

# Impresa Sociale

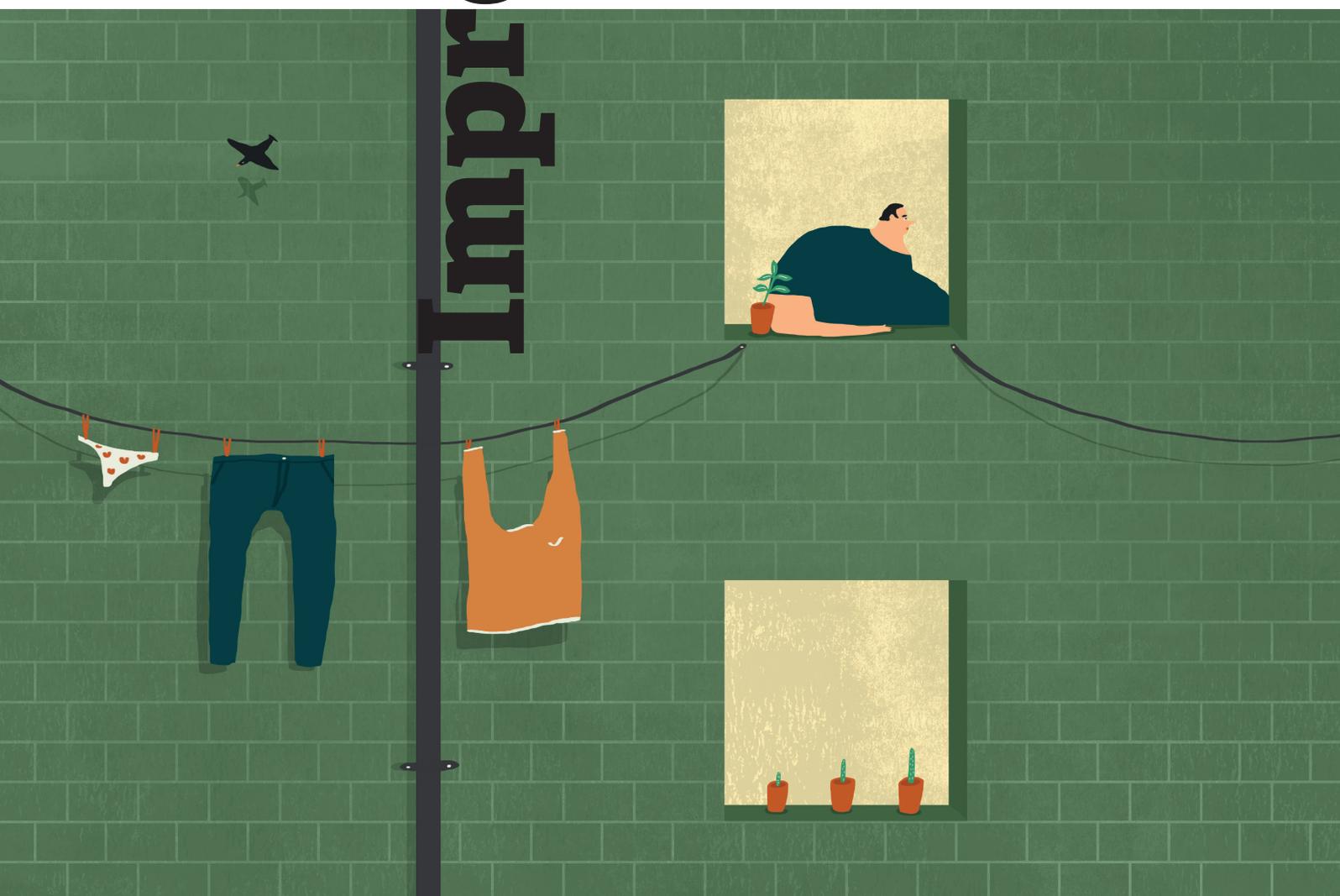
NUMERO 10  
dicembre 2017

SAGGIO

Giovanni Ferri, Marco Pini,  
Alessandro Rinaldi

La competitività è maggiore per le imprese  
coesive: sogno o realtà?

Licenza Creative Commons  
Attribuzione - Non commerciale  
Condividi allo stesso modo 3.0



---

Giovanni Ferri (*Università di Roma LUMSA*)

Marco Pini, Alessandro Rinaldi (*Unioncamere - Si.Camera*)

---

## La competitività è maggiore per le imprese coesive: sogno o realtà?

---

### Abstract

La grande crisi finanziaria e le conseguenti crisi dell'economia reale e sociale hanno scosso la visione neoliberista che l'impresa debba mirare al solo profitto, esaltando invece il ruolo della responsabilità sociale d'impresa (RSI). Imprese più responsabili verso gli stakeholder sono ora giudicate preziose per favorire l'inclusione sociale. Ma il tradeoff tra RSI e performance d'impresa esiste? Se favorire l'inclusione sociale danneggia i risultati d'impresa, ciò sarà insostenibile. Se invece il tradeoff non esiste, la RSI farà solo bene. A partire da dati di un'indagine Unioncamere, si indagherà quel tradeoff. In particolare, anziché considerare la propensione dell'impresa all'RSI – che spesso sfugge ad una rilevazione formale, specie nel contesto italiano di imprese medio-piccole e familiari – ci si concentrerà sul presupposto dell'RSI, ossia il grado di coesività dell'impresa. Infatti un'impresa è coesiva se ha un'alta propensione alle relazioni con gli stakeholder ed è difficile che un'impresa si preoccupi dei suoi stakeholder se non è in relazione con essi. Per inciso, quest'ultima ipotesi è validata dalle nostre regressioni. Il risultato chiave sarà che il tradeoff ipotizzato non esiste: imprese più coesive – e quindi più orientate all'RSI – hanno performance in media migliori delle omologhe meno coesive. Dunque, quanto meno a partire dai nostri dati, essere coesive non comporta penalità ma, semmai, benefici: le imprese coesive non sono un sogno – qualcosa di bello, però insostenibile – ma una realtà. La coesività dà risultati win-win: rende le imprese più utili socialmente e più competitive.

**Keywords:** responsabilità sociale d'impresa, imprese coesive, coesione sociale, performance d'impresa, competitività

DOI: 10.7425/IS.2017.10.04

## Introduzione

Di fronte ad un'incertezza accresciuta dalla globalizzazione dei processi produttivi, dai mutamenti tecnologici e ambientali nonché dal disagio lasciato dalla crisi, la coesione sociale è fattore sempre più importante a sostegno dello sviluppo. Solo dieci anni fa questa considerazione non sarebbe stata condivisa dai più. Allora, prima dell'inizio della crisi finanziaria globale, dominava il *Washington consensus* che prescriveva a tutti i paesi di liberalizzare i mercati, la finanza e aprirsi a liberi movimenti di capitali, imponendo ai paesi in crisi austerità fiscale, privatizzazioni e liberalizzazioni del mercato. Un corollario di tale credo liberista era il focus dell'impresa sulla sua massimizzazione del profitto, da cui derivava la prescrizione di una forma societaria unica. In tale visione era scarsa l'attenzione al capitale sociale.

Nella contrapposizione Friedman vs. Freeman, aveva decisamente prevalso il primo. Infatti, il premio Nobel per l'economia Milton Friedman aveva sostenuto che la massimizzazione del profitto corrente è l'unico modo per l'impresa di conseguire obiettivi di valore sociale. Non a caso il suo famoso editoriale del *New York Times Magazine* del 1970 s'intitolava "La responsabilità sociale delle imprese è quella di aumentare i propri profitti", massimizzando così il valore per gli azionisti (Friedman, 1970). Al contrario, secondo Freeman, il fondatore della Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI), l'impresa non deve preoccuparsi solo dei suoi azionisti ma anche degli altri suoi stakeholder (portatori di interessi), quali dipendenti, clienti, ecc. Dunque, in tale visione, l'obiettivo dell'impresa, anziché la mera massimizzazione del valore per gli azionisti, deve essere la massimizzazione del benessere per il complesso degli stakeholder, un concetto più ampio e da molti ritenuto nobile ancorché controverso in termini di precise definizione e misura (Freeman, 1984).

Oggi molto sta cambiando, e velocemente. Lo sviluppo sostenibile è entrato a pieno regime nelle agende della maggior parte dei paesi mondiali, pur con qualche eccezione; sta crescendo la necessità di misurare il benessere economico oltre al livello della produzione dato dal Prodotto Interno Lordo (Fitoussi et al., 2009; Rinaldi, Zelli, 2014; Istat, 2016; *The Economist*, 2016); dal Fondo Monetario Internazionale (FMI) arrivano suggerimenti di policy che segnano una svolta pressoché a centottanta gradi rispetto al *Washington consensus*: dal dopo crisi, l'FMI ammonisce che affidarsi agli afflussi di capitali può essere pericoloso (*The Economist*, 2010); più di recente raccomanda spesso di abbandonare l'austerità fiscale e, anziché solo alla crescita del PIL, pare interessarsi a una crescita inclusiva e sostenibile.

Questa svolta nell'impostazione di policy ha implicazioni assai rilevanti anche per il ruolo dell'impresa nell'economia di mercato: dalla visione riduzionista dell'impresa come unicamente dedita al profitto si sta virando verso una concezione in cui l'impresa recupera una funzione multidimensionale nel proprio contesto di riferimento (Castellani, Ferri, 2016). Del resto, un'indagine di qualche anno fa condotta da Edelmann (2012) ci consente di scoprire che l'impostazione di Milton Friedman (l'impresa deve preoccuparsi solo di fare profitti) non è condivisa dalla maggior parte della popolazione in molti paesi, specie in quelli europei quali Italia, Germania, Francia, Spagna e anche il Regno Unito.

L'attenzione cresce, dunque, verso le imprese che, anche facendo propri i codici della responsabilità sociale d'impresa, si interessano pure al benessere del complesso dei propri stakeholder, che investendo nel capitale sociale alimentano quindi la coesione sociale, in un sistema di condivisione con istituzioni e cittadini (Zamagni, 2013).

Obiettivo di questo saggio è misurare la capacità di coesione sociale dell'impresa – il suo grado di "coesività" – attraverso un'analisi sui suoi comportamenti in termini di relazionalità con gli attori economici e sociali, per poi testarne gli effetti sulle performance<sup>1</sup>. Ciò nella consapevolezza che il capitale relazionale è il presupposto di una sostanziale adesione a logiche di RSI e rappresenta un elemento o addirittura una forma specifica del capitale sociale (Migheli, 2012a). Infatti, per le imprese coesive intrattenere forti relazioni con gli attori economici e istituzionali dello sviluppo è sia premessa che risultato dell'essere coesive. In tal senso, possiamo pensare le imprese coesive come un fertilizzante naturale, un input immateriale che genera economie esterne positive e alimenta lo sviluppo economico delle altre imprese, nonché il benessere nel contesto socio-economico di riferimento.

