

saperi > olivo

## Piantare nuovi olivi

Sul numero 8 della rivista *OOF International Magazine*, prossimo ormai ad andare in stampa, troverete un ampio focus sulla nuova tendenza, da parte di alcuni illuminati imprenditori italiani, a investire in oliveti. Obiettivo: colmare il deficit produttivo. Ecco allora **l'intervista a Pasquale Manca, di Olio San Giuliano**, spazzante nelle risposte

[Luigi Caricato](#)



Nel 2016, in occasione dei cento anni dell'azienda, la famiglia Manca ha voluto festeggiare un anniversario così importante piantando ben 100 nuovi ettari di olivi, con il dichiarato proposito di giungere a 500 ettari, se non addirittura superarli.

Per leggere le risposte all'intervista da parte di **Pasquale Manca**, dovete attendere l'uscita del numero 8 di *OOF International Magazine*. È giusto però sapere che l'azienda sarda di Alghero, la Domenico Manca Spa, il cui marchio di riferimento è **Olio San Giuliano**, al momento gestisce direttamente circa 250 ettari di oliveto, ma la loro azienda agricola – un vero modello di efficienza - ha acquisito altri terreni da impiantare che, ad oggi, ammontano, ad ulteriori 120 ettari, mentre, entro il 2019, è previsto l'acquisto di altri 44 ettari.

Il loro progetto si chiama "Novolivo", e di questo leggerete su *OOF International Magazine*. Ma visto che l'intervista porta sempre stimoli nuovi, abbiamo chiesto a Pasquale Manca una sua opinione sullo stato dell'Italia olivicola, considerando il fatto che nel 2016 abbiamo avuto modo di organizzare insieme, proprio ad Alghero, una edizione di Olio Officina

Anteprima. Lo slogan, allora, era avvincente: Fratello Olivo. E è stato un successo che tutti hanno colto. In tanti infatti ebbero modo di riconoscere e apprezzare il coraggio dimostrato dai Manca nell'accettare una visione moderna e più razionale di olivicoltura, proiettata al futuro.

Da qui una domanda che abbiamo posto a Pasquale Manca, sul perché gli italiani abbiano abbandonato, in tutti questi anni, gli oliveti, e sul perché siano ancora oggi poche le imprese che dimostrano di credere nell'olivicoltura, al punto da mettere a dimora nuovi olivi.

## **INTERVISTA A PASQUALE MANCA**

Una Italia  
olivicola  
senza più  
mordente.  
Cosa è  
venuto a  
mancare: la  
determinazio  
ne o una  
visione  
strategica?



“Non abbiamo la presunzione di sapere perché gli Italiani abbiano abbandonato l’olivicoltura, anche se in azienda abbiamo delle idee abbastanza precise in proposito”.

Cioè?

“Il sistema Paese ha sicuramente a che fare con un trend negativo. Le principali motivazioni possono essere riassunte in tre grandi criticità che assillano e mortificano le iniziative imprenditoriali: burocrazia, scarsa propensione all’innovazione in olivicoltura, scarsissima rappresentatività delle varie organizzazioni di categoria”.

### **La burocrazia è il nodo irrisolto dell’Italia...**

“Purtroppo è una criticità ben ricorrente in tutti i settori economici del Paese, e rimane una delle cause principali per cui molti imprenditori non intraprendono nuovi investimenti nelle proprie aziende, e pertanto, anche se non caratteristico del settore, è un elemento disincentivante per molte iniziative”.

### **E oltre alla burocrazia, qual è l’altro fattore negativo?**

“La scarsa propensione all’innovazione riguarda tutta la filiera e tutti i vari stakeholder, non ultimi l’Accademia e il mondo della ricerca, che avrebbero dovuto fare da promotori dell’innovazione mentre, tranne rarissimi casi, non solo non hanno contribuito all’avanzamento in campo ma, addirittura, hanno osteggiato velatamente o apertamente la propensione di molti imprenditori”.

