertidos numa floresta com árvores autóctones. O protocolo de cooperação entre a Junta de Freguesia de Valongo e a Metro do Porto prevê a plantação de 2960 sobreiros no Outono, a época mais propícia a este tipo de operação. Deixaram, assim, de existir os eucaliptos que ainda persistiam nesta serra.

In, <https://www.timeout.pt/porto/pt/noticias/adeus-eucaliptos-valongo-vai-plantar-2960-sobreiros-032521> 25 de Março de 2021



Nasceu uma nova marca de produtos em cortiça dedicada ao público infantil. Inspirados na filha, um casal resolveu, finalmente, juntar-se ao setor de negócio da família (já os seus antepassados trabalhavam no sector), quando percebeu que faltava no mercado português uma marca que se focasse em produzir peças decorativas infantis que fossem amigas do ambiente e que pudessem incutir os valores certos aos miúdos. Toda essa vontade está presente na linha CRU Kids, um segmento com brinquedos e peças de decoração para os quartos dos miúdos que quer ensinar aos mais novos valores como a sustentabilidade, consciência ambiental, responsabilidade e respeito. Ao mesmo tempo, tenta promover a criação de histórias e memórias familiares com peças interativas, pensadas para acompanhar o crescimento das crianças. As peças são feitas a partir de desperdícios da produção de cortiça. Já esta é obtida através da extração da casca de sobreiro, um processo que só pode acontecer de nove em nove anos. "Não podia haver matéria-prima mais sustentável!", acrescenta a fundadora.

In, <https://newinoeiras.nit.pt/compras/estecasal-lancou-uma-marca-de-decoracao-para-todas-as-idades-com-pecas-em-cortiça/> 28 de Maio de 2021

A cortiça esteve presente na Cimeira Social do Porto, ponto alto da presidência portuguesa do Conselho da União Europeia, na sala magna, em cadeiras e outros objectos.

In, <http://a.msn.com/09/pt-pt/BB1gp17d?ocid=se> 06 de Maio de 2021



A sustentabilidade do planeta começa a voltar às agendas do mundo. Em Londres, a “London Design Biennale 2021”, que decorreu de 01 a 27 de Junho, reuniu alguns dos mais imaginativos curadores, designers e artistas do mundo que procurarão responder através das suas propostas ao tema Resonance (Ressonância).

A Corticeira Amorim surge como a *Material Partner* oficial da iniciativa *Forest for Change – The Global Goals Pavilion* da London Design Biennale 2021. O pavilhão, concebido pela designer britânica Es Devlin OBE (e dinamizado pela agência sem fins lucrativos Project Everyone), incluirá um núcleo central totalmente construído em cortiça

fornecida pela empresa associada da APCOR. Este espaço reveste-se de maior importância por acolher uma instalação interativa onde os visitantes poderão conhecer os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. Um plano global que ambiciona erradicar a pobreza, mitigar as desigualdades e combater as alterações climáticas.

Contrastando com as ruas barulhentas e poluídas à volta da Somerset House, pretende-se que este *Forest for Change* seja um oásis de tranquilidade e por isso, pela mão do paisagista Philip Jaffa of Scape, o pavilhão contará com um total de 400 árvores. Proibidas de entrar no pátio do palácio londrino aquando da sua construção no século XVIII, a presença massiva das árvores nesta instalação é uma clara alusão à natureza ambiciosa dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

Sobre a escolha da cortiça, referiu Jack Headford, Associate Designer do Es Devlin Studio, em comunicado: “durante o desenvolvimento do projeto, tornou-se óbvio que precisávamos de trabalhar com materiais que transmitissem empatia e robustez dentro da floresta. A cortiça parecia a escolha óbvia com os seus tons de madeira e textura suave, juntamente com a sua natureza sustentável inerente, sendo um material renovável e biodegradável. A cortiça proporcionou também uma opção de pavimentação segura e resistente que combina bem com o solo da floresta, permitindo que os visitantes serpenteiem livremente entre as árvores.”

E, assim, surgiu a parceria com a Corticeira Amorim, para o apoio técnico e fornecimento das soluções em cortiça, que é uma matéria-prima 100% natural, ecológica, renovável, reciclável e reutilizável, em alinhamento com o ambiente e o impacto positivo na sociedade, preconizados pelos objetivos da ONU.

In, <https://visao.sapo.pt/imobiliario/2021-06-02-cortica-no-topo-do-design-sustentavel>  
02 de Junho de 2021



A Xiaomi apostou na cortiça para criar as bolsas para os seus portáteis. Com um acabamento natural e ao mesmo tempo impermeável, a carteira é ainda leve e permite evitar manchas. A ideia é, ainda, quando retirarmos o computador do saco poderemos usá-la como a base para o rato. Neste momento a bolsa só está à venda na China, mas poderá ser encomendada através das lojas online.

In, <https://www.xiaomidictos.com/xiaomi-lanza-una-nueva-funda-para-portatiles-que-podemos-usar-como-alfombrilla/>  
14 de Junho de 2021



A reconhecida marca de desporto Nike revela que continua a seguir a sua política “Move To Zero” ao lançar os seus ténis mais sustentáveis. As sapatilhas são feitas de materiais ecológicos, incluindo rolas recicladas provenientes da indústria vinícola. A marca tem como objectivo tornar-se “zero carbono e zero desperdício” e para tal em cada par de ténis utilizará cerca de 20 por cento de materiais recicláveis.