Va osservato che studiare il fenomeno delle imprese coesive è ancor più importante oggi che in passato. Ciò per due motivi principali. In primo luogo, il contesto sociale ed economico attuale soffre il pesante lascito della lunga e profonda crisi; perciò, con fenomeni di disuguaglianza crescente e di ampliamento della popolazione in stato di povertà o semi-povertà, promuovere una crescita inclusiva acquisisce un valore ancor maggiore del passato. In secondo luogo, e non meno rilevante, occorre verificare se la capacità dell'impresa di essere "coesiva" produca effetti positivi sul capitale sociale ed il benessere dei contesti di riferimento a discapito della propria performance economica e competitività.

1 I primi approcci al tema sono stati sviluppati nei rapporti realizzati da Fondazione Symbola – Unioncamere (2014; 2016).

Se così fosse, quello sviluppo inclusivo potrebbe rivelarsi non sostenibile. Se, invece, si riscontrasse che al crescere della "coesività" corrispondono performance economiche migliori (o quantomeno non peggiori), allora si potremmo affermare che ci si trova in una situazione win-win. Cioè, una situazione in cui l'essere coesive rende quelle imprese più utili da un punto di vista sociale e, al tempo stesso, con performance di eccellenza.

Questo articolo è così strutturato: il primo paragrafo descrive il quadro teorico di riferimento sulle relazioni tra capitale sociale e relazionale rispetto allo sviluppo economico in termini sia macroeconomici che microeconomici; a seguire si illustrano la base dati di riferimento e la metodologia di misurazione del grado di "coesività" delle imprese; nel paragrafo successivo si espone il metodo di analisi e si commentano i relativi risultati; infine le conclusioni.

### Rassegna della letteratura

La letteratura socio-economica si è interrogata a lungo sul significato di *capitale sociale* (es. Iannone, 2006), anche con specifico riferimento alla vita dell'azienda. Si è arrivati ad affermare che il valore dell'impresa deve essere misurato tenendo conto anche degli *intangibile assets*, di cui il capitale sociale ne costituisce un elemento, assieme ad altri quali il capitale umano, la proprietà intellettuale, i marchi, ecc. (Migheli, 2012a). Nel momento in cui il capitale sociale viene definito come il complesso delle risorse presenti all'interno di un determinato insieme di relazioni che producono benefici a coloro che vi hanno accesso (Colemann, 1988; 1990; Putnam, 1993; Fukuyama, 2000), diventa chiaro come la relazionalità costituisca un elemento fondante del capitale sociale. Tant'è che si parla anche di *capitale relazionale* (Camagni, 1999; Camagni, Capello, 2002) inteso come una forma o un elemento stesso del concetto di capitale sociale (Migheli, 2011)<sup>2</sup>.

Proprio da questa consapevolezza nasce l'opportunità di riuscire a studiare la coesività delle imprese, sulla base della loro capacità di relazionarsi con gli attori economici e sociali. La letteratura economica ha approfondito i rapporti tra capitale sociale e capitale relazionale (Hitt et al., 2002) cercando di trovarne delle specificità, vedendo nel capitale relazionale i rapporti esterni all'impresa e attribuendo al capitale sociale, invece, un concetto più ampio che comprende anche le relazioni interne all'azienda.

In pratica, in qualità di asset di un'impresa, il capitale sociale viene considerato direttamente o indirettamente una vera e propria forma di capitale in senso economico, cioè un fattore dello sviluppo

a livello tanto micro quanto macro (Helliwell, Putnam, 1995; Knack, Keefer, 1997; Benabou, Tirole, 2006; Guiso et al., 2014). È così che il capitale sociale, o più specificatamente il capitale relazionale, arriva ad assumere i connotati di un vero e proprio fattore di produzione (à la Solow), perché riproducibile e generatore di benefici per i suoi detentori (Migheli, 2012a).

La letteratura ha molto approfondito il ruolo del capitale sociale come fattore che promuove l'innovazione e lo sviluppo inclusivo. Uno studio particolarmente utile è quello di Westlund e Adam (2010): gli autori svolgono una rassegna approfondita su 65 lavori che hanno studiato l'impatto del capitale sociale – definito in vari modi – sulla performance delle imprese e in termini di crescita economica<sup>3</sup>. La Tabella 1, da noi adattata, sintetizza i risultati principali del loro studio; è facile vedere come vi sia una larga predominanza di risultati "positivi": vale a dire, il capitale sociale, misurato in modi diversi e in tanti contesti e periodi differenti, esercita un impatto favorevole sulle performance d'impresa<sup>4</sup> testate dai principali indicatori di bilancio – con effetti diretti sulla produttività dei dipendenti (Greeve et al., 2006) – e dall'innovazione (Landry et al., 2000). Senza considerare altri effetti positivi legati al fatto che le reti sociali consentono agli operatori di conoscere le informazioni del mercato riducendo così le asimmetrie informative (Fafchamps, Minten, 2001) e agevolando lo sviluppo dei propri prodotti (Kingsley, Malecki, 2004); inoltre, il rafforzamento della rete con i consumatori è un altro elemento che contribuisce a migliorare le performance (Fafchamps, Minten, 2001). Anche sul piano macroeconomico il capitale sociale conferma i suoi effetti positivi sulla crescita produttiva misurata, prevalentemente, con il PIL pro capite.

Un'esperienza italiana di analisi sugli effetti del capitale relazionale sulla performance economica dell'impresa (in termine di conseguimento di un utile) è offerta da Migheli (2012a) sulla base di un'indagine su un campione di imprese piemontesi: in tale studio il capitale relazionale è misurato dai rapporti dell'impresa con il territorio, che è rappresentato principalmente da clienti, fornitori, istituzioni locali (enti territoriali, università, centri di ricerca, ecc.) e partner di altra natura<sup>5</sup>. I risultati evidenziano un effetto significativamente positivo sulla probabilità di conseguire un utile esercitato dalle relazioni con gli enti pubblici territoriali e dai legami stabili con fornitori e partner.

Quindi, alla luce di quanto finora descritto, si rivela importante studiare il fenomeno delle imprese coesive, cioè di quelle imprese che investono nel capitale relazionale rispetto ai propri stakeholder.

2 Sul concetto di capitale sociale come rete, cfr. (Migheli, 2011).

3 Altre esperienze dalle quali si possono desumere panoramiche di letteratura sulle relazioni tra capitale sociale e aspetti economici sono quelle di Durlauf e Fafchamps (2004) e Migheli (2012b).

4 Sull'importanza del capitale sociale per lo sviluppo delle imprese, cfr. anche Teachman et al. (1997) e Healy (2001).

5 «Il capitale relazionale viene definito e delimitato dall'insieme di tutti i soggetti con i quali, a diverso titolo, l'impresa intrattiene delle relazioni che abbiano un impatto diretto o indiretto con le sue principali variabili economiche» (Migheli, 2012a).

Da ultimo, un altro aspetto degno di nota è il fatto che si ritiene molto più affidabile considerare la coesività dell'impresa rispetto alla sua RSI quando si ha a che fare con imprese medio-piccole. Infatti, anche quando in effetti si impegnano al riguardo, le medio-piccole non sempre fanno un reporting formale della propria condotta RSI

(Murillo, Lozano, 2006; Mousiolis et al., 2015; Baumann-Pauly et al., 2013; Jansson et al., 2017). Siccome la coesività appare un presupposto della RSI, verificheremo, in ogni caso, anche che una maggior coesività dell'impresa implichi una maggiore attenzione agli stakeholder.

autori	livello spaziale	misure di C.S.	misure di crescita	impatto del C.S.
Putnam (1993)	regioni italiane 1870-1970	tradizioni civiche (associazionismo ecc.)	tasso di industrializzazione	positivo
Helliwell & Putnam (1995)	regioni italiane	indice di civismo (associazionismo ecc.)	PIL pro capite	positivo
Granato et al. (1996)	25 paesi 1960-89	motivazione valoriale	PIL pro capite	positivo
Helliwell (1996a)	17 paesi OCSE	fiducia, associazionismo	crescita produttività	negativo
Helliwell (1996b)	Stati USA / province Canada	fiducia, associazionismo	crescita PIL pro capite	negativo
Knack & Keefer (1997)	29 paesi (economie di mercato)	fiducia, norme civiche	crescita PIL 1980-92	positivo
Temple (1998)	23 paesi Africa 1965-90	indice di capacità sociale	crescita PIL	positivo
Kilkenny et al. (1999)	800 imprese Iowa	supporto della comunità locale	opinione dell'impresa sul proprio successo	positivo
La Porta et al. (1999)	39 paesi 1970-93	fiducia	crescita PIL	positivo
Batjargal (2000)	75 imprenditori russi	radicamento	crescita fatturato, profitti, RoA	positivo
Kunz (2000)	19 paesi	fiducia, associazionismo	-	negativo
Schneider et al. (2000)	58 regioni UE 1980-96	fiducia	crescita PIL	negativo
Whitely (2000)	34 paesi 1970-92	fiducia negli altri	crescita PIL pro capite	positivo
Landry et al. (2000)	440 imprese vicino Montreal	beni relazionali	innovazione	positivo
Rupasingha et al. (2000)	3.040 contee USA 1990-96	associazionismo	crescita PIL pro capite	positivo
Krishna (2001)	60 villaggi indiani	condivisione del lavoro, cooperazione	indice di sviluppo dei villaggi	positivo solo se assieme ad associazionismo
Zak & Knack (2001)	37 paesi 1970-92	fiducia negli altri	crescita PIL pro capite	positivo
Beugelsdijk et al. (2002)	29 paesi (economie di mercato)	fiducia, norme civiche	crescita PIL 1980-92	incerto
Johnson et al. (2002)	50 agroimprese colombiane	numero e forze relazioni tra imprese	ricavi per lavoratore	positivo
Fafchamps & Minten (2002)	739 mercati agricoli in Madagascar	reti	fatturato, valore aggiunto (VA)	positivo
Jenssen & Greve (2002)	100 start-up norvegesi	reti sociali degli imprenditori	ricavi	incerto
Casey & Christ (2003)	48 stati USA 1980-2001	indice del C.S. di Putnam	PIL pro capite	negativo
De Clerk & Arenius (2003)	4536 individui belgi & finlandesi	coinvolgimento con imprenditore	lancio di una nuova impresa	positivo

Tabella 1

Sintesi dell'impatto del capitale sociale (C.S.) in un ampio insieme di studi | Fonte: nostro adattamento da Westlund e Adam (2010)

