

Alma Mater Studiorum – Università di Bologna

DOTTORATO DI RICERCA IN
ECONOMIA E POLITICA AGRARIA ED ALIMENTARE

Ciclo XXIV

Settore Concorsuale di afferenza: 07/A 1 ECONOMIA AGRARIA ED ESTIMO

Settore Scientifico disciplinare: AGR/01 ECONOMIA ED ESTIMO RURALE

TITOLO TESI

“CAPITALE SOCIALE E SISTEMA DEL VALORE: IL CASO
DEL PESCE AZZURRO IN PUGLIA”

Presentata da: ROLLI DANILA

Coordinatore Dottorato

PROF. D. VIAGGI

Relatori

PROF. C. PIRAZZOLI
PROF. A. CASTELLINI
PROF. R. ROMA

Esame finale anno 2012

INDICE

INTRODUZIONE	Pag.5
CAPITOLO 1	Pag.12
1. La filiera alimentare	Pag.13
1.1 La catena del valore	Pag.14
1.1.1 Il sistema del valore	Pag.16
1.1.2 Analisi del vantaggio competitivo:dalla catena al sistema del valore	Pag.19
1.2 Il capitale sociale	Pag.21
1.2.1 Una classificazione delle definizioni	Pag.24
1.3 I tentativi di misurazione del capitale sociale	Pag.34
1.4 L'importanza delle relazioni	Pag.35
1.5 Capitale sociale e rilevanza economica	Pag.37
CAPITOLO 2	Pag.40
2. La Social Network Analysis	Pag.42
2.1 Panorama storico della Social Network Analysis	Pag.43
2.2 Strumenti per la misurazione della Social Network Analysis: UCINET e NetDraw	Pag.47
CAPITOLO 3	Pag.51
3. Inquadramento generale del settore ittico italiano	Pag.52
3.1 Il comparto del pesce azzurro:alcuni aspetti	Pag.53
3.1.1 Inquadramento del contesto produttivo della Regione Puglia	Pag.56
3.2 La struttura produttiva nelle marinerie di Manfredonia e Molfetta	Pag.61
3.2.1 La struttura della flotta	Pag.63
3.2.2 Le produzioni locali	Pag.67
3.2.3 I mercati ittici di Manfredonia e Molfetta	Pag.70
CAPITOLO 4	Pag.73
4. Analisi dei risultati	Pag.74
4.1 Analisi delle marinerie	Pag.75
4.2 Applicazione della Social Network Analysis	Pag.79
4.3 Valutazione del Capitale Sociale:costruzione e analisi dei sociogrammi	Pag.81

4.4 Calcolo degli indici di misurazione del Capitale Sociale	Pag.84
CAPITOLO 5	Pag.92
5. Una integrazione alle analisi precedenti (dall'esperienza di studio fatta alla University of Florida)	Pag.93
5.1 La marineria di Ancona	Pag.95
5.2 Analisi comparativa tra le marinerie	Pag.101
5.3 Analisi dei risultati della Social Network Analysis nelle marinerie	Pag.103
CONCLUSIONI	Pag.111
BIBLIOGRAFIA	Pag.117
ALLEGATO	Pag.127

INTRODUZIONE

INTRODUZIONE

Il Primo Programma Nazionale Triennale della Pesca e dell'Acquacoltura 2007-2009 promosso dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali ha riguardato la recente evoluzione della pesca italiana caratterizzata da un deterioramento degli stock ittici, una consistente riduzione della flotta da pesca e dell'occupazione, una diminuzione delle quantità sbarcate, un consistente aumento dei costi di produzione solo in parte mitigato dal positivo andamento dei prezzi e un andamento negativo dei redditi degli operatori.

In linea con gli obiettivi di sostenibilità ambientale, sociale, economica ed istituzionale, lo studio portato avanti con questa tesi intenderebbe offrire un contributo originale ed innovativo, al fine di perseguire obiettivi concreti, volti alla valorizzazione ed allo sviluppo delle produzioni ittiche adriatiche (invocati dal Programma triennale), con particolare riferimento al pesce azzurro in Puglia.

Le principali istanze a cui si intende rispondere riguardano, infatti, il tema della valorizzazione commerciale dei prodotti del sistema pesca, attraverso l'approfondimento degli aspetti relativi ai rapporti di integrazione, alle relazioni che intercorrono nel comparto e che gli operatori dei sistemi di pesca del pesce azzurro realizzano ai diversi livelli del contesto produttivo in cui operano. Tali relazioni riguardano le forme di integrazione sia orizzontale sia verticale che, a diversi piani di formalizzazione, si realizzano sia all'interno del settore della pesca, in senso stretto, che in settori che con esso si integrano nelle fasi di commercializzazione, trasformazione e distribuzione del prodotto.

A partire dalla considerazione che la numerosità e, soprattutto, la qualità delle relazioni instaurate concorrono ad accrescere il valore del capitale sociale dell'area in cui le imprese di pesca operano, l'analisi di network è stata ritenuta un utile strumento per indagare sulle criticità del settore soprattutto nelle fasi a valle della produzione (dallo sbarco del prodotto all'arrivo sui banchi di vendita finali).

Infatti, la problematica di interesse centrale da cui si è partiti è rappresentata dall'andamento negativo dei principali indicatori economici relativi al settore della pesca, rappresentativi di una tendenza di lungo periodo che rischia di compromettere il sostanziale equilibrio economico delle imprese ittiche nazionali. In particolare, la scelta di focalizzare lo studio sul comparto del pesce azzurro deriva dalla constatazione delle particolari criticità (economiche, sociali e ambientali) connesse a tale prodotto, ma anche dalla valutazione delle potenzialità che tale risorsa offre.

Gli studi condotti sono ormai piuttosto numerosi e hanno evidenziato che gli stock dei piccoli pelagici sono soggetti ad ampie fluttuazioni, che dipendono principalmente da fattori ambientali, ma anche da un andamento del mercato che influenza in maniera determinante le scelte gestionali e i risultati dell'attività delle imprese. Così il livello di sfruttamento della risorsa ittica e il prezzo medio di vendita spesso scarsamente soddisfacente rappresentano elementi basilari da tenere in considerazione nel momento in cui si decide di avviare azioni di promozione per il comparto considerato. Ciò richiede l'adozione di una strategia articolata e flessibile che veda il coinvolgimento diretto degli stessi operatori impegnati a diversi livelli nel settore ed in cui le azioni dovranno essere modulate all'interno di un orizzonte temporale di medio e lungo periodo.

In tale quadro di portata più generale derivato dal programma nazionale, l'obiettivo della tesi di dottorato è quello di analizzare il possibile impatto che diversità di contesti socio-economici, rappresentabili attraverso lo studio del capitale sociale, possono determinare sull'andamento economico di un sistema produttivo. In particolare, si sono esaminate le fasi di pesca e di commercializzazione della filiera ittica che ruota attorno al pesce azzurro nell'areale pugliese.

Nel dettaglio, lo studio ha voluto analizzare le influenze del contesto socio-economico, in alcune principali marinerie della Puglia, sui sistemi di pesca e di commercializzazione del pesce azzurro, valutando tale interazione attraverso una lettura integrata, per le diverse realtà locali, dell'analisi dei punti di forza e debolezza del comparto e delle caratteristiche strutturali dei *networks* (reti sociali) esistenti.

L'indagine al centro del lavoro di dottorato riguarderà sia i *network* con attività specifica nel settore di produzione, trasformazione e commercializzazione di prodotti ittici sia quelli che, agendo in settori diversi (turismo, ristorazione, attività ricreative, servizi ecc.), concorrono alla formazione del capitale sociale dell'area ed al suo sviluppo economico. La comprensione dei meccanismi e delle tipologie di relazione che i singoli attori della filiera sono in grado di realizzare sia all'interno del comparto sia con altri settori, tali da costituire occasioni di incontro per l'ampliamento del mercato, per rafforzare la competitività dell'offerta e per le occasioni di più ampia divulgazione delle informazioni sul prodotto e processo, ha consentito da un lato una più approfondita conoscenza dei punti di forza e debolezza, nonché delle potenzialità del settore ittico e dall'altro ha fornito utili indicazioni per supportare, indirizzare e migliorare il processo di crescita di questi *network* nell'ambito del sistema produttivo in esame.

La analisi dei *network*, infatti, può fornire spunti interessanti per lo sviluppo di strategie che, tramite il miglioramento delle relazioni tra gli operatori dei diversi settori che si rapportano con il settore della pesca e quindi attraverso il rafforzamento del capitale sociale dell'area, favoriscano, nel breve

periodo, un migliore scambio di informazioni sia tra le imprese sia con il consumatore finale, e a medio e lungo termine una più corretta programmazione dell'offerta, una migliore gestione dei mercati e l'implementazione di progetti di valorizzazione del pescato che prevedano la partecipazione di operatori anche di settori diversi da quello della pesca (commercializzazione, ristorazione, turismo ...).

Lo studio delle relazioni tra gli attori di un sistema di produzione nasce dalla considerazione che il clima in cui queste si realizzano sia il presupposto fondamentale per attivare percorsi "virtuosi" e sinergie organizzative che conducono alla realizzazione di azioni di valorizzazione che possono tradursi in economie e miglioramento della redditività per tutti gli operatori coinvolti. Il beneficio più immediato ritraibile dallo sviluppo delle relazioni tra gli operatori del comparto in esame e dei settori collegati potrà derivare da un allargamento del mercato grazie a una più grande diffusione delle informazioni sul prodotto presso il consumatore finale fino ad un possibile accrescimento della profittabilità del comparto del pesce azzurro derivante sia da una differenziazione delle occasioni di consumo attraverso la penetrazione nei consumi, sia da una riduzione dei costi di transazione a seguito di una migliore e più condivisa gestione delle fasi a valle.

LO STATO DELLE CONOSCENZE

L'idea di studiare l'insieme delle relazioni all'interno di una determinata filiera ittica, sia da un punto di vista quantitativo sia per quanto riguarda la loro qualità, nasce dalla constatazione che una delle inefficienze dei sistemi produttivi trae origine dall'onerosità dei costi di transazione, che sono in genere difficilmente quantificabili e legati all'organizzazione di attività (collocazione dei prodotti sul mercato, regolamentazione dei contratti di vendita e rispetto delle clausole).

I costi di transazione sorgono con l'esistenza di asimmetrie informative e il rischio di incorrere in comportamenti opportunistici (Williamson, 1975). La riduzione di tali diseconomie rappresenta un vantaggio competitivo per gli operatori capaci di innescare azioni in tale direzione. Le motivazioni dell'insorgere di elevati costi di transazione, che riducono il margine dei produttori, stanno nell'asimmetria informativa tra gli attori, relativamente ai flussi di informazioni legati ai prodotti ma anche alla qualità delle relazioni che si instaurano tra gli stakeholders del sistema. In questo contesto il concetto di valorizzazione del capitale sociale si inserisce come strumento di diminuzione dell'onerosità dei costi di transazione e, quindi, di possibile appropriazione di quote del margine della distribuzione da parte dei produttori.

Molti autori sottolineano l'apporto dato dall'"utilizzo" del capitale sociale nel ridurre i costi di transazione e stimolare le attività imprenditoriali (Putnam, 1995a, Paldam e Svendsen, 1999, Grootaert, 2001 e altri). Sulla base di tali studi si sono individuati due meccanismi principali attraverso i quali il capitale sociale può contribuire a ridimensionare la probabilità di incorrere in comportamenti opportunistici riducendo i costi di monitoraggio:

1. la fiducia e l'attitudine a cooperare sorgono dalla possibilità di ripetere un determinato tipo di interazione per un numero sufficientemente elevato di volte. In questo caso la sanzione dei comportamenti opportunistici è più credibile e gli agenti tendono a osservare norme di reciprocità. Tali condizioni si riscontrano facilmente nelle reti di relazioni orizzontali, nelle quali l'importanza della reputazione è peraltro ulteriormente rafforzata dalla migliore trasmissione delle informazioni. Questo ragionamento è alla base dei modelli di teoria dei giochi che analizzano il ruolo del capitale sociale in contesti strategici rappresentati da un dilemma del prigioniero, o da giochi affini, ripetuti infinitamente;
2. la riduzione dei costi di transazione si verifica più facilmente quando le reti di relazioni sociali sono di dimensioni limitate e, in tal caso, gli effetti positivi sulle transazioni vengono bilanciati dalla difficoltà di conseguire economie di scala e dalla restrizione delle opportunità di incontrare nuovi agenti. Esisterebbe, quindi, un *trade-off* tra la garanzia del rispetto degli accordi e la dimensione dei profitti.

Per ciò che concerne il capitale sociale più del dettaglio, a tutt'oggi, nonostante l'imponente mole di letteratura scaturita dalle potenzialità del concetto di capitale sociale e "nonostante la grande quantità di ricerca su di esso, la sua definizione rimane elusiva" (Sabatini 2005). Questo è il primo ostacolo che si incontra all'inizio di un percorso di studio mirato a conferire maggior valenza operativa, o applicativa che dir si voglia, al concetto di *capitale sociale*.

Il binomio "capitale sociale", il cui primo utilizzo riconosciuto risale al 1916, si è tradotto in una corposa e costante produzione scientifica e letteraria negli anni '80, la cui matrice è prettamente sociologica. A partire dagli anni '90 si incontra un generale consenso nel riconoscere nel capitale sociale un importante fattore condizionante la qualità della vita, il rendimento delle istituzioni pubbliche, nonché la crescita e lo sviluppo economico.