In, <https://plantbasednews.org/lifestyle/fashion/nike-unveils-sustainable-sneaker-line-made-from-wine-industry-cork>  
10 de Abril de 2021



A cortiça esteve presente no Pavilhão de Portugal na Bial de Arquitectura de Veneza, que foi inaugurado no dia 22 de Maio.

O projecto *In Conflict* (Em Confronto), proposta do colectivo portuense depA Architects escolhida para liderar a curadoria do Pavilhão de Portugal, conta na sua estrutura com o suporte de cerca de 100 metros lineares de aglomerado de cortiça. O *In Conflict* está no Palazzo Giustinian Lolin, da Fondazione Ugo e Olga Levi e integra a 17ª edição do certame italiano. Mais informações na página <https://www.facebook.com/inconflict.pt/>

**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

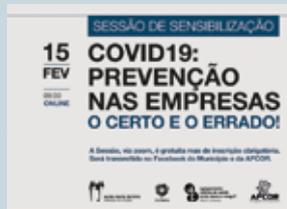
mais informações: [marketing@aon.pt](mailto:marketing@aon.pt)

# APCOR promove webinars



A APCOR realizou um webinar, no dia 01 de Abril, com o intuito de apresentar o projecto CORK-In, um trabalho levado a cabo por uma equipa de investigadores da Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação, da Universidade do Porto. A análise dos perfis profissionais do sector, as novas competências e as necessidades de formação foram alguns dos temas abordados com o mote "A indústria da cortiça em mudança - Que desafios à evolução das competências e qualificações dos Recursos Humanos?". Este evento contou com a participação de Vanda Caramelo, da Autoridade para as Condições do Trabalho (ACT), o director do Centro de Formação Profissional da Indústria da Cortiça (Cincork), Délio Carquejo, o director-geral da APCOR, Joaquim Lima, e Liliana Cunha, da equipa do projecto CORK-In.

**Pode assistir ao evento em <https://youtu.be/D1IKRuor6Xo>.**



A APCOR, a Câmara Municipal de Santa Maria da Feira e a ACES Entre Douro e Vouga I promoveram um webinar sobre o tema "Covid\_19: Prevenção nas Empresas - o certo e o errado!", no dia 15 de Fevereiro. O orador principal foi Bernardo Gomes, médico de saúde pública, e que abordou temas como: os procedimentos adoptados pelas empresas no seu contexto fabril, o que podemos fazer para minimizar os riscos, entre outros.

**O vídeo do evento pode ser acedido em <https://youtu.be/bdwQmjfmqz8>.**

**Estes webinars 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>.**



## Economia + Circular

No dia 08 de Junho, a Federação da Indústria Portuguesa (CIP), a Associação das Indústrias de Madeira e Mobiliário de Portugal (AIMMP), a Associação da Indústria Papeleira (CELPA) e a APCOR realizaram, em parceria com a EY-Parthenon, o webinar "Empresas + Circulares: O contributo das indústrias de base florestal". Uma iniciativa que abordou as oportunidades e barreiras da circularidade no sector das indústrias de base florestal. O evento integra o Ciclo de Webinars Empresas + Circulares, organizado pela CIP, em conjunto com as suas associadas, e em parceria com a EY-Parthenon.

**O evento pode ser visto em <https://www.youtube.com/watch?v=7nPOHILqnTM>.**

# Novos vídeos sobre a cortiça

**A APCOR REALIZOU UM CONJUNTO DE VÍDEOS INFORMATIVOS SOBRE O SECTOR DA CORTIÇA NO SENTIDO DE DAR A CONHECER O PROCESSO PRODUTIVO, OS PRINCIPAIS DADOS DO SECTOR E, AINDA, O ESPAÇO DO CORK WELCOME CENTER.**

O vídeo sobre o processo produtivo, da floresta aos produtos finais, foi construído em animação de modo a simplificar as várias etapas e ser mais perceptível para aqueles que não estão familiarizados com as várias fases pelas quais a cortiça passa até chegar à rolha de cortiça ou aos pavimentos e revestimentos. Disponível em português, inglês e chinês, o vídeo com pouco mais de três minutos está disponível no canal do youtube da APCOR, em [www.youtube.com/Apcortica](http://www.youtube.com/Apcortica). Para os que querem saber os principais dados do sector, está disponível, no mesmo canal e em português e inglês, o "Sector da Cortiça em números". O vídeo, com uma duração de cerca de três minutos, destaca os dados estatísticos mais relevantes do sector da cortiça.

O público infantil não foi esquecido e surgiu uma versão mais actualizada do "David na aventura da Cortiça". Em cerca de sete minutos, uma rolha de cortiça leva-nos a conhecer o seu percurso de vida, desde a floresta, até ao produto final e passa, ainda, pela sua capacidade de gerar novos produtos, através da reciclagem. Disponível em português e inglês, este filme poderá ser uma boa ferramenta de trabalho para as escolas que desejam contar esta história aos mais pequenos. Por último, e no sentido de levar os interessados a ter um primeiro contacto com o espaço informativo da APCOR, o Cork Welcome Center, foi criado um vídeo e micro-sítio que leva as pessoas a visitar este centro sem sair de casa. Acessível em <https://cwc.apcor.pt/pt>, o visitante pode escolher em visualizar todo o espaço num vídeo ou, então, explorar área por área as potencialidades deste centro informativo. A visita pode ser realizada em português e inglês e, no final, dá acesso à loja de merchandising da APCOR, para quem desejar adquirir um produto da marca CORK. ●