Knack (2003)	38 paesi	associazionismo	crescita PIL pro capite	incerto
De Clerq & Dakhli (2003)	59 paesi	fiducia sociale & istituzioni, associazionismo	brevetti, spesa R&S, export high-tech	positivo
Coates & Heckelman (2003)	42 paesi	numero di gruppi di interesse	investimenti / PIL	negativo OCSE, positivo PVS
Grootaert & Narayan (2004)	1.000 famiglie rurali in Bolivia	associazionismo	spesa familiare pro capite	positivo
Bosma et al. (2004)	1.100 fondatori d'impresa olandesi	relazioni con il fondatore, reti d'impresa	sopravvivenza impresa, profitti, occupati	positivo
Guiso et al. (2004)	Italia: 95 province, 20 regioni	fiducia, voto referendum, donazioni di sangue, incidenza cooperative 1915	sviluppo finanziario delle famiglie	positivo
Beugelsgijk & Smulders (2004)	54 regioni UE 1950-98	C.S. di gruppo: coesione aperta (bridging) vs. chiusa (bonding)	crescita PIL	positivo bridging, negativo bonding
Beugelsgijk & van Shaik (2005)	54 regioni UE 1950-98	indice C.S: (fiducia, partecipazione passiva & attiva a gruppi)	crescita PIL	positivo
Cook & Clifton (2004), Cook et al. (2005), Cook (2007)	455 imprese UK	contatti/relazioni, club, fiducia nei collaboratori	innovazione & crescita delle imprese	positivo
Casey (2004)	11 regioni britanniche	Indici di coinvolgimento civico, fiducia	indice di performance economica	positivo
Lou et al. (2004)	262 imprese cittadine cinesi	relazioni con i clienti, C.S. dei partner	crescita fatturato, RoI	positivo
Knudsen et al. (2007)	USA: 127 distretti PUMA 1990-2000	indici di coesione aperta (bridging) vs. chiusa (bonding)	crescita popolazione, occupati, PIL, prezzi case	positivo bridging, negativo bonding
Eliasson et al. (2005)	288 comuni svedesi	opinioni delle imprese sul clima d'affari locale	crescita PIL pro capite	positivo
Miguel et al. (2005)	274 distretti indonesiani	fiducia, cooperazione, associazionismo	crescita quota occupati manifattura	negativo
Mustre del Rio (2005)	26 countries 1950-2000	partecipazione al voto	PIL pro capite 2000	incerto
Lyon (2005)	20 regioni italiane 1970-95	partecipazione al voto, lettura quotidiani, partecipazione civica / associativa	crescita VA & TFP	positivo VA, negativo TFP
Baliamoune-Lutz (2005)	39 paesi africani	CIM (contract-intensive money)	PIL pro capite	positivo
Westlund & Nilsson (2005)	50 imprese in una zona industriale	investimento in relazioni, sponsoring, marketing	crescita fatturato, occupati	positivo
Wu & Leung (2005)	177 PMI cinesi	valore manageriale della reciprocità, fiducia	opinione imprese su competitività / performance	positivo
Adam et al. (2005)	27 paesi UE	associazionismo, volontariato	PIL pro capite, numero di brevetti	positivo

Westlung (2006)	imprese biotech Svezia, Giappone, California	C.S. su ambiente, mercato e contratti informali	fatturato, occupati	incerto
Lechner et al. (2006)	60 imprese finanziate da venture capital	vari tipi di reti e loro mix relazionale	tempo per il break- even, fatturato	positivo: più importante mix relazionale
Pérez Garcia et al. (2006)	23 paesi OCSE	vari: credito / PIL, istruzione, indice GINI, disoccupazione, aspettativa di vita	PIL pro capite	positivo
Roth & Schöler (2006)	49 paesi 1990-2003	fiducia in livello e variazione	crescita PIL pro capite	positivo in livello
Bjørnskov (2006)	82 paesi	fiducia	crescita PIL pro capite	positivo
Zhang & Fing (2006)	3.073 imprese cinesi	investimento in C.S. come donazioni vs. associazionismo	RoA, fatturato	positivo donazioni
Smerek & Denison (2007)	102 imprese	cultura organizzativa, specie adattabilità e coinvolgimento	RoA, fatturato, market-to-book	positivo
Ahlerup et al. (2007)	61 paesi	fiducia	crescita PIL pro capite 1995-2005	positivo
Hauser et al. (2007)	51 regioni UE	associazionismo	domande di brevetto	positivo
Chen et al. (2007)	104 nuove imprese a Taiwan	interazioni sociali, qualità relazionale, reti esterne	RoI, RoE, RoA, occupati ecc.	positivo
Akcomak & ter Wel (2007)	83 regioni UE 1990- 2002	fiducia, associazionismo, altruismo	PIL pro capite, VA, indice di innovazione	positivo
Dincer & Uslaner (2007)	44 stati USA 1990- 2000	fiducia	crescita PIL pro capite, prezzi case, occupati	positivo
Roth (2007)	41 paesi	variazione nella fiducia (interpersonale e di sistema)	crescita PIL pro capite	incerto
Westlund & Calidoni-Lundberg (2007)	Giappone: 46 prefetture e 8 grandi regioni	fiducia, tolleranza e omogeneità di valori	crescita del settore high-tech	positivo ma solo a livello di grandi regioni
Akcomak & ter Wel (2008)	102 regioni Ue 1990- 2002	fiducia	crescita PIL pro capite	positivo (ma incerto includendo innovazione)
Berggren et al. (2008)	63 paesi 1990-2000	fiducia	crescita PIL pro capite	incerto
Lock Lee (2008)	155 imprese IT del Nord America	corporate social capital	RoI, market-to-book, total shareholder return	positivo
Neira et al. (2008)	14 paesi UE 1980- 2000	fiducia, associazionismo	PIL pro capite	positivo
Sabatini (2008)	20 regioni italiane	indici di coesione aperta (bridging) vs. chiusa (bonding)	HDI	positivo bridging, negativo bonding
Raiser (2008)	21 paesi in transizione	fiducia, associazionismo	PIL pro capite	positivo solo associazionismo

## Descrizione dei dati e del metodo di classificazione delle imprese coesive

### Database

Le analisi sono state eseguite sui risultati di un'indagine Unioncamere svolta nel 2015 su un campione di 1.300 imprese manifatturiere appartenenti ai settori manifatturieri delle 3A (Alimentare, Abbigliamento, Arredamento) e della meccanica, aventi un numero di addetti compreso tra le 20 e le 499 unità. Il campione è statisticamente significativo e rappresentativo dell'universo formato da 22mila imprese. Il questionario della rilevazione affronta i seguenti temi: caratteristiche strutturali<sup>6</sup> (numero di addetti, governance, appartenenza ad un gruppo, ecc.); andamenti congiunturali (fatturato, export, occupazione, ecc.); competitività (strategie aziendali, innovazione ecc.); strategie di localizzazione (sia produttiva che commerciale); rapporti di filiera e relazionalità (rapporti con i subfornitori e altre imprese, con le istituzioni, con i clienti, con i centri di ricerca e le Università).

### Misurazione del grado di "coesività" delle imprese

Considerando la multidimensionalità dei concetti di *capitale sociale* e di *coesione*, resta aperta la questione di come identificare una definizione operativa di "impresa coesiva". Questo è un passaggio necessario per poter svolgere le analisi tese ad appurare se la caratteristica di essere coesiva fornisce all'impresa, in effetti, un plus anche in termini di performance. Più che procedere ad una bipartizione tra "impresa coesiva" e "impresa non coesiva", si è ritenuto opportuno misurare il grado di "coesività" dell'impresa per cogliere in maniera più ampia e precisa il fenomeno, evitando di procedere ad una ripartizione dicotomica che spesso incorpora una buona dose di soggettività nello stabilire il metodo di suddivisione tra le due modalità.

Il processo di misurazione si è sviluppato secondo una serie di passaggi. Rifacendosi alla teoria del capitale relazionale e alle sue interconnessioni con il capitale sociale, il primo step è stato l'individuazione degli attori economici e sociali oggetto della relazionalità da parte dell'impresa, considerando che le reti possono essere sia interne che esterne (Migheli 2012a). Per quanto riguarda le reti interne, sono state analizzate le relazioni con i lavoratori, tenendo conto: da un lato, che una delle funzioni di tali reti è il trasferimento di conoscenza tra i lavoratori (Teachman et al., 1997; Healy, 2001); e, dall'altro, che l'attenzione alla qualità dei rapporti di lavoro è un tratto caratteristico della coesività, che significa anche lealtà e condivisione degli obiettivi, elementi "taciti" dello sviluppo della

produttività e innovatività (Becattini, 2009). Riguardo alle reti esterne, in linea con Westlund e Nilson (2005) e Migheli (2012a), sono stati presi in considerazione i rapporti con le altre imprese e con i consumatori<sup>7</sup>. Riguardo ai primi, si è tenuto conto delle collaborazioni formali e partnership con altre imprese in tema non solo di subfornitura ma anche di innovazione, logistica e distribuzione, R&S e iniziative di ricerca applicata includendo in questo caso anche le Università e i centri di ricerca; riguardo alle seconde (rapporti con i consumatori), si è ricorsi ai canali legati alla digitalizzazione (social network, e-marketing, ecc.).

Inoltre, sono stati considerati anche altri attori presenti nel territorio con i quali l'impresa può instaurare rapporti. Si tratta di istituzioni rappresentate dagli enti locali e dalle associazioni di categoria (Westlund, Nilson, 2005; Migheli 2012a) da un lato, e dal sistema bancario, dall'altro; quest'ultimo costituisce, soprattutto nel caso italiano, un importante motore della coesione territoriale pensando al tessuto imprenditoriale formato da piccole imprese e spesso a gestione familiare (Ferri et al., 2014; Pini, Quirino, 2016), dove la relazionalità e la fiducia di "prossimità" possono rivelarsi un requisito importante nei rapporti banca-impresa (Ferri et al., 2016).

Infine, tra i vari attori del territorio con i quali le imprese possono relazionarsi, è indispensabile tenere presente quelli attinenti al mondo del non profit, anche perché lo sviluppo e, soprattutto, la sua sostenibilità nel tempo, passa dalle interazioni del mercato con la vita civile (Bruni, 2013a; Bruni, Zamagni, 2004; 2009; 2015; Zamagni, 2007; Venturi, Zandonai, 2016), in cui la logica di mercato (scambio di equivalenti) coesiste e interagisce non solo con quella del settore del settore pubblico (redistribuzione della ricchezza) ma anche con quella del dono (beni relazionali).

Riepilogando, il livello di "coesività" viene misurato sulla base di sei tipologie di relazioni (dimensioni) che possono intrattenere le imprese con:

- 1 lavoratori
- 2 altre imprese, centri di ricerca e Università
- 3 istituzioni (enti locali)
- 4 banche e associazioni di categoria (attori territoriali a supporto delle imprese)
- 5 non profit
- 6 consumatori.

Sulla base di quanto specificato, di seguito (Tabella 2) si riportano le domande individuate nel questionario e le relative modalità di risposta espressive delle sei dimensioni della relazionalità dell'impresa.