Si può aggiungere che il capitale sociale ha tradotto in termini più compatibili alle scienze politiche e alle scienze economiche le teorie dell'analisi delle *reti sociali*, delineando di conseguenza un importante collegamento interdisciplinare. Partendo dal concetto di capitale sociale, "le reti di relazioni interpersonali che permettono alle persone di agire collettivamente per perseguire in modo più efficace degli obiettivi comuni (Putnam 1995)", si può affermare che le sue basi risiedono, proprio nella creazione di *network* di relazioni interpersonali e nella

costituzione di norme sociali fondate sulla fiducia tra le parti; la frequenza e la numerosità e la qualità di queste relazioni, sono in grado di migliorare le condizioni in cui si verificano le transazioni, stimolando l'attività economica, determinando una riduzione dell'incertezza che abbassa, appunto, i costi di transazione (Sabatini, 2007). Recenti studi hanno evidenziato come l'approccio dei sistemi produttivi attraverso la *Social Network Analysis*, rappresenti una nuova chiave di lettura del loro carattere multidimensionale, in alternativa agli studi di filiere o distretti. Per network si intende un insieme coordinato di attori differenti che interagendo a diversi livelli di intensità, sviluppano, producono, distribuiscono e diffondono metodologie di produzione di beni e servizi; quindi, semplici individui ma anche le famiglie e le associazioni fino alle Istituzioni, secondo la forma organizzativa che si danno e/o i valori che sottendono alle loro relazioni.

I *network* concretizzano il loro apporto allo sviluppo attraverso la condivisione delle informazioni, l'apprendimento collettivo di *best practices*, fino alla riduzione dei costi di transazione.

FASI DELLO STUDIO

Il task del lavoro ha puntato l'attenzione su quattro attività distinte:

- 1. "analisi desk ed individuazione della metodologia e delle aree di studio"**: una iniziale raccolta bibliografica ha consentito di definire l'approccio metodologico relativamente sia alla teoria del capitale sociale che alla validità e modalità di applicazione della *Social network analysis* al settore di produzione, trasformazione e commercializzazione di prodotti ittici, oltre che alle sue recenti applicazioni a comparti produttivi piuttosto che ad ambiti territoriali, nonché agli strumenti più idonei ed evoluti legati alla costruzione grafica delle reti di relazione ed agli indicatori che consentono una loro migliore valutazione qualitativa. Successivamente si sono evidenziate le caratteristiche peculiari delle diverse marinerie in Puglia, con particolare riferimento alla specializzazione nella cattura e commercializzazione del pesce azzurro, e se ne sono indagati i relativi contesti socio-economici; a tal fine si è ritenuto opportuno prevedere la realizzazione di *focus group* con testimoni privilegiati del settore che consentissero di caratterizzare al meglio i contesti produttivi oggetto di indagine, in funzione dell'ampiezza delle possibili reti di relazione. Ogni marineria, comprensiva del mercato di destinazione delle

produzioni, è stata considerata un *network*, costituito da *sotto-networks*, vale a dire da operatori di:

- appartenenti allo stesso settore con relazioni orizzontali;
- appartenenti allo stesso settore con relazioni verticali;
- appartenenti a settori diversi ma dipendenti per occasioni di mercato;
- appartenenti alle Istituzioni;
- appartenenti alla società etica (volontariato, ambientalismo).

2. **“predisposizione dei questionari e raccolta delle informazioni”**: trattasi di una fase meramente operativa attraverso la stesura di un questionario di rilevazione costituito da una sezione relativa alle caratteristiche del soggetto intervistato (tipo di impresa, numero di addetti, settore di attività, tipologia di servizi forniti sia agli appartenenti al *network* che al territorio, etc.) e da una seconda sezione specificamente destinata a rilevare la numerosità e qualità delle relazioni messe in atto da ciascuno nell’ambito del territorio in cui l’attività di esso si esplica. Agli attori di ogni singolo *network* è stato somministrato il questionario per la rilevazione quantitativa e qualitativa delle relazioni istituite. I dati ricavati sono stati oggetto di un’analisi di rete che ha determinato, non solo il valore del capitale sociale nell’area in esame, ma ha consentito di individuare i “nodi” maggiormente strategici nel determinarne la stabilità oltre a misurare l’apporto del capitale sociale come strumento di valorizzazione delle produzioni.
3. **“Elaborazione delle informazioni e calibratura delle reti”**: durante questa fase, i risultati delle interviste sono stati implementati in un database per una elaborazione statistica dei dati di carattere socioeconomico. Le elaborazioni quanti-qualitative sulle relazioni attivate hanno costituito la base per il disegno delle reti, il calcolo degli indicatori e la valutazione della loro stabilità. Sulla base dei risultati ottenuti sono state poi ipotizzate le possibili variazioni del valore del capitale sociale in funzione della costruzione di differenti scenari evolutivi.
4. **“Confronto dei risultati e formulazione di soluzioni operative”**: nella parte finale dell’analisi è stata integrata la lettura del capitale sociale attraverso un approccio qualitativo alle relazioni. Infatti attraverso un’esperienza di *visiting scholar* alla University of Florida per seguire un corso di *Social Network Analysis* per una elaborazione quantitativo-relazionale dei dati, si è deciso di fare un confronto con contesti produttivi e di mercato strutturalmente differenziati, esaminando a tale scopo la marineria di Ancona, come esempio di *best practices* per poi confrontare i risultati

ed elaborare strategie di valorizzazione del pesce azzurro, con particolare riferimento alle ricadute che i risultati possono avere per l'intero settore della pesca.

CAPITOLO 1
DAL SISTEMA DEL
VALORE
AL CAPITALE
SOCIALE

1 LA FILIERA ALIMENTARE

Lo studio condotto nella tesi parte da un'analisi della filiera alimentare, in particolare focalizzandosi sul pesce azzurro, in chiave di sistema del valore per arrivare poi a indagarla in termini di *Social Network Analysis* (SNA).

L'analisi di filiera alimentare, in generale, è attualmente oggetto di attente riflessioni da parte della Commissione europea. Numerosi eventi ne hanno messo a rischio il corretto funzionamento, suscitando interrogativi in merito alla sua efficienza e regolarità. Si ricordano, per esempio, i momenti di criticità legati alla estrema volatilità dei prezzi dei prodotti agroalimentari e le ripercussioni avutesi in conseguenza di tale andamento (Pirazzoli, 2007).

Nella circolare COM (2009) 591 la Commissione europea ha avviato una riflessione attenta in merito, evidenziando alcuni elementi su cui agire ai fini di un riequilibrio della situazione, come promuovere relazioni tra gli operatori della filiera. Il concetto di filiera e, più in generale, le applicazioni dello stesso all'analisi delle problematiche concernenti l'efficienza e la competitività di singoli comparti del sistema agroalimentare hanno richiamato sin dagli inizi degli anni '90 una crescente attenzione da parte della letteratura economico-agraria italiana. Alla base di questo interesse vi è il riconoscimento che il concetto di filiera rappresenta uno strumento interpretativo che consente di analizzare le problematiche del sistema agroalimentare alla luce dei cambiamenti che lo hanno caratterizzato a partire dagli anni cinquanta, legati essenzialmente a una crescente integrazione a monte e a valle dei processi produttivi agricoli; cambiamenti, questi, che hanno posto il problema di una definizione di settore sempre più ampia, completando gli elementi della produzione agricola con gli aspetti legati alla trasformazione e commercializzazione dei prodotti, parallelamente al superamento dei limiti insiti nelle più tradizionali indagini di settore (Mariani, Viganò, 2002).

Ora, l'ipotesi della filiera come sistema organizzativo interaziendale composto da attori che "cooperano" per acquisire e mantenere un vantaggio competitivo sul mercato, implica che anche sul piano dell'impostazione dell'analisi si passi da un approccio descrittivo dell'organizzazione produttiva che si sviluppa intorno alla realizzazione di un determinato prodotto finito, ad un approccio strategico. Questo cambiamento di ottica comporta anche la necessità di un riorientamento dell'analisi a favore delle attività messe in atto dalle singole imprese e dal sistema nel suo complesso per realizzare e offrire sul mercato un prodotto il cui valore percepito dal consumatore sia superiore a quello offerto dai concorrenti. In particolare, in questo nuovo inquadramento, anche per le filiere agroalimentari, la creazione del valore per il consumatore e la capacità di gestirlo nel tempo sono elementi fondamentali alla base del vantaggio competitivo sul

mercato; un'impostazione dettata anche dal fatto che le filiere agroalimentari operano in un contesto di mercato sempre più competitivo e globalizzato.

Alla luce di queste considerazioni, è sembrato opportuno richiamare l'attenzione sulle metodologie di analisi strategica delle imprese che sono state sviluppate dalla letteratura aziendale, per verificare la possibilità di una loro applicazione all'analisi delle problematiche connesse con la valorizzazione delle filiere agroalimentari. In particolare, la riflessione sarà condotta facendo riferimento ai concetti di catena e di sistema del valore di Porter (Porter, 1985). In questa prospettiva, la creazione del valore, da cui discende il concetto di valorizzazione, è data dalla "differenza fra il valore totale e il costo complessivo per eseguire le attività generatrici di valore che sono le attività fisicamente e tecnicamente distinte che un'azienda svolge" e si persegue sia riducendo il valore-costo sostenuto sia incrementando il valore d'uso attribuito dall'acquirente. In sostanza, il concetto di filiera anche se non si presta ad essere definito in modo univoco, rappresenta comunque un utile riferimento per l'analisi delle problematiche connesse con il complesso di attività di produzione, trasformazione e commercializzazione dei prodotti in una prospettiva volta a comprendere e ad analizzare le relazioni, soprattutto verticali, tra imprese o tra comparti della produzione.

1.1 LA CATENA DEL VALORE

L'approccio della catena del valore parte dall'ipotesi che la comprensione delle leve di vantaggio competitivo per un'impresa sia possibile solo scomponendo l'azienda nell'insieme di attività strategicamente rilevanti a quel fine (Porter, 1985). La catena del valore consente di rappresentare, dunque, l'insieme delle attività svolte da un'azienda per acquisire, progettare, produrre, vendere, consegnare ed assistere i suoi prodotti e riflette la storia e le strategie dell'impresa. Come sottolinea Porter, è significativo identificare il settore industriale di riferimento, per comprendere come le fonti primarie di vantaggio competitivo tra imprese derivino dalle differenti configurazioni delle proprie catene.

La catena del valore si compone di nove categorie di attività tra loro collegate e il termine vuole indicare il fatto che le attività, seppure analizzate separatamente, sono tra loro concatenate (catena) in un modo che dipende dal contesto, dalla storia, dalle persone e dalle strategie di un'azienda; il valore è la somma che i compratori (clienti) sono disposti a pagare per quello che l'azienda fornisce loro. L'unità di misura del valore è monetaria ed è rappresentata dal ricavo totale, che varia al

variare del prezzo e della quantità venduta. Si ha profitto se il valore che si riesce ad ottenere è maggiore dei costi derivanti dalla creazione di un prodotto.

La catena del valore visualizza due elementi essenziali da cui qualsiasi azienda può partire per creare un prodotto valido:

- 1) le attività generatrici di valore: sono le attività fisicamente e tecnologicamente distinte che l'azienda svolge, misurate in termini di costi necessari per realizzarle;
- 2) il margine: la differenza tra il valore complessivo e il suo costo.

Le attività generatrici di valore richiedono l'acquisto di mezzi tecnici, risorse umane e tecnologia e si possono suddividere a loro volta in due grandi gruppi: primarie e di supporto. Le prime riguardano la realizzazione fisica del prodotto, la sua vendita, il trasferimento al compratore e l'assistenza post-vendita. Le seconde forniscono i mezzi acquistati dal mercato, le tecnologie e le risorse umane. Si può così affermare che il vantaggio competitivo di una azienda dipende dalle singole attività generatrici di valore. In particolare, le modalità con cui ciascuna di esse si sviluppa, determineranno se un'azienda ha costi bassi più o meno competitivi in relazione ai suoi concorrenti. Le attività primarie si distinguono in cinque categorie, ciascuna delle quali è suddivisibile in un certo numero di funzioni distinte che dipendono dallo specifico settore industriale oggetto di esame e dalla strategia adottata dall'impresa (Fig. 1).

In particolare, si parla di :

- a) logistica in entrata (gestione dei materiali, gestione del magazzino, controllo delle scorte, programmazione dei vettori, restituzioni ai fornitori);
- b) attività operative (lavorazione in officina, montaggio, confezionamento, manutenzione delle macchine, collaudo, gestione degli impianti);
- c) logistica in uscita (magazzinaggio dei prodotti, gestione dei materiali, gestione dei vettori di consegna, elaborazione degli ordini, programmazione delle spedizioni);
- d) marketing e vendite (pubblicità, promozione, scelta dei canali di vendita, determinazione dei prezzi);
- e) servizi (installazioni, riparazioni, addestramento del personale, fornitura dei ricambi).

Le attività di supporto comprendono:

- 1) approvvigionamento. Le funzioni di acquisto degli input impiegati nella catena del valore dell'azienda, come ad esempio materie prime, materiali di consumo, macchinari, apparecchiature di laboratorio, macchine da ufficio e fabbricati;
- 2) sviluppo della tecnologia. Le tecnologie impiegate in un'impresa sono numerose, partendo da quelle utilizzate per preparare dei documenti e trasportare dei beni, a quelle che riguardano il processo produttivo vero e proprio;

3) gestione delle risorse umane: si occupa della ricerca, dell'assunzione e dell'addestramento del personale;

4) attività infrastrutturali, quali la direzione generale, la pianificazione, l'amministrazione, la finanza, il servizio legale, gli affari con gli enti pubblici e la gestione della qualità.

