

## Fornitura di 2.500 bottiglie l'anno in Colorado e ad Aspen, la "Cortina" degli Stati Uniti

# Il mirto di Selargius fa l'americano

## La San Martino chiude un accordo per l'esportazione in Usa

► **L'affare chiuso durante il Vinitaly di Verona è l'inizio di un rapporto di collaborazione che farà crescere l'azienda nella zona industriale.**

Da Selargius alle tavole dei "paperoni" statunitensi. Saranno venduti anche ad Aspen, località esclusiva delle montagne del Colorado (l'equivalente in grande della nostra Cortina d'Ampezzo), il mirto e il limoncello prodotti dal liquorificio artigianale "San Martino", che ormai da quattro anni è una realtà ben consolidata della zona industriale sorta a ridosso della 554.

**LA COMMESSA.** Circa 2.500 bottiglie sono pronte a prendere il largo per diversi Stati degli Usa, tra cui il Colorado: una grossa commessa, rispetto agli attuali livelli di produzione dell'azienda, che fa ben sperare per il futuro. «Oltreoceano», spiega Maria Antonietta Piu, titolare dell'azienda assieme al marito e ai figli, «il limoncello è già conosciuto, mentre il mirto non ha ancora fatto breccia. Una diversa gradazione alcolica e l'utilizzo esclusivo di bacche, e non di essenze, è stata la ricetta vincente per ottenere l'apertura di questo importante mercato».

**LE TRATTATIVE.** L'operazione ha avuto come protagonista esclusivamente donne. Al Vinitaly dell'anno scorso, Maria Anto-

nietta Piu è entrata in contatto con un'importante operatrice dell'import-export di vini tra l'Europa e gli Stati Uniti. «Dopo aver provato altri prodotti», spiega l'imprenditrice, «alla fine siamo stati scelti noi. Forse perché tra donne ci s'intende meglio, siamo riuscite fin da subito a creare un rapporto molto collaborativo».

**LE DIFFICOLTÀ.** Gli ostacoli, d'altronde, non sono stati pochi, a iniziare dalla scelta delle bottiglie. Negli Stati Uniti sono richiesti formati di settantacinque centilitri, che da noi solitamente sono utilizzati per i vini, non per i superalcolici. «Abbiamo dovuto studiare tutta la normativa statunitense», prosegue Maria Antonietta Piu, «anche le etichette dovevano rispondere a determinati requisiti. Ad approvarle sono direttamente i governatori: quello del Colorado, tra l'altro, è una donna».

**IL TRASPORTO.** Il problema principale, però, è tutto di casa nostra. «I costi di trasporto sono un grosso handicap, ma per questa commessa abbiamo deciso di farci carico delle spese da qui al porto di Livorno». Pronti a raggiungere l'altra sponda dell'Atlantico sono anche altri prodotti della "San Martino", come i monodose di mirto (piccole confezioni "usa e getta" brevettate), oltre che bagnoschiuma, abbronzanti e doposole con la stessa essenza: tutte novità che hanno già fatto breccia tra i turisti della Costa Smeralda.

**GIOVANNI MANCA DI NISSA**



Lo stabilimento della San Martino nella zona industriale di Selargius [ELISABETTA MESSINA]