### **È una analisi che non lascia dubbi sulle responsabilità dei vari soggetti...**

“A questi si sono aggiunte le cosiddette rappresentanze dei produttori, che per piccoli tornaconti di bottega hanno dato battaglia ai sistemi di moderna olivicoltura e, infine, gli imprenditori, piccoli, medi e grandi. Questi hanno ritenuto, da una parte, di poter “sopravvivere”, nel vero senso della parola, occupando posizioni di nicchia, e quindi di retroguardia, rispetto a mercati di sbocco, senza pensare che un Paese o un settore si possono permettere di fare anche “la nicchia” se esiste un vero leader di categoria, cosa che non mi risulta esistere nel mondo oleario/olivicolo”.

### **Tutti a esaltare la cosiddetta nicchia, e invece...**

“La tanto promossa nicchia ha portato e porterà inevitabilmente alla scomparsa di molte aziende, e alla ulteriore marginalizzazione della olivicoltura italiana che non sembra saper reagire, a nessun livello, alla costante erosione delle proprie quote di mercato internazionali”.

### **Tutto, di fatto, è rimasto fermo...**

“I grandi imprenditori sono rimasti quelli che erano 30, 40 anni fa, ovvero dei meri confezionatori la cui leva competitiva è sempre più, e sempre solo, il prezzo, con quotidiana perdita di peso nei confronti dei grandi confezionatori spagnoli!

### **E così ci si è resi conto che il mercato è andato in tilt...**

“Sul mercato italiano, nel canale moderno, fatto 100 il fatturato della categoria extravergine, l’85,5% dei volumi è rappresentato da prodotti di origine non italiana. Ed è questa una fonte IRI – Infoscan. Ciò significa che la voglia di italianità non è poi così scontata, al di là dei proclami di chiunque disponga di un proscenio e una platea da cui farsi applaudire. Evidentemente le strategie di comunicazione di alcune organizzazioni agricole non solo non hanno ottenuto alcun risultato ma forse - anzi probabilmente - hanno danneggiato il settore a livello nazionale ed estero, compresi i propri portatori d’interesse”.

### **Il quadro che se ne ricava è fosco...**

“Non c’è convegno o seminario a cui abbia partecipato in cui i vari ‘esperti’ chiamati a dire la loro non parlino del settore in maniera sfavorevole, soffermandosi sulle frodi o le importazioni di oli dall’estero e fornendo sempre una chiave di lettura, sia ai consumatori italiani che stranieri, molto negativa. Gli addetti al settore sanno molto bene che l’olio extra vergine è la categoria più normata e controllata in Italia, con una percentuale di non conformità molto bassa grazie alla professionalità degli enti preposti alla vigilanza. Un atteggiamento più positivo, in cui rientra anche l’investimento in nuovi oliveti, non guasterebbe e, al contrario, potrebbe aggiungere un po’ di luce in fondo ad un tunnel che sta diventando lungo e tortuoso”.

Già, l’aspirazione a intravedere la luce è un traguardo cui tutti puntiamo, ma c’è da chiedersi se sia un traguardo raggiungibile o meno, oggi, in Italia. Portate per ora pazienza, perché quando leggerete l’intervista a Pasquale Manca sul numero 8 di *OOF International Magazine* avrete tutte le risposte per capire se vi sia una strada di uscita dal tunnel in cui

ci siamo perduti.

Nella foto di apertura: Domenico, a sinistra, e Pasquale Manca, padre e figlio, titolari di Olio San Giuliano

[Luigi Caricato](#) - 16-04-2019 - Tutti i diritti riservati

**oliofficina**  
MAGAZINE

Osservatorio sul mondo dell'olio da olive e delle realtà affini

"Olio Officina Magazine" è una testata registrata

presso il Tribunale di Milano, n. 326 del 18 ottobre 2013

Direttore responsabile: Luigi Caricato

Direzione e redazione: Via Giovanni Rasori, 9 - 20145 Milano

Sede legale: Via Francesco Brioschi, 86 - 20141 Milano

ISSN 2611-6359 - Olio Officina Magazine [Sito Web]

Tutti i diritti sono riservati - [Disclaimer](#) - [Privacy](#)

Realizzato da Aerostato - [Newsletter inviate con MailCom](#)