

Le due facce della collaborazione informale. Strategie relazionali e risorse istituzionali al Nord e al Sud del paese¹

Andrea Biagiotti

ECONOMIA SICILIANA

Si presentano i risultati di una indagine condotta dalla Fondazione Res sulla collaborazione fra imprese, evidenziando la congruenza tra la peculiare declinazione assunta dalle collaborazioni informali e le risorse individuate dagli imprenditori nei territori

Introduzione

La Fondazione RES ha condotto un'articolata ricerca sulle imprese siciliane e del resto del paese per studiare la rilevanza e le forme di collaborazione che queste mettono in atto². I risultati hanno mostrato come l'attitudine alla collaborazione, le forme che questa assume, sono significativamente influenzate dal contesto sociale e culturale all'interno del quale le imprese orientano i loro processi produttivi e definiscono le loro strategie competitive. Un aspetto interessante, che in questo contributo si affronta sulla base dei dati raccolti in quella occasione, riguarda il ruolo degli accordi di carattere informale, non supportati da contratti scritti, che pure regolano le relazioni tra le imprese e definiscono importanti ambiti di collaborazione e strutturazione dei processi produttivi. La ricerca sulla collaborazione tra imprese al Nord e al Sud del paese ha offerto un prezioso punto di osservazione su questo fenomeno. Essa ha consentito di associare all'individuazione dei momenti in cui la conduzione delle imprese determinava l'attivazione di una collaborazione esterna (sul terreno della produzione, nel rapporto con mercato, nel reperimento del personale e

1 Una precedente versione di questo saggio è stata presentata al Convegno Nazionale dell'Associazione Italiana di Sociologia – Economia, Lavoro e Organizzazione del 2014, con il titolo “La regolazione dell'economia tra formale e informale”, nella sezione “Istituzioni e sviluppo”. L'autore è ricercatore presso l'Università degli Studi di Messina. E-mail: andrea.biagiotti@unime.it

2 I risultati della ricerca sono presentati nel volume *Collaborare per crescere. La cooperazione tra imprese al Nord e al Sud*, curato da Pier Francesco Asso e Emmanuele Pavolini, uscito per i tipi di Donzelli nel 2014. Un ringraziamento particolare ai coordinatori e al Prof. Trigilia, Presidente della Fondazione RES, per aver consentito l'accesso e l'utilizzo dei dati per il presente contributo.

StrumentiRES - Rivista online della Fondazione RES

Anno VII - n° 1 - Febbraio 2015

complessivamente negli altri nodi strategici della propria attività) uno sforzo di connotazione della natura di tale articolazione inter-organizzativa, proprio con riferimento alla mobilitazione di canali formali, alla presenza di accordi scritti, alla formulazione su base contrattuale dei reciproci impegni, piuttosto che tramite canali e accordi informali.

Come abbiamo precedentemente osservato (Biagiotti, 2014), la rilevazione “forzando” l'impresa a indicare come prevalenti, nella regolazione dei rapporti con i suoi interlocutori, accordi informali o accordi formali, induceva a confrontare due fenomeni che non hanno lo stesso grado di omogeneità interna. In effetti, se il ricorso ad una regolazione formale indica univocamente l'affidamento su contratti che codificano e registrano il contenuto della relazione, la prevalenza di accordi informali segnala la centralità di meccanismi alternativi e complementari ai contratti che possono assumere diverse connotazioni. Gli accordi informali possono infatti coesistere con quelli formali (regolando aspetti non definiti o definibili contrattualmente della collaborazione, soggettivamente considerati prevalenti perché indirizzati a presidiare dimensioni critiche di transazioni complesse), e possono rimandare a forme di economia sommersa basate sulla debole efficacia del controllo pubblico e l'operare di meccanismi di coordinamento (ad esempio su base etnica, comunitaria, etc.) che non prevedono una risoluzione delle controversie nell'area giudiziaria e con gli strumenti del diritto³.

Per quali ragioni la ricerca RES sulla natura degli accordi tra imprese offre, in questa prospettiva, una particolare occasione di approfondimento? I dati raccolti permettono di approfondire alcuni aspetti interessanti rispetto alla condotta delle aziende e al loro rapporto con il territorio. In primo luogo, indagare i rapporti tra imprese là dove gli accordi formali cedono il passo ad altri meccanismi di regolazione significa spingere l'indagine sulle condizioni della collaborazione su un terreno in cui le risorse contestuali, sociali, politiche e culturali, di supporto sono particolarmente critiche e rilevanti. Portando il confronto su una scala macroregionale recuperiamo una quantità sufficientemente ampia di imprese per le quali prevale questo orientamento collaborativo, così da rintracciare le specificità associate alla situazione nel Centro-Nord e nel Mezzogiorno del paese.

In secondo luogo, su questo terreno particolarmente critico è interessante esplorare come il ricorso ad accordi informali si associ a orientamenti produttivi e competitivi diversi sul piano relazionale, *in primis* per quanto riguarda l'orientamento temporale delle collaborazioni, ma anche le origini, la struttura e l'estensione delle stesse. In particolare, la presenza di collaborazioni informali di lunga durata lascia ipotizzare un orientamento produttivo basato su relazioni più ricche e processi

³ Tra i principali contributi che inquadrano il tema dell'economia informale nella dimensione territoriale e “comunitaria” in senso lato, si rimanda a Bagnasco, 1999; Burrone e Crouch, 1008, Portes e Haller, 2005, Trigilia, 2009; per una più ampia trattazione del fenomeno a Bagnasco, 1986; Bellanca, 2008; Losby *et al.*, 2002; Portes *et al.*, 1989.

produttivi più attenti alla valorizzazione delle conoscenze tacite e delle competenze organizzative che eccedono i confini dell'azienda, alla gestione delle criticità e della complessità di produzioni più attente alla qualità e alla sofisticazione dei prodotti. Viceversa, collaborazioni informali di breve periodo suggeriscono uno sfruttamento delle opportunità conseguenti ad una rinegoziazione delle relazioni guidata dalla ricerca di condizioni di convenienza immediate, che possono tradursi in una maggior competitività in termini di costi, ma escludono un investimento relazionale duraturo e strategico. Queste due manifestazioni della collaborazione informale, che possiamo definire *offensiva* nel caso in cui miri a costruire e consolidare relazioni che sostengono la strategia dell'azienda, e *difensiva* nel momento in cui genera vantaggi competitivi grazie alla fragilità e reversibilità delle relazioni, appaiono associate a condizioni contestuali di supporto differenziate, condizioni che complessivamente rimandano alla cornice istituzionale dei territori in cui le imprese definiscono i loro orientamenti.