Infine, all'interno di ciascuna di esse, vanno considerate altre tre categorie di attività che svolgono anch'esse un ruolo distinto nel vantaggio competitivo di una azienda:

- attività dirette: si occupa della creazione del valore per il cliente (come ad esempio montaggio e lavorazione in officina, pubblicità, progettazione del prodotto, distribuzione);
- attività indirette: manutenzione, programmazione operativa, gestione degli impianti, amministrazione della ricerca e gestione degli schedari dei fornitori.;
- assicurazione della qualità: è l'insieme delle azioni che cercano di garantire la qualità delle attività operative assicurandone il monitoraggio, attraverso l'ispezione, il collaudo e la revisione.

Fig. 1 - Catena e sistema del valore secondo Porter



Fonti: *Il vantaggio competitivo di Porter, 1987*

1.1.1 IL SISTEMA DEL VALORE

Il sistema del valore è dato da un insieme di attività che co-partecipano alla creazione del valore e si traducono in attività di consumo per l'utente finale. Tra i punti più importanti dell'analisi del sistema di creazione del valore (o semplicemente sistema del valore):

- la prospettiva dell'acquirente finale;
- la visione del sistema aggregato di attività;
- la capacità di descrizione delle relazioni tra attività;

- lo sviluppo di fenomeni sistemici di co-produzione;
- la riconfigurazione delle attività;
- la variabilità dei confini di ogni attore economico.

Le imprese operanti nel settore possono scegliere se focalizzarsi su specifiche attività o adottare strategie di integrazione, ma non possono comunque prescindere dal possedere una nozione d'insieme delle attività che influenzano con il proprio contributo la produzione di valore finale. E' quindi chiaro a questo punto come la considerazione delle attività svolte da singole imprese consenta di rendere conto solo di una parte del valore ricevuto dagli utenti finali e di come questi a loro volta diano un giudizio complessivo più a livello di sistema che di singola impresa partecipante. L'accezione di sistema del valore qui condivisa e utilizzata può essere descritta sinteticamente dai seguenti punti (Parolini, 1996):

- si tratta di un insieme di attività che contribuiscono alla creazione di valore volto alla soddisfazione del consumo di prodotti e servizi di editoria elettronica;
- le attività vengono svolte utilizzando un insieme di risorse umane, materiali e immateriali;
- le attività sono legate da flussi di materiali, informazioni, risorse finanziarie e relazioni di influenza;
- nell'ambito del sistema sono coinvolte varie tipologie di attori economici che si occupano della realizzazione specializzata delle varie attività;
- gli acquirenti finali oltre al consumo possono svolgere attività di creazione del valore;
- un singolo attore economico inserito nel sistema principale può partecipare a più sistemi di creazione del valore.

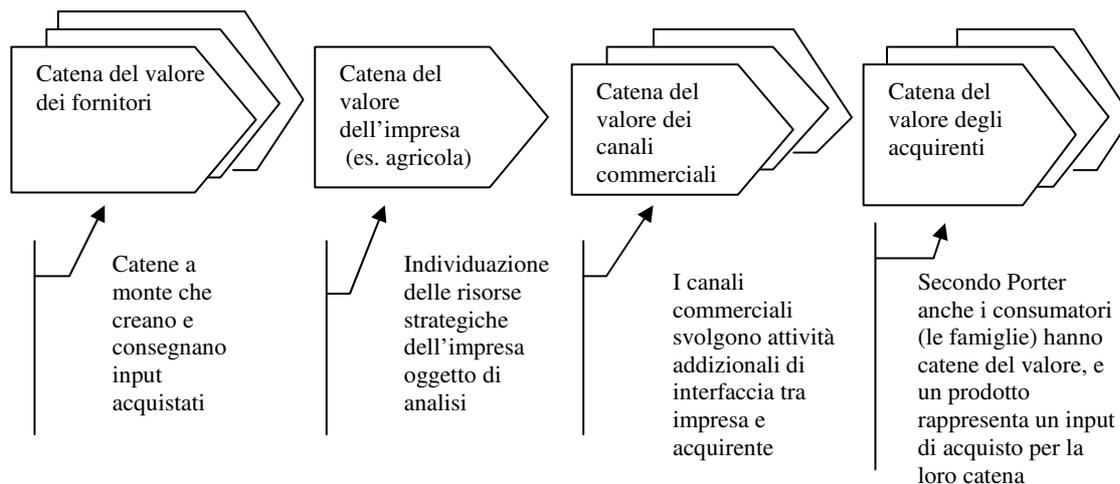
L'ampiezza della definizione induce in modo evidente a riflettere sulle dimensioni di analisi del fenomeno, in quanto presenta il rischio di estendersi ad insiemi di attività troppo vasti per essere analizzati. E' quindi fondamentale definire i confini di analisi del sistema e individuare una corretta rappresentazione, che può essere realizzata identificando le attività come unità elementari di analisi. La metodologia di rappresentazione del sistema del valore è definita "rete del valore", per la particolare forma dello schema grafico di sintesi nel quale si evidenziano:

- le attività principali generatrici di valore;
- i nodi critici di controllo di generazione del valore;
- i nodi che non apportano valore al sistema;
- le possibilità di coinvolgimento del consumatore finale.

Questo approccio supera i limiti dei modelli che si fondano su concetti stabili di impresa e di settore, come avviene nel modello di creazione del valore proposto da Porter (Porter, 1985), secondo il quale la catena del valore di ogni impresa è coinvolta in un flusso di attività di maggiori

dimensioni che lui stesso definisce "sistema del valore". In altri termini, le prestazioni di un'impresa non dipendono solo dalla capacità e dal comportamento della singola impresa, ma sono influenzate direttamente o indirettamente dalle azioni dei diversi attori che costituiscono la filiera. Il riferimento è a un concetto di filiera intesa come sistema di "interrelazioni esistenti tra il complesso degli agenti e delle attività che, relativamente a un prodotto o a un gruppo di prodotti di origine agricola, ne permettono la produzione, il trasferimento nello spazio e nel tempo ed eventualmente la trasformazione fisica" (De Meo, 1996, p. 12). In particolare, si può affermare che in un sistema di filiera, in cui i diversi attori (imprese agricole, trasformatori industriali, imprese della distribuzione) concorrono attraverso forme di coordinamento che possono andare dalle transazioni sul mercato *spot* sino all'integrazione verticale, passando per la miriade di forme intermedie della cosiddetta quasi-integrazione verticale, alla configurazione del prodotto offerto al consumatore, la catena del valore di un'impresa si inserisce e interagisce con quella delle altre imprese che operano sulla filiera. In modo più appropriato, si parla in questo caso di sistema del valore (*value system*). Nell'accezione di Porter (1985), tale concetto si richiama al fatto che la catena del valore di un'impresa è inserita in un sistema di catene del valore interrelate. Il sistema include le catene del valore dei fornitori e di altri attori del mercato, ma anche le catene del valore di specifici canali commerciali prima che il prodotto realizzato diventi parte della catena del valore del consumatore. Ad esempio, la catena del valore dell'impresa agricola è strettamente legata alle relazioni di filiera a monte (dei fornitori) e a valle (delle imprese di trasformazione e di distribuzione, sino al consumatore. (Fig.2)

Fig.2- Sistema del valore di Porter



Fonte: nostre elaborazioni su Porter (1987)

1.1.2 ANALISI DEL VANTAGGIO COMPETITIVO: DALLA CATENA AL SISTEMA DEL VALORE

Al centro dei concetti di catena e di sistema del valore, Porter colloca la funzione cruciale svolta dai “collegamenti” sia all’interno dell’impresa, tra le attività che danno luogo alla sua catena del valore, sia tra la catena del valore di un’impresa e quelle dei fornitori e dei clienti con cui essa entra in contatto (collegamenti verticali). Si tratta di collegamenti che, nonostante l’importanza che rivestono sia sul fronte dei costi che su quello della creazione del valore finale per il consumatore, a detta dello stesso Porter, vengono spesso trascurati. Sulla base di ciò, si può quindi affermare che il grado di competitività di una filiera dipende, non solo dalla disponibilità di risorse e competenze strategiche possedute dalle imprese che la compongono e dall’efficienza con cui le singole attività o parti delle attività che insieme producono valore vengono coordinate e gestite, ma anche dalla collocazione della specifica catena del valore della singola impresa nell’ambito del più ampio sistema del valore.

In una prospettiva in cui il valore per il consumatore dipende da quello dalle catene dei singoli attori che interagiscono sulla stessa, gli scambi di informazioni e la condivisione di attività assumono un rilievo fondamentale per la creazione del valore finale per il consumatore. Fattori, questi, che si evidenziano, in particolare, nei punti di contatto che caratterizzano le imprese nei loro rapporti verticali (rapporti tra fornitori e clienti e viceversa), ma anche in quelli che si stabiliscono tra le imprese che operano allo stesso livello di filiera. In entrambi i casi, il valore creato dalle catene dei

diversi attori confluisce nell'ambito del più ampio sistema del valore creato dalla filiera, determinandone la capacità competitiva sui mercati. In altri termini, il concetto di sistema del valore richiama l'attenzione sul fatto che sono soprattutto le relazioni che consentono di accrescere il valore creato, evidenziando, nel contempo, i fattori critici per ridurre i costi di transazione.

Dunque, si può dire che, nel corso degli ultimi anni, vi è stato da parte degli studiosi economico-aziendali una re-interpretazione del concetto di creazione del valore che ha portato a spostare l'attenzione dal modello di catena/sistema del valore di Porter a quello di "sistemi di creazione del valore" (Parolini, 1996). Una prospettiva, questa, che fa riferimento non più a un concetto di impresa stabile e dai confini ben definiti la cui catena del valore entra nel flusso di attività di maggiori dimensioni costituito dalla catena del valore delle imprese situate a valle, come nella logica del sistema del valore di Porter, bensì ad un contesto definito da una rete di connessioni tra più attori economici (imprese, famiglie, enti pubblici, organizzazioni diverse) e acquirenti finali la cui co-presenza genera un valore complessivo che va letto adottando come prospettiva quella del consumatore finale.

Come è stato fatto osservare (Parolini, 1996), la necessità di individuare prospettive nuove nell'analisi strategica trova fondamento nei profondi cambiamenti a livello tecnologico, economico, politico e sociale che si sono prodotti a livello mondiale negli ultimi anni del XX secolo. Ed è proprio con riferimento alle problematiche sollevate da questo nuovo contesto, che alcuni studiosi propongono di rivedere i modelli di analisi strategica utilizzati a supporto delle strategie aziendali suggerendo di allargare la prospettiva ai "sistemi di creazione del valore".

Seguendo una prospettiva di "sistema di creazione del valore", il *focus* dell'analisi strategica non è più l'impresa e nemmeno il settore, ma il sistema di creazione del valore all'interno del quale diversi attori economici – fornitori, partner, alleati, clienti - lavorano insieme per co-produrre valore. In questo quadro viene introdotto il concetto di "rete del valore" che è rivolto a evidenziare:

- il complesso sistema di creazione del valore nel quale i singoli attori economici si inseriscono;
- le scelte di internalizzazione, esternalizzazione e connessione che gli attori presenti in un sistema hanno compiuto/possono compiere;
- i nodi (costituiti dall'insieme di risorse materiali, immateriali e umane volte allo svolgimento di attività di creazione del valore o di consumo dello stesso) il cui controllo consente di appropriarsi di quote rilevanti delle remunerazioni complessivamente ricevute dal sistema;
- la presenza di nodi che non aggiungono valore in modo adeguato rispetto alle risorse impiegate o che addirittura, sottraggono valore al sistema;
- i colli di bottiglia del sistema;

- le possibilità di riconfigurazione del ruolo del consumatore e de suo coinvolgimento nelle attività di creazione del valore (Parolini, 1996).

Ovviamente, la catena del valore dell'impresa agricola è strettamente legata alle relazioni di filiera a valle che, come accennato, divengono strategiche per il successo non solo dell'impresa, ma dell'intera filiera. Quindi, l'analisi dettagliata delle attività dell'impresa agricola e delle altre imprese che operano sulla filiera, nonché dei rapporti che si stabiliscono tra le imprese che si collocano a stadi produttivi successivi della filiera, ma anche tra quelle che operano nello stesso stadio produttivo, consente di acquisire una valutazione complessiva dei meccanismi di funzionamento e di integrazione che caratterizzano la filiera in rapporto all'obiettivo di creare valore per il consumatore finale.

L'uso dei concetti di catena del valore e di sistema del valore secondo l'ottica di Porter consente, quindi, di guardare alla filiera come ad "un'impresa estesa", con una sua catena del valore data dalla confluenza al suo interno delle catene del valore delle diverse imprese che la caratterizzano. Alla luce di questi concetti, le strategie di valorizzazione del prodotto e il miglioramento delle performance della filiera, elementi di competitività fondamentali anche per il comparto del pesce azzurro, consentono di richiamare l'attenzione non solo sull'utilizzo delle risorse strategiche a disposizione delle imprese, ma anche, e soprattutto, sulle sinergie che tra queste si sviluppano e sull'interscambio di risorse e competenze all'interno della filiera.

1.2 IL CAPITALE SOCIALE

Le imprese mostrano di avere sempre più difficoltà nel conservare il proprio vantaggio competitivo facendo affidamento esclusivamente sulle proprie risorse materiali e immateriali. Le cause possono ricondursi a diversi fenomeni che stanno profondamente e rapidamente modificando i connotati strutturali ed organizzativi dei vari comparti e dei mercati a cui fanno riferimento. Il rapido susseguirsi di innovazioni tecnologiche, la crescente e sempre più globalizzata competizione, la specializzazione delle fasi produttive, l'estrema variabilità della domanda espressa dai consumatori, rendono lo scenario competitivo incerto e rischioso, spingendo le imprese a cercare più ampie relazioni di scambio o collaborazione, sia tra di loro che con altri. Questi comportamenti hanno portato alla formazione di *business network* in cui le imprese, scambiandosi risorse materiali e informazioni, trovano le modalità e le forme organizzative più adatte a fronteggiare il cambiamento.