6 Alcune delle informazioni di carattere strutturale, quali ad esempio il settore di attività e la localizzazione, sono desunti dai dati di archivio.

7 Anche Fafchamps e Minten (2001) sottolineano l'importanza della relazionalità con i fornitori e con i clienti ai fini del successo dell'impresa.

8 In tema di territorio e capitale relazionale, si arriva a toccare il concetto di *milieu innovateur* (Aydalot, 1986; Aydalot, Keeble, 1988; Camagni, 1991; Ratti et al., 1997; Camagni, Capello, 2002).

Relazioni con i lavoratori	
Secondo lei, quali tra i fattori che le elencherò sono prioritari per sostenere la competitività del territorio del distretto o della provincia in cui lei opera?	migliorare le competenze del personale e qualificare la formazione scolastica e universitaria offerta in zona
Quali sono a suo avviso le caratteristiche distintive di questo modello di fare impresa tipicamente italiano?	curare la qualità dei rapporti di lavoro
Relazioni con altre imprese, centri di ricerca, Università	
Quali tra le seguenti esperienze di collaborazione formale e di partnership sono state o verranno adottate dalla sua impresa nel biennio 2014-2015?	con altre aziende per acquisti e forniture in comune
	con altre imprese committenti o subfornitrici per rafforzare la filiera
	con altre imprese per attività di ricerca & sviluppo e innovazione
	con Università e centri di ricerca per iniziative di ricerca applicata
	con altre imprese o per aumentare le attività di import-export e internazionalizzazione
	con altre imprese per migliorare la logistica e distribuzione
	altre collaborazioni (associazione temporanea di impresa, consorzi acquisti, ecc.)
Negli ultimi tre anni, la sua azienda ha stipulato accordi o contratti con imprese estere con le quali non ha legami di proprietà?	si
Relazioni con le Istituzioni	
Negli ultimi anni si sono rafforzati o indeboliti i rapporti e la cooperazione dalla vostra azienda con gli enti locali?	rafforzati
Oltre al contributo economico-produttivo, quali pensa siano stati, in questi ultimi cinque anni, altri apporti dati dalla sua azienda al territorio in cui opera?	collaborazione con enti locali per progetti di sviluppo del territorio
Relazioni con banche e associazioni di categoria	
Negli ultimi anni si sono rafforzati o indeboliti i rapporti e la cooperazione dalla vostra azienda con il sistema bancario che opera nel territorio?	rafforzati
Negli ultimi anni si sono rafforzati o indeboliti i rapporti e la cooperazione dalla vostra azienda con le associazioni di categoria?	rafforzati
Relazioni con il non profit	
Oltre al contributo economico-produttivo, quali pensa siano stati, in questi ultimi cinque anni, altri apporti dati dalla sua azienda al territorio in cui opera?	contributo finanziario o realizzazione in proprio a/ di iniziative culturali, artistiche, ambientali, di natura sociale e solidaristica, ecc.
Relazioni con i consumatori	
Quali sono i principali canali attraverso i quali la sua azienda sviluppa innovazioni?	i consumatori, attraverso lo studio di mercato o social media
Quali delle seguenti opportunità legate a internet sono sfruttate dalla sua azienda?	esiste almeno una pagina attiva dell'azienda su un social network
	sono sviluppate campagne di marketing online

Tabella 2

Domande e relative modalità di risposta alla base dell'individuazione delle imprese coesive

Il passaggio successivo è stato quello di selezionare a livello di singola impresa e per ciascuna delle sei tipologie di relazioni, se esiste o meno una relazione, arrivando così alla definizione di sei variabili *dummy* (1=l'impresa si relaziona; 0=l'impresa non si relaziona). Operazione che ha previsto, nel caso delle dimensioni formate da più domande, l'attribuzione del valore 1 all'impresa che ha risposto

“positivamente” (nel senso della relazionalità ad almeno una di esse). Infine, sempre a livello di singola impresa, si è proceduto a sintetizzare i valori (1/0) assunti per ciascuna delle sei tipologie di relazionalità attraverso la media semplice, arrivando così ad un indicatore che varia da 0 a 1. Nelle analisi econometriche, sono stati utilizzati i valori espressi in termini logaritmici («log\_imp\_coes\_mean»).

## Variabili di controllo

Le variabili di controllo utilizzate nelle stime econometriche fanno riferimento alle seguenti caratteristiche strutturali dell'impresa: la dimensione sulla base della distinzione tra piccole imprese (20-49 addetti) e medio grandi (50-499 addetti); la localizzazione geografica secondo le quattro macro-ripartizioni dell'Italia (Nord-Ovest, Nord-Est, Centro, Sud e Isole); il settore a seconda dell'appartenenza a quello delle 3A (Alimentare, Abbigliamento e Arredamento) e a quello della meccanica; la tipologia di attività svolta, con la distinzione tra progettazione, produzione e vendita di beni e servizi intermedi, produzione e vendita di beni e servizi finiti, commercializzazione; l'appartenenza o meno ad un gruppo aziendale; la governance, distinguendo le imprese familiari da quelle non familiari. Sono state adottate anche altre variabili di controllo relative all'andamento del fatturato e dell'occupazione nel passato e all'innovazione.

Oltre a queste variabili, ne sono state prese in considerazione anche altre, di diversa natura, ritenute potenzialmente connesse al tema della coesione sociale e della RSI, espressive dei rapporti dell'impresa con la comunità territoriale in relazione a determinate dinamiche di internazionalizzazione (delocalizzazione produttiva, ecc.); considerando che il territorio, come evidenziato dalla scuola italiana, è il luogo

di incontro fra tradizioni, cultura produttiva e coesione sociale<sup>8</sup> (Becattini, 1979; 1989; 1990; 2007; Becattini, Rullani, 1993; Bruni, 2013a; Brusco, 1994; Camagni, 1995; Garofoli, 1993; 1994); rivelandosi peraltro un fattore di competitività per l'impresa (recentemente, Pini, 2017). Nello specifico, si tratta delle seguenti quattro variabili: una prima che indica la scelta delle imprese di effettuare investimenti di tipo produttivo all'estero («inv\_esteri\_prod»), che può fornire indicazioni sulla delocalizzazione; una seconda, sempre sugli investimenti all'estero ma di tipo commerciale («inv\_esteri\_comm»); una terza variabile, più specifica, sulla scelta delle imprese di non ridurre le sedi produttive in Italia («sedi\_ita\_aumstaz»); infine, in tema di territorio, si è tenuto conto anche della distrettualità attraverso una quarta variabile che indica se l'impresa opera o meno in un distretto industriale («distr»).

Per l'analisi di robustezza della relazione tra coesività e attenzione agli stakeholder si è ricorsi ad una variabile che suddivide le imprese tra quelle che ritengono come compito principale la massimizzazione del profitto e quelle che invece vedono come principale fine il soddisfacimento degli interessi non solo dei proprietari, ma anche dei clienti e fornitori, la creazione di benessere e lo sviluppo di una cultura produttiva basata sulla qualità, bellezza e sostenibilità («stakehold»).

Variabili	Descrizione
<b>Variabili dipendenti: performance</b>	
fatt15_aum	impresa con fatturato in aumento nel 2015 (si = 1, no = 0)
ordest15_aum	impresa con ordinativi esteri in aumento nel 2015 (si = 1, no = 0)
occ14_aum	impresa con occupazione in aumento nel 2014 (si = 1, no = 0)
exp14	impresa esportatrice nel 2014 (si = 1, no = 0)
<b>Variabile dipendente: mission</b>	
stakehold	impresa che non massimizza il profitto: il compito principale dell'impresa è il soddisfacimento dei proprietari, dei clienti, dei fornitori, la creazione di occupazione e di benessere economico e sociale, lo sviluppo di una cultura produttiva basata sulla qualità, sulla bellezza, sulla sostenibilità (si = 1, no = 0)
<b>Coesività</b>	
lav_rel	impresa che si relaziona con i lavoratori in termini di investimenti in competenze e cura della qualità dei rapporti di lavoro (si = 1, no = 0)
arvc_rel	impresa che si relaziona, in termini di collaborazioni-partnership, con altre imprese per subfornitura, acquisti in comune, logistica e distribuzione, R&S, innovazione, internazionalizzazione; e con centri di ricerca e Università per iniziative di ricerca applicata (si = 1, no = 0)
ist_rel	impresa che si relaziona con le istituzioni in termini di: collaborazione con enti locali per progetti di sviluppo del territorio; rafforzamento dei legami con la PA (si = 1, no = 0)
bancass_rel	impresa che si relaziona con il sistema bancario e associazioni di categoria in termini di rafforzamento dei rapporti (si = 1, no = 0)
np_rel	impresa che si relaziona con il non profit in termini di contributo finanziario o realizzazione in proprio a/di iniziative culturali, artistiche, ambientali, di natura sociale e solidaristica, sportive, ecc.) (si = 1, no = 0)

Tabella 3  
Descrizione delle variabili

cons_rel	impresa che si relaziona con i consumatori (social network, web marketing, ecc.) (si = 1, no = 0)
logimp_coes_mean	logaritmo della media dei valori delle sei dummy sulla coesività
<b>Territorio e internazionalizzazione</b>	
inv_esteri_prod	impresa che nel triennio 2013-15 ha realizzato investimenti (attraverso imprese di cui detengono proprietà/controllo o acquisendo partecipazioni in altre società) in paesi esteri di tipo produttivo (stabilimenti) (si = 1, no = 0)
inv_esteri_comm	impresa che nel triennio 2013-15 ha realizzato investimenti (attraverso imprese di cui detengono proprietà/controllo o acquisendo partecipazioni in altre società) in paesi esteri di tipo commerciale (distribuzione, creazione di uffici di rappresentanza) (si = 1, no = 0)
sedi_ita_aumstaz	impresa che nel triennio 2013-15 ha aumentato/tenuto invariato il numero di sedi in Italia (si = 1, no = 0)
distr	impresa che appartiene ad un distretto industriale (si = 1, no = 0)
<b>Variabili di controllo: caratteristiche strutturali</b>	
cladd_20-49	impresa che appartiene alla classe di addetti 20-49 (si = 1, no = 0)
cladd_50-499	impresa che appartiene alla classe di addetti 50-499 (si = 1, no = 0)
sett_3A	impresa che appartiene al settore delle 3A (Alimentare-Abbigliamento-Arredamento) (si = 1, no = 0)
sett_mecc	impresa che appartiene al settore della Meccanica (si = 1, no = 0)
attiv_prog	impresa che svolge attività di progettazione (si = 1, no = 0)
attiv_interm	impresa che svolge attività di produzione e vendita di beni e servizi intermedi (si = 1, no = 0)
attiv_finiti	impresa che svolge attività di produzione e vendita di prodotti (si = 1, no = 0)
attiv_comm	impresa che svolge attività di commercializzazione di beni prodotti da altri (si = 1, no = 0)
rip_no	impresa localizzata nel Nord-Ovest (si = 1, no = 0)
rip_ne	impresa localizzata nel Nord-Est (si = 1, no = 0)
rip_ce	impresa localizzata nel Centro (si = 1, no = 0)
rip_si	impresa localizzata nel Sud e Isole (si = 1, no = 0)
gruppo	impresa che appartiene ad un gruppo aziendale (si = 1, no = 0)
fam	impresa familiare, cioè la famiglia detiene la proprietà e/o la governance dell'azienda (si = 1, no = 0)
<b>Variabili di controllo di performance</b>	
fatt14_aumstaz	impresa con fatturato stazionario o in aumento nel 2014 (si = 1, no = 0)
occ14_aumstaz	impresa con occupazione stazionaria o in aumento nel 2014 (si = 1, no = 0)
innov_intrs	impresa che sviluppa innovazioni (si = 1, no = 0)