# “As novas exigências provenientes da evolução tecnológica exigem alargamento das competências dos trabalhadores”

LILIANA CUNHA, INVESTIGADORA RESPONSÁVEL DO CORK-IN

## Notícias APCOR - Como nasceu a ideia de desenvolver o projecto “CORK-In”?

**Liliana Cunha** - O projecto CORK-In surgiu na sequência de uma Call divulgada, em 2018, pela Fundação Calouste Gulbenkian, no âmbito das Oficinas Gulbenkian do Conhecimento - “Potenciar o Capital Humano”. O desígnio era o de criar condições para a formação e circulação dos saberes-fazer que definem a experiência profissional num determinado sector de actividade, junto de públicos que normalmente ficam à margem das oportunidades de formação - trabalhadores ditos mais velhos, pouco escolarizados, que exercem actividade em sectores tradicionais. Num contexto de mudança tecnológica na indústria, a par de outros desafios sociais, esta é uma preocupação premente. Este projecto é promovido pela Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto (FPCEUP), em estreita parceria com a Associação Portuguesa da Cortiça (APCOR) e o Centro de Formação Profissional da Indústria da Cortiça (Cincork).

## E porquê a cortiça?

A opção pelo sector da cortiça foi, claramente, intencional: é o único sector em que Portugal é líder a nível mundial, ainda que o tecido empresarial seja muito heterogéneo, composto maioritariamente por micro e pequenas empresas, com forte concentração geográfica; o desenvolvimento do sector tem sido potenciado pela aposta em novas tecnologias no percurso industrial da cortiça, colocando a necessidade de formação no seu âmago; e é um sector exemplo do

conceito de sustentabilidade, assente numa “economia circular”. Por estas razões, preservar e desenvolver de forma sustentável os saberes-fazer dos trabalhadores seria coerente com a filosofia produtiva neste contexto.

Assumimos que muitos destes trabalhadores são detentores de saberes-fazer implícitos na sua actividade e na gestão de riscos no trabalho, que urge capitalizar como exemplos de trabalho bem feito; organizar e constituir como património da empresa; e desenvolver de forma contínua, em função da evolução de novas formas de organização do trabalho, determinadas pela mudança tecnológica.

O nome do projecto é, por conseguinte, coerente com estas asserções: CORK-In é acrónimo de “Capitalizar, Organizar, Regenerar Know-how na Indústria”.

## Pode explicar em que consiste o projecto?

O projecto teve início formal em Maio de 2019, e contempla 10 empresas corticeiras, filiadas na APCOR, de micro e pequena dimensão (até 49 trabalhadores). O seu desenvolvimento em cada uma das empresas é sustentado na participação de trabalhadores de diferentes categorias profissionais, grupos etários, antiguidade e género.

O projecto visa compreender de que forma as mudanças potenciais pela introdução de tecnologia reconfiguram a experiência de trabalho; procura-se explorar os saberes-fazer instigados pela interacção com a máquina, contribuir para a caracterização de perfis de “trabalhadores-expert” (peritos) na indústria da cortiça, e para a sua

preservação neste território específico, de Santa Maria da Feira.

## Qual a metodologia que utilizaram para o seu desenvolvimento?

A estratégia teórico-metodológica contempla a recolha e análise de dados oficiais, a realização de entrevistas com interlocutores institucionais, e o desenvolvimento de estudos de caso, em cada uma das empresas participantes. Procurou-se, num primeiro momento, fazer uma análise da evolução do sector, integrando diferentes variáveis de análise, por exemplo, número e dimensão das empresas; distribuição dos trabalhadores em função da idade, género, e categoria profissional, e estamos ainda a coligir dados que permitam uma caracterização do sistema de emprego no sector, e no território em análise. Foi também possível compilar elementos para retratar a singularidade do sector: caracterizar diferentes categorias profissionais e a sua evolução; analisar percursos profissionais “típicos”; e explorar a oferta formativa e requisitos de formação mais procurados pelas

empresas do sector. Para esta etapa, a metodologia adoptada consistiu na realização de entrevistas com interlocutores-chave do sector, designadamente: do Sindicato dos Operários Corticeiros do Norte (SOCN); do Centro de Formação Profissional da Indústria da Cortiça (Cincork); do Centro Local de Entre Douro e Vouga da Autoridade para as Condições de Trabalho (ACT); da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira (CMSMF); e foi realizada ainda uma reunião de trabalho com um ex-Delegado de Saúde da região, para uma perspectiva sobre as relações entre trabalho e saúde neste sector.

## Depois da recolha de dados foram para o terreno ...

O acesso à experiência concreta de trabalho foi possível apenas com a realização de estudos de caso, adaptados à realidade de cada empresa. Ainda assim, podemos falar de alguns invariantes metodológicos: estabelecimento de contactos com as empresas, apresentação e discussão do projecto; entrevista com os proprietários das empresas; registo de observações da activida-



Secção de escolha (tapete manual)

de em contexto real e produção de registos fotográficos e de vídeo, ilustrativos do que é um “agir em competência” neste sector.