Le risorse strategiche contenute nel *network*, in particolare le informazioni, costituiscono un asset di cui l'impresa ha bisogno per migliorare il suo vantaggio competitivo (Casieri et al. 2009). E' ragionevole considerare, dunque, come risorsa fondamentale di questa rete il capitale sociale. Esso include elementi di natura differenziata quali le istituzioni, le relazioni, le attitudini e i valori che governano le interazioni tra gli individui e tra i gruppi comuni e contribuisce allo sviluppo economico e generale dei territori.

In realtà l'idea che le relazioni sociali, i *network*, le norme e i valori influiscano sul funzionamento e sullo sviluppo delle società, è stata per lungo tempo presente nella letteratura economica, sociologica e delle scienze politiche, ma solamente in tempi recenti l'idea dell'importanza del capitale sociale è stata arricchita da nuovi contributi di autori che hanno cominciato a definirne scientificamente i contenuti, a misurarlo e a identificare aspetti normativi derivanti dalle analisi scientifiche e dalle ricerche (Acciani et al. 2009).

Il ricorso a fattori non economici per spiegare l'intensità e le modalità dello sviluppo economico ha una lunga tradizione che parte dalle ricerche di Max Weber (1864-1920) e Emile Durkheim (1858-1917), a cui si fa risalire l'introduzione del concetto di capitale sociale. Come accade talvolta per i termini di moda, infatti, il dibattito recente sembra dimenticare il fatto che concetti molto simili al capitale sociale sono già stati proposti dalla sociologia.

Facendo riferimento alla letteratura, occorre citare a questo proposito quattro padri della sociologia. Alexis de Tocqueville (1805-1859) è stato il primo a rilevare l'importanza dei legami associativi, mentre Durkheim ha identificato le basi pre-contrattuali dello scambio in norme, valori e riconoscimento sociale ed anche il meccanismo della coesione sociale che l'autore stesso assimila alla solidarietà.

Weber ha elaborato il concetto di "chiusura sociale" che riguarda le strategie di inclusione ed esclusione, ma anche di riconoscimento reciproco, che autori recenti attribuiscono al capitale sociale.

Infine, i concetti espressi da George Simmel (1858-1918) di cerchia sociale e di intersezione di cerchie sociali appaiono strettamente legati ad un approccio strutturale dello studio del capitale sociale. Sia Weber che Simmel enfatizzano nelle loro trattazioni il ruolo centrale della relazione sociale.

Il primo ad introdurre il termine di capitale sociale è stato Pierre Bourdieu¹ (1930-2002) e successivamente, negli Stati Uniti D'America, James Coleman (1926-1995) ha pubblicato un articolo sull'*American Journal of Sociology* nel cui titolo figurava lo stesso termine². Da allora il

¹ Cfr. Bourdieu P., "Le capital social. Notes provisoires", Actes, n. 31, 2-3, 1980.

² Coleman J., "Social capital and the creation of human capital", in *American Journal of Sociology*, n. 94, 1998.

concetto ha conosciuto una crescente quanto inaspettata fortuna, anche se la sua definizione resta in buona parte indeterminata.

In Italia ha fatto il suo ingresso grazie al lavoro di Robert Putnam (1941-) sull'efficienza delle amministrazioni regionali italiane e a quello di Francis Fukuyama³ (1952-) sul ruolo della fiducia.

Da quel momento, anche nel nostro Paese, si sono moltiplicati gli studi sull'argomento.

Nel suo uso più comune, il capitale sociale appare come "la capacità degli attori di assicurarsi benefici in virtù del fatto di essere membri di una rete o di strutture sociali"⁴. Coleman si inserisce nel dibattito introducendo un'affermazione rivoluzionaria, in cui fa coincidere la definizione di capitale sociale con la sua funzione⁵.

Il concetto evidenzia di per sé una certa ambiguità che, oltre che dalla sovrapposizione tra "definizione" e "funzione", deriva anche dalla difficoltà di individuarne l'origine: se, cioè, sia (da attribuire all'?) l'attore o la struttura sociale. La seconda ipotesi è quella che trova maggiori consensi e un'argomentazione a sostegno di tale tesi fa riferimento a Coleman, quando afferma che il capitale sociale "è incarnato nelle relazioni tra persone"⁶ e quindi è proprio dalle relazioni sociali e non dagli attori che bisogna partire.

I vantaggi del capitale sociale sono innanzitutto teorici, dato che la sua introduzione stabilisce un importante punto di contatto tra economia e sociologia, che prima nell'opinione comune si vedeva l'attribuzione di un carattere fortemente individualista alla scienza economica, cui si contrapponeva una presunta visione collettivistica della sociologia. Ciò si avvera grazie al successo dell'idea di Coleman il quale, utilizzando un termine già coniato da altri importanti sociologi quali Bourdieu, Glenn Loury (1948-) e Jane Jacobs⁷ (1942-), riconosce la superiorità del paradigma razionalista, tipico delle scienze economiche, evidenziandone però una carenza: l'inesistenza delle relazioni sociali. Per gli economisti gli scambi sembrano avvenire in un vuoto, mentre i sociologi suggeriscono di considerare l'utilità delle relazioni sociali per gli individui sotto forma di:

- obbligazioni, che ci si attende dagli individui con cui si è in rapporti di reciprocità;
- informazioni, ottenute grazie a particolari relazioni sociali;
- sanzioni, cui si va incontro se si agisce opportunisticamente, vale a dire infrangendo gli obblighi di reciprocità.

³ Fukuyama F., *Fiducia*, Rizzoli, Milano, 1996.

⁴ Portes A., "Social capital: its origins and applications in modern sociology", in *American Prospect*, n. 22, 1998, p. 6.

⁵ "Il suo valore risiede principalmente nel fatto che si identifica con certi aspetti della struttura sociale attraverso le sue funzioni (e che queste funzioni), identificate con il concetto di capitale sociale, sono il valore di quegli aspetti della struttura sociale che gli attori possono utilizzare come risorsa per realizzare i propri interessi". (Coleman J., *Foundations of social theory*, The Belknap Press of Harvard University, Cambridge, 1990, pp. 304-305).

⁶ Coleman J., *Foundations of social theory*, The Belknap Press of Harvard University, Cambridge, 1990, p. 302.

⁷ Tali autori vengono citati in Woolcock M., "Social capital and economic development: towards a theoretical synthesis and policy framework", in *Theory and Society*, n. 27, 1998.

Tale utilità rende il capitale sociale un deterrente all'aumento dei costi di transazione: questi ultimi sono i costi che si devono sostenere, tra gli altri, per reperire informazioni e che sono completamente ignorati dall'economia ortodossa sulla base del postulato della conoscenza perfetta, nonché i costi derivanti dall'atteggiamento opportunistico di alcuni operatori che sorgono perché i mercati non sono trasparenti e l'informazione è asimmetrica.

Gran parte della letteratura socio-economica sottolinea, inoltre, i vantaggi che deriverebbero dal fatto che l'interazione sociale sia in grado di generare almeno una delle tre seguenti esternalità:

- facilitare la trasmissione della conoscenza circa il comportamento degli altri soggetti, riducendo il problema dell'opportunismo;
- agevolare la trasmissione della conoscenza circa la tecnologia e i mercati, riducendo i fallimenti informativi del mercato;
- stimolare e facilitare l'azione collettiva.

Tali esternalità sono comprese nelle due forme che costituiscono i pilastri del capitale sociale, la sua ossatura: i *network*, che rappresentano la struttura delle relazioni sociali, e le norme sia di fiducia che di reciprocità, che esplicitano la qualità delle relazioni sociali.

1.2.1 UNA CLASSIFICAZIONE DELLE DEFINIZIONI

Il capitale sociale è uno dei concetti che negli ultimi anni ha suscitato numerosi e intensi dibattiti, critiche e interessi. Nonostante le resistenze e i dubbi espressi da alcuni studiosi, rimane la sensazione che esso sia in grado di cogliere e mettere in evidenza alcuni aspetti importanti del modo in cui funziona la società che altri concetti non trattano.

Infatti, la tentazione è stata spesso quella di abbandonare tale concetto per utilizzare strumenti interpretativi più classici, come le reti, le norme, la fiducia. In realtà, si è giunti alla conclusione che questi ultimi sono ricompresi all'interno del capitale sociale, tesi che trova un valido sostegno in Coleman, il quale identifica il capitale sociale con le sue funzioni: come il concetto di "sedia", egli dice, è definito in base alla funzione che svolge, ma può assumere al contempo caratteristiche molto differenti, così il capitale sociale, che può essere riferito a qualsiasi elemento della struttura sociale⁸. E' vero anche che molti studiosi si sono interrogati sulla sua utilità domandandosi : "cosa aggiunge di nuovo questo concetto?"⁹. In effetti l'idea di capitale sociale era già presente in molti lavori di

⁸ Cfr. Coleman J., *Foundations of social theory*, The Belknap Press of Harvard University, Cambridge, 1990.

⁹ Bertolini S.-Bravo G., "Dimensioni del capitale sociale", in *Quaderni di sociologia*, vol. XLV, n. 25, Rosenberg & Sellier, Torino, 2001, p. 61

sociologia e, come sostiene Carlo Trigilia¹⁰, ha origini che risalgono ai classici della disciplina. Coleman stesso afferma che il concetto non è completamente innovativo e fa esplicitamente riferimento a Mark Granovetter (1943-) che ha mostrato come i legami personali possano essere sfruttati per obiettivi diversi, ad esempio trovare lavoro, ottenere informazioni, scoraggiare l'opportunismo. La novità del concetto e la liceità dell'uso di tale termine, dunque, derivano dal fatto di avere una grande potenzialità poiché esso può essere applicato con successo a vari problemi in ambiti diversi tra loro.

La possibilità di disporre di un nuovo strumento analitico per spiegare i differenziali di crescita ha rapidamente attratto l'attenzione degli economisti, che hanno dedicato un numero crescente di studi al ruolo del capitale sociale nei processi economici. Nel 1993 lo studio di Putnam "La tradizione civica delle regioni italiane" proponeva la possibilità che il diverso rendimento istituzionale ed economico di regioni apparentemente simili, fosse dovuto all'influenza di alcuni aspetti della struttura sociale, raccolti sotto la comune etichetta di capitale sociale. La popolarità del concetto di capitale sociale è stata rafforzata nel 1995 dal celebre contributo "Trust: Social Virtues and the Creation of Prosperity" di Fukuyama, nel quale si ipotizza l'esistenza di un legame tra la prosperità economica di un Paese e la fiducia diffusa nella sua società.

A livello microeconomico, il concetto di capitale sociale è stato utilizzato dalla teoria neoclassica per arricchire il principio della razionalità individuale e analizzare l'effetto delle influenze sociali sul comportamento degli agenti economici. L'approccio microeconomico nasce dall'esigenza di analizzare l'influenza delle relazioni sociali sul comportamento individuale e raccoglie sia contributi neoclassici sia schemi di origine differente. Coleman considerava il capitale sociale come un insieme di risorse a disposizione degli individui per il perseguimento di interessi specifici.

Gary Becker (1930-) ha messo in evidenza la rilevanza economica di tali risorse, giungendo a descrivere i rapporti interpersonali come il frutto delle scelte ottimizzanti degli agenti razionali.

Gli studi sugli effetti aggregati del capitale sociale hanno, invece, esplorato i meccanismi che permettono alla struttura sociale di influenzare il rendimento dell'economia e, più in generale, di determinare alcune caratteristiche dello sviluppo economico. L'idea alla base di questo filone di ricerca è che elevate dotazioni di capitale sociale possono migliorare l'efficienza dei mercati e agevolare le transazioni, stimolando la crescita. Una società civile vibrante e ricca di organizzazioni volontarie può favorire la diffusione della fiducia e la trasmissione delle informazioni, migliorare il coordinamento tra gli agenti e ridurre l'incertezza e i costi di monitoraggio, contribuendo infine ad alleviare i fallimenti del mercato.

¹⁰ Cfr. Trigilia C., "Capitale sociale e sviluppo locale", in Stato e Mercato, n. 3, 1999

Ma nonostante il capitale sociale abbia assunto un ruolo tanto rilevante nell'attività di ricerca delle istituzioni internazionali, e più in generale nel dibattito economico, la letteratura sul tema viene spesso accusata di essere superficiale e fumosa. Innanzitutto, a tutt'oggi non esiste una definizione generalmente condivisa, e non si è affermato un metodo universale di misurazione del fenomeno. L'eterogeneità delle definizioni e dei tentativi di misurazione indebolisce la credibilità delle indagini empiriche che, dal canto loro, non sono riuscite a dimostrare il ruolo del capitale sociale nel processo di crescita.

La natura composita del capitale sociale e la grande eterogeneità degli studi dedicati a questo tema rendono possibile effettuare tante classificazioni della letteratura quanti sono gli aspetti del capitale sociale rilevanti ai fini dell'analisi economica.

Consapevoli del fatto che ogni classificazione può risultare riduttiva e insoddisfacente, si è costruita una ripartizione degli studi considerati ai fini di questo lavoro in cinque gruppi, definiti in base alla componente del capitale sociale cui di volta in volta viene accordata maggiore enfasi.

a) L'APPROCCIO NEOCLASSICO DELLA RAZIONALITA' INDIVIDUALE

L'economia neoclassica ha tradizionalmente lasciato alle altre scienze sociali l'onere di studiare i rapporti tra le persone. Soltanto negli anni settanta, il tentativo di rafforzare le capacità esplicative della teoria dominante ha portato alcuni Autori ad analizzare le interazioni sociali, utilizzando ancora una volta il filtro interpretativo costituito dal paradigma della razionalità individuale. In tale contesto teorico, anche i rapporti umani sono considerati il frutto di un comportamento ottimizzante tenuto da parte di agenti perfettamente informati e razionali, mentre il capitale sociale diviene semplicemente una delle risorse a disposizione dell'individuo per il perseguimento di fini personali. Dal punto di vista analitico, il capitale sociale viene trattato come una forma o una componente del capitale umano, accumulata deliberatamente mediante decisioni razionali di investimento.