E' questo il terzo aspetto che la ricerca RES permette di esplorare in maniera originale: è possibile rintracciare una congruenza tra le differenze consistenti che in termini di dotazione di beni pubblici, di capitale sociale, di sostegno istituzionale, sono disponibili tra queste due aree del paese e il tipo di strategia collaborativa messa in atto dalle imprese? La rilevazione ha permesso una lettura "interna" di queste differenze⁴, rivelando il punto di vista delle imprese sulle opportunità e i limiti del contesto in cui operano, in termini di efficienza amministrativa, di protagonismo delle organizzazioni che contano sul terreno economico, di rilevanza dei diversi ambiti sociali nell'intraprendere, modulare e plasmare le reti collaborative nella maniera considerata più efficace.

Collaborazioni informali, relazioni sociali e risorse istituzionali dei territori

Le caratteristiche delle collaborazioni informali tre imprese

La rilevazione sui processi di collaborazione tra le imprese italiane appartenenti a diversi territori ha permesso di raccogliere alcune interessanti informazioni⁵. In primo luogo, la percentuale di imprese

4 Per un quadro complessivo si rimanda a Cersosimo e Nisticò, 2013 e Trigilia 2012. Sulle differenze interne allo stesso Mezzogiorno, che qui non si esplorano esclusivamente per la struttura del campione, si segnala Faraoni 2012.

5 I dati utilizzati provengono dall'indagine condotta dalla Fondazione Res nell'anno 2013, indagine che ha coinvolto 644 imprese del settore agricolo e agroindustriale, della manifattura e del turismo (per ulteriori informazioni sulla struttura del campione e sulla rilevazione si rimanda a *Appendice. Fonti e metodologia*, in Asso e Pavolini, 2014). Il presente contributo prende le mosse dalla comparazione dei 311 casi del Centro Nord con i 333 del Mezzogiorno, approfondendo le caratteristiche delle imprese che hanno dichiarato essere prevalente, nella loro attività produttiva, una regolazione informale delle relazioni con altre aziende.

che dichiara di attivare una forma di collaborazione è superiore, ma non di molto, al Centro-Nord (72,3%), rispetto a quanto ritroviamo nel Mezzogiorno (68,5%). In secondo luogo, il rapporto tra imprese prevalentemente orientate a relazioni informali o formali appare leggermente diseguale nelle due aree del paese: sono connotati come prevalentemente informali gli accordi del 44,6% delle imprese del Centro Nord, contro il 52,5% tra le imprese del Mezzogiorno. Questa differenza, se da un lato è coerente con la rappresentazione del Mezzogiorno come fortemente connotato da attività economiche sommerse, dall'altro non presenza un'ampiezza straordinaria.

E' plausibile che attività informali, per quando di diverso orientamento e sostenute da un differente contesto istituzionale, siano "catturate" dall'indagine e messe a confronto riducendo l'ampiezza dello scarto in questo fenomeno. Nei limiti delle informazioni disponibili, possiamo avvalorare questa tesi considerando, da un lato, le diverse caratteristiche delle pratiche collaborative messe in atto, dall'altro il diverso inserimento di queste pratiche nei rispettivi contesti sociali.

Un primo aspetto molto importante per distinguere il tipo di strategia produttiva che le imprese mettono in atto all'interno della cornice di relazioni informali che hanno instaurato, è rappresentato dall'*orientamento temporale delle collaborazioni* (Biagiotti, 2014). Nel complesso delle imprese, quelle orientate prevalentemente al breve periodo sono più presenti nel Mezzogiorno (61,8% contro 50,2%). Il dato di una tendenziale prevalenza di relazioni informali e di relazioni orientate nel breve periodo nei territori meridionali appare ulteriormente rafforzato se confrontiamo l'orientamento temporale delle collaborazioni basate su relazioni informali nei due territori. Quelle di breve periodo continuano ad essere una netta maggioranza nel Mezzogiorno (60,2%), ma scendono al 39,8% nel Centro-Nord. Uno scarto di circa venti punti percentuali divide le imprese dei due gruppi e le colloca su posizioni significativamente diverse, suggerendo di esplorare ulteriormente gli orientamenti delle imprese che, nei due territori, dichiarano relazioni prevalentemente di carattere informale ma con orientamenti temporali diversi.

Vediamo, in secondo luogo, come l'attivazione di collaborazioni di carattere prevalentemente informale ci associ alla *partecipazione a forme di aggregazione formale* tra imprese (consorzi, reti, associazioni temporanee di imprese). Dato che le due condizioni non sono mutualmente esclusive è particolarmente interessante verificare la presenza di una diversa declinazione del fenomeno nei due territori. I dati, in effetti, mostrano che quasi un quarto delle imprese centro-settentrionali, che pure qualificano come prevalentemente informali le collaborazioni produttive in cui si inseriscono, partecipano anche a queste esperienze formalizzate di aggregazione. La percentuale è di quasi dieci punti percentuali inferiore tra le imprese meridionali, suggerendo così una marginalità più marcata

di questi comportamenti. La tabella 1 rivela poi come la mancata partecipazione a questi strumenti di supporto alla collaborazione si concentri in maniera decisa tra le imprese meridionali che pur collaborando in maniera informale, hanno un orizzonte di breve periodo. Lo scarto, rispetto anche alle altre imprese meridionali, supera qui i dieci punti percentuali.

Tab. 1- Partecipazione ad aggregazioni di imprese	Perc.	v.a.
Imprese centro-settentrionali	24,5%	23
<i>Di cui</i>	<i>Orientate al breve periodo</i>	<i>10</i>
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	<i>13</i>
Imprese meridionali	15,9%	18
<i>Di cui</i>	<i>Orientate al breve periodo</i>	<i>8</i>
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	<i>10</i>

Fonte: Indagine RES

Possiamo esplorare, in terzo luogo, l'atteggiamento collaborativo delle imprese che hanno relazioni prevalentemente informali con riferimento ai propri clienti, verificando la presenza di clienti con cui si hanno *legami commerciali importanti e duraturi*. Queste relazioni sono diffuse tra le imprese – confermando che la presenza di un'attitudine alla collaborazione a monte spesso si associa con una attitudine alla collaborazione a valle (Biagiotti, 2014) – e appaiono leggermente più presenti tra le imprese centro-settentrionali (72,3% contro 65,5%). La tabella 2 rivela, inoltre, come siano le imprese settentrionali orientate al lungo periodo a collocarsi in maniera veramente decisa (quasi all'ottanta per cento) in questa struttura di relazioni, che pure è diffusa tra la maggioranza delle imprese che collaborano informalmente.

Tab. 2 - Legami commerciali importanti e duraturi con i clienti	Perc.	v.a.
Imprese centro-settentrionali	72,3%	68
<i>Di cui</i>	<i>Orientate al breve periodo</i>	<i>25</i>
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	<i>43</i>
Imprese meridionali	65,5%	74
<i>Di cui</i>	<i>Orientate al breve periodo</i>	<i>46</i>
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	<i>28</i>

Fonte: Indagine RES

Vediamo infine l'*ampiezza delle reti di collaborazione* delle imprese orientate alle collaborazioni informali nei due territori: la proporzione di imprese che ha più di cinque collaboratori non appare significativamente dissimile tra i due territori (poco più della metà). La tabella 3 mostra come la diffusione di reti numerose sia però massima tra le imprese orientate al breve periodo del Centro-

StrumentiRES - Rivista online della Fondazione RES

Anno VII - n° 1 - Febbraio 2015

Nord e minima tra quelle orientate al breve periodo del Mezzogiorno, con quattordici punti percentuali di scarto.