Estas análises do trabalho permitem a recolha de dados que são, depois, trabalhados em contexto de formação. Procuramos conceber um dispositivo de formação em alternância - posto de trabalho/contexto de sala - tendo em vista a reflexão e discussão colectiva sobre os modos de fazer o trabalho e a sua evolução com a introdução de máquinas automáticas, a identificação de situações que exigem mais perícia e que envolvem, por exemplo, a combinação de diferentes exigências: a qualidade do que é produzido, o aproveitamento máximo da matéria-prima, e a preservação da segurança e da saúde. Sem dúvida que a formação assume aqui um papel decisivo no projecto, sabendo que é construída “à medida” da realidade da empresa e dos seus trabalhadores, que se valoriza a experiência anterior destes, e se integra o princípio de alternância na aprendizagem no e pelo trabalho.

### Quais as principais conclusões que pode adiantar nesta fase?

O projecto está ainda em curso, e certamente que as conclusões serão enriquecidas com a participação futura de mais empresas. Ainda assim, uma das principais conclusões que temos vindo a debater prende-se com novas exigências que advêm da evolução tecnológica que tem marcado este sector nos últimos anos e, conseqüentemente, com o apelo ao alargamento das competências dos trabalhadores. Em duas empresas onde já tivemos oportunidade de desenvolver o projecto, observamos exemplos concretos associados à automatização de certas tarefas do processo produtivo, em diferentes momentos temporais: exemplos relativos à escolha automática de rolhas, à colagem automática, ou à brocagem automática. O que temos vindo a constatar é que a introdução destes equipamentos, contrariamente ao que se poderia supor, não põe em questão a experiência de trabalho

anterior dos/as trabalhadores/as, pelo contrário, o funcionamento automático das máquinas requer estes saberes-fazer, tendo em vista o cumprimento das exigências de qualidade. Na escolha, por exemplo, as rolhas, depois de selecionadas pelas máquinas, passam nos tapetes de escolha manual, num processo em que as trabalhadoras “fecham a classe”, usando a linguagem do trabalho. Ora, este “fechar da classe” permite compensar os limites funcionais das máquinas automáticas na deteção de defeitos relativamente emergentes ou outros que acabam por “escapar” à leitura óptica da máquina (por exemplo, o “bicho”).

### A experiência humana será sempre uma “mais-valia”?

Sem dúvida. Outro foco do projecto incide sobre a construção do que designamos por “saberes-fazer de referência”. Estes são saberes inscritos na actividade, partilhados no colectivo de trabalho, que permitem organizar a acção e conferem um sentido de trabalho bem feito (em termos de qualidade do produto e de preservação da saúde). Um dos exemplos mais emblemáticos disto é relativo à capacidade para inferir e antecipar a evolução da situação de trabalho - na colagem, as trabalhadoras antecipam os momentos de encravamento das máquinas de colagem através do escrutínio de sons que lhes permitem fazer um diagnóstico, em antecipação, evitando, assim, a paragem da máquina (por encravamento). Um outro exemplo diz respeito à afinação e calibração das máquinas. Em secções como a colagem ou a marcação de rolhas, observamos que a perícia dos gestos implicados na afinação das máquinas constitui um elemento fundamental para que as trabalhadoras se sintam “autónomas” na actividade.

Poderíamos também invocar o exemplo dos rabaneadores, cuja percepção face ao ser-se autónomo no trabalho é, e usando mais uma vez a linguagem do trabalho, “ter o lanço”. O “lanço” designa a posição



**Secção de escolha (tapete manual), no momento em que as escolhedoras se encontravam a “picar a seira”**

e o movimento do corpo durante o corte (com a faca) das pranchas de cortiça, e constitui um bom exemplo de um saber-fazer difícil de explicitar, e de transmitir (na medida em que não é verbalizável em termos de instruções), mas que se vai sedimentando e aprimorando com a prática. Gostaríamos de sublinhar que este processo de se “tornar autónomo”, em que se constituem as práticas eficazes, exige tempo, no qual os/as trabalhadores/as se apropriam das “suas máquinas”, e de outros equipamentos de trabalho, e constroem experiência no seu uso, até serem reconhecidos como “peritos/as” - não por nós, mas pelo próprio colectivo de trabalho. E esta é, sem dúvida, uma das conclusões que podemos avançar nesta fase do projecto: o desenvolvimento de saberes de referência detidos por trabalhadores/as-expert resulta de percursos de aprendizagem longos, da construção de uma experiência, que não é replicável numa oferta formativa convencional.

### Outras conclusões que queira referir?

Uma outra conclusão está relacionada com a interação entre a introdução de máquinas automáticas e a segmentação de género no sector. Esta segmentação é particularmente visível no caso das escolhedoras (actividade definida no feminino, por ser desempenhada por mulheres) e dos broquistas (actividade realizada por homens). O que temos vindo a explorar é o que acontece depois da introdução dos equipamentos automáticos,

isto é, será que a automatização poderá contribuir para uma maior permeabilidade das fronteiras entre o trabalho dito feminino ou masculino? Mais uma vez, é a experiência de trabalho que nos permite responder a esta questão. Ela não só é determinante na interacção com as máquinas automáticas - a escolha continua a ser realizada exclusivamente por mulheres, que hoje aferem a qualidade da escolha automática com base na sua experiência, sedimentada ao longo de vários anos de escolha manual - como é condição para que os benefícios perspectivados com o investimento na tecnologia introduzida, não sejam gorados.

