



CORTIÇA.

CULTURA | NATUREZA | FUTURO

---

Informação à Imprensa – 22 de Outubro de 2015

# InterCork vence dois prémios

Projectos de comunicação da cortiça já receberam 13 galardões

## InterCork vence dois prémios

O InterCork II – Promoção Internacional da Cortiça –, o projecto de comunicação para promover a cortiça nos mercados internacionais, recebeu dois prémios que reconhecem o trabalho de comunicação e marketing levado a cabo no último ano e meio. Este projecto esteve a cargo da Associação Portuguesa da Cortiça (Apcor) e contou com um investimento de 7,3 milhões de euros.

O projecto venceu, em França, o 1º Prémio ‘Campanha de Comunicação B2B’ no ‘Grand Prix Stratégies Publics Relations 2015’. Este prémio é considerado um dos prémios mais prestigiantes naquele país, sendo que a campanha da cortiça foi seleccionada entre mais de 50 campanhas a concurso. As actividades desenvolvidas podem ser consultadas no endereço [www.planeteliege.com/](http://www.planeteliege.com/). De entre as iniciativas realizadas destaca-se um conjunto de entrevistas a grandes senhores do vinho franceses e que assumiram a defesa da cortiça, a saber: Philippe Guigal, da Domaine E. Guigal; Bernard Magrez; Bernard Noblet, da Romanée Conti, entre outros.

Em Portugal, o InterCork II foi distinguido, na passada semana, com o prémio Melhor Campanha de Comunicação, na Categoria Mercados Externos/Institucional, na 3ª edição dos Prémios de Comunicação da Meios & Publicidade. A BrandCook foi a agência responsável pelo desenvolvimento dos suportes de comunicação que serviram para comunicar a cortiça no mundo. Do material comunicacional realizado destaca-se um kit de informação para as caves, um mostruário de rolhas e vários folhetos e brochuras que transmitem os valores da cortiça.

Para o presidente da Apcor, João Rui Ferreira, “a atribuição destes prémios é mais um sinal do reconhecimento de que as campanhas que a associação tem levado a cabo primam pela excelência e que têm permitido comunicar a cortiça de uma forma assinalável nos seus mercados-alvo. É, ainda, a prova que as nossas acções continuam a inovar e a destacar-se no âmbito da comunicação e do marketing e, por isso, continuam a ser galardoadas.”

De registar que os projectos de promoção da cortiça somam, até à data, 13 prémios internacionais e nacionais, na área do marketing e da comunicação. Estes prémios foram atribuídos em diferentes concursos, um pouco por todo o mundo, e assinalam o esforço de levar a mensagem da cortiça aos vários continentes.



## Notas ao editor

### Associação Portuguesa da Cortiça (Apcor)

É a única associação nacional que representa a indústria de transformação da cortiça. Nasceu em 1956, em Santa Maria de Lamas, concelho de Santa Maria da Feira, no coração da indústria da cortiça.

Possui mais de 270 associados, que representam 80 por cento da produção nacional e 85 por cento das exportações de cortiça e que cobrem todos os sub-sectoros da indústria – preparação, transformação e comercialização.

Promover e valorizar a cortiça e os seus produtos, assim como representar e apoiar as empresas do sector nos mais variados domínios são os objectivos da Apcor. Principais áreas de intervenção: Internacionalização; Inovação e Desenvolvimento; Informação; Serviços de Apoio; Qualidade; Contratação Colectiva; e Cooperação Institucional.

### Para mais informações, contacte, por favor:

Joaquim Lima

Tel. 22 747 40 40

E-mail: [realcork@apcor.pt](mailto:realcork@apcor.pt)

[www.apcor.pt](http://www.apcor.pt)