Tab. 3 - Reti estese (oltre cinque partner) per le collaborazioni	Perc.	v.a.
... in generale		
Imprese centro-settentrionali	57,7%	45
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	64,5%	20
<i>Orientate al lungo periodo</i>	53,2%	25
Imprese meridionali	51,8%	43
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	50,0%	23
<i>Orientate al lungo periodo</i>	54,1%	20
... stabili		
Imprese centro-settentrionali	53,3%	40
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	53,3%	16
<i>Orientate al lungo periodo</i>	53,3%	24
Imprese meridionali	43,4%	33
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	39,0%	16
<i>Orientate al lungo periodo</i>	48,6%	17

Fonte: Indagine RES

Spostando l'attenzione sulle sole collaborazioni stabili, queste coinvolgono più di cinque soggetti in poco più della metà delle imprese centro-settentrionali, circa dieci punti percentuali in più rispetto alle imprese meridionali. La tabella 3 mostra che relazioni più rade, dal punto di vista della numerosità degli interlocutori, sono particolarmente presenti tra le imprese meridionali orientate al breve periodo: qui raggiungono il 60%, circa quindici punti percentuali in più rispetto al corrispettivo centro-settentrionale. Se da un lato è comprensibile che l'orientamento verso collaborazioni di breve periodo si associ meno ad ampie reti di collaborazioni stabili, il confronto con la situazione delle analoghe imprese centro-settentrionali rafforza l'impressione di una composizione delle reti caratterizzata da una minor capacità di coinvolgimento di altri soggetti. Complessivamente, è tra le imprese meridionali orientate al breve periodo che più frequentemente riscontriamo reti di relazioni di dimensioni modeste, non solo, come è prevedibile, per quanto attiene alle relazioni stabili, ma anche con riferimento alle relazioni in generale, indicando presumibilmente un peculiare fattore di debolezza di questi soggetti.

Relazioni economiche e contesti sociali

Un aspetto importante per comprendere il diverso profilo delle reti collaborative attivate è rappresentato dalla loro origine, o meglio dal peso che diversi contesti giocano nell'originare relazioni che possano essere proficuamente utilizzate per affrontare alcune delle attività chiave delle aziende. In questo paragrafo concentreremo la nostra attenzione su tre ambiti in cui la disponibilità di reti di relazione può favorire l'attività dell'impresa: la valutazione di partner economici in quanto potenziali interlocutori per future collaborazioni, il reclutamento del personale da impiegare e il reperimento e la valutazione dell'affidabilità dei potenziali clienti. Per ciascuna di queste aree cercheremo di verificare la diversa importanza dei due principali canali di costruzione delle relazioni che sono stati mobilitati, ovvero l'*ambito amicale e parentale* e quello del *tessuto economico* in cui trovano ad operare.

Una prima dimensione da esplorare è dunque rappresentata dai canali che, affiancandosi alla conoscenza diretta da parte del titolare, vengono utilizzati per *valutare le imprese che potenzialmente possono essere coinvolte in collaborazioni* sul terreno economico. I dati riportati nella tabella 4 mostrano come il canale rappresentato da amici e parenti sia considerato come importante da più della metà delle imprese, ma senza significative differenze tra i territori.

Tab. 4 - Valutazione dei potenziali collaboratori tramite...	Perc.	v.a.
... partner economici "di fiducia"		
Imprese centro-settentrionali	89,4%	84
<i>Di cui</i>		
<i>Orientate al breve periodo</i>	87,5%	35
<i>Orientate al lungo periodo</i>	90,7%	49
Imprese meridionali	77,9%	88
<i>Di cui</i>		
<i>Orientate al breve periodo</i>	73,5%	50
<i>Orientate al lungo periodo</i>	84,4%	38
... amici e parenti		
Imprese centro-settentrionali	60,2%	59
<i>Di cui</i>		
<i>Orientate al breve periodo</i>	55,0%	22
<i>Orientate al lungo periodo</i>	68,5%	37
Imprese meridionali	62,8%	71
<i>Di cui</i>		
<i>Orientate al breve periodo</i>	58,8%	40
<i>Orientate al lungo periodo</i>	68,9%	31

Il profilo tende a differenziarsi se consideriamo il riferimento alla valutazione di altri interlocutori economici (clienti e fornitori) "di fiducia". In questo caso le imprese meridionali, specie orientate al breve periodo, mostrano di fare meno affidamento su un'infrastruttura relazionale che integri la valutazione soggettiva dell'imprenditore mentre, nelle aree centro-settentrionali, e in massima

misura tra chi ha un orientamento alla collaborazione di lungo periodo, questa risorsa viene utilizzata integrando le risorse conoscitive individuali. E' interessante notare come l'orientamento temporale delle collaborazioni si associ, specie nel Mezzogiorno, alla disponibilità di questa risorsa. In pratica le imprese coinvolte in collaborazioni di lungo periodo, che presumibilmente dispongono anche sul terreno economico di partner affidabili, fanno affidamento su questo canale in una percentuale non molto inferiore a quanto riscontriamo tra le imprese centro-settentrionali. Lo scarto nel Mezzogiorno si fa più consistente per le (più diffuse) imprese coinvolte in relazioni collaborative di breve periodo. Ferma restando l'importanza di questo canale, sembra che la bassa stabilità delle relazioni collaborative nel contesto meridionale si riverberi sulla minor disponibilità di interlocutori per presidiare questo ambito di attività, come rivelano i quasi venti punti di scarto dalle imprese centro settentrionali orientate al lungo periodo e che cumulano il vantaggio di una rete collaborativa affidabile con un contesto territoriale che sembra favorire tutte le imprese. Questo diverso profilo si accentua se facciamo riferimento ai canali attivati per il *reperimento del personale* da assumere. Come mostra la tabella 5 le imprese meridionali mostrano un orientamento verso canali di reclutamento esclusivamente informali in misura decisamente superiore alle altre. La tabella mostra poi come il ricorso a iniziative dedicate (scuole professionali, agenzie per l'impiego, etc.) sia residuale nel Mezzogiorno, mentre occupa un ruolo importante per le imprese centro-settentrionali; canali parentali o amicali svolgono invece un ruolo inverso nei due territori.