### Há novos perfis profissionais no sector da cortiça?

Do contacto que temos tido com a realidade do sector, diríamos que os perfis profissionais evoluíram nos últimos anos em função de alguns determinantes. Um dos principais é a evolução técnica, que tem contribuído para a definição de novos métodos de produção. As competências têm evoluído e integrado a resposta a outras exigências. Podemos invocar alguns exemplos do terreno que nos ajudam a ilustrar esta ideia. Um destes casos é relativo às escolhedoras, cuja actividade tem sido atravessada pelo alargamento do número de máquinas em que têm de operar. Um outro determinante que também tem contribuído para esta evolução prende-se com a evolução da matéria-prima e as exigências de qualidade. A emergência, mais ou

► menos recente, de alguns defeitos como a “cobrilha” ou a “mancha amarela”, ou mesmo a “verdura”, requer destes/as trabalhadores/as a constituição de um relatório/memória sobre os defeitos da cortiça. À medida que as características da cortiça vão evoluindo, vão desenvolvendo reservas de alternativas para um maior aproveitamento da matéria-prima. O caso dos broquisitas é disso exemplo: as estratégias para desviar a broca do “bicho” ou da “barriga” evitam não só que sejam depois fabricadas rolhas com defeitos, como também garantem um maior aproveitamento da matéria-prima.

Ora, os perfis profissionais habitualmente construídos nem sempre são definidos neste sentido: da actividade real de trabalho para a conceptualização de um “perfil de competências”. E este é também um dos desafios a que nos propomos neste projecto, o de analisar estas competências e a sua evolução, no decurso das trajetórias profissionais destes trabalhadores, e de forma ancorada naquilo que revelam as suas situações concretas de trabalho.

### Como podemos relacionar os resultados do projecto com a oferta formativa a disponibilizar ao sector no médio e longo prazo? Novas formações?

A parceria e diálogo que temos mantido com o Cincork, permitiu-nos fazer uma breve caracterização da oferta formativa no sector. A realidade das empresas de menor dimensão nem sempre parece coberta. Por exemplo, a formação relativa à actividade de brocagem é feita com recurso quase exclusivo à broca semiautomática. Todavia, devido aos desperdícios de matéria-prima que esta máquina acarreta, pela impossibilidade de evitar o furo (para formar a rolha) em partes do traço da cortiça com defeito, algumas empresas optam por manter a broca manual. O que acontece é que os formandos que aprenderam a actividade com brocas semiautomáticas, quando vão para empresas de menor dimensão,

com menos recursos para investimento tecnológico, não têm formação para utilizar a broca manual. Por fim, uma última consideração a apontar relativa à oferta formativa centra-se na questão da formação *on the job* na valorização das competências dos trabalhadores-expert. O debate que tem emergido a partir dos dados que recolhemos prende-se com o reconhecimento dos trabalhadores “peritos” e a caracterização da sua experiência, bem como com a criação de condições para a circulação dos seus saberes-fazer, no seio dos coletivos de trabalho.

### O projecto terá continuidade?

Face à conjuntura actual, aos constrangimentos que se prendem com a crise pandémica e com as características das empresas participantes, foi solicitado já o adiamento do prazo do projecto.

O projecto irá continuar neste sector, mas a nossa expectativa é que a sua metodologia poderá ser, com as devidas adaptações e permeabilidade às singularidades intrínsecas a cada sector de actividade, aplicada em sectores que integram o percurso da cortiça, ou sectores afins, como é o caso do sector de produção da cortiça (sector agro-florestal) ou os sectores vitivinícola ou oleícola, respectivamente. E, para que tal possa acontecer, está previsto que o desenvolvimento do projecto permita: a identificação de invariantes associados à mobilização do dispositivo metodológico concebido e um compromisso de acompanhamento, por parte da equipa de investigação, favorecendo assim a sua discussão no contexto de outras actividades.

### Pode fazer o paralelo do projecto com outros sectores de actividade que tenha estudado?

Já desenvolvi análises de carácter sectorial no âmbito de outros projectos, e de facto a realidade é sempre singular. O sector da cortiça é disso um bom exemplo: a matéria-prima provém de fonte natural e é muito versátil, são muito diver-

sificados os seus usos possíveis, e o seu uso potencial continua a ser explorado.

Mas, há também aspectos que são transversais a outros sectores: por exemplo, o seu forte encastramento territorial - Santa Maria da Feira, no caso do sector da cortiça; o Vale do Ave, no caso do sector têxtil. Para mim, esta dimensão territorial é muito relevante e permite-nos, por um lado, compreender como o trabalho reconfigura o território e, por outro lado, como a intervenção ao nível das condições de trabalho nestes sectores, é também uma medida essencial para a prossecução de objetivos de desenvolvimento local.

### Como vê o sector da cortiça no contexto da Indústria 4.0 (I4.0)?

Das análises que já tivemos oportunidade de realizar em outros contextos de trabalho que não na indústria da cortiça, temos verificado que, em alguns casos, as mudanças tecnológicas são levadas a

cabo com um insuficiente grau de consideração sobre a actividade humana de trabalho, o que acaba por colocar os/as trabalhadores/as perante novas dificuldades. Por exemplo, de entre as consequências que têm vindo a ser destacadas na literatura como estando associadas a modelos de produção I4.0 pode referir-se a percepção por parte dos trabalhadores/as de perda de controlo sobre o processo de trabalho, ou a dificuldade em perceber o funcionamento da tecnologia (em especial quando esta tem um desempenho inesperado).

O modelo de produção I4.0 tem subjacente expectativas sobre a melhoria da produtividade, segurança no trabalho, qualidade e sustentabilidade. Do nosso ponto de vista, a implementação de tal modelo será tanto ou mais consistente com a realidade concreta de trabalho de cada empresa na medida em que for capaz de adoptar uma estratégia centrada na actividade de trabalho.