### Statistiche descrittive

La Tabella 4 riporta le statistiche descrittive delle variabili utilizzate nelle analisi econometriche. Innanzitutto è opportuno soffermarsi sulla relazionalità delle imprese, visto che è alla base della misurazione del grado di coesività. Più della metà delle imprese (59,2%) ha esperienze di collaborazione e partnership con altre imprese, centri di ricerca e Università, e quasi il 40% intrattiene relazioni con i consumatori, mentre poco più del 30% con il sistema bancario e associativo del territorio. Un po' meno diffuse sono le relazioni che le imprese intrattengono con il mondo del non profit (il 24,7% contribuisce o realizza direttamente iniziative solidaristiche), così come rispetto ai lavoratori in termini di cura della qualità dei rapporti di lavoro e investimenti in competenze

(23,9%). Le relazioni con gli enti locali, in termini di rafforzamento di rapporti e collaborazioni, sono quelle meno intense riguardando solo il 10,7% del totale. In media, il grado di "coesività" delle imprese corrisponde al 31,1%.

Poco più della metà delle imprese (59,7%) sono di piccola dimensione (20-49 addetti), mentre dal punto di vista settoriale la ripartizione è quasi equa, con il 48,6% delle imprese che operano nel settore delle 3A e il 51,4% in quello della meccanica. Rispetto invece alla tipologia di attività, prevalgono le imprese che producono prodotti finiti (42,2%) e a seguire quelle che producono beni e servizi intermedi (34,3%) arrivando nel loro insieme a rappresentare oltre i tre quarti del totale delle imprese del campione.

	Media	Intervallo di confidenza 95%		S.D.
<b>Variabili dipendenti: performance</b>				
fatt15_aum	0,416 (0,014)	0,389	0,443	0,493
ordest15_aum	0,444 (0,016)	0,413	0,475	0,497
occ14_aum	0,236 (0,012)	0,213	0,259	0,425
exp14	0,746 (0,012)	0,722	0,770	0,435
<b>Variabile dipendente: mission</b>				
stakehold	0,792 (0,011)	0,769	0,814	0,406
Coesività				
lav_rel	0,239 (0,012)	0,216	0,263	0,427
arcv_rel	0,592 (0,014)	0,565	0,619	0,492
ist_rel	0,107 (0,009)	0,090	0,123	0,309
bancass_rel	0,310 (0,013)	0,285	0,336	0,463
np_rel	0,247 (0,012)	0,224	0,271	0,431
cons_rel	0,371 (0,013)	0,344	0,397	0,483
imp_coes_mean	0,311 (0,006)	0,300	0,322	0,199
logimp_coes_mean	-1,929 (0,100)	-2,126	-1,732	3,616
<b>Territorio e internazionalizzazione</b>				
inv_esteri_prod	0,047 (0,006)	0,036	0,059	0,212
inv_esteri_comm	0,062 (0,007)	0,049	0,075	0,241
sedi_ita_aumstaz	0,964 (0,005)	0,954	0,975	0,185
distr	0,384 (0,014)	0,357	0,410	0,486
<b>Variabili di controllo: caratteristiche strutturali</b>				
cladd_20-49	0,597 (0,014)	0,570	0,624	0,491
cladd_50-499	0,403 (0,014)	0,376	0,430	0,491
sett_3A	0,486 (0,014)	0,458	0,513	0,500
sett_mecc	0,514 (0,014)	0,487	0,542	0,500
attiv_prog	0,198 (0,011)	0,177	0,220	0,399
attiv_interm	0,343 (0,013)	0,317	0,369	0,475
attiv_finiti	0,422 (0,014)	0,395	0,449	0,494
attiv_comm	0,037 (0,005)	0,027	0,047	0,189
rip_no	0,297 (0,013)	0,272	0,322	0,457
rip_ne	0,354 (0,013)	0,328	0,380	0,478
rip_ce	0,203 (0,011)	0,181	0,225	0,402
rip_si	0,146 (0,010)	0,127	0,165	0,353
gruppo	0,208 (0,011)	0,186	0,231	0,406
fam	0,886 (0,009)	0,868	0,903	0,318
<b>Variabili di controllo: performance</b>				
fatt14_aumstaz	0,710 (0,013)	0,686	0,735	0,454
occ14_aumstaz	0,803 (0,011)	0,781	0,825	0,398
innov_intrs	0,725 (0,012)	0,701	0,749	0,447

Tabella 4  
Statistiche descrittive  
Nota: Standard error in  
parentesi.

Dal punto di vista geografico, i due terzi delle imprese operano nell'Italia settentrionale, con una maggiore presenza nel Nord-Est (35,4%) rispetto al Nord-Ovest (29,7%), mentre nel Centro si concentra il 20,3% del totale nazionale e nel Sud e Isole il 14,6%. Dal punto di vista della governance, le imprese

familiari sono ampiamente diffuse (88,6%), mentre abbastanza limitata è la quota di imprese che appartiene ad un gruppo aziendale (20,8%). La distrettualità è un fenomeno ampiamente presente tra le imprese oggetto di analisi, visto che quasi il 40% di esse opera nei distretti.

La maggior parte delle imprese (79,2%) non ha come unico obiettivo la massimizzazione del profitto, ponendo attenzione invece anche a molto altri aspetti, quali gli interessi degli stakeholders, la qualità, la sostenibilità, il benessere socio-economico della comunità.

Osservando le performance, poco più del 40% delle imprese ha dichiarato il fatturato in aumento nel 2015 rispetto al 2014 (41,6%) così come gli ordinativi esteri (44,4%). Mentre l'occupazione in aumento, con riferimento al 2014 sul 2013, riguarda una quota più bassa di imprese (23,6%). Il 72,5% delle imprese sviluppa innovazioni.

Riguardo all'internazionalizzazione, tre quarti delle imprese sono esportatrici (74,6%), il 4,7% ha realizzato nel triennio 2013-15 investimenti esteri di tipo produttivo e il 6,2% di tipo commerciale. Sempre nello stesso arco temporale, la netta maggioranza (96,4%) delle imprese ha dichiarato di non aver diminuito il numero di sedi (produttive, commerciali, logistiche) in Italia.

## Analisi di regressione e commento dei principali risultati

### Il metodo

Dato il grado di "coesività" delle imprese come precedentemente descritto, i suoi effetti sulle performance sono stimati attraverso il seguente modello probit, applicato in relazione a ciascun indicatore posto di volta in volta come variabile dipendente:

$$(1) P(Y_i=1|C_i, S_i) = \Phi(\beta_0 + \beta_1 C_i + \beta_2 S_i)$$

dove  $Y_i$  rappresenta, per ogni indicatore, la probabilità di performance positiva per l'impresa  $i$ -esima, nello specifico: i) aumento del fatturato nel 2015 (colonna 1); ii) aumento degli ordinativi esteri nel 2015 (colonna 2); iii) presenza nei mercati esteri (colonna 3); iv) aumento degli occupati nel 2014 (colonna 4). Inoltre, riguardo alla relazione coesività-attenzione agli stakeholder,  $Y_i$  rappresenta anche la probabilità di essere impresa che ha come mission il benessere socio-economico, cioè non massimizzatrice del profitto (colonna 5).  $\Phi$  è la funzione cumulata di una normale standardizzata. Il vettore  $C_i$  indica il grado di coesività espresso in termini logaritmici; il vettore  $S_i$  fa riferimento alle variabili di controllo relative alle caratteristiche strutturali dell'impresa e al tema del territorio e internazionalizzazione; inoltre lo stesso vettore comprende anche alcuni indicatori di performance ritardati. Tutte le variabili, a parte quella sulla coesività, sono binarie. Tutte le stime sono state realizzate con il software STATA versione 13.

## Risultati e discussione

La Tabella 5 riporta i risultati delle analisi econometriche. Emerge un effetto positivo e fortemente significativo ( $p < 0,01$ ) della coesività sulla probabilità di aumento del fatturato complessivo (colonna 1), così come rispetto all'incremento degli ordinativi esteri (colonna 2). Conferme sulla virtuosa relazione coesività-competitività internazionale si ottengono anche dal positivo effetto marginale, sebbene con un livello inferiore di significatività<sup>9</sup> ( $p < 0,1$ ), rilevato con riferimento alla probabilità di essere impresa esportatrice (colonna 3). Quindi, al crescere del grado di coesività dell'impresa, cioè della sua propensione alla RSI, migliorano le performance economiche, favorite anche da una maggiore apertura verso mercati di sbocco oltreconfine. Più in generale, ciò sembra, molto verosimilmente, essere il riflesso anche di una crescente attenzione da parte della domanda sui contenuti "sociali" del "come" i beni sono stati prodotti.

Questa particolare caratteristica dell'impresa legata a comportamenti improntati verso una maggiore attenzione nei confronti degli stakeholder contribuisce ad imprimere una spinta anche alla crescita occupazionale: è positivo e particolarmente significativo ( $p < 0,01$ ) l'effetto marginale della coesività sulla probabilità di aumento del numero di occupati dell'azienda (colonna 4). Tale risultato non è da ascrivere, verosimilmente, solo ai positivi risultati economici dell'impresa, perché verifiche sulla robustezza del legame tra la coesività e la RSI dimostrano che il grado di coesione dell'impresa mostra una relazione positiva e fortemente significativa ( $p < 0,01$ ) sulla probabilità di essere un'impresa non massimizzatrice del profitto (colonna 5): cioè attenta alla sostenibilità socio-economica, tra cui rientra anche la creazione di occupazione e di benessere (vedi Tabella 3 sulla descrizione della variabile «stakehold»).