Tab. 5- Reclutamento dei dipendenti attraverso...	Perc.	v.a.
... canali esclusivamente informali		
Imprese centro-settentrionali	42,2%	38
<i>Di cui</i>		
	<i>Orientate al breve periodo</i>	36,8%
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	46,2%
Imprese meridionali	61,2%	63
<i>Di cui</i>		
	<i>Orientate al breve periodo</i>	67,2%
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	59,5%
... organizzazioni specializzate		
Imprese centro-settentrionali	31,9%	30
<i>Di cui</i>		
	<i>Orientate al breve periodo</i>	37,5%
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	27,8%
Imprese meridionali	8,8%	10
<i>Di cui</i>		
	<i>Orientate al breve periodo</i>	8,8%
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	8,8%
... amici e parenti		
Imprese centro-settentrionali	9,2%	9
<i>Di cui</i>		
	<i>Orientate al breve periodo</i>	5,0%
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	13,0%
Imprese meridionali	32,7%	37

<i>Di cui</i>	<i>Orientate al breve periodo</i>	26,5%	18
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	42,2%	19

Fonte: Indagine RES

Il quadro che emerge sembra suggerire che il tipo di intermediazioni attivate sia decisamente condizionato dalla struttura delle opportunità presente alle imprese. In particolare, per le imprese meridionali sembra più difficile la strada della combinazione di risorse relazionali formali e informali dirette a interfacciarsi col mercato del lavoro. Le organizzazioni specializzate hanno per loro un ruolo residuale, mentre il canale amicale e parentale presenta uno spiccato protagonismo tra le imprese orientate alla collaborazione di lungo periodo. Queste ultime, che già avevano segnalato un diffuso ricorso a questo ambito nella valutazione dei potenziali partner, sembrano confermare la centralità di questo terreno collaborativo, stavolta con riferimento alle assunzioni. Per le altre – le imprese meridionali coinvolte in collaborazioni di breve periodo – la debole integrazione in reti collaborative anche costruite su questo terreno, già emersa per la valutazione dei potenziali partner, trova una più marcata conferma: il debole protagonismo delle iniziative intenzionalmente indirizzate a facilitare la relazione col mercato del lavoro si affianca alla debole disponibilità di risorse relazionali generate dal contesto amicale e parentale.

La terza dimensione che prendiamo in considerazione è rappresentata dai *clienti* e dai principali canali attivati per valutare la loro affidabilità. E' interessante notare come la gran parte delle imprese si rivolga a canali di carattere esclusivamente formale o informale. Una soluzione mista è adottata da meno del dieci per cento delle imprese (sia totali che dei quattro sottogruppi considerati). Le imprese che ricorrono a canali esclusivamente informali sono circa il quaranta per cento. Relazioni standard e impersonali con i clienti, come mostra la tabella 6, sono relativamente più diffuse tra le imprese meridionali che sul terreno produttivo collaborano con un orizzonte temporale di breve periodo.

Tab. 6 - Reperimento dei clienti tramite canali esclusivamente informali		Perc.	v.a.
Imprese centro-settentrionali		46,1%	41
<i>Di cui</i>	<i>Orientate al breve periodo</i>	47,4%	18
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	42,6%	23
Imprese meridionali		40,6%	41
<i>Di cui</i>	<i>Orientate al breve periodo</i>	38,7%	24
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	43,6%	17

Fonte: Indagine RES

StrumentiRES - Rivista online della Fondazione RES

Anno VII - n° 1 - Febbraio 2015

Spostando l'attenzione sulle reti di relazioni a disposizione dell'imprenditore per valutare l'affidabilità dei potenziali clienti, in questo caso possiamo confrontare il peso dell'ambito amicale e parentale da un lato, e delle collaborazioni economiche dall'altro, nell'offrire delle risorse per integrare la propria valutazione diretta e individuale dell'affidabilità dei potenziali clienti. La tabella 7 mostra come la rete dei partner economici risulta molto importante per entrambi gli aggregati di imprese. Il principale tratto distintivo è rappresentato dalle relazioni amicali e parentali che tra le imprese operanti nelle aree centro-settentrionali sono decisamente meno diffuse che tra quelle meridionali. Lo scarto è soprattutto tra le imprese orientate a collaborare nel lungo periodo nei due territori: si può ipotizzare che questo tipo di legami, che hanno carattere preminentemente extra-economico, svolgano una funzione di stabilizzazione delle relazioni che abilita le imprese meridionali ad allungare l'orizzonte temporale delle collaborazioni, in misura decisamente superiore a quanto debbano fare le imprese centro-settentrionali.

Tab. 7- Valutazione dei potenziali clienti tramite	Perc.	v.a.
... partner economici "di fiducia"		
Imprese centro-settentrionali	83,0%	78
<i>Di cui</i>		
<i>Orientate al breve periodo</i>	80,0%	32
<i>Orientate al lungo periodo</i>	85,2%	46
Imprese meridionali	83,1%	94
<i>Di cui</i>		
<i>Orientate al breve periodo</i>	80,9%	55
<i>Orientate al lungo periodo</i>	86,7%	39
... amici e parenti		
Imprese centro-settentrionali	47,9%	45
<i>Di cui</i>		
<i>Orientate al breve periodo</i>	47,5%	19
<i>Orientate al lungo periodo</i>	48,1%	26
Imprese meridionali	67,3%	76
<i>Di cui</i>		
<i>Orientate al breve periodo</i>	63,2%	43
<i>Orientate al lungo periodo</i>	73,3%	33

Fonte: Indagine RES

E' interessante notare il diverso sviluppo nell'uso delle reti da parte delle imprese dei due contesti in relazione a problemi simili, ma in effetti distinti e complementari, nella relazione con il mercato del lavoro. Da un lato, il reperimento dei clienti, che configura un problema più legato alla circolazione delle informazioni, rivela che le imprese meridionali, per la struttura meno estesa e più contenuta dell'ambito amicale e parentale delle loro relazioni, devono fare più affidamento sui canali formali – specie quando hanno un orientamento di breve periodo e reti, come abbiamo visto, maggiormente connotate in questo senso. Dall'altro, quando si tratta di valutare criticamente le informazioni, la disponibilità di collaboratori, che sappiamo essere un prerequisito nella definizione dei due gruppi,

StrumentiRES - Rivista online della Fondazione RES

Anno VII - n° 1 - Febbraio 2015

viene giocata amplissimamente dalle imprese di entrambi i territori. Se questo secondo dato non ci dà la misura delle diverse potenzialità delle reti attivate - che possiamo presumere dipendano dal profilo strutturale analizzato nel precedente paragrafo -, è certamente significativo che le imprese centro-settentrionali diano uno spazio comparativamente molto superiore alle relazioni costruite in ambito prettamente economico. Per le imprese del Mezzogiorno la questione è allora quella della possibilità di integrare, tramite relazioni originate nel tessuto amicale e parentale, i limiti che le reti prettamente economiche presentano in quest'opera di valutazione. Come vediamo, la disponibilità di questa risorsa integrativa appare per altro differenziata tra le imprese meridionali: è maggiore per le imprese con un orientamento collaborativo di lungo periodo (confermando un circolo virtuoso nella capacità di costruire relazioni valorizzabili sul terreno dell'attività economica) e minore per le altre che, come abbiamo notato, già si muovono più frequentemente su un terreno di relazioni maggiormente codificato e più impersonale con la loro clientela.