Liliana Cunha



Daniel Silva



Mariana Macedo

## A EQUIPA DO CORK-IN

A coordenação do projeto CORK-In é assegurada pela investigadora-responsável (IR), Liliana Cunha, doutorada em Psicologia, docente na Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto, na área da Psicologia do Trabalho, e investigadora no Centro de Psicologia da Universidade do Porto. Integra também a equipa, desde o início do projecto, Daniel Silva, investigador do Centro de Psicologia da Universidade do Porto, e que se encontra a realizar o doutoramento em Psicologia do Trabalho. Mais recentemente, foi integrada a investigadora Mariana Macedo. Num momento anterior do projecto, a equipa contou com a participação do investigador Mário Ferreira, nas etapas de recolha de dados numa das empresas. Prevê-se, em breve, ainda a integração de elementos com formação noutros domínios do conhecimento, tendo em vista, nomeadamente, o desenvolvimento de uma análise territorial da actividade no sector.

# “Queremos assegurar a satisfação dos nossos clientes, através da produção de um produto de excelente qualidade”

CARLOS ASCENSO, ADMINISTRADOR DA REGINACORK S.A.

A Reginacork, Indústria de Transformação de Cortiça S.A. é uma empresa de transformação de cortiça e produção de pellets de madeira. Está sediada no Pinhal Novo, perto Lisboa, e iniciaram a produção, em 1994, com oito trabalhadores – hoje contam com 44 colaboradores –, dedicando-se, exclusivamente, à preparação de cortiça amadia. Em 1998, a empresa dá os primeiros passos no processo de trituração de falca e aparas de cortiça (Broken's). Após três anos, iniciam o processo de desactivação do sector de preparação de cortiça e evoluem na produção do produto triturado, dando-se início à produção de granulados de falca cujo destino é a indústria de revestimentos.

Em 2002, a empresa encerra, definitivamente, a sua actividade de preparação de cortiça, dedicando-se aos triturados de cortiça, como produto principal, apostando nos granulados, como produto complementar.

Nos dias de hoje, a empresa produz diferentes tipos de granulado, dependendo das necessidades específicas de cada cliente, sendo

o produto 100 por cento natural, obtido através da moagem dos desperdícios de cortiça.

Do processo de separação por granulometrias é obtida uma vasta gama de produtos de vários calibres e com muitas aplicações como produto final. Os granulados podem ser utilizados, igualmente, como matéria-prima para várias indústrias.

As pellets, a outra aposta da empresa, são um produto biocombustível sólido e 100 por cento natural, produzidas com madeira de pinho com um elevado poder calorífico, e, normalmente, utilizadas em salamandras, recuperadores, fornos, caldeiras e churrasqueiras, hortos, aquários, entre outros).

## A ampliação da empresa

Em 2013, a Reginacork S.A. inicia duas linhas de produção novas, uma de granulado e outra de triturado; no ano seguinte, inaugura mais duas linhas, totalizando quatro linhas a funcionar. Passados três anos, a empresa inicia a instalação de uma nova unidade de fabrico para a produção de pellets de uso industrial e doméstico, com



Granulados de cortiça são a aposta da Reginacork S.A.



Empresa possui quatro linhas de produção

“COMO RESPOSTA À EVOLUÇÃO DO MERCADO E À NECESSIDADE DE INCREMENTO DE MAIS-VALIA NOS PRODUTOS, A EMPRESA EVOLUI NA PRODUÇÃO DOS GRANULADOS, SENDO, ACTUALMENTE, ESTE O SEU PRODUTO PRINCIPAL”

a construção desta unidade de fabrico a empresa entra numa nova área de negócio.

Ao nível da certificação, em 2008, a Reginacork S.A. obteve a certificação do seu sistema de gestão da qualidade, segundo o referencial ISO 9001, tendo apostado, ainda, na certificação Forest Stewardship Council (FSC) e ENPlus e Sustainable Biomass Program (SBP) (ambas para a área das pellets). Segundo Carlos Ascenso, administrador da empresa, o objectivo da empresa é “assegurar a satisfação dos nossos clientes, através da

produção de um produto de excelente qualidade”. E acrescenta: “queremos melhorar continuamente a qualidade dos nossos produtos e serviços, bem como cumprir a regulamentação aplicável aos produtos e melhorar continuamente o Sistema Integrado de Gestão, segundo os normativos nos quais estamos certificados.” Sobre o trabalho que a APCOR tem desenvolvido, o associado refere que: “a associação deve continuar com a linha que tem seguido e que demonstra o bom desempenho da sua actividade.” ●

# Ctcor promove I&D nas escolas

O Centro Tecnológico da Cortiça (Ctcor) é uma das entidades promotoras do projecto "Pense Indústria 4.0". Esta iniciativa visa transmitir aos jovens estudantes uma nova imagem da indústria, associando-a a valores positivos e a um futuro profissional atractivo. Promove uma abordagem criativa que trata os temas relacionados com a indústria e com as profissões relacionadas de forma inovadora. O projecto está assente em quatro pilares de actividades, a saber: sessões de sensibilização com demonstração de tecnologias industriais i4.0; laboratórios de tecnologias i4.0 e visitas de imersão a empresas e centros demonstradores i4.0; concursos de ferramentas digitais i4.0 e empreendedorismo, como o F1 in Schools; e, por último, concurso nacional "Isto é uma Ideia".

