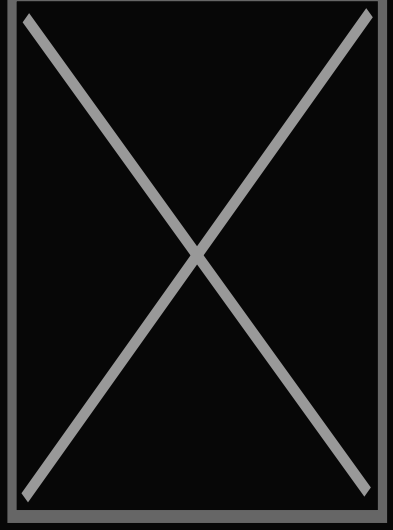
Un bilancio 2017 eccezionale per Amorim Cork Italia

amorim-cork-italia-99d8d3ec

57,8 milioni di euro di fatturato, oltre 561.000.000 di tappi venduti e un aumento del volume d’affari che sfiora i 13 punti percentuali rispetto all’anno precedente: Amorim Cork Italia si è confermata nel 2017 come la prima filiale al mondo per il sughero Amorim, inseguita da quella francese e dalle due aziende statunitensi.

È aumentato il numero di clienti sul territorio nazionale, arrivato a superare le 2.700 cantine, che scelgono le chiusure dell’azienda per la tutela e valorizzazione nei loro vini di un equilibrio d’eccellenza, quello tra il rituale della stappatura e un’avanguardia tecnologica senza pari, capace di restituire un’esperienza sensoriale privilegiata, destinata ai consumatori. Questo è anche il motivo per cui indiscusso protagonista del successo Amorim Cork Italia è stato NDtech, il nuovo tappo, dalla tecnologia unica al mondo, selezionato pezzo per pezzo con un esclusivo sistema di gascromatografia individuale. A seguire grande crescita anche per la richiesta del tappo da spumante, dove il Prosecco rimane il principale destinatario, e il consolidamento della posizione nel mondo delle bollicine classiche (Metodo Classico).

Risultati che hanno portato Amorim Cork Italia a scalare nettamente la classifica delle aziende Top 500 in provincia di Treviso, arrivando nel 2016 al 141° posto. Una grande ricchezza per il territorio italiano, alla luce di una sostenibilità che oltre che economica è sempre più anche sociale e ambientale. Dall’uguaglianza della forza lavoro, con un equo 50% di donne e 50% di uomini, allo sviluppo del progetto ETICO per il recupero e riciclo dei tappi usati, passando attraverso Eticork, iniziativa che valorizza e riconosce le aziende vitivinicole che tutelano l’ambiente con la loro attività, il sostegno al territorio e alla Natura è il valore aggiunto di Amorim Cork Italia, che si dimostra sempre più attenta e sensibile. Una filosofia entrata da anni anche in azienda, con un concetto di Welfare che continua a scommettere sulla formazione dei suoi dipendenti. Dopo il corso di inglese, l’azienda ha messo a disposizione di tutti i collaboratori il corso di 1º livello Sommelier FISAR.



«Il successo Amorim Cork Italia deriva da una nuova consapevolezza nei consumatori – afferma l'a.d. **Carlos Veloso dos Santos** - *i tappi in sughero di nuova generazione hanno virtù tecniche provate da una scienza all'avanguardia, mantengono la piacevolezza dell'esperienza e della ritualità del servizio del vino, ma soprattutto sono l'emblema della sostenibilità ambientale. Oggigiorno molti abusano del termine "green" e "bio", ma i nostri clienti sono sempre più attenti e sensibili, non guardano più e solo al riciclo "a valle", vogliono conoscere tutto il percorso che porta alla realizzazione di un tappo per non rovinare l'ambiente nemmeno "a monte". In entrambi i casi, quindi, la chiusura in sughero è imbattibile».*

Un anno spettacolare che riflette anche quello di Amorim Group Portogallo, le cui vendite hanno superato, per la prima volta, i 700 milioni di euro, con una crescita del 9,4% rispetto allo stesso periodo del 2016, vendendo oltre 5,1 miliardi di tappi in tutto il mondo, considerato che si producono 19,1 miliardi di bottiglie.. Questa crescita è stata, in parte, influenzata dall'integrazione di una grande realtà francese acquisita nel 2017, nello specifico il Gruppo Bourrassé (Bourrassé), la cui attività ha iniziato a consolidarsi a partire dal 1° luglio 2017. Una quota pari, nel settore dei tappi in sughero, al 40% e del 26% se si considera l'intero mercato delle chiusure, comprese pertanto quelle a vite e quelle in plastica: il sughero continua a rafforzare la sua posizione, quindi, perché con tenacia e competenze scientifiche rispetta e conferma la percezione dei consumatori.

Amorim Cork Italia oggi conta ben 77 persone tra 42 professionisti in azienda e 35 agenti della forza vendita. Un successo che di anno in anno si ripete e aumenta esponenzialmente, un risultato anche per questo 2017, che è la somma di tanti fattori e porta l'azienda ad essere reputata il partner più affidabile presente sul mercato.