Strategie relazionali e supporto istituzionale

L'analisi precedente ha mostrato come per le imprese orientate ad una collaborazione preminentemente basata su accordi informali la costruzione delle reti utili alla conduzione delle proprie attività sia plasmata dalle risorse relazionali che queste riescono ad attivare nei territori in cui si collocano, forgiando configurazioni che hanno una specifica diffusione all'interno dei diversi contesti. Orientarsi nella costruzione di reti valorizzando determinate risorse relazionali, organizzative e istituzionale implica una lettura delle potenzialità complessivamente disponibili nell'ambiente in cui si opera, procedendo ad una attivazione selettiva anche in funzione dei diversi orientamenti competitivi adottati.

Nella prospettiva di rilevare la diversa lettura di queste risorse nei territori considerati, prenderemo in primo luogo in considerazione la *valutazione dei principali soggetti a cui imputare la qualità complessiva dell'ambiente* in cui le imprese operano. Esiste una significativa differenza rispetto alla fiducia espressa verso le organizzazioni rilevanti nel determinare il contesto in cui le imprese si trovano a operare? Le tabelle 8 e 9 mostrano come il giudizio su queste istituzioni sia significativamente articolato e come, considerando la collocazione territoriale, si definisca un quadro decisamente differenziato nell'atteggiamento delle imprese, che in molti casi accentua ulteriormente la sua differenziazione considerando l'orientamento temporale delle collaborazioni.

Tab. 8 - Esprime fiducia verso...	Perc.	v.a.
... forze dell'ordine		
Imprese centro-settentrionali	69,1%	65
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	62,5%	25
<i>Orientate al lungo periodo</i>	74,1%	40
Imprese meridionali	65,6%	74
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	66,2%	45
<i>Orientate al lungo periodo</i>	64,4%	29
... magistratura		
Imprese centro-settentrionali	45,7%	40
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	50,0%	20
<i>Orientate al lungo periodo</i>	42,6%	23
Imprese meridionali	35,4%	40
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	41,2%	28
<i>Orientate al lungo periodo</i>	26,7%	12
... amministrazione regionale e locale		
Imprese centro-settentrionali	47,9%	45
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	40,0%	16
<i>Orientate al lungo periodo</i>	53,7%	29
Imprese meridionali	32,7%	37
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	35,3%	24
<i>Orientate al lungo periodo</i>	28,9%	13

Fonte: Indagine RES

La tabella 8 mostra come le forze dell'ordine siano un'istituzione verso la quale una decisa maggioranza degli imprenditori esprime la propria fiducia. Verso gli altri attori che svolgono una funzione pubblica – magistratura e amministrazioni locali - la fiducia degli imprenditori è meno diffusa. Per altro, l'inefficienza dei servizi pubblici locali, che certo rimanda anche al ruolo delle amministrazioni locali, è considerata un freno allo sviluppo del territorio dal 56,4% delle imprese centro-settentrionali e dal più robusto 68,1% di quelle del Mezzogiorno. L'insoddisfazione verso amministrazioni locali e magistratura è in effetti più presente tra le imprese meridionali: mentre tra le centro-settentrionali il giudizio positivo sfiora la metà dei rispondenti, solo un terzo delle imprese meridionali esprime un analogo atteggiamento verso queste istituzioni. Sono, per altro, soprattutto le imprese meridionali orientate a una collaborazione di lungo periodo ad esprimere più massicciamente un atteggiamento di sfiducia, per entrambe queste istituzioni.

TAB. 9 - Esprime fiducia verso...	Perc.	v.a.
... associazioni di categoria		
Imprese centro-settentrionali	56,4%	53
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	55,0%	22
<i>Orientate al lungo periodo</i>	57,4%	31
Imprese meridionali	45,1%	51
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	47,1%	32
<i>Orientate al lungo periodo</i>	42,2%	19
... Camera di Commercio		
Imprese centro-settentrionali	53,2%	50
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	50,0%	20
<i>Orientate al lungo periodo</i>	55,6%	30
Imprese meridionali	46,9%	53
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	50,0%	34
<i>Orientate al lungo periodo</i>	42,2%	19

Fonte: Indagine RES

La tabella 9 mostra l'orientamento delle imprese verso organizzazioni più direttamente legate al mondo economico: le associazioni di categoria e la Camera di commercio. Anche in questo caso rileviamo atteggiamenti divergenti nel giudizio in funzione dell'appartenenza territoriale. In particolare, per le associazioni di categoria la fiducia tra gli imprenditori meridionali appare contenuta e la sua diffusione è di dieci punti percentuali inferiore a quanto riscontriamo tra le imprese centro-settentrionali. L'utilità del ricorso alle associazioni di categoria, anche per funzioni strumentali di disbrigo delle pratiche, è per altro confermata dal 64,9% delle imprese centro-settentrionali, ma solo dal 44,2% di quelle meridionali. Anche in questo caso l'orientamento alla collaborazione di lungo periodo si accompagna ad una maggior sensibilità verso questo aspetto dell'ambiente in cui le aziende operano spingendo, nel giudizio, ad una più accentuata polarizzazione. La tabella mostra in effetti come la diffusione della fiducia verso questi due attori, tra le imprese meridionali orientate alla collaborazione di lungo periodo, raggiunga livelli minimi. E' del resto interessante notare come le imprese che condividono questo orientamento nella collaborazione tendono a polarizzarsi maggiormente proprio quando si tratta di esprimere fiducia verso organizzazioni "vicine" (amministrazioni locali, associazioni di categoria e Camera di commercio, meno dipendenti dal controllo centrale del sistema giudiziario e dell'ordine pubblico): qui i giudizi delle imprese centro-settentrionali sono i più diffusamente favorevoli, quelli delle imprese meridionali i più frequentemente negativi.

StrumentiRES - Rivista online della Fondazione RES

Anno VII - n° 1 - Febbraio 2015

Un secondo terreno su cui analizzare gli elementi della percezione del contesto suscettibili di influenzare le strategie relazionali e collaborative messe in atto dalle imprese è rappresentato dalla visione e dalla *fiducia riposta dai titolari nei confronti degli altri imprenditori* e, in generale, delle altre persone. Come mostra la tabella 10, un atteggiamento fiducioso verso gli altri imprenditori e verso il prossimo in generale è dichiarato con una frequenza veramente elevata, sia in assoluto, sia in confronto a quanto registrato nei confronti degli attori istituzionali.