L'interesse dell'ortodossia neoclassica per il capitale sociale trae la sua principale fonte di ispirazione dal lavoro di Becker¹¹, basato sull'ipotesi che l'ambiente sociale sia in grado di influenzare le preferenze individuali. Queste ultime non avrebbero per oggetto i beni e i servizi che si possono acquistare dato un determinato vincolo di bilancio, bensì un certo numero di bisogni, che gli agenti possono soddisfare usando le merci, il tempo e altre risorse di varia natura. Il capitale sociale descritto in questo contesto teorico, si identifica fundamentalmente con l'influenza degli altri sull'utilità individuale; non si tratta di un bene pubblico, poiché ognuno può appropriarsene e utilizzarlo per perseguire fini personali. La accumulazione del capitale sociale avviene pertanto a

¹¹ Si veda al riguardo Becker G., *A theory of social interactions*, in *Journal of Political Economy*, n. 6, 1974, e Becker G., *Accounting for tastes*, Harvard University Press, Cambridge, 1996

livello individuale, e per la sua produzione non è necessaria alcuna forma di coordinamento tra gli agenti.

Secondo Becker, “l’analisi può essere facilmente estesa a qualsiasi ambiente fisico e sociale suscettibile di modifica da parte dell’individuo, mediante l’assunzione che ogni termine della funzione di utilità abbia una componente ambientale e una componente acquisita, senza cambiare le caratteristiche generali del quadro analitico”¹².

Questa operazione teorica permette all’ortodossia neoclassica di “endogenizzare” il sistema delle relazioni sociali, senza tuttavia mettere in discussione i principi generali del modello, né le sue implicazioni di politica economica. La considerazione delle influenze sociali da parte degli individui non cambia sostanzialmente il loro modo di agire, che viene ancora una volta spiegato in base al principio della razionalità individuale. Anzi, gli “agenti” di Becker sono “ancora più razionali”, dal momento che riescono a calcolare esattamente l’utilità provocata dai diversi aspetti della struttura sociale in cui sono inseriti.

La considerazione del capitale sociale come risorsa individuale caratterizza anche le successive interpretazioni neoclassiche del tema delle interazioni sociali. Lin spiega i rapporti umani come il frutto di vere e proprie decisioni di investimento che agenti razionali effettuano per avere accesso alle risorse a disposizione degli altri individui. Il capitale sociale viene quindi definito come l’ammontare dei benefici che possono essere conseguiti mediante l’inserimento di un attore in una rete, commisurati al rango sociale ed economico delle persone con cui si entra in contatto¹³.

b) L’APPROCCIO DELLA SOCIOLOGIA DELLA SCELTA RAZIONALE

Un approccio più originale e influente al tema del capitale sociale si deve ai lavori di Bourdieu e Coleman, che hanno costituito fonte di ispirazione per buona parte della letteratura successiva sull’argomento. Bourdieu lo definisce “l’insieme delle relazioni sociali di cui dispone (e che può mobilitare) un agente o un gruppo di cui egli fa parte; queste relazioni sono contemporaneamente delle connessioni sociali e delle obbligazioni sociali a comportarsi in un certo modo e a scambiarsi determinate cose, generalmente inerenti all’occupazione di una posizione comune o collegata nella struttura sociale”¹⁴. Come nell’approccio neoclassico, il capitale sociale costituisce una risorsa individuale, frutto delle decisioni di investimento effettuate dagli agenti: “Il volume del capitale sociale posseduto da un agente dipende generalmente dall’estensione del raggio di relazioni sociali che questi può effettivamente intrattenere e mobilitare in conseguenza del possesso di altre forme di

¹² Becker G., *Accounting for tastes*, cit., p. 196.

¹³ Cfr. Lin N., *Social capital – A theory of social structure and action*, Cambridge University Press, Cambridge, 2001.

¹⁴ Marsiglia G., *Pierre Bourdieu. Una teoria del mondo sociale*, CEDAM, Padova, 2002, p. 92

capitale”¹⁵. Tuttavia, diversamente da Becker e da Lin, Bourdieu ritiene che la produzione di capitale sociale sia un fenomeno sostanzialmente collettivo, che richiede la mobilitazione di almeno due agenti e la creazione di rapporti interpersonali. Le idee di Bourdieu sono integrate da Coleman nell’ambito di uno schema analitico assai simile a quello neoclassico. Pur criticando la teoria neoclassica per la scarsa attenzione riservata all’influenza della società sul comportamento individuale, Coleman propone di estendere l’uso degli strumenti tradizionali dell’individualismo metodologico alla spiegazione delle interazioni sociali, fondando una “sociologia della scelta razionale”. Come nell’analisi di Becker, il tentativo di endogenizzare la struttura delle relazioni interpersonali nelle preferenze dell’individuo è effettuato ricorrendo al concetto di capitale sociale, che viene tuttavia considerato in modo più complesso e innovativo: “Il capitale sociale è definito dalla sua funzione. Non è un’entità singola, ma un varietà di diverse entità che hanno due caratteristiche in comune: consistono tutte di alcuni aspetti della struttura sociale e agevolano determinate azioni degli individui che si trovano dentro la struttura”¹⁶.

E’, dunque, utilizzato per indicare una risorsa che non risiede né negli individui, né nei mezzi di produzione, ma nella struttura delle relazioni sociali, i cui aspetti sono considerati da Coleman una forma di capitale perché costituiscono risorse che, pur non essendo oggetto di scambio nel mercato, contribuiscono al perseguimento di fini individuali e collettivi, che possono assumere rilevanza economica: “come altre forme di capitale, il capitale sociale è produttivo, rendendo possibile il raggiungimento di determinati fini che non sarebbero stati possibili in sua assenza. Come il capitale fisico e il capitale umano, il capitale sociale non è completamente fungibile, ma è fungibile solo rispetto a determinate attività. Una forma di capitale sociale, preziosa nel facilitare determinate azioni, può essere inutile o dannosa per altre”¹⁷. Il metodo considerato da Coleman per endogenizzare le relazioni sociali all’interno di una teoria della scelta razionale è analogo a quello di Becker: i rapporti interpersonali e, a livello aggregato, il sistema delle relazioni sociali, assumono la forma determinata dal perseguimento di fini individuali da parte dei componenti della collettività. Gli agenti sono normalmente interessati a eventi e risorse sotto il controllo di altri agenti: per appropriarsi di queste risorse tendono ad attivare rapporti interpersonali, dando vita alle relazioni sociali che possono diventare capitale sociale. Nell’approccio di Coleman è evidente la dimensione collettiva della produzione del capitale sociale, che costituisce il frutto di interazioni che coinvolgono, nella maggior parte dei casi, gruppi di persone organizzate in associazioni volontarie. Sotto questo punto di vista la sociologia della scelta razionale rappresenta un’evoluzione rispetto all’approccio di Becker, e permette di integrare in uno schema analitico tradizionale alcune

¹⁵ Marsiglia G., Pierre Bourdieu. Una teoria del mondo sociale, CEDAM, Padova, 2002, p. 92

¹⁶ Coleman J., Foundations of social theory, cit., p. 302

¹⁷ Coleman J., Foundations of social theory, cit., p. 302

intuizioni di Bourdieu. Sono numerosi i punti di tangenza con la teoria neoclassica e, proprio per questo, l'approccio di Coleman viene presentato di seguito a quello neoclassico a causa della continuità con quest'ultimo, data soprattutto dal comune riferimento al principio della razionalità individuale.

c) L'APPROCCIO DELL'ANALISI DI RETE

La spiegazione dell'influenza esercitata dall'ambiente sociale sul funzionamento dell'economia costituisce uno dei principali obiettivi della moderna sociologia economica. Il manifesto programmatico di questo filone di ricerca è costituito da un celebre articolo di Granovetter¹⁸, che viene considerato parte integrante della letteratura sul capitale sociale e costituisce la principale fonte di ispirazione degli studi che lo descrivono come insieme di reti di relazioni interpersonali. Granovetter si propone di superare l'ipotesi di attore isolato propria della teoria neoclassica, pur condividendo con quest'ultima l'idea che gli individui agiscano razionalmente. In questo contesto teorico, la razionalità individuale riguarda l'uso di opportunità e informazioni messe a disposizione dalle reti di rapporti interpersonali e non è possibile comprendere i fenomeni economici senza fare riferimento al radicamento dell'azione nelle reti di relazioni sociali. Gli studi che, seguendo l'impostazione di Granovetter, identificano il capitale sociale con l'insieme delle reti di relazioni sociali, sono considerati da alcuni autori afferenti a un unico filone di ricerca, comunemente chiamato "analisi di rete" (*network view*). Esso è nato in ambito sociologico e si è rivelato molto fertile anche per lo sviluppo della letteratura economica sulle interazioni sociali. Si ricordi, ad esempio, il lavoro di Antonio Mutti, nel quale il capitale sociale è definito come "una struttura di relazioni tra persone, relativamente durevole nel tempo, atta a favorire la cooperazione e perciò a produrre, come altre forme di capitale, valori materiali e simbolici. Questa struttura di relazioni consta di reti fiduciarie formali e informali che stimolano la reciprocità e la cooperazione"¹⁹.

Granovetter concepisce le istituzioni economiche come costruzioni sociali costituite da reti di interdipendenze tra gli agenti, mediante le quali questi ultimi cercano di ridurre l'incertezza, soprattutto utilizzando i contatti personali informali, che permettono di scambiare informazioni sull'ambiente economico e sulle strategie degli altri agenti. L'interazione informale rappresenta, infatti, secondo Granovetter, un'importante risorsa per l'acquisizione di meccanismi fiduciarie che permettono di tenere sotto controllo i comportamenti opportunistici e di ottenere informazioni scarse e costose. Come nell'approccio neoclassico, anche le interpretazioni legate alla networks

¹⁸ Cfr. Granovetter M., "Economic action and social structure: the problem of embeddedness", in *American Journal of Sociology*, n. 91, 1985

¹⁹ Mutti A., *Capitale sociale e sviluppo*, Il Mulino, Bologna, 1998, p. 8

view considerano pertanto il capitale sociale soprattutto una risorsa individuale, che gli agenti possono intenzionalmente mobilitare per raggiungere i propri scopi particolari.

L'attenzione dei sociologi dell'analisi di rete si concentra soprattutto sull'elaborazione di una sociologia dei mercati non di concorrenza perfetta. Howard White²⁰ individua una delle principali manifestazioni delle reti che costituiscono capitale sociale nelle associazioni informali di produttori che si osservano reciprocamente al fine di conquistare e mantenere nicchie stabili di mercato. Ogni produttore definisce così quantità, qualità e prezzo basandosi sulle azioni degli altri suoi concorrenti piuttosto che su ipotesi sui gusti dei consumatori, contribuendo a indebolire la concorrenzialità del mercato.

Secondo Ronald Burt²¹, al fine di aumentare i profitti, le imprese si impegnano a eludere la concorrenza, elaborando strategie basate sulla creazione di legami di cooptazione diretti e indiretti con altre imprese. Ne deriva la formazione di reti che costituiscono fonte di informazione, influenza, controllo e, quindi, di regolazione del mercato.

L'enfasi posta da questi contributi sul concetto di rete permette di cogliere chiaramente sia la rilevanza economica del capitale sociale, sia la possibilità che quest'ultimo, in alcune sue forme, sia in grado di esercitare un'influenza negativa sul buon funzionamento dei mercati e, in ultima istanza, sullo sviluppo sociale ed economico. Trigilia²² mette in evidenza come, anche al di là dei rapporti tra le imprese, le reti possano costituire strumenti attraverso i quali informazioni e fiducia circolanti tra i soggetti coinvolti aumentano il loro potere rispetto a coloro che si trovano all'esterno, permettendo il perseguimento di interessi settari, contrari al benessere della collettività. Lo stesso autore sottolinea come attraverso le reti si rendono disponibili risorse cognitive, come le informazioni, o normative, come la fiducia, che permettono agli attori di realizzare obiettivi che non sarebbero altrimenti raggiungibili, o che lo sarebbero a costi molto più alti.

d) L'APPROCCIO ISTITUZIONALE

Negli approcci finora descritti, viene trascurata la dimensione istituzionale del capitale sociale.

Esiste, tuttavia, un vasto numero di studi che definisce il capitale sociale come l'insieme delle istituzioni politiche, economiche e sociali, sia ufficiali sia di carattere informale. Una parte rilevante dei lavori appartenenti a questo filone di ricerca trae ispirazione dal contributo di North sul rapporto tra istituzioni ed evoluzione dell'economia. Come per l'approccio di rete, anche la ricerca di North deriva dall'insoddisfazione nei confronti della teoria tradizionale, nel cui ambito il ruolo delle istituzioni viene trascurato. In un mondo dominato dall'incertezza e popolato da agenti che

²⁰ Cfr. White H., "Where Do Markets Come From?", in *American Journal of Sociology*, n. 3, 1981

²¹ Cfr. Burt R.S., *Corporate Profits And Cooptation*, Academic Press, New York, 1983

²² Trigilia C., "Capitale sociale e sviluppo locale", cit..

possiedono informazioni e capacità intellettuali limitate, una questione centrale dell'economia è, secondo North, la costruzione di istituzioni efficienti, che abbassino i costi di transazione e diano certezza agli scambi. Le istituzioni sono descritte come “le regole del gioco di una società o, più formalmente, i vincoli che gli uomini hanno definito per disciplinare i loro rapporti. Di conseguenza danno forma agli incentivi che sono alla base dello scambio, sia che si tratti di scambio politico, sociale o economico. Il cambiamento istituzionale influenza l'evoluzione di una società nel tempo ed è la chiave di volta per comprenderne la storia”²³.

