

San Martino e Giara orgoglio di Sardegna: trionfo al Superior Taste Award di Bruxelles

L'acqua minerale di Codrongianos è l'unica azienda italiana ad aver conquistato le tre stelle per il nono anno consecutivo

È il massimo riconoscimento internazionale di qualità per le eccellenze enogastronomiche



Nella foto da sinistra Pier Mario Simula (comunicazione) e Luca Simula (amministratore)

BRUXELLES. Due acque minerali sarde nell'olimpo delle più grandi eccellenze enogastronomiche internazionali: la San Martino e la Giara conquistano le tre stelle del Superior Taste Award di Bruxelles, il massimo riconoscimento di qualità nel settore agroalimentare, divenendo l'orgoglio del made in Sardinia. Se si potesse fare un paragone calcistico, potremmo

dire che hanno vinto il “pallone d’oro” dei migliori prodotti al mondo per il food e beverage.

Le tre stelle dell’International Taste Institute di Bruxelles, per la San Martino sono ormai una consuetudine da ben nove anni, una costanza nei livelli di qualità che ha permesso all’azienda con sede a Codrongianos di ottenere l’ambito livello “Diamond”. Ed è l’unico marchio italiano ad aver raggiunto un risultato tanto straordinario.

San Martino e Giara sono due realtà contrapposte e complementari. La prima è un’iperminerale frizzante che sgorga effervescente naturale da antichi vulcani del Logudoro. La seconda, imbottigliata a Villasor, è un’oligominerale naturale morbida al palato (entrata da poco a far parte del Gruppo San Martino) che dopo aver mosso i primi passi in campo internazionale si è subito ritrovata tra i giganti.

Con una produzione sempre in ascesa, la San Martino è oggi l’acqua frizzante più consumata nell’isola, e la sua quota di mercato – secondo i dati forniti dalla Nielsen – corrisponde a circa il 45 per cento del totale.

Notevole soddisfazione è stata espresso dai titolari, la famiglia Simula, per questo ennesimo successo che va ad impreziosire il già ricco palmarès “stellare” dell’azienda. «Acqua Giara si conferma un ottimo prodotto, una perfetta compagna complementare di Acqua San Martino – ha affermato Luca Simula, amministratore del gruppo –. Ce lo dimostra ogni giorno il veloce e crescente gradimento riconosciute dai consumatori che ne apprezzano il gusto. Un gusto che gli assaggiatori esperti hanno definito “morbido e gentile sul palato”. Il tutto grazie a un fondamentale contributo del *trade* che in breve tempo ha aperto le porte a questa oligominerale speciale. Sicuramente è stata premiante la scelta del vetro a rendere sia a domicilio (un mercato cresciuto esponenzialmente durante i mesi di *lock-down*), sia nei consumi fuori casa in ristoranti, bar e hotel prestigiosi.

Ringrazio personalmente i partner affezionati che credono in questa nuova avventura e ci affiancano quotidianamente. Questi premi sono anche per loro».

Compiacimento è stato espresso nondimeno da Pier Mario Simula, responsabile della comunicazione: «Sapere che oltre duecento chef e sommelier hanno valutato le nostre acque come eccellenti durante le loro degustazioni “*in cieca*” ci dà una grande carica. Nessuna acqua al mondo ha raggiunto un risultato simile a quello di San Martino negli anni. E Giara è sulla buona strada. La bella notizia coincide con l’arrivo di quest’ultima sul mercato regionale, in un’estate particolare in cui, se è vero che le presenze e i consumi sono ridotti, è altrettanto vero che la ricerca della qualità è in crescita. Possiamo affermare che la nostra massiccia campagna pubblicitaria iniziata a giugno si dimostra vincente. È un orgoglio far parte di un’azienda che con coraggio investe e continuerà a investire per creare nuovi posti di lavoro – conclude Simula – e quindi rafforzare l’identità del comparto alimentare sardo per i consumi locali e per i nuovi mercati. Soprattutto in un momento critico come questo, in cui è fondamentale aiutare l’economia della nostra isola per il presente e per il futuro».

**La San Martino Acque Minerali
lancia la campagna “Io
sanifico”**

Luca Simula: “Impegniamoci tutti e usciremo prima dall'emergenza”

L'azienda ha eseguito un meticoloso intervento di disinfezione ambientale nello stabilimento con sede a Codrongianos e in quello di Villasor dove sono prodotte le etichette Giara e Sandalia

CODRONGIANOS. “Investire in prevenzione per ritornare al più



presto alla normalità, soprattutto ora che riparte il settore della ristorazione in Sardegna”: il gruppo di acque minerali San Martino lancia la campagna “Io sanifico”, un invito a tutte le aziende del territorio a fare la propria parte nella ferma convinzione

che la via più breve per uscire dall'emergenza sanitaria sia quella che passa attraverso l'impegno di ognuno.

L'azienda della famiglia Simula nei giorni scorsi ha messo in campo un meticoloso intervento di sanificazione dei propri stabilimenti, sia per quello di San Martino a Codrongianos, sia per il complesso recentemente acquisito a Villasor dove sono imbottigliate le etichette Giara e Sandalia.

Squadre di specialisti hanno eseguito una disinfezione antibatterica/virucida Covid-19 in tutti gli ambienti, a partire dagli uffici alla sala di imbottigliamento fino ai magazzini, mediante l'utilizzo complementare di diverse tecniche quali l'umidificazione e la saturazione Ulv.

L'intervento è stato certificato in applicazione ai contenuti

della circolare del Ministero della Salute 0005443 del 22 febbraio scorso. Sono stati impiegati disinfettanti classificati come PMC a base di complesso di Pentapotassio Bis (perossidomonosolfato) bis (solfato), ipoclorito di sodio, perossido di idrogeno.

Le operazioni di sanificazione, che andranno ripetute con cadenza periodica, vanno ad aggiungersi ai metodi igienico-sanitari standard eseguiti da sempre in tutti i comparti aziendali. Mentre fin dai primi



giorni della diffusione della pandemia i protocolli standard sono stati adeguati alle nuove norme di sicurezza, con l'utilizzo di guanti, mascherine, tute, stivali ecc. – sostengono i titolari – sia nell'interesse del consumatore finale sia nell'interesse degli operatori, i quali vengono sottoposti quotidianamente a preventiva misurazione della temperatura corporea.

«Tutte queste operazioni costituiscono un impegno di risorse – ha spiegato Luca Simula, amministratore unico – ma rappresentano un investimento utile e necessario che avvantaggerà un più rapido ritorno alla normalità. A ricompensarci per ora, e non poco, è la maggiore tranquillità e la gratitudine espressa da tutto il nostro personale. Vogliamo che questo messaggio possa essere recepito da altre aziende ma anche dai cittadini, nell'auspicio che la battaglia contro il coronavirus si vinca soprattutto tramite la creazione di un circuito virtuoso in grado di “contaminare” in modo sano il senso di responsabilità individuale e collettivo. E questo per arrivare al più presto verso un'isola covid-free appetibile per i viaggiatori e magari, progettare da subito l'allungamento della stagione turistica».