Tab. 10 - Esprime fiducia verso	Perc.	v.a.
... gli altri imprenditori della zona		
Imprese centro-settentrionali	87,2%	82
<i>Di cui</i>	<i>Orientate al breve periodo</i>	33
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	49
Imprese meridionali	76,1%	86
<i>Di cui</i>	<i>Orientate al breve periodo</i>	52
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	34
... gli altri imprenditori del settore		
Imprese centro-settentrionali	86,2%	81
<i>Di cui</i>	<i>Orientate al breve periodo</i>	34
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	47
Imprese meridionali	80,5%	91
<i>Di cui</i>	<i>Orientate al breve periodo</i>	53
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	38
... la maggior parte delle persone		
Imprese centro-settentrionali	78,7%	74
<i>Di cui</i>	<i>Orientate al breve periodo</i>	34
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	40
Imprese meridionali	70,8%	80
<i>Di cui</i>	<i>Orientate al breve periodo</i>	50
	<i>Orientate al lungo periodo</i>	30

Fonte: Indagine RES

Per quanto la diffusione della fiducia sia decisamente elevata, alcune qualificazioni possono essere fatte considerando le differenze associate alla collocazione territoriale delle imprese. Il giudizio positivo sull'affidabilità degli imprenditori della zona è quello che maggiormente distanzia le imprese dei due gruppi, essendo condiviso da circa il 10% in meno di quelle meridionali. Ma sono soprattutto le imprese orientate alla collaborazione di lungo periodo ad esprimere una maggiore sensibilità alla qualità dell'ambiente economico e sociale in cui operano, portando ad una divaricazione delle valutazioni. Colpisce così che la fiducia più diffusa sia quella espressa dalle imprese centro-settentrionali, orientate al lungo periodo, verso gli imprenditori della zona e quella meno diffusa sia tra le imprese meridionali, con medesimo orientamento collaborativo, verso la

StrumentiRES - Rivista online della Fondazione RES

Anno VII - n° 1 - Febbraio 2015

popolazione. In generale, il confronto tra le imprese con questo orientamento sembra segnalare una maggior difficoltà del Mezzogiorno, per quanto meno sentita dalle imprese volte a collaborare con un orizzonte di breve periodo.

Poiché il punto dell'affidabilità degli altri imprenditori è certamente molto importante nel valutare le strategie di collaborazione, specie quando in maniera preminente si ricorre ad accordi informali, è utile approfondire le considerazioni precedenti, mettendo a confronto l'orientamento espresso verso gli altri imprenditori con riferimento alle opportunità di sviluppo del proprio territorio e alla propria esperienza nelle collaborazioni avviate.

Come mostra la tabella 11, la concorrenza scorretta degli altri imprenditori è considerata un vincolo per lo sviluppo del territorio da circa il 60% delle imprese dei due territori, ma è un limite decisamente avvertito con più frequenza dalle imprese meridionali impegnate in una collaborazione di lungo periodo. La scarsa affidabilità degli altri imprenditori nelle collaborazioni è invece un rischio più diffusamente avvertito dalle imprese centro-settentrionali, specie orientate al lungo periodo.

Tab. 11- Fattori che limitano lo sviluppo dell'area in cui opera:	Perc.	v.a.
concorrenza scorretta degli altri imprenditori		
Imprese centro-settentrionali	58,5%	55
<i>Di cui</i>		
<i>Orientate al breve periodo</i>	55,0%	22
<i>Orientate al lungo periodo</i>	61,1%	33
Imprese meridionali	63,7%	72
<i>Di cui</i>		
<i>Orientate al breve periodo</i>	57,4%	39
<i>Orientate al lungo periodo</i>	73,3%	33
scarsa affidabilità degli altri imprenditori nelle collaborazioni		
Imprese centro-settentrionali	71,3%	67
<i>Di cui</i>		
<i>Orientate al breve periodo</i>	70,0%	28
<i>Orientate al lungo periodo</i>	72,2%	39
Imprese meridionali	57,5%	65
<i>Di cui</i>		
<i>Orientate al breve periodo</i>	55,9%	38
<i>Orientate al lungo periodo</i>	60,0%	27

Fonte: Indagine RES

E' importante notare come le due domande, che fanno emergere un atteggiamento opposto tra le imprese dei due territori, implicino una valutazione su soggetti che sono in relazione strutturalmente diversa con il rispondente. La concorrenza rappresenta una relazione, naturalmente competitiva, che coinvolge direttamente l'imprenditore: quando è definita come scorretta e indicata come un limite allo sviluppo del territorio siamo in presenza dell'esternazione di una condizione esperita in prima persona dall'imprenditore, a cui questo è sensibile per il riscontro che ne trova

StrumentiRES - Rivista online della Fondazione RES

Anno VII - n° 1 - Febbraio 2015

nella sua ordinaria condotta, specie se – operando nel Mezzogiorno – adotta un orientamento alla collaborazione di lungo periodo.

Possiamo dire la stessa cosa per il giudizio sull'affidabilità degli altri imprenditori nelle collaborazioni? La segnalazione di un limite allo sviluppo, dichiarata dalla maggior parte delle imprese centro-settentrionali orientate alle collaborazioni di lungo periodo, nella scarsa affidabilità degli imprenditori deve anch'essa essere letta come un giudizio espresso sulle concrete relazioni in cui questi sono inseriti? La questione consiste nel distinguere il giudizio sulle relazioni in cui si è coinvolti da quello sulla visione del ruolo che l'affidabilità degli imprenditori dell'area potrebbe svolgere per sostenerne lo sviluppo. Per capire se siamo in presenza di giudizio sulle relazioni direttamente esperite o di un'inferenza sulle potenzialità della correttezza nella collaborazione e nello sviluppo locale è dirimente considerare la tabella 12. In essa sono riportati i giudizi in merito all'esperienza diretta di collaborazione avuta con le altre imprese, sulla loro correttezza e sull'andamento della fiducia nei loro confronti.

Tab. 12 - Giudica il comportamento delle imprese con cui collabora...	Perc.	v.a.
... abbastanza o sempre corretto		
Imprese centro-settentrionali	95,7%	90
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	97,5%	39
<i>Orientate al lungo periodo</i>	94,4%	51
Imprese meridionali	92,0%	104
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	91,2%	62
<i>Orientate al lungo periodo</i>	93,3%	42
... tale da confermare o accrescere la fiducia in base all'esperienza		
Imprese centro-settentrionali	97,9%	92
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	97,5%	39
<i>Orientate al lungo periodo</i>	98,1%	53
Imprese meridionali	92,9%	105
<i>Di cui</i> <i>Orientate al breve periodo</i>	92,6%	63
<i>Orientate al lungo periodo</i>	98,1%	53

Fonte: Indagine RES

Il giudizio positivo sulla correttezza dei propri collaboratori è significativamente molto elevato sia tra le imprese centro-settentrionali, sia tra le imprese meridionali. Questo dato sembra avvalorare un'interpretazione della tabella 11 come espressione di un giudizio sull'affidabilità degli imprenditori locali non coinvolti nelle proprie reti e/o sul contributo che una loro maggiore affidabilità nelle collaborazioni potrebbe dare allo sviluppo del territorio. Un tema a cui sono comprensibilmente più sensibili le imprese orientate alla collaborazione di lungo periodo. La tabella 12, confrontata con la tabella 11, rivela per altro un interessante meccanismo auto-selettivo: il salto

StrumentiRES - Rivista online della Fondazione RES

Anno VII - n° 1 - Febbraio 2015

deciso nella diffusione dei giudizi positivi segna lo scarto tra i limiti riconosciuti o inferiti nel contesto locale per quanto riguarda l'affidabilità degli altri imprenditori nella cooperazione, e l'esperienza diretta, fondata su un processo di selezione dei partner con cui collaborare, processo che, per quanto secondo percorsi differenti in funzione delle risorse offerte dai due territori, permette al fine di consolidare un caratteristico orientamento collaborativo, per di più retto da accordi di carattere informale.