North distingue tra istituzioni informali e formali. Le istituzioni informali “derivano dall'informazione diffusa nella società e sono parte di un'eredità che si chiama cultura”²⁴, che nemmeno le rotture istituzionali, come le rivoluzioni e le conquiste militari, sono in grado di modificare rapidamente. Questi vincoli sorgono in modo spontaneo per risolvere problemi di coordinamento, e consistono essenzialmente in elaborazioni delle regole formali, in norme di comportamento sanzionate dalla società e in condotte individuali sanzionate internamente. Le istituzioni formali comprendono invece le regole politiche e giuridiche, quelle economiche e i contratti, e hanno la funzione di completare e accrescere l'efficacia dei vincoli informali nel facilitare gli scambi politici o economici, attraverso la riduzione dell'incertezza e la diffusione delle informazioni.

Nel contributo di North sembra pertanto evidente la dimensione collettiva della produzione di capitale sociale, mentre le decisioni di consumo dei benefici del capitale sociale hanno carattere individuale e sono determinate nel quadro analitico della teoria della scelta razionale.

Anche il lavoro di Putnam sulla tradizione civica nelle regioni italiane si può inserire in tale filone. Egli, infatti, definisce il capitale sociale come “la fiducia, le norme che regolano la convivenza, e tutti gli elementi che migliorano l'efficienza dell'organizzazione sociale”²⁵, permettendo alle persone di agire collettivamente grazie a un migliore coordinamento delle azioni individuali. Putnam considera la partecipazione civica (*civicness*) un indicatore della dotazione di capitale sociale della collettività. Per misurare la partecipazione civica in ciascuna regione, vengono utilizzate quattro variabili:

a) il numero delle associazioni volontarie, comprendenti per esempio le società calcistiche per dilettanti, i circoli letterari e i club che organizzano gite;

²³ North D.C., *Institutions, Institutional Change And Economic Performance*, Cambridge University Press, Cambridge, 1990, p. 24. Trad. it. *Istituzioni, cambiamento istituzionale, evoluzione dell'economia*, Il Mulino, Bologna, 1994.

²⁴ North D.C., *Institutions, Institutional Change And Economic Performance*, Cambridge University Press, Cambridge, 1990, p. 66. Trad. it. *Istituzioni, cambiamento istituzionale, evoluzione dell'economia*, Il Mulino, Bologna, 1994.

²⁵ Putnam R., *La tradizione civica delle regioni italiane*, Mondadori, Milano, 1993., p. 196

- b) il numero dei lettori di giornali²⁶;
- c) un indice dell'affluenza alle urne per i referendum²⁷;
- d) un indice di voto mancato di preferenza espresso nelle elezioni politiche, interpretato come segno di arretratezza della comunità civica.

Nello studio di Putnam viene individuata una correlazione positiva tra il grado di partecipazione e il livello di efficienza delle istituzioni amministrative regionali. Secondo l'Autore: "il governo democratico è rafforzato dal confronto con una vigorosa comunità civica intessuta di relazioni fiduciarie estese, di norme di reciprocità generalizzata e di reti di impegno civico orizzontali"²⁸. La propensione alla partecipazione sociale di ciascuna regione viene attribuita alla storia, che divide l'Italia in due zone caratterizzate da diversi regimi istituzionali già dal 1100: il Sud gerarchico e autocratico della monarchia normanna e il Nord repubblicano ed egualitario dei liberi comuni. Il processo di produzione del capitale sociale si realizza pertanto nel corso di secoli, ad opera di forze difficilmente controllabili nel breve periodo.

Le conclusioni di Putnam sembrano piuttosto pessimistiche, lasciando poco spazio all'intervento della politica economica per il miglioramento del capitale sociale come risorsa per lo sviluppo.

Nonostante la ricerca sulle regioni italiane sollevi molti interrogativi, sia dal punto di vista empirico e metodologico, sia per quanto riguarda la spiegazione dei risultati, il contributo di Putnam ha attirato l'attenzione degli economisti sul legame tra capitale sociale, istituzioni e andamento dell'economia.

e) L'APPROCCIO MACROECONOMICO

La capacità di avvicinare il tema del capitale sociale dal punto di vista macroeconomico costituisce uno dei punti di forza dell'approccio istituzionale. Tuttavia, negli studi appartenenti a questo filone, manca un'adeguata analisi microeconomica, capace di spiegare i meccanismi che determinano la formazione delle reti. Riconoscendo questo limite, molti autori hanno recentemente tentato di integrare il lavoro dell'approccio istituzionale e di rete, proponendo la tesi che la creazione, la distruzione e l'accumulazione di capitale sociale siano dovute alla continua interazione tra gli agenti privati, organizzati in reti di relazioni sociali di varia natura, e le istituzioni pubbliche.

²⁶ Secondo Putnam, "I giornali, soprattutto in Italia, rimangono il mezzo più valido per diffondere le informazioni sugli avvenimenti e sui problemi del posto. I lettori sono meglio informati dei non lettori e perciò meglio preparati a partecipare alle decisioni riguardanti la comunità". (Putnam R., *La tradizione civica delle regioni italiane*, cit., p. 109).

²⁷ "La motivazione primaria degli elettori referendari è l'attenzione alle questioni di interesse pubblico, forse resa più forte da un senso del dovere civico superiore alla media, per cui la quota di partecipazione ai referendum è una misura di impegno civile". (Putnam R., *La tradizione civica delle regioni italiane*, cit., p. 110).

²⁸ Putnam R., *La tradizione civica delle regioni italiane*, cit., p. 205).

Questi contributi, tra cui si ricordano quello di Deepa Narayan, si propongono di individuare le condizioni in cui le sinergie tra Stato, mercato e società civile favoriscono la creazione del capitale sociale, con una particolare attenzione per il ruolo dello Stato: quest'ultimo non è soltanto il fornitore in ultima istanza dei beni pubblici e il garante della legge, ma anche l'agente che più di ogni altro può favorire l'interazione positiva tra gruppi sociali diversi per quanto riguarda il reddito, la razza, il sesso, le convinzioni politiche e religiose.

Secondo Narayan²⁹, le caratteristiche dello sviluppo economico e sociale dipendono essenzialmente dalle differenti combinazioni tra attività della comunità civile e funzionamento dello Stato all'interno di ciascuna società: se le organizzazioni sociali sono ben collegate tra loro ed esiste una buona amministrazione pubblica, la prosperità economica e l'ordine sociale sono più probabili. Se invece le dotazioni di capitale sociale sono concentrate all'interno di gruppi tra loro in competizione, i più forti riescono infine ad assumere il controllo dello Stato, perseguendo i propri interessi particolari a danno della collettività³⁰.

Gli obiettivi fondamentali di questo approccio di sintesi, comunemente chiamato *synergy view*, sono di "identificare la natura e l'estensione delle relazioni sociali di una comunità e delle istituzioni formali; sviluppare strategie istituzionali volte a creare la giusta combinazione di *bonding e bridging social capital*; capire come le manifestazioni positive del capitale sociale possono combattere il settarismo, l'isolazionismo e la corruzione. In altre parole, la sfida è trasformare situazioni in cui il capitale sociale di una comunità costituisce il surrogato di istituzioni formali deboli, ostili o indifferenti, in altre nelle quali i due settori siano complementari"³¹.

Mentre negli approcci di estrazione neoclassica l'analisi delle relazioni sociali porta a interpretare le caratteristiche della struttura sociale come il frutto delle scelte ottimizzanti degli agenti, e a escludere la necessità dell'intervento pubblico nell'economia, la *synergy view* offre una

29 Cfr. Narayan D., *Bonds And Bridges: Social Capital And Poverty*, Policy Research Working Paper 2167, World Bank, Poverty Reduction and Economic Management Network, Washington, 1999.

³⁰ In particolare, Narayan elabora una distinzione tra *bonding social capital* e *bridging social capital*; il primo si concretizza nei legami che garantiscono la coesione interna dei singoli gruppi sociali (ad esempio tra familiari), mentre il secondo favorisce la connessione tra gruppi sociali diversi. Secondo l'autore, l'accumulazione di *bridging social capital* è indispensabile per garantire uno sviluppo economico e sociale equilibrato e sostenibile. (Cfr. Narayan D., *Bonds And Bridges: Social Capital And Poverty*, cit.). Inoltre Woolcock identifica il *linking social capital*, che fa riferimento alle relazioni fra differenti strati sociali in un ordinamento gerarchico in cui il potere, lo status sociale e la ricchezza sono accessibili, quindi, da differenti gruppi sociali. (Cfr. Woolcock M., "The Place Of Social Capital In Understanding Social And Economic Outcomes", paper presentato al convegno internazionale *The Contribution Of Human And Social Capital To Sustained Economic Growth And Well-Being*, Quebec City, 2000).

³¹ Woolcock M.-Narayan D., "Social Capital: Implications for Development Theory, Research, Policy", in *The World Bank Research Observer*, n. 15, 2000, p. 238

visione più pragmatica.

.

1.3 I TENTATIVI DI MISURAZIONE DEL CAPITALE SOCIALE

Se la definizione di capitale sociale risulta essere ancora non chiara, specularmente anche la misurazione dello stesso non risulta essere unitaria ed è possibile considerare due ordini di problemi che hanno provocato profonde spaccature e diversità di vedute fra gli studiosi. In primo luogo, se sia necessaria la misurazione del capitale sociale o se con la stessa si rischi di perdere in qualità delle informazioni; in secondo luogo, la natura multidimensionale del concetto, che ha come effetto quello di una proliferazione di orientamenti e di approcci riguardanti il modo tramite il quale sia possibile effettuare un'efficiente misurazione del capitale sociale.

Tale diversità di vedute deriva anche dalla natura multidimensionale del concetto, che risulta costituire una barriera alla misurazione del capitale sociale poiché non permette di trovare delle linee comuni che facilitino una visione condivisa dalla maggioranza degli studiosi riguardo tale problema. A sostegno di tale tesi si ha il contributo di Partha Dasgupta³² che si appoggia all'impostazione

teorica di Coleman, in contrasto con quella di Putnam. Per Coleman, il capitale sociale non è una singola entità, ma una varietà di differenti entità, che hanno due elementi in comune: tutti consistono in qualche aspetto della struttura sociale e inoltre facilitano certe azioni degli attori coinvolti dentro la struttura³³. Basandosi su tale assunto, l'idea cui giunge Dasgupta e che trova l'assenso della gran parte degli studiosi, è che occorre pensare al capitale sociale come ad un concetto composto da diversi elementi che si situano a diversi livelli analitici:

per applicarlo alla ricerca empirica è necessario individuare di volta in volta i suoi componenti e analizzare in che modo essi siano connessi tra loro nelle diverse situazioni; è cioè essenziale indagare il carattere di quel particolare tipo di capitale sociale che si riscontra nella realtà. Queste considerazioni hanno come punto di arrivo quanto precedentemente sostenuto: la natura multidimensionale del concetto non permette una misurazione comunemente condivisa e riconosciuta valida, ma ha determinato una grande proliferazione di studi e di approcci circa tale problema. Nonostante tale diversità di vedute, molti sono gli studi effettuati che hanno l'obiettivo di fornire una misurazione del capitale sociale, per colmare così il fattore che lo ha distanziato dalle altre tipologie di capitale, ritenute tali anche proprio per la loro possibilità di misurazione. Capitale

32 Cfr. Dasgupta P.-Serageldin I. (a cura di), *Social capital. A multifaceted perspective*, The World Bank, Washington, 1999.

33 Cfr. Coleman J., *Foundations of social theory*, cit

naturale, fisico e umano sono però costituiti da elementi misurabili, mentre il capitale sociale ha come ossatura le relazioni tra soggetti, ovvero un'entità intangibile, la cui misurazione non può essere oggettiva. Ma la misurazione del capitale sociale ha costituito quasi una necessità, per avvalorare la tesi di coloro che sostengono il posizionamento del medesimo sullo stesso livello delle altre tipologie di capitale: ad oggi, il capitale sociale è senza dubbio complementare rispetto agli altri capitali per lo sviluppo socio-economico. Si sono così susseguiti vari tentativi di misurazione, ognuno con le proprie peculiarità, anche se è possibile individuare delle linee comuni seguite dai diversi autori. Ciò che appare convergere nei vari studi che hanno affrontato la misurazione è la centrale importanza riservata a quattro ambiti-chiave funzionali alla misurazione del capitale sociale, ovvero:

- a) partecipazione politica;
- b) sviluppo della comunità;
- c) *network* informali/socievolezza;
- d) fiducia.

La partecipazione politica racchiude gli aspetti concernenti l'impegno civico attivo. Tra gli indicatori che forniscono indicazioni di tale dimensione vi sono i modelli di partecipazione alle votazioni, a gruppi e partiti politici, la fiducia verso le strutture e le istituzioni politiche. Lo sviluppo della comunità sta ad indicare la partecipazione alla società civile, con riferimento ai *network* formali (associazioni di vario genere, da quelle sportive a quelle culturali). In tale contesto, la comunità si riferisce all'ambiente locale. Tra gli indicatori si ricordano quelli riguardanti l'associazionismo. I *network* informali comprendono il supporto prettamente sociale alla base di essi, cioè le relazioni che si instaurano all'interno di essi: ci si riferisce ai contatti tra soggetti. Questi ultimi sono difficilmente misurabili, poiché hanno al proprio interno una dimensione qualitativa: per poter attuare ciò, gli indicatori riguardano il numero e la frequenza dei contatti o a chi ci si rivolge quando si ha bisogno, a chi si chiede un prestito di soldi. La fiducia fa riferimento alle aspettative che si nutrono circa il comportamento degli altri: questi possono essere rappresentati da persone o da istituzioni. Essa si basa su aspettative reciproche e su obbligazioni interpersonali.