Para a actividade de sensibilização, o Ctcor percorreu algumas escolas em Bragança, e outros mais locais, onde levou a sua mais recente engenharia, como o braço robótica, a impressora 3D e o "homem-máquina" (exoesqueleto - dispositivo robótico exterior ao corpo, que permite aumentar a capacidade de carga, mobilidade ou autonomia humanas). Outra actividade a destacar teve que ver com a construção de um carro de Fórmula 1 (F1 in Schools) que levou os concorrentes a uma prova nacional e depois internacional, para a selecção da melhor viatura. A final regional foi ganha pela equipa Falcon Squad e pode ver mais informação do projecto no endereço <https://www.facebook.com/cincorkfalconsquad/>.



**Equipa vencedora da final regional**

O concurso "Isto é uma Ideia" é outro ponto a destacar e está relacionado com a "internet of things". Visa cativar os estudantes a desenvolver uma ideia capaz de evoluir para um negócio rentável, apoiando os concorrentes em todas as fases do projecto. As ideias inovadoras podem sair do papel e passar a ser uma realidade com a construção de protótipos. A equipa regional que irá ao concurso nacional é a "Alestorm", da Eppu Bragança, com a ideia "Concelho Limpo".

A participação das escolas e turmas é gratuita e, até à data, já aderiram mais de 35 mil alunos, mais de mil escolas e mais de 100 empresas. ●



**Carros a concurso no F1 in Schools**

## LIPOR lança Rolhão móvel



A LIPOR e os municípios que lhe estão associados lançaram uma solução inovadora para os resíduos domésticos que não se podem colocar nos ecopontos (papel, plástico e vidro). Chamam-se Ecocentros Móveis e permitem recolher vários objectos, incluindo rolhas de cortiça. No sítio do seu município, os cidadãos podem informar-se sobre quando e onde estará o Ecocentro Móvel mais perto de si. Com este projeto, a LIPOR e os seus municípios pretendem tornar a prática da reciclagem acessível a todos, para que a Economia Circular seja, cada vez mais, uma realidade.

## APCOR apresentou o Cork Empreende aos *European Enterprise Promotion Awards*

A APCOR submeteu o projeto Cork\_Empreende aos European Enterprise Promotion Awards (EEPA) 2021.

Os EEPA são uma iniciativa da Comissão Europeia, alinhada com as prioridades da estratégia Europa 2020, e coordenada, em Portugal, pelo IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação. Este reconhecimento distingue as iniciativas identificadas como boas práticas de promoção empresarial em várias áreas, em função da especificidade do seu contributo para o desenvolvimento económico e o emprego das regiões.

Nesta fase nacional do concurso, o júri atribuiu distinções em seis categorias (Promoção do Espírito do Empreendedorismo, Investimentos nas Competências Empreendedoras, Desenvolvimento do Ambiente Empresarial, Apoio à Transição Digital, Apoio à Internacionalização das Empresas e Empreendedorismo



Responsável e Inclusivo), selecionando, entre todos os projetos candidatos, os dois melhores que irão representar Portugal na grande final europeia dos EEPA, no final do ano.

Portugal tem um historial vencedor na final europeia dos European Enterprise Promotion Awards. Ao longo das 14 edições, Portugal arrecadou já 11 prémios. ●

## Cincork desenvolve porta máscara em cortiça



No âmbito da Presidência Portuguesa do Conselho da União Europeia, o Cincork (Centro de Formação da Indústria de Cortiça) foi convidado, pelo Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP), a desenvolver um produto ilustrativo da cultura de Portugal e fabricado com uma matéria-prima nacional. O objectivo era entregar aos delegados dos diferentes Estados Membros na reunião do Comité de Emprego, que decorreu de 9 a 10 de Março, no Porto. Aproveitando o contexto actual, o centro desenvolveu um porta máscara cirúrgica, não comercializável, e confeccionado a partir de tecido de cortiça natural. Produzido manualmente, é um produto totalmente lavável e higienizável, ecológico, verde, sustentável, socialmente responsável e que contribui fortemente para a redução da pegada ecológica.

# A APCOR esteve em ...

## LISBOA

### Museu da História e Ciência promove encontro sobre Montado

O vice-presidente da APCOR, João Rui Ferreira, participou no evento "O Montado não existe sem Nós", uma iniciativa do Museu Nacional de História Natural e da Ciência, que decorreu no dia 24 de Junho, às 17h00, no canal do youtube da instituição.

O montado surgiu por desbravamento do bosque mediterrânico há cerca de 9000 anos. Foi criado para produzir alimento em zonas semiáridas, estando adaptado a pouca água e a solos pobres, que ajuda a preservar. Este ecossistema oferece resiliência às alterações climáticas e à perda de biodiversidade. Por isso, encontra-se protegido. O montado só existe no Mediterrâneo e, para existir, requer intervenção humana: são o pastoreio e as actividades agrícolas que o mantêm.

### Cortiça é um material amigo do ambiente

O director geral da APCOR, Joaquim Lima, participou num evento que decorreu no dia 21, sobre "Materiais no Ambiente", uma organização da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova, e dirigido, essencialmente, a estudantes da área da engenharia do ambiente e materiais. A iniciativa contou, ainda, com representantes das seguintes instituições: PRIO, da APREN, da ValorSul, da Lipor, e abordou temas como as energias renováveis e a valorização de resíduos.

### Cortiça na Sociedade Civil

O programa Sociedade Civil, na RTP2, convidou o vice-presidente da APCOR, João Rui Ferreira, para falar da importância do So-

breiro - espécie que, desde 2011, é a Árvore Nacional de Portugal. O episódio passou no dia 10 de Junho, mas pode ser consultado em <https://www.rtp.pt/programa/tv/p40024/e108>.