Osservazioni conclusive

L'analisi delle caratteristiche delle imprese impegnate prevalentemente nella collaborazione informale ha fatto emergere alcuni significativi tratti distintivi tra il profilo che il fenomeno assume nelle regioni centro settentrionali e nel Mezzogiorno del paese. In primo luogo, l'orientamento temporale delle collaborazioni è in maniera preminente di breve periodo tra le imprese del Sud, mentre il lungo periodo connota le imprese del Centro Nord. Anche per altre dimensioni le collaborazioni distinguono in maniera più o meno marcata i due profili. In primo luogo, la partecipazione ad aggregazioni formali di imprese, per quanto esperienza comprensibilmente minoritaria (data la preminenza di forme di accordo informale tra queste imprese) è decisamente più presente nelle regioni centro-settentrionali, presentandosi come residuale al Sud e, in particolare, tra le imprese orientate alla collaborazione di breve periodo. In secondo luogo, la creazione di legami significativi con i clienti, per quanto diffusa tra la maggioranza di queste imprese – che già sul terreno produttivo rivelano un orientamento distintivo alla collaborazione – è massima tra le imprese centro-settentrionali volte alla collaborazione di lungo periodo e significativamente più contenuta tra le imprese meridionali coinvolte prevalentemente in collaborazioni di breve periodo. Infine, anche l'ampiezza delle reti di collaborazione attivate rivela una certa divaricazione nei comportamenti delle imprese nei due territori: nelle collaborazioni in generale, ma in forma più accentuata per quelle stabili, le imprese meridionali hanno prevalentemente un ventaglio di partner meno numeroso. Complessivamente, le imprese coinvolte in collaborazioni informali nel Mezzogiorno appaiono dunque più frequentemente di breve periodo e più frequentemente – specie quando l'orizzonte collaborativo è a breve - incastonate in architetture relazionali più deboli: meno numerose, meno rivolte verso i clienti, meno capaci di appoggiarsi anche a forme strutturate di aggregazione. Opposto è il caso delle imprese centro-settentrionali, tra le quali troviamo un più diffuso orientamento alla collaborazione di lungo periodo, reti di collaborazione frequentemente più ampie, una più diffusa partecipazione ad aggregazioni formali di imprese e, specie tra quelle con un

StrumentiRES - Rivista online della Fondazione RES

Anno VII - n° 1 - Febbraio 2015

orientamento di lungo periodo, una spiccata capacità di creare legami consolidati anche sul terreno commerciale.

L'esplorazione dei contesti in cui si originano le relazioni impiegate nel presidiare alcuni dei principali ambiti di attività delle imprese operanti nei due territori – valutazioni delle imprese per collaborare, reclutamento dei dipendenti e rapporto con i clienti - ci restituisce un quadro abbastanza organico e complementare rispetto all'identificazione delle principali caratteristiche delle reti collaborative. Particolare rilevanza riveste il diverso ruolo che reti di relazioni costruite rispettivamente nel contesto economico e nel contesto amicale e parentale possono rivestire in funzione di attività rivolte al reperimento di informazioni o alla loro valutazione critica. Sintetizzando, possiamo distinguere le attività che richiedono alle reti delle imprese un contributo prevalentemente informativo, come nel reperimento dei clienti, uno prettamente fiduciario, come nella valutazione della credibilità dei clienti stessi e delle imprese con cui intraprendere collaborazioni, ed uno che combina i due aspetti – informativo e fiduciario – come nel caso del reclutamento dei dipendenti.

Come si muovono le imprese, date le reti che hanno a disposizione, rispetto al conseguimento di questi obiettivi? Abbiamo visto che l'obiettivo prevalentemente informativo del reperimento dei clienti è conseguito ricorrendo a canali formali e informali in maniera molto simile tra le imprese dei due tipi. La maggior debolezza delle reti delle imprese meridionali che collaborano nel breve periodo suggerisce un certo maggior protagonismo delle relazioni formali. Quando si tratta invece di intraprendere una valutazione che richiede la mobilitazione di una dimensione fiduciaria, le imprese dei due territori tendono a sfruttare pienamente le reti che hanno a disposizione, con ciò facendo spiccare le caratteristiche delle reti stesse: ambito delle collaborazioni economiche per entrambe (che sappiamo essere impegnate in attività di collaborazione) e delle relazioni amicali e familiari in particolare per le imprese meridionali. Questo profilo si ripresenta, con alcune peculiarità, guardando a un altro ambito che prevede una rilevante mobilitazione di relazioni di carattere fiduciario, ovvero la valutazione dei potenziali collaboratori. Qui assistiamo a uno sfruttamento molto diffuso, in entrambi i gruppi di imprese, delle relazioni costruite sul terreno economico, anche se, rispetto al quadro precedente, si profila un certo scarto tra le imprese centro-settentrionali e le imprese meridionali orientate al breve periodo, che evidentemente hanno un po' meno risorse relazionali da sfruttare su questo terreno. Il ruolo delle risorse relazionali disponibili nel contesto emerge con maggior forza quando guardiamo alle strategie messe in atto per il reclutamento dei dipendenti, una questione che lega più strettamente la dimensione informativa e quella fiduciaria. Qui le imprese meridionali sono in maggioranza vincolate a canali informali (e il

StrumentiRES - Rivista online della Fondazione RES

Anno VII - n° 1 - Febbraio 2015

vincolo è più diffuso tra quelle orientate al breve periodo). Il contesto economico di riferimento – le organizzazioni preposte a favorire un efficace reclutamento del personale – si colloca al di là delle reti di relazioni fiduciarie su cui è costruita la pratica collaborativa della singola azienda e rimanda alle opportunità di relazione più formalizzate offerte dal territorio. L'esito, per le imprese meridionali, è una drammatica marginalità di questi canali. Viceversa, per le imprese centro-settentrionali, che pur dispongono sul terreno economico di una consolidata rete collaborativa, siamo in presenza di una risorsa aggiuntiva che viene significativamente utilizzata, a differenza del canale amicale e parentale. Questo elemento ci induce ad introdurre nel quadro una riflessione, oltre che sul vantaggio che le caratteristiche delle reti egocentrate delle aziende possono avere sulla loro capacità di collaborare e presidiare determinati ambiti della loro attività economica, sul ruolo giocato dal contesto complessivo in cui le imprese si collocano e in funzione del quale stabiliscono le loro strategie.