1.4 L'IMPORTANZA DELLE RELAZIONI

Come emerso dalle pagine precedenti, il capitale sociale non gode ancora di una definizione generalmente accettata. L'eterogeneità della letteratura a disposizione è giustificata dal fatto che il capitale sociale non può essere riferito ad un oggetto specifico, immediatamente individuabile e

misurabile nella sua grandezza. Rappresenta un'etichetta che viene attribuita di volta in volta a caratteristiche diverse della struttura sociale, che hanno in comune la capacità di influenzare e coordinare i comportamenti individuali, favorendo l'azione collettiva e permettendo ai soggetti coinvolti di perseguire fini altrimenti irraggiungibili. Il capitale sociale, in tutte le sue forme, influenza le capacità innovative delle imprese. Inoltre, la trasmissione di conoscenza è facilitata dalla presenza di flussi informativi tra imprese e istituti di ricerca, e dalla dimensione dei network a cui le imprese appartengono. La dimensione del *network* riguarda il numero di nodi, cioè i soggetti che appartengono alla rete, e l'aumento degli stessi favorisce una maggiore ricchezza informativa. Questa ricchezza informativa deriva dai collegamenti con i diversi ambienti istituzionali, sociali, organizzativi, che porta ad un miglioramento dell'abilità degli individui a comunicare e trasferire nuove idee. Un clima di fiducia tra gli attori della rete facilita lo scambio di informazioni, riduce l'incertezza ed il rischio di comportamenti opportunistici. La teoria sul capitale sociale, come si evince dalle argomentazioni precedenti, pone l'enfasi non tanto sulla struttura delle reti di relazioni, ma soprattutto sul loro contenuto, ovvero sulla qualità della relazione in sé ma anche sul valore effettivamente scambiato tra i partner coinvolti nei processi reticolari. In tale prospettiva, una rete di relazioni, diviene capitale (c.d. capitale sociale) se apporta un vantaggio per l'attore stesso, spingendo ad analizzare l'uso strategico che in modo più o meno pianificato può essere fatto su di essa. La necessità di non limitarsi a studiare la relazione sociale ma la risorsa che essa può divenire nel momento in cui fornisce dei vantaggi, quindi, suggerisce un'analisi più di tipo dinamico ed evolutivo, che parte dalla risorsa che potenzialmente può essere un qualsiasi tipo di relazione per arrivare a valutare la risorsa che effettivamente diviene, con tutti i possibili fattori di positività ad essa connessi. Nel suo celebre saggio sulla forza dei legami deboli, Granovetter (1973) mette in evidenza l'importanza delle interazioni che attraversano i confini sociali basati sulle differenze etniche, religiose e di status socioeconomico. I rapporti di conoscenza occasionali infatti, per ragioni strutturali, connettono persone che hanno accesso a informazioni non condivise, e sono perciò più utili dei legami forti esistenti tra gli "amici", che danno invece accesso a informazioni già note. Questo genere di connessioni sono indicate con il termine *bridging. social capital*, in contrapposizione al *bonding social capital*, che si riferisce invece ai legami forti tra persone appartenenti a una stessa comunità (Putnam, 1993b, Narayan, 1999)³⁴. Poiché possono costituire l'unico mezzo di trasmissione delle informazioni tra ambiti sociali diversi, i legami deboli assumono un ruolo fondamentale nella diffusione della conoscenza. Nelle parole di Granovetter, una notizia «può raggiungere un ampio numero di persone e attraversare grandi distanze sociali

³⁴ Nell'analisi sociologica, il "ponte" (*bridge*) è una linea che unisce due *network* o due punti di un *network*, e costituisce l'unico sentiero percorribile per andare da un punto all'altro.

quando passa per i legami deboli anziché per quelli forti» (Granovetter, 1973, 1366). Per la sua capacità di agevolare la trasmissione delle informazioni e la diffusione della conoscenza, il *bridging social capital* può costituire un bene intermedio nell'ambito dei processi produttivi correnti. Diverse indagini empiriche confermano le ipotesi teoriche discusse finora. Il caso studio delle comunità di pescatori giapponesi studiate da Platteau e Seki (2001)³⁵ è particolarmente noto perchè mostra come il coordinamento tra gli individui, consentito dalla condivisione di norme sociali e da elevati livelli di fiducia, consenta di perseguire fini altrimenti irraggiungibili. Tuttavia i benefici dei rapporti sociali si esplicano soprattutto nel lungo periodo. La capacità di coordinamento e il patrimonio di reciproca conoscenza che si accumulano presso il personale grazie alle interazioni orizzontali e verticali formano un *asset* prezioso per i processi produttivi futuri.

1.5 CAPITALE SOCIALE E RILEVANZA ECONOMICA

Nel dibattito sulla crescita economica si moltiplicano gli studi che attribuiscono un ruolo rilevante al tessuto sociale e istituzionale dell'economia, nella convinzione che non sia possibile interpretare correttamente i fenomeni economici senza tenere conto della loro dimensione relazionale. A differenza degli economisti che hanno escluso dalla considerazione sistematica le relazioni sociali, i teorici di altre scienze sociali hanno attribuito molta importanza a tali relazioni nella spiegazione dei problemi dell'azione collettiva. Gli economisti, tuttavia, si sono mostrati consapevoli del fatto che, se si rivede l'idea secondo la quale il comportamento di individui egoisti in rapporti anonimi può condurre a risultati sociali pregevoli e si ammette che il mercato fallisce – anche a causa dell'egoismo degli individui – e che i governi non sono sempre in grado di porvi rimedio, il capitale sociale può fare il suo ingresso nella teoria economica. In effetti, aspetti della struttura sociale considerati in grado di influenzare la performance di un sistema economico sono spesso raccolti sotto la comune etichetta di capitale sociale. Si tratta di un'etichetta attribuita a caratteristiche diverse della struttura sociale, che in comune hanno la capacità di influenzare e coordinare i comportamenti individuali, facilitando l'azione collettiva. Anche se la definizione di capitale sociale prevalente in letteratura è macchinosa riferendosi a reti sociali, fiducia interpersonale, norme di reciprocità, ecc. – qualità delle società utili di per sé, oltre che per il contributo che possono dare al successo economico – è possibile ricondurla ad una rete di relazioni tra individui che facilita lo

³⁵ Presso queste comunità, l'equipaggio di ciascuna barca condivide profitti, rischi, informazioni e competenze. I membri più anziani trasmettono le tecniche per la pesca ai più giovani, i quali a loro volta insegnano l'uso di strumenti ad alta tecnologia come il sonar o il navigatore satellitare. La cooperazione permette di pescare in zone diverse e più rischiose, elevando i profitti e riducendo la differenza di produttività tra le barche (Platteau e Seki, 2001).

svolgimento delle transazioni. Tale concezione può essere denominata rapporti comunitari o reti di relazioni. L'idea di fondo della letteratura sul capitale sociale è che le società più ricche di relazioni sociali sperimentano un più rapido sviluppo economico e una migliore performance istituzionale. Tali relazioni, per loro natura, hanno luogo al di fuori del mercato; esse hanno effetti economici incidentali che non sono mediati dal mercato. Nel linguaggio dell'economia, tali effetti sono esternalità e, nel caso in questione, vanno dalla conoscenza degli agenti alla conoscenza dell'ambiente, all'azione collettiva e contribuiscono ad accrescere l'efficacia dei mercati sia completandoli, sia sostituendoli. Come il capitale fisico e il capitale umano, il capitale sociale produce un flusso di benefici nel tempo. Attraverso il capitale di relazioni si rendono disponibili risorse cognitive (come le informazioni) o normative (come la fiducia) che permettono agli attori di raggiungere obiettivi che non sarebbero altrimenti raggiungibili, o lo sarebbero a costi molto più alti. A tal proposito, è possibile individuare tre modi principali attraverso cui il capitale sociale contribuisce al rafforzamento delle economie esterne. La sua dotazione infatti, facilita la circolazione e l'utilizzo di informazioni. Le decisioni economiche degli attori locali, soprattutto in un regime di incertezza quale è quello dell'economia globalizzata, rischia di essere a volte inefficiente a causa della carenza di informazioni tempestive e accurate. Tale rischio aumenta in un contesto dove la ricerca della flessibilità induce la singola unità produttiva ad aprirsi a collaborazioni esterne e al coordinamento con altri attori. Il capitale sociale, nella forma di relazioni fiduciarie stabili, consente di condividere informazioni utili e di coordinare le attività. Le norme sociali forniscono informazioni più puntuali sul comportamento degli attori riducendo il rischio e l'incertezza con una complessiva riduzione dei costi di transazione. Un altro effetto delle reti sociali fiduciarie è che, agevolando la circolazione di informazioni, consentono la valorizzazione delle conoscenze contestuali e del capitale umano. Poiché attualmente un elemento di competitività di imprese e territori è l'innovazione, sia essa di prodotto, di processo o organizzativa, ed essa è sempre più il frutto di un processo collettivo legato alla condivisione di linguaggi e conoscenza tacita, il capitale sociale, favorendo tali processi, consente di utilizzare il capitale umano e i "saperi locali" come fonte di vantaggio competitivo legato alla specializzazione produttiva (Triglia, 2001a). I canali attraverso i quali il capitale di relazioni influenza la performance di un sistema economico si possono, quindi, far confluire in due principi che sono: (i) la condivisione dell'informazione e (ii) l'azione collettiva. Il primo principio poggia sull'idea che le informazioni possono aiutare ad evitare i fallimenti del mercato dovuti all'esistenza di asimmetrie informative. Nel caso di rapporti anonimi tra individui egoisti, ad esempio, l'esistenza di asimmetrie informative, come è noto, favorendo la diffusione di comportamenti opportunistici, complica gli scambi, rende l'efficienza difficile da raggiungere e minaccia la vitalità, quando non l'esistenza, di mercati ed attività. Tali asimmetrie,

quindi, possono creare serie difficoltà ad un sistema economico sviluppato e soffocare un sistema economicamente arretrato. Nelle economie meno sviluppate, infatti, non sono deboli solo i flussi di informazione, è debole pure l'ambiente istituzionale. Gli attori economici sostengono perciò costi elevati per accedere all'informazione e per l'*enforcement* dei diritti di proprietà; ciò vincola l'accesso ai mercati e, per questa via, ostacola il progresso tecnico e lo sviluppo economico. I risultanti bassi livelli di attività economica, a loro volta, conducono a mercati sottili, elevati rischi e costi di transazione ed elevati costi unitari per lo sviluppo infrastrutturale. Nel caso di rapporti comunitari, quanto più densa è la rete, cioè, quanto più numerose sono le relazioni che le persone in essa coinvolte intrattengono, tanto più le informazioni sul loro comportamento sono diffuse (Coleman, 1990). Dato un limite al volume di informazione che ciascuno può elaborare e usare, la rete diventa un espediente per lo screening e facilita l'accesso all'informazione utile. Le relazioni sociali – grazie alle informazioni che veicolano – possono, quindi, da un lato scoraggiare i comportamenti opportunistici e dall'altro facilitare l'applicazione di sanzioni ai comportamenti dettati dall'opportunismo. Il capitale sociale, nell'accezione di rapporti comunitari, può essere considerato come un correttivo ai rapporti anonimi. Il secondo principio riguarda la riduzione delle azioni non coordinate che allontanano l'economia dall'ottimo paretiano. L'azione collettiva è una sorta di condivisione di risorse che permette di raggiungere obiettivi comuni non raggiungibili individualmente. Essa, infatti, accresce la disponibilità di informazioni, ne abbassa i costi e, quindi, facilita il coordinamento tra gli individui determinando guadagni in termini di efficienza. La creazione di reti di relazioni interpersonali, grazie alla ripetizione dell'interazione, riduce il rischio di comportamenti opportunistici e accresce la fiducia tra gli individui, fiducia che può essere un sostituto della sorveglianza. Fiducia reciproca tra i componenti dell'organizzazione e senso di identificazione dei dipendenti con l'impresa possono favorire l'attitudine a svolgere attività difficili da monitorare senza attendere indicazioni dai superiori. Il capitale di relazioni, promovendo rapporti fiduciari all'interno dell'impresa e tra le imprese, è ritenuto, dunque, capace di favorire la circolazione di risorse cognitive di elevato valore economico, cioè della conoscenza tacita – legata alle attività di produzione e perciò alla possibilità di collaborare nei processi di innovazione – e, quindi, di condizionare i percorsi dello sviluppo locale.

CAPITOLO 2

LA SOCIAL NETWORK ANALYSIS

2 LA SOCIAL NETWORK ANALYSIS

La *Social Network Analysis* (SNA) o analisi dei reticoli è una disciplina che studia il rapporto tra più attori all'interno di un ambiente di riferimento. Essa si prefigge di analizzare, raccogliere, elaborare e proporre delle ipotesi basate su dati di tipo relazionale e pone le sue basi di studio su alcuni aspetti assimilabili alla realtà sociale, in particolare:

- il comportamento dell'attore nella rete è fortemente legato alle dinamiche e ai vincoli che la rete gli offre, non godendo cioè di libertà di scelta;
- i fenomeni che si creano all'interno della rete nascono dalle relazioni tra gli elementi e non dalle caratteristiche degli elementi stessi;
- l'analisi dei fenomeni è incentrata su come è nata la struttura relazionale e su come si evolve integrando l'analisi che vedeva gli elementi come figure singole;
- le relazioni all'interno del reticolo sociale possono essere valutate come il risultato delle scelte degli attori.

Risulta necessario tenere in considerazione il concetto che, la struttura del reticolo sociale condiziona sicuramente il comportamento e le scelte del singolo individuo ma, a sua volta, l'attore contribuisce con le proprie azioni a modificare l'ambiente circostante.

