



16

ATTIVITA' MARITTIMA

Sabato  
21 Agosto 2004

Boom alla Valle del Marta: in tre mesi 10.000 turisti in visita

# Crociere, affare ben...oliato

L'agriturismo inserito nelle escursioni delle compagnie Usa

«IN TRE MESI le crociere hanno rivoluzionato la nostra azienda, consentendoci di affermarci, al momento, come il primo agriturismo italiano, quanto ad ospitalità dei prodotti». Il titolare della «Valle del Marta», agriturismo sito nel comune di Tarquinia, in località Ponte Marta, al km 93 dell'Autostrada, ha vinto una scommessa importante: «Da maggio», spiega Mario Puscobelli, «abbiamo avviato un secondo sito, i più importanti tour operanti che lavorano con le compagnie crocieristiche che approdano a Civitavecchia. Ci hanno fissato 90 date per ospitare le escursioni dei passeggeri ed il progetto è subito decollato arrivando almeno due settimane al giorno e per la fine dell'anno raggiungeremo le 10.000 visite all'azienda».

Il tour della nave alla Valle del Marta è stato inserito in un pacchetto comprendente anche una visita a Tuscania (o Tarquinia), i turisti fanno scalo tutti americani, vengono portati in pullman fino al personale situato nel vigneto dell'agriturismo e possono, in due ore e mezza, immergersi «in un stile di vita a loro sconosciuto», spiega Puscobelli, «entrando in contatto con tutte le varie fasi della trasformazione dei nostri oltre 90 prodotti, tra liquori, marmellate, olio, miele, vini e biscotti. Sono previste delle degustazioni».

In cento giorni la Valle del Marta è diventata il leader dell'export delle proprie produzioni: «Ci rivolgiamo ai partner di livello mondiale come TUPS - azienda Puscobelli - e ai terminali come arrivati a spedire negli Usa oltre 30 pacchi a settimana. Una quantità di lavoro che ci ha portato a potenziare notevolmente le nostre produzioni, assumendo oltre 4 persone, in pochissimo tempo. E per il prossimo anno le cose dovrebbero andare anche meglio».

**L'INCHIESTA**  
**Un business non per tutti**  
Il PUSCOBELLI nella crociera che lo garantisce, oltre agli operatori portuali che curano il flusso parte del secondo... soprattutto con i cittadini? Abbiamo cercato di fare un giro di aziende sull'isola portuale legata al turismo, portuali da una delle realtà che in pochi mesi ha visto appeso il cartello di "prodotto". Sono un tempo che vive il "Civitavecchia" il business e per chi si impegna, anche chi lavorava...

L'esperimento senza falliti sia riuscito ai tour operanti e nel 2005 prevediamo l'arrivo di 25.000 turisti».

Puscobelli ha colto al volo il decollo del traffico crocieristico a Civitavecchia: «Ho sentito parlare, l'anno scorso, il presidente dell'Autorità Portuale Moschetti e mi sono detto "perché non provare"».

«Perché non provare» o «arrivare tutti questa mattina a...». Siamo riusciti a convincere gli operatori a proporre escursioni con una visita all'azienda ed il resto è venuto da sé, grazie anche alla bontà dei nostri prodotti, che già ci aveva portati ad essere segnalati dal Club Nero Rosso, come azienda modello». Puscobelli si ha aggiunto anche un po' di fantasia, offrendo ai turisti quello che cercano: una mattinata a contatto con uliveti, macchio e frutteti. E' stato anche creato un "moscio dell'olio", allestito in una galleria ferroviaria di circa 100 metri, all'interno dell'azienda, che si estende per circa 40 ettari, di cui 8 di vigneto. «Per gli americani», aggiunge il proprietario, «quando si parla di vino, si parla di Chianti. Non conoscono altri tipi e quando gli illustriamo tutti i processi



- L'AZIENDA**
- 15 addetti (assunte 4 persone da maggio)
  - 40 ettari di superficie (di cui 8 di vigneto)
  - 80 tipi di prodotti (liquori, olio, miele, biscotti ecc)
  - 120 pacchi inviati mensilmente negli Usa
  - 10.000 crocieristi attesi nel 2004
  - 25.000 crocieristi previsti per il 2005

di produzione, con le differenze tra i vari vitigni, sono molto meravigliati». E se si continua, gli i messaggi di ringraziamento via e-mail, una volta che turisti e merce sono a destinazione. E' così che giura, come Suso e Nick Debon, arrivati con l'Adonia, che tornerà in Italia solo per gustare ancora l'olio di oliva della Valle del Marta.

In alto: turisti americani fanno una bagna di olio, vino e marmellate. A fianco: Mario Puscobelli (con la camicia a quadri) brinda con il suo staff. La Valle del Marta (disponibile anche di 20 camere) è molto apprezzata dai civitavecchiesi che vi si recano a pranzo o a cena



Massimiliano Grassi