In effetti, alla collocazione territoriale si associa una caratteristica lettura da parte degli operatori economici della qualità sia dell'ambiente complessivo in cui si opera, sia del tessuto imprenditoriale con cui ci si confronta. In termini di fiducia verso gli attori locali che possono condizionare il contesto in cui operano le aziende, vediamo chiaramente come avvicinandoci alla dimensione locale, e concentrandoci sulle imprese orientate alla collaborazione di lungo periodo – presumibilmente più esigenti nelle richieste indirizzate a queste istituzioni – , l'attribuzione di fiducia tende a farsi più frequente tra le imprese centro-settentrionali, relativamente meno diffusa tra quelle del Mezzogiorno. Anche il riferimento agli altri imprenditori ha una torsione caratteristica in funzione del territorio. La fiducia degli imprenditori meridionali, pure alta, tende ad essere più modesta e, come nel caso precedente, concentrando l'attenzione sugli imprenditori orientati alla collaborazione di lungo periodo, la distanza tra i due gruppi si accentua: cresce la frequenza relativa della fiducia nel gruppo di chi opera nelle aree centro-settentrionali del paese, si riduce nel gruppo degli operatori del Mezzogiorno. Per approfondire questo aspetto abbiamo cercato di confrontare l'esperienza diretta degli imprenditori sul terreno delle collaborazioni con il giudizio espresso sulla concorrenza e sulla correttezza degli altri operatori. E' emerso un quadro articolato che possiamo provare a riassumere. In primo luogo, c'è soddisfazione per le pratiche di collaborazione instaurate, pratiche che, come abbiamo visto, hanno permesso nei diversi contesti a queste imprese di selezionare un insieme di partner soddisfacenti. In secondo luogo, l'affidabilità degli imprenditori nelle collaborazioni è vista come un ostacolo sul sentiero dello sviluppo in particolare dalle imprese centro-settentrionali. Ciò non sembra legato alla maggior diffusione di comportamenti scorretti da parte delle imprese con cui si ha esperienza di collaborazione, ma appare piuttosto imputabile alla

StrumentiRES - Rivista online della Fondazione RES

Anno VII - n° 1 - Febbraio 2015

maggior centralità che queste imprese attribuiscono ai comportamenti collaborativi anche per uno sviluppo ulteriore del loro territorio. Infine, la minaccia che la concorrenza scorretta rappresenta per lo sviluppo locale è denunciata in maniera particolarmente frequente dalle imprese meridionali orientate al lungo periodo. Vale la pena sottolineare la rilevanza dell'orientamento temporale delle collaborazioni anche nell'esplorazione di queste dimensioni. L'orientamento di lungo periodo si associa generalmente, per le imprese centro-settentrionali, ad una più diffusa fiducia verso gli altri imprenditori, gli attori “vicini” con funzioni economiche e amministrative e verso il prossimo in generale. Il medesimo orientamento si traduce invece, per le imprese meridionali, in un più diffuso senso di frustrazione, con una frequenza relativa minima nell'attribuzione di fiducia ai medesimi soggetti (e, per inciso, un più diffuso senso di vulnerabilità rispetto alla concorrenza scorretta degli altri operatori).

Tab. 13 - Dichiarano una performance positiva	Perc.	v.a.
Imprese centro-settentrionali	30,9%	29
<i>Di cui</i>		
<i>Orientate al breve periodo</i>	30,0%	12
<i>Orientate al lungo periodo</i>	31,5%	17
Imprese meridionali	27,4%	31
<i>Di cui</i>		
<i>Orientate al breve periodo</i>	30,9%	21
<i>Orientate al lungo periodo</i>	22,2%	10

Fonte: Indagine RES

Questa posizione di difficoltà delle imprese meridionali orientate alla collaborazione informale di lungo periodo trova riscontro nella valutazione della performance – basata su andamento del fatturato e degli addetti – presentata nella tabella 13. La congruenza tra strategie relazionali e risorse istituzionali presenti nel contesto sembra in effetti allineare, seppure attraverso configurazioni e traiettorie diverse, le imprese che sono riuscite ad instaurare processi prevalentemente informali di collaborazione per la loro attività produttiva. Solo per le imprese del Mezzogiorno orientate alla collaborazione di lungo periodo la discrasia tra la strategia adottata e le risorse del contesto – spesso emersa tramite giudizi più diffusamente negativi – sembra riverberarsi negativamente anche sul terreno della performance registrata.

Riferimenti bibliografici

Bagnasco A. (1986) (a cura di), *L'altra metà dell'economia. La ricerca internazionale sull'economia informale*, Liguori, Napoli.

Bagnasco A. (1999), *Tracce di comunità. Temi derivati da un concetto ingombrante*, Il Mulino, Bologna [in particolare cap. 2 *La questione dell'economia informale*].

Bellanca N. (2008), *Le forme dell'economia informale. Percorsi di costruzione sociale dell'attività economica*, in Aa. Vv., *Le forme in economia e l'economia informale*, Editori Riuniti, Roma.

Burroni L. e Crouch C. (2008), *The Territorial Governance of the Shadow Economy*, in «Environment and Planning», n. 26, 2.

Cersosimo D. e Nisticò G. (2013), *Un Paese diseguale: il divario civile in Italia*, in «Stato e Mercato», 98.

Colletto D. (2013), *Economia informale, fiducia e reti sociali*, in «Etnografia e ricerca qualitativa», n.1.

Faraoni N. (2010), *Anche questo è Sud. Politica e sviluppo territoriale nel Mezzogiorno contemporaneo*, Rubettino, Soveria Mannelli (CZ).

Fondazione RES (2014) (a cura di P.F. Asso e E. Pavolini), *Collaborare per crescere. Imprese, istituzioni e capitale sociale*, Donzelli, Roma.

Fondazione RES (2013) (a cura di P.F. Asso e C. Trigilia), *Dall'isola al mondo. L'internazionalizzazione leggera in Sicilia*, Donzelli, Roma.

Losby et al. (2002), *Informal Economy Literature Review*, The Aspen Institute, Washington DC.

Meldolesi L. (1998), *L'economia sommersa nel Mezzogiorno*, in «Stato e Mercato», n.53.

StrumentiRES - Rivista online della Fondazione RES

Anno VII - n° 1 - Febbraio 2015

Portes A., Castells M. e Benton L. (1989) (a cura di), *The Informal Economy: Studies in Advanced and Less Developed Countries*, Johns Hopkins University Press, Baltimore.

Portes A. e Haller W. (2005), *The Informal Economy*, in N.J. Smelser e R. Swedberg (a cura di), *The Handbook of Economic Sociology*, Princeton University Press, Princeton, N.J.

Trigilia C. (2012), *Non c'è Nord senza Sud*, Il Mulino, Bologna.

Trigilia C. (2009), *Sociologia economica. II Temi e percorsi contemporanei*, Il Mulino, Bologna.

Trigilia C. (1994), *Sviluppo senza autonomia. Effetti perversi delle politiche nel Mezzogiorno*, Il Mulino, Bologna.

Trigilia C. (1988), *Economia dei costi di transazione e sociologia: cooperazione o conflitto?* in «Stato e Mercato», n.25.