La rete, quindi, viene analizzata come un reticolo di relazioni; l'assunto fondamentale è che ogni attore (cioè ogni elemento presente nel reticolo) si relaziona con gli altri individui e questo processo modifica il comportamento di entrambi. (Fig.3)

Fig. 3 – La struttura del reticolo sociale



A livello prettamente teorico, una rete risulta costituita da un insieme di nodi legati tra loro da possibili relazioni; una rete può essere analizzata secondo due filoni principali:

- rete come uno strumento analitico per rappresentare le relazioni,

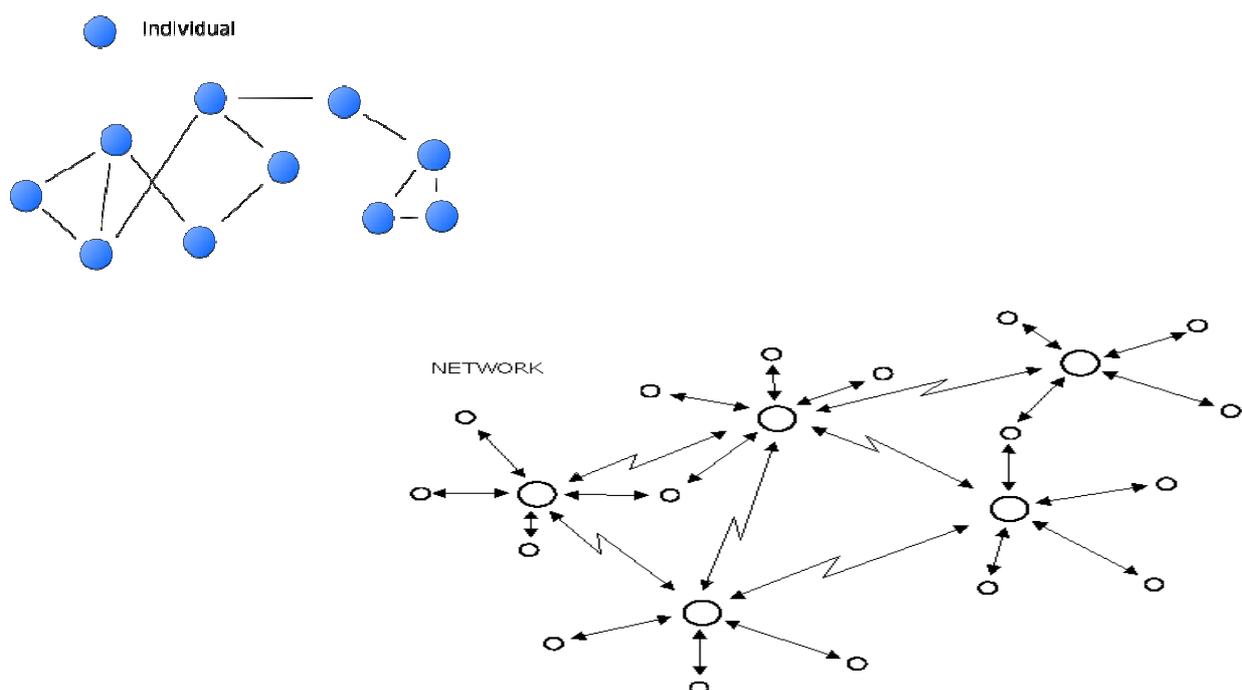
- rete come una espressione sintetizzata utilizzata per esprimere un ampio spettro di forme organizzative delle attività.

Secondo il primo filone di ricerca, la rete nasce come strumento concettuale utilizzato per esplorare le relazioni sociali e diventa, successivamente, strumento analitico in grado di descrivere le strutture relazionali tra attori organizzati, contribuendo a capire la struttura, la natura, il contenuto e le condizioni di contesto. Nel secondo filone la rete è vista come forma organizzativa in grado di gestire i legami che connettono individui, organizzazioni o comunità. L'insieme di interdipendenze generate può essere gestito secondo modalità organizzative diverse purché fondate sulla collaborazione stabile, sulla cooperazione, sulla negoziazione, sulla fiducia e sulla reputazione.

I dati relazionali assumono come perno per la loro esistenza le forme di scambio quali contatti, vincoli, collegamenti, appartenenze, che relazionano un attore con l'altro e non possono essere semplificati a proprietà degli stessi individui agenti. Le relazioni, non prendono forma dalla presenza in sé di un attore, ma nascono dalla collettività, dall'insieme di soggetti che vengono connessi tra loro in più ampi sistemi relazionali.

Uno degli elementi principali di questo approccio è il gruppo, definito come set di attori che per ragioni concettuali, teoriche o empiriche possono essere trattati come un insieme finito di unità sulle quali impostare l'analisi. E' possibile, invece, rappresentare le strutture sociali come network, dati da insiemi di nodi (o membri) del sistema sociale di analisi e dai legami che indicano le loro interconnessioni. (Fig.4)

Fig.4 - Schema di rete sociale (*social network*).



Il termine attore sociale indica un tipo distinto di entità che compone uno specifico *network*, che può essere rappresentato da persone, gruppi, organizzazioni o aggregati. I legami, invece, sono usati per rappresentare flussi di risorse, relazioni di amicizia, trasferimenti, o altre relazioni strutturate tra nodi. In molti casi, la SNA è condotta su uno o più gruppi di attori.

Se un network è costituito da un unico gruppo di attori, è definito unimodale; se, invece, esso riguarda due gruppi di attori esso, è definito bimodale.

Lo scopo della SNA è, dunque, quello di capire ed individuare i legami tra gli individui (nodi) e di percepire il comportamento che essi assumono all'interno della rete, andando ad esplorare dettagliatamente in che modo vengono a relazionarsi con gli altri attori e con che frequenza intraprendono una relazione. La condivisione di informazioni permette a ciascun attore, infatti, di migliorare lo svolgimento delle proprie mansioni e, inoltre, risulta un'importante propulsore verso l'efficacia di processi e attività.

2.1 PANORAMA STORICO DELLA SOCIAL NETWORK ANALYSIS

La nascita della SNA deve essere ricondotta al contributo di numerosi studiosi che, pur provenendo da differenti ambiti disciplinari, sono riusciti a impostare una linea guida per l'analisi del fenomeno. La sua evoluzione non è facilmente schematizzabile, visto il percorso articolato che ha portato alla sua evoluzione e alla definizione dei concetti principali sviluppati in maniera autonoma tra loro nelle diverse scienze sociali. Lo sviluppo della SNA deve porre l'accento su tre principali filoni, basati su altrettante correnti di studio: il primo è quello legato alla sociologia e quindi ai sociometristi, il secondo legato ai ricercatori di Harvard degli anni trenta e, infine, quello degli antropologi di Manchester che si ispirarono alle due correnti precedenti.

Il primo filone di studio: dagli inizi alla Teoria dei Grafi

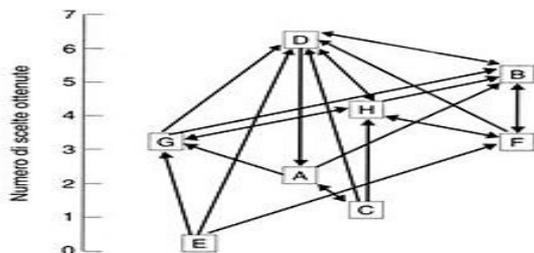
Le fondamenta degli studi legati alla SNA e, quindi, di tutti quei fenomeni sociali che possono essere interpretati come reti di relazioni, si ritrovano nel pensiero di George Simmel (1858-1918) che mise in luce tutti gli aspetti legati alla conoscenza delle forme di associazione; egli, infatti, partendo dall'analisi di un soggetto isolato valutò le conseguenze che si verificano dall'unione dello stesso con un'altro individuo (Simmel, 1917). Simmel evidenziò come le dimensioni del gruppo influenzino le interazioni tra soggetti:

- gruppo piccolo: i membri del gruppo possono interagire direttamente fra loro, c'è un maggiore coinvolgimento,

- gruppo grande: i membri per interagire hanno bisogno di intermediari e di stabilire delle procedure formali, con conseguente minor coinvolgimento da parte dei soggetti.

Lo spazio, secondo Simmel, rappresenta una chiave di lettura per la comprensione delle relazioni intersoggettive. Sono da considerare con la dovuta attenzione poi, gli studi condotti da un gruppo di psicologi emigrati negli Stati Uniti prima del secondo conflitto mondiale: Moreno, Lewin e Heider, i quali fortemente influenzati dalla teoria della Gestalt³⁶, che analizza tutti i problemi di carattere psicologico, basano le loro affermazioni sulla struttura del gruppo definendo come fondamentale l'influenza esercitata del gruppo stesso sul singolo individuo. Jacob Moreno (1889-1974) può essere considerato il fondatore della sociometria e della SNA; egli pose le basi delle sue ricerche sulla correlazione che esisteva tra il benessere psicologico individuale e le caratteristiche sociali in cui l'individuo era inserito. L'obiettivo era misurare quantitativamente la struttura e l'organizzazione dei gruppi, ed in particolare calcolò gli indici di preferenza di singoli individui nei confronti di altri individui di un medesimo gruppo (Moreno, 1980) Il principale vantaggio che si poteva trarre da questa rappresentazione risiedeva nella capacità di mostrare all'osservatore tutti i membri della rete ed individuare, in modo agevole, gli eventuali leader o gli elementi isolati dalla stessa. Moreno adottò la nozione di "atomo sociale" inteso come un nodo di attrazioni e repulsioni reciproche di cui ogni soggetto costituisce il centro di maggiore importanza. Le relazioni che avvolgono i singoli elementi possono essere di attrazione, di repulsione o di indifferenza e si manifestano in modo diseguale in ogni gruppo; in seguito a ciò alcuni di essi si delineano come leaders, altri circondati dall'indifferenza, come isolati e, infine, i rifiutati si configurano come respinti. Il punto principale su cui ha lavorato Moreno, consiste nel sociogramma o grafo, un diagramma che consente di descrivere in forma grafico-analitica il concetto di rete, più in dettaglio consente di evidenziare lo schema dei contatti che si formano tra piccoli gruppi di soggetti e conseguentemente di identificare i soggetti ritenuti "leader" e soggetti isolati. (Fig. 5)

Fig.5 – Il sociogramma di Moreno



³⁶La psicologia della *Gestalt* (dove la parola [tedesca](#) *Gestalt* significa *forma, schema, rappresentazione*), detta anche *psicologia della forma*, è una corrente psicologica riguardante la percezione e l'esperienza che nacque e si sviluppò agli inizi del [XX secolo](#) in [Germania](#) (nel periodo tra gli anni '10 e gli anni '30), per poi proseguire la sua articolazione negli [USA](#), dove i suoi principali esponenti si erano trasferiti nel periodo delle persecuzioni naziste.

Il grafico risultante dallo studio è caratterizzato da legami direzionali, evidenziati da frecce, che possono identificare tre situazioni distinte:

- la reciprocità, quando due soggetti evidenziano un legame bidirezionale tra loro. Esiste in questo specifico caso un “dialogo” tra i soggetti al quale essi partecipano attivamente;
- l’asimmetria, quando una coppia di soggetti è legata da un legame unidirezionale, cioè che si instaura a partire da un soggetto nei confronti di un altro senza che ci sia reciprocità;
- l’assenza di legame, quando tra una qualsiasi coppia di soggetti non sussiste nessun legame.

Moreno distingue due tipi principali di sociogramma: quello intuitivo e quello oggettivo. Il primo deriva dal riconoscimento istintivo della struttura sociometrica del gruppo, da parte di una persona esterna ad esso, mentre il secondo è il risultato della somministrazione al gruppo di un test sociometrico. Questo richiede che ciascun membro del gruppo, indichi il nome di un certo numero di persone, enti, imprese o associazioni di quello stesso gruppo che verrebbero da lui scelte e di un certo numero di elementi che verrebbero da lui rifiutati in vista di un’ipotetica esperienza che li dovesse accomunare. L’elaborazione di questo test sociometrico porta a quantificare, per ogni membro del gruppo, il numero delle scelte e quello dei rifiuti ricevuti. Le persone non scelte e non rifiutate risultano persone indifferenti. Il diagramma costruito sui risultati di questo test viene spesso rappresentato con mappe sociometriche. Moreno studiava i sociogrammi in modo da poter estrarre, dalla mappa generale delle scelte e dei rifiuti, alcune porzioni minori riguardanti sottogruppi oppure sceglieva alcuni punti nella rete nei quali delineava il "sociogramma individuale" di ciascun membro.

Il sociogramma è, quindi, un grafico contenente due elementi fondamentali: dei punti (indicati con cerchi, quadrati, nomi, sigle) che rappresentano i soggetti e delle linee con le frecce che rappresentano la direzione delle scelte e dei rifiuti. La logica impone di affermare che per reticoli complessi, costituiti da numerosi soggetti, le tecniche illustrative costituite dai sociogrammi apportano una complessità illustrativa che risulta di difficile comprensione; per questo motivo e per queste tipologie di problemi, i sociogrammi lasciano il posto a tecniche di rappresentazione più sintetiche ed efficienti quali le statistiche e le rappresentazioni matriciali.

Kurt Lewin (1890-1947), a differenza di Moreno, ha posto le basi sul concetto di campo sociale nello studio della rete; secondo il suo principio è l’ambiente in cui viene a trovarsi il soggetto il principale responsabile delle modifiche interne (esperienze e percezioni) e intersoggettive che condizionano il soggetto nella rete. Successivamente Lewin mette in luce lo scopo della teoria di campo: secondo lo studioso l’obbiettivo è analizzare lo spazio sociale (costituito dal gruppo e dall’