Quindi, i risultati che emergono dalle stime indicano che tra RSI e performance d'impresa non esiste un tradeoff ma una virtuosa relazione, secondo cui la RSI contribuisce a rendere il modo di fare impresa competitivo e socialmente utile e sostenibile. Una relazione che sembra trovare ulteriori conferme su come l'attenzione al territorio di riferimento dal punto di vista della produzione, che può essere vista come un volto della coesione e della RSI, si rifletta positivamente sulle performance di impresa. Infatti, la volontà di aumentare, o comunque di non diminuire, le sedi di produzione in Italia («sedi\_ita\_aumstaz») mostra un effetto positivo e fortemente significativo ( $p < 0,01$ ), nonché particolarmente incisivo dato l'elevato livello

9 Merita precisare che il livello del  $p$ -value è solo di poco superiore al 5%.

del coefficiente, sulla probabilità di aumento del fatturato, dell'occupazione e di vendere nei mercati internazionali.

Una controprova di tale risultato è data dall'assenza di significatività dell'effetto marginale degli investimenti produttivi all'estero su entrambi i risultati economici relativi a fatturato e ordinativi esteri. E anche se è vero che l'effetto di tale tipologia di investimenti rispetto alla capacità di vendere all'estero mostra una certa significatività ( $p < 0,05$ ), è altrettanto vero che si tratta sempre di una relazione inferiore, tanto per significatività

stessa quanto per valore del coefficiente, rispetto alla scelta di produrre in Italia. Si rilevano semmai gli investimenti all'estero di tipo commerciale (distribuzione e promozione) una determinante nel favorire il miglioramento delle performance dell'impresa, visti gli effetti marginali particolarmente significativi sulla probabilità di incremento del fatturato e degli ordinativi esteri, nonché sulla propensione all'export ( $p < 0,01$ ); e in parte anche sulla probabilità di aumento dell'occupazione ( $p < 0,05$ ).

Tra le altre variabili di controllo si rilevano

	fatt15_aum (1)	ordest15_aum (2)	exp14 (3)	occ14_aum (4)	stakehold (5)
logimp_coes_mean	0,010*** (0,004)	0,018*** (0,005)	0,006* (0,003)	0,010*** (0,004)	0,009*** (0,003)
inv_esteri_prod	0,020 (0,068)	-0,019 (0,074)	0,099** (0,049)	-0,007 (0,054)	0,037 (0,051)
inv_esteri_comm	0,213*** (0,058)	0,184*** (0,060)	0,183*** (0,029)	0,122** (0,056)	0,069* (0,042)
sedi_ita_aumstaz	0,190*** (0,069)	0,055 (0,103)	0,207*** (0,081)	0,145*** (0,046)	0,003 (0,062)
distr	-0,060** (0,030)	-0,050 (0,034)	0,090*** (0,025)	-0,000 (0,025)	0,000 (0,025)
cladd_20-49	0,011 (0,031)	0,030 (0,035)	-0,180*** (0,024)	-0,075*** (0,026)	0,007 (0,025)
sett_mecc	0,061** (0,030)	-0,014 (0,036)	0,012 (0,026)	0,010 (0,025)	0,012 (0,025)
attiv_prog	-0,019 (0,082)	0,101 (0,120)	0,201*** (0,038)	-0,007 (0,066)	0,004 (0,062)
attiv_interm	-0,034 (0,078)	0,046 (0,117)	0,101* (0,054)	-0,030 (0,062)	0,037 (0,058)
attiv_finiti	-0,036 (0,078)	0,071 (0,115)	0,244*** (0,052)	-0,076 (0,061)	0,055 (0,058)
rip_no	0,034 (0,042)	0,057 (0,049)	0,090*** (0,031)	0,003 (0,035)	0,017 (0,033)
rip_ne	0,061 (0,041)	0,089* (0,048)	0,045 (0,032)	-0,004 (0,034)	0,016 (0,032)
rip_si	0,048 (0,050)	0,102 (0,064)	-0,094** (0,044)	-0,008 (0,041)	-0,017 (0,040)
gruppo	-0,031 (0,037)	0,002 (0,043)	-0,022 (0,034)	-0,011 (0,030)	-0,005 (0,030)
fam	0,008 (0,045)	0,012 (0,054)	0,064 (0,043)	-0,069* (0,041)	0,017 (0,038)
fatt14_aumstaz	0,116*** (0,031)	0,088** (0,037)	0,029 (0,028)	0,179*** (0,022)	-0,027 (0,025)
occ14_aumstaz	0,043 (0,036)	0,053 (0,043)	0,014 (0,032)		0,010 (0,030)
innov_intrs	0,073** (0,032)	0,101*** (0,038)	0,041 (0,028)	-0,002 (0,027)	-0,020 (0,026)
exp14	0,104*** (0,034)			0,019 (0,029)	
Osservazioni	1295	966	1295	1295	1295
Pseudo R <sup>2</sup>	0,049	0,040	0,153	0,072	0,013

Tabella 5  
Coesività, performance di impresa e RSI  
Nota: In tabella sono riportati i coefficienti relativi agli effetti marginali del modello probit. La variabile dipendente è riportata sopra le colonne. Standard error in parentesi. \*\*\*  $p < 0,01$  \*\*  $p < 0,05$  \*  $p < 0,1$ .

almeno quattro risultati degni di nota: gli effetti marginali significativi tra l'1% e il 5% dell'innovazione sui risultati economici aziendali (fatturato e ordinativi esteri); la contrapposizione di segno del coefficiente della distrettualità tra quello negativo rispetto alla probabilità di aumento del fatturato ( $p < 0,05$ ) e quello positivo rispetto alla propensione all'export<sup>10</sup> ( $p < 0,01$ ); la minore probabilità delle piccole imprese di vedere sui mercati esteri e di riuscire ad incrementare l'occupazione; infine, la minore probabilità di esportare delle imprese localizzate nel Sud e Isole, confermando i risultati di recenti studi sulle relazioni tra dimensione, localizzazione geografica e performance di impresa (Pini, Quirino, 2016).

## Conclusioni

La stagione delle grandi crisi – prima finanziaria, poi dell'economia reale e, infine, sociale – ha messo in discussione il credo neoliberista che l'impresa debba mirare solo al profitto, esaltando invece il ruolo della responsabilità sociale d'impresa (RSI). Dato il crescente bisogno di evitare l'esclusione sociale, sono ora giudicate particolarmente preziose le imprese responsabili verso gli stakeholder. Può però venire il sospetto che vi sia un tradeoff tra RSI e performance d'impresa. In effetti, se favorire l'inclusione sociale deprime i risultati dell'impresa, ciò potrebbe rivelarsi insostenibile. Se invece non ci fosse tradeoff, l'adesione dell'impresa alla RSI ne

darebbe un miglioramento indiscusso. Su dati tratti da un'indagine Unioncamere, abbiamo studiato quel tradeoff. Nello specifico, anziché considerare la propensione dell'impresa all'RSI – che spesso sfugge a una rilevazione formale, specie nella realtà italiana di imprese medio-piccole e familiari – ci siamo concentrati sul presupposto dell'RSI, cioè il grado di coesività dell'impresa. Infatti, un'impresa è coesiva se ha un'alta propensione alle relazioni con gli stakeholder ed è improbabile che un'impresa si preoccupi dei suoi stakeholder se non è in relazione con essi. Quest'ultima ipotesi è stata supportata dai risultati delle nostre regressioni. Tuttavia, il risultato chiave che abbiamo ottenuto è che il tradeoff richiamato non esiste: imprese più coesive – e quindi più orientate all'RSI – hanno performance in media migliori delle loro omologhe meno coesive. Dunque, almeno nei nostri dati, essere coesive non comporta penalità ma, semmai, benefici: le imprese coesive non sono un sogno – qualcosa di bello però insostenibile – ma una realtà. La coesività dà risultati win-win: rende le imprese più utili socialmente e più performanti.

Consapevoli dei limiti della ricerca incentrata su un'analisi *cross-section* che si basa solo un segmento particolare del tessuto produttivo, sviluppi ulteriori potrebbero riguardare l'ampliamento tanto dal punto di vista dimensionale, osservando anche le imprese al di sotto dei 20 addetti, quanto da quello settoriale, coprendo un ventaglio più ampio di attività economiche, senza trascurare anche ulteriori approfondimenti di natura territoriale.

<sup>10</sup> Tale risultato sembra confermare in parte le difficoltà di un modello di relazionalità che sta evolvendo verso forme più ampie di *firm relationship*, ma che gode ancora del vantaggio del forte collegamento con i mercati esteri costruito nei decenni passati. Per approfondimenti sulle cause della crisi dei distretti, cfr. Varaldo (2004), Iannuzzi e Berardi (2012). Più recentemente, per analisi sulle diversità di performance tra distretti in risposta alla crisi economica, cfr. Coltorti (2013), Bellandi e Coltorti (2014).

## Bibliografia

Adam F., Makarovič M., Rončević B., Tomšič M. (2005), *The Challenges of Sustained Development. The Role of Socio-Cultural Factors in East-Central Europe*, CEU Press, Budapest.

Ahlerup P., Olsson O., Yanagizawa D. (2007), "Social Capital vs Institutions in the Growth Process", Working Papers in Economics n. 248, Gothenburg University, Gothenburg.

Akcomak I.S., ter Wel B. (2007), "How Do Social Capital and Government Support Affect Innovation and Growth? Evidence From the EU Regional Support Programmes", UNU-MERIT Working Paper Series #2007-2009, United Nations University, Maastricht.

Akcomak I.S., ter Wel B. (2008), "Social Capital, Innovation and Growth: Evidence From Europe", IZA Discussion Paper n. 3341, Bonn.

Aydalot Ph. (ed.) (1986), *Milieux Innovateurs en Europe*, GREMI, Paris.

Aydalot Ph., Keeble D. (eds.) (1988), *High Technology Industry and Innovative Environment*, Routledge, London.