## SANTARÉM

### Cortiça no Fórum da Agricultura

A cortiça marcou presença no Fórum para o Futuro da Agricultura que decorreu a 26 de Maio em Santarém. O vice-presidente da APCOR e secretário-geral da CELiège, João Rui Ferreira, e o presidente da União da Floresta Mediterrânica (UNAC), António Gonçalves Ferreira, abordaram os desafios do montado e da cortiça, no contexto mundial das alterações climáticas e da importância destes ecossistemas para a sustentabilidade do planeta. As intervenções podem ser consultadas em <https://www.forumforagriculture.com/ffa2021-videos/>.

## CORUCHE

### O mercado da cortiça na pós-pandemia

No âmbito da Feira Internacional de Coruche (Ficor), o presidente da APCOR, João Rui Ferreira, participou, no dia 28 de Maio, no webinar "Sobreiro e Cortiça - perspectivas e pós-pandemia", com o tema da cortiça no mercado internacional. Este evento foi organizado pela Associação de Produtores Florestais de Coruche (APFC) e contou com as intervenções de vários colaboradores da associação, do CEO da Amorim Florestal, Paulo Américo, e do presidente da autarquia local, Francisco Oliveira.

## PORTO

### Cortiça e Vinho em debate

O Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (IVDP) convidou o vice-presidente da APCOR, João Rui Ferreira, para uma conversa sobre o vinho (Talk About Wine) que decorreu no dia 29 de Abril e teve como tema "A Cortiça e o Vinho". A conversa foi conduzida por Paulo Russell-Pinto e transmitida em directo no facebook do IVDP, tendo já mais de 1,3 mil visualizações. Pode rever esta conversa em <https://www.facebook.com/VinhosdoDouroedoPorto/videos/502071240933074>.

## EUROPA

### O contributo da cortiça para a Europa

O vice-presidente da APCOR, João Rui Ferreira, participou no "Incredible - Fórum de Políticas: explorando o potencial dos produtos florestais não-lenhosos para a economia verde da Europa". O evento decorreu nos dias 16 e 17 de Março, sendo que a perspectiva do sector da cortiça foi apresentada no dia 16, e pode ser revista em <https://www.youtube.com/watch?v=u00Fb9ZAOrw>. Outros testemunhos sobre a importância do montado e da cortiça para a economia da Europa e as iniciativas desenvolvidas em torno deste tema podem ser consultadas em <https://incredibleforest.net/>.



**INFEIRA**  
Incentivos | Formação | Consultoria



227 419 350



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



geral@infeira.pt

# AICEP lança campanha Made in Portugal *naturally*

A AICEP lançou uma campanha internacional de promoção MADE IN PORTUGAL *naturally* das fileiras Casa e Materiais de Construção. É uma acção de *cross-selling* (promoção cruzada) e que dará a conhecer ao mundo o melhor da oferta de Portugal em matéria de decoração e *lifestyle*. O objectivo desta campanha, totalmente digital, é captar o interesse da procura internacional, dando a conhecer a inovação ancorada na qualidade e tradição dos produtos produzidos em Portugal e a sua oferta de valor diferenciadora.

A activação da campanha acontece, em simultâneo, nos seis principais mercados clientes destas fileiras – Alemanha, Canadá, Espanha, Estados Unidos da América, França e Reino Unido – e vai decorrer durante o ano de 2021. Em Portugal, a campanha foi oficialmente apresentada no dia 24 de Março, numa ses-

são com transmissão em live streaming, a partir do Auditório da AICEP, em Lisboa, com intervenções do secretário de Estado da Internacionalização, Eurico Brillhante Dias e do presidente da AICEP, Luís Castro Henriques. A cortiça é um dos materiais que está presente nesta campanha, quer através da presença no vídeo institucional, acessível em <https://vimeo.com/527880061>, onde o montado e a cortiça surgem logo no início do vídeo e dão mote à história que atravessa os produtos feitos em Portugal. Paralelamente, foi, ainda, lançado um sítio, disponível em <https://www.portugalnaturally.pt/>, onde é possível encontrar um conjunto de elementos promocionais, como um showroom e um banco de imagens, e um directório das empresas destas fileiras para potenciar possíveis negócios com os interessados. ●



Showroom da campanha

## Cortiça em evento FSC



A cortiça esteve presente no evento “A Floresta para além da madeira”, organizado pelo Forest Stewardship Council (FSC), e que teve lugar no dia 01 de Julho. A iniciativa reuniu testemunhos de Portugal e do Brasil, de organizações brasileiras e portuguesas certificadas pelo FSC®, que trabalham com produtos florestais não madeireiros, tendo sido representada, no caso da cortiça, pelo vice-presidente da APCOR, João Rui Ferreira.

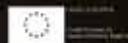
O objectivo do encontro foi promover o debate em torno da produção florestal não madeireira e incentivar as boas práticas do manejo responsável para a manutenção das florestas em pé, além de reforçar que é possível, e completamente viável, aliar produção à conservação das florestas em qualquer lugar do mundo.

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



89% OF WINE SPECTATOR'S 2020 TOP 100  
ARE SEALED WITH CORK

WHAT'S TOPPING YOUR WINE?



[WWW.100PERCENTCORK.ORG](http://WWW.100PERCENTCORK.ORG)