- 
- Balioune-Lutz M. (2005), "Institutions, Social Capital and Economic Development in Africa: An Empirical Study", Working Paper n. 18, International Centre for Economic Research, Torino.
- Batjargal B. (2000), "Social Capital and Entrepreneurial Performance in Russia: A Panel Study", Davidson Institute Working Paper Series, Working Paper n. 352, University of Michigan Business School, MI.
- Baumann-Pauly D., Wickert C., Spence L.J., Scherer A.G. (2013), "Organizing Corporate Social Responsibility in Small and Large Firms: Size Matters", *Journal of Business Ethics*, 115(4), pp. 693-705. DOI: 10.1007/s10551-013-1827-7
- Becattini G. (1979), "Dal settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazioni sull'unità di indagine dell'economia industriale", *Economia e Politica Industriale*, 1, pp.7-21.
- Becattini G. (1989), "Riflessioni sul distretto industriale marshalliano come concetto socio-economico", *Stato e Mercato*, 25, pp. 111-128.
- Becattini G. (1990), "The Industrial District as a Socio-economic Notion", in Pike F., Becattini G., Sengerberger W. (eds.), *Industrial Districts and Inter-firms Cooperation in Italy*, International Institute for Labour Studies, Geneva, pp. 37-51.
- Becattini G. (2007), *Il calabrone Italia. Ricerche e ragionamenti sulla peculiarità economica italiana*, Il Mulino, Bologna.
- Becattini G. (2009), *Ritorno al territorio*, Il Mulino, Bologna.
- Becattini G., Rullani E. (1993), "Sistema locale e mercato globale", *Economia e Politica Industriale*, 80, pp. 25-48.
- Bellandi M., Coltorti F. (2014), "Distretti industriali e medie imprese, tra declino e traiettorie di sviluppo industriale in Italia", in Bellandi M., Caloffi A. (a cura di), *I nuovi distretti industriali. Rapporto di Artimino sullo sviluppo locale 2012-2013*, Il Mulino, Bologna.
- Benabou R., Tirole J. (2006), "Incentives and Prosocial Behavior", *The American Economic Review*, 96(5), pp. 1652-1678. DOI: 10.3386/w11535
- Berggren N., Elinder M., Jordahl H. (2008), "Trust and Growth: A Shaky Relationship", *Empirical Economics*, 35(2), pp. 251-274. DOI: 10.1007/s00181-007-0158-x
- Beugelsdijk S., de Groot H.L.F., van Schaik A.B.T.M. (2002), "Trust and Economic Growth", Tinbergen Institute Discussion Paper, 2002-049/3, Amsterdam-Rotterdam.
- Beugelsdijk S., Smulders S. (2004), "Social Capital and Economic Growth", Tilburg University, Department of Economics, Tilburg, NL.
- Beugelsdijk S., van Schaik T. (2005), "Differences in Social Capital Between 54 Western European Regions", *Regional Studies*, 39(8), pp. 1053-1064. DOI: 10.1080/00343400500328040
- Bjørnskov C. (2006), "How Does Social Capital Affect Economic Growth?", Department of Economics, Working Paper n. 02-06, Aarhus School of Business, DK.
- Bosma N., van Praag M., Thurik R., de Wit G. (2004), "The Value of Human and Social Capital Investments for the Business Performance of Startups", *Small Business Economics*, 23(3), pp. 227-236. DOI: 10.1023/B:SBEJ.0000032032.21192.72
- Bruni L. (2013a), *Economia con l'anima*, EMI, Bologna.
- Bruni L. (2013b), "La forza dei legami forti: l'impresa di famiglia come paradigma dell'economia italiana", in Ferri G., Mariani A. (a cura di), *L'impresa di famiglia nell'economia italiana*, Quaderno n. 32, Università LUMSA e Fondazione Telos, Roma, pp. 18-33.
- Bruni L., Zamagni S. (2004), *Economia civile*, Il Mulino, Bologna.

- 
- Bruni L., Zamagni S. (2015), *L'economia civile*, Il Mulino, Bologna.
- Bruni L., Zamagni S. (a cura di) (2009), *Dizionario di economia civile*, Città Nuova, Roma.
- Brusco S. (1994), "Sistemi globali e sistemi locali", *Economia e Politica Industriale*, 84, pp. 63-75.
- Camagni R. (1991), "Technological Change, Uncertainty and Innovation Networks: Towards a Dynamic Theory of Economic Space", in Camagni R. (ed.), *Innovation Networks: Spatial Perspectives*, Belhaven-Pinter, London.
- Camagni R. (1995), "Global Network and Local Milieu: Towards a Theory of Economic Space", in Conti S., Malecki E., Oinas P. (eds.), *The Industrial Enterprise and its Environment: Spatial Perspective*, Avebury, Aldershot, UK, pp. 195-216.
- Camagni R. (1999), "The City as a Milieu: Applying GREMI's Approach to Urban Evolution", *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, 3, pp. 591-606.
- Camagni R., Capello R. (a cura di) (2002), *Apprendimento collettivo e competitività territoriale*, Franco Angeli, Milano.
- Casey T. (2004), "Social Capital and Regional Economies in Britain", *Political Studies*, 52(1), pp. 96-117. DOI: 10.1111/j.1467-9248.2004.00466.x
- Casey T., Christ K. (2003), "Social Capital and Economic Performance in the United States", Department of Humanities and Social Sciences, Rose-Hulman Institute of Technology, Terre Haute, US.
- Castellani G., Ferri G. (2016), "Misericordia ed economia: utopia o binomio indispensabile?", *Fondazione Nazionale dei Commercialisti*, 31 gennaio.
- Chen C.N., Tzeng L.C., Ou W.M., Chang K.T. (2007), "The Relationship among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and Entrepreneurial Performance for New Ventures", *Contemporary Management Research*, 3(3), pp. 213-232. DOI: 10.7903/cmr.90
- Coates D., Heckelman J.C. (2003), "Interest Groups and Investment: A Further Test of the Olson Hypothesis", *Public Choice*, 117(3-4), pp. 333-340. DOI: 10.1023/B:PUCH.0000003737.58212.a7
- Coleman J.S. (1988), "Social Capital in the Creation of Human Capital", *The American Journal of Sociology*, 94 Supplement, pp. S95-S120.
- Coleman J.S. (1990), *Foundations of Social Theory*, Harvard University Press, Cambridge.
- Coltorti F. (2013), "Italian Industry: Decline or Transformation? A Framework", *European Planning Studies*, 21(12), pp. 2037-2077. DOI: 10.1080/09654313.2012.722972
- Cook P. (2007), "Social Capital, Embeddedness, and Market Interactions: An Analysis of Firm Performance in UK Regions", *Review of Social Economy*, 65(1), pp. 79-106. DOI: 10.1080/00346760601132170
- Cook P., Clifton N. (2004), "Spatial Variation in Social Capital among UK Small and Medium-Sized Enterprises", in de Groot H.L.F., Nijkamp P., Stough R. (eds.) *Entrepreneurship and Regional Economic Development: A Spatial Perspective*, Edward Elgar, Cheltenham, pp. 107-137.
- Cook P., Clifton N., Oleaga M. (2005), "Social Capital, Firm Embeddedness and Regional Development", *Regional Studies*, 39(8), pp. 1065-1078. DOI: 10.1080/00343400500328065
- De Clerck D., Arenius P. (2003), "Effects of Human Capital and Social Capital on Entrepreneurial Activity", Working Paper Steunpunt OOI (in progress).
- De Clercq D., Dakhli M. (2003), "Human Capital, Social Capital and Innovation: A Multi-country Study", Vlerick Leuven Gent Working Paper Series, 2003/18, Gent, BE.

- 
- Dincer O., Uslaner E. (2007), "Trust and Growth", Fondazione ENI Enrico Mattei, Nota di lavoro 73.2007.
- Durlauf S.N., Fafchamps M. (2004), "Social Capital", NBER Working Paper n. 10485, Cambridge, MA.
- Edelman (2012), "2011 Edelman Trust Barometer". <http://www.edelman.com>
- Eliasson K., Westlund H., Fölster S. (2005), "Does Social Capital Contribute to Regional Economic Growth? Swedish Experiences", in Kobayashi K., Westlund H., Matsushima K. (eds.), *Social Capital and Development Trends in Rural Areas*, pp. 221-230, MARG, Kyoto University, Kyoto.
- Fafchamps M., Minten B. (2001), "Social Capital and Agricultural Trade", *American Journal of Agricultural Economics*, n. 83(3), pp. 680-685.
- Fafchamps M., Minten B. (2002), "Returns to Social Network Capital among Traders", *Oxford Economic Papers*, 54(2), pp. 173-206.
- Ferri G., Murro P., Pini M. (2016), "Credit Rationing and the Relationship Between Family Businesses and Banks", in Bracchi G., Filotto U., Masciandaro D. (a cura di), *The XXI Report on Financial System: The Italian Banks: Which Will be the "New Normal"?*, EDIBANK, Roma, pp. 83-98.
- Ferri G., Pini M., Scaccabarozzi S. (2014), "Le imprese familiari nel tessuto produttivo italiano: caratteristiche, dimensioni, territorialità", *Rivista di Economia e Statistica del Territorio*, 2, pp. 48-77. DOI: 10.3280/REST2014-002003
- Fitoussi J.P., Sen A., Stiglitz E. (2009), *Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress*. [www.stiglitz-sen-fitoussi.fr](http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr)
- Fondazione Symbola, Unioncamere (2014), *Coesione è competizione. Nuove geografie della produzione del valore in Italia*, Roma.
- Fondazione Symbola, Unioncamere (2016), *Coesione è competizione. Nuove geografie della produzione del valore in Italia*, Roma.
- Freeman R.E. (1984), *Strategic Management*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Friedman M. (1970), "The social responsibility of business is to increase its profit", *The New York Times Magazine*, September 13.
- Fukuyama F. (2000), *Social Capital and Civil Society*, IMF Working Paper, n.74.
- Garofoli G. (1993), "Economic Development, Organisation of Production and Territory", *Révue d'Economie Industrielle*, 64, pp. 22-37.
- Garofoli G. (1994), *Modelli locali di sviluppo*, Franco Angeli, Milano.
- Granato J., Inglehart R., Leblang D. (1996), "The Effect of Cultural Values on Economic Development: Theory, Hypotheses, and Some Empirical Tests", *American Journal of Political Science*, 40(3), pp. 607-631. DOI: 10.2307/2111786
- Greve A., Benassi M., Dag Sti A. (2006), "Exploring the Contributions of Human and Social Capital to Productivity", presented at SUNBELT XXVI, Vancouver.
- Grootaert C., van Bastelaar T. (eds.) (2002), *The Role of Social Capital in Development*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Guiso L., Sapienza P., Zingales L. (2004), "The Role of Social Capital in Financial Development", *American Economic Review*, 94, pp. 526-556. DOI: 10.3386/w7563
- Hauser C., Tappeiner G., Walde J. (2007), "The Learning Region: The Impact of Social Capital and Weak Ties on Innovation", *Regional Studies*, 41(1), pp. 75-88. DOI: 10.1080/00343400600928368

- 
- Healy T. (2001), "Networks and Social Norms Can Be Good for Business: The Role of Social Capital in Organisations", presented at the Conference "Social Capital: Interdisciplinary Perspectives", Exeter (UK).
- Helliwell J.F. (1996a), "Economic Growth and Social Capital in Asia", NBER Working Paper n. 5470, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA.
- Helliwell J.F. (1996b), "Do Borders Matter for Social Capital? Economic Growth and Civic Culture in US States and Canadian Provinces", NBER Working Paper n. 5863, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA.
- Helliwell J.F., Putnam R.D. (1995), "Economic Growth and Social Capital in Italy", *Eastern Economic Journal*, 21(3), pp. 295-307.
- Hitt M., Ho-Uk L., Emre Y. (2002), "The Importance of Social Capital to the Management of Multinational Enterprises: Relational Networks among Asian and Western Firms", *Asia Pacific Journal of Management*, 19(2-3), pp. 353-372. DOI: 10.1023/A:1016247920461
- Iannone R. (2006), *Il capitale sociale. Origine, significati e funzioni*, Franco Angeli, Milano.
- Iannuzzi E., Berardi M. (2012), "Italian Industrial Districts: Crisis or Evolution?", *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 8(1), pp. 23-36. DOI: 10.1504/WREMSD.2012.044485
- Istat (2016), *Rapporto Bes 2016: il benessere equo e sostenibile in Italia*, Roma.
- Jansson J., Nilsson J., Modig F., Hed Vall G. (2017), "Commitment to Sustainability in Small and Medium Sized Enterprises: The Influence of Strategic Orientations and Management Values", *Business Strategy and the Environment*, 26(1), pp. 69-83. DOI: 10.1002/bse.1901
- Jenssen J.I., Greve A. (2002), "Does the Degree of Redundancy in Social Networks Influence the Success of Business Start-ups?", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 8(5), pp. 254-267. DOI: 10.1108/13552550210448357
- Johnson N., Suarez R., Lundy N. (2002), "The Importance of Social Capital in Colombian Agro-Enterprises", CAPRI Working Paper n. 26. International Food Policy Research Institute, Washington, DC.
- Kilkenny M., Nalbarte L., Besser T. (1999), "Reciprocated 'Community Support' and Small Town Small Business Success", *Entrepreneurship & Regional Development*, 11(3), pp. 231-246. DOI: 10.1080/089856299283182
- Kingsley G., Malecki E.J. (2004), "Networking for Competitiveness", *Small Business Economics*, 23(1), pp. 71-84. DOI: 10.1023/B:SBEJ.0000026022.08180.b7
- Knack S. (2003), "Groups, Growth and Trust: Cross-Country Evidence on the Olson and Putnam Hypotheses", *Public Choice*, 117(3-4), pp. 341-355. DOI: 10.1023/B:PUCH.0000003736.82456.04
- Knack S., Keefer P. (1997), "Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation", *Quarterly Journal of Economics*, 112(4), pp. 1251-1288.
- Knudsen B., Florida R., Rousseau D. (2007), "Bridging and Bonding: A Multi-dimensional Approach to Regional Social Capital", The Martin Prosperity Institute, Joseph L. Rotman School of Management, University of Toronto, Toronto.
- Krishna A. (2001), "Moving from the Stock of Social Capital to the Flow of Benefits: The Role of Agency", *World Development*, 29(6), pp. 925-943. DOI: 10.1016/S0305-750X(01)00020-1
- Kunz V. (2000), "Determinanten der wirtschaftlichen Entwicklung im internationalen Vergleich", *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 2(2), pp. 195-225.
- La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Schleifer A., Vishny R.W. (2000), "Trust in Large Organizations", in P. Dasgupta P., Serageldin I. (eds.), *Social Capital: A Multifaceted Perspective*, The World Bank, Washington, DC, pp. 310-325.

- 
- Landry R., Amara N., Lamari M. (2000), "Does Social Capital Determine Innovation? To What Extent?", Paper prepared for 4th International Conference on Technology Policy and Innovation, Curitiba, Brazil, August 28-31.
- Lechner C., Dowling M., Welpel I. (2006), "Firm Networks and Firm Development: The Role of the Relational Mix", *Journal of Business Venturing*, 21(4), pp. 514-540. DOI: 10.1016/j.jbusvent.2005.02.004
- Lock Lee L.G. (2008), "Corporate Social Capital and Firm Performance in the Global Information Technology Services Sector", PhD dissertation, The University of Sydney, Sydney.
- Lou X., Griffith D.A., Liu S.S., Shi Y. (2004), "The Effects of Customer Relationships and Social Capital on Firm Performance: A Chinese Business Illustration", *Journal of International Marketing*, 14(4), pp. 25-45.
- Lyon T.P. (2005), "Making Capitalism Work: Social Capital and Economic Growth in Italy 1970-1995", Fondazione ENI Enrico Mattei, Nota di lavoro 70.2005.
- Migheli M. (2011), "Capabilities and Functionings: The Role of Social Capital for Accessing New Capabilities", *Review of Political Economy*, 23(1), pp. 133-142. DOI: doi.org/10.1080/09538259.2011.526297
- Migheli M. (2012a), "Il valore degli intangibili e del capitale relazionale per un'impresa: inquadramento teorico, evidenze empiriche, analisi econometriche", Working Paper on Knowledge Society n. 02, Fondazione Adriano Olivetti.
- Migheli M. (2012b), "Assessing Trust Through Social Capital? A Possible Experimental Answer", *American Journal of Economics and Sociology*, 71(2), pp. 298-327. DOI: 10.1111/j.1536-7150.2012.00838.x
- Miguel E., Gertler P., Levine D.I. (2005), "Does Social Capital Promote Industrialization? Evidence from a Rapid Industrializer", *The Review of Economics and Statistics*, 87(4), pp. 754-762. DOI: 10.1162/003465305775098099
- Mousiolis D.T., Zaridis A.D., Karamanis K., Rontogianni A. (2015), "Corporate Social Responsibility in SMEs and MNEs. The Different Strategic Decision Making", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, pp. 579-583. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.01.1240
- Murillo D., Lozano J.M. (2006), "SMEs and CSR: An Approach to CSR in their Own Words", *Journal of Business Ethics*, 67(3), pp. 227-240. DOI: 10.1007/s10551-006-9181-7
- Mustre del Rio (2005), "The Social Capital Effect on Economic Growth", Senior Honors Thesis, The Ohio State University, Ohio.
- Neira I., Vászquez E., Portela M. (2008), "An Empirical Analysis of Social Capital and Economic Growth in Europe (1980-2000)", *Social Indicators Research*, 92(1), pp. 111-129. DOI: 10.1007/s11205-008-9292-x
- Pérez García F., Serrano Martínez L., Montesinos Santalucía V., Fernández de Guevara Radoselovics J. (2006), "Measurement of Social Capital and Growth: An Economic Methodology", *Documentos de Trabajo* 4/2006, Fundacion BBVA.
- Pini M., Quirino P. (2016), "Piccole imprese e family business: evoluzione, divari territoriali, governance e competitività", *Rivista di Economia e Statistica del Territorio*, 2, pp. 71-100. DOI: 10.3280/REST2016-002003
- Pini M. (2017), "L'effetto territorio sulla competitività internazionale e sulla sostenibilità sociale dell'economia: un'analisi sulle piccole e medie imprese manifatturiere italiane", *L'Industria*, XXXVIII, 2, pp. 171-199. DOI: 10.1430/87784
- Putnam R.D. (1993), *Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton.
- Raiser M. (2008), "Social Capital and Economic Performance in Transition Economies", in Castiglione D., Van Deth J.W., Wolleb G. (eds), *The Handbook of Social Capital*, Oxford University Press, Oxford, pp. 491-519.

- 
- Ratti R., Bramanti A., Gordon R. (eds.) (1997), *The Dynamics of Innovative Regions*, Ashgate, Aldershot UK.
- Rinaldi A., Zelli R. (2014), *Misurare il benessere: la sfida degli indicatori alternativi al Pil*, Donzelli Editore, Roma.
- Roth F. (2007), "Trust and Economic Growth: Conflicting Results Between Cross-sectional and Panel Analysis", Ratio Working Paper n. 102.
- Roth F., Schüler D. (2006), *Trust and Economic Growth: A Panel Analysis*, Mimeo, Manuscript draft, University of Göttingen, Göttingen (DE).
- Rupasingha A., Goetz S.J., Freshwater D. (2000), "Social Capital and Economic Growth: A County-Level Analysis", *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 32(3), pp. 565-572. DOI: 10.1017/S1074070800020654
- Sabatini F. (2008), "Social Capital and the Quality of Economic Development", *Kyklos*, 61(3), pp. 466-499. DOI: 10.1111/j.1467-6435.2008.00413.x
- Schneider G., Plümper T., Baumann S. (2000), "Bringing Putnam to the European Regions: On the Relevance of Social Capital for Economic Growth", *European Urban and Regional Studies*, 7(4), pp. 307-317. DOI: 10.1177/096977640000700402
- Smerek R.E., Denison D.R. (2007), "Social Capital in Organizations: Understanding the Link to Firm Performance", *Academy of Management Proceeding*, 2007(1), pp. 1-6. DOI: 10.5465/AMBPP.2007.26530456
- Teachman J.D., Paasch K., Carver K. (1997), "Social Capital and the Generation of Human Capital", *Social Forces*, 75(4), pp. 1343-1359. DOI: 10.5465/AMBPP.2007.26530456
- Temple J. (1998), "Initial Conditions, Social Capital and Growth in Africa", *Journal of African Economies*, 7(3), pp. 309-347.
- The Economist (2010), "The IMF changes its mind on controls on capital inflows", February 18.
- The Economist (2016), "The trouble with GDP – Gross domestic product (GDP) is increasingly a poor measure of prosperity", April 30.
- Varaldo R. (2004), "Competitività, economie locali e mercati globali: alle radici del declino industriale e delle vie per contrastarlo", *Economia e Politica Industriale*, 121, pp. 43-65.
- Venturi P., Zandonai F. (2016), *Imprese ibride. Modelli d'innovazione sociale per rigenerare valore*, Egea, Milano.
- Westlund H. (2006), *Social Capital in the Knowledge Economy: Theory and Empirics*, Springer, Berlin.
- Westlund H., Adam, F. (2010), "Social Capital and Economic Performance: A Meta-Analysis of 65 Studies", *European Planning Studies*, 18(6), pp. 893-919.
- Westlund H., Calidoni-Lundberg F. (2007), "Social Capital and the Creative Class: Civil Society, Regional Development and High-tech Industry in Japan", CESIS Working Paper n. 112, Centre of Excellence for Science and Innovation Studies, Stockholm.
- Westlund H., Nilsson E. (2005), "Measuring Enterprises' Investments in Social Capital. A Pilot Study", *Regional Studies*, 39(8), pp. 1079-1094. DOI: 10.1080/00343400500328164
- Whitely P.F. (2000), "Economic Growth and Social Capital", *Political Studies*, 48(3), pp. 443-466. DOI: 10.1111/1467-9248.00269
- Wu W.P., Leung A. (2005), "Does a Micro-Macro Link Exist Between Managerial Value of Reciprocity, Social Capital and Firm Performance? The Case of SMEs in China", *Asia Pacific Journal of Management*, 22(4), pp. 445-463. DOI: 10.1007/s10490-005-4119-7

---

Zak P.J., Knack S. (2001), "Trust and Growth", *The Economic Journal*, 111(470), pp. 295-321.  
DOI: 10.1111/1468-0297.00609

Zamagni S. (2007), *L'economia del bene comune*, Città Nuova, Roma.

Zamagni S. (2013), *Impresa e responsabilità civile*, Il Mulino, Bologna.

Zhang Q., Fung H.G. (2006), "China's Social Capital and Financial Performance of Private Enterprises", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(2), pp. 198-207.

DOI: 10.1108/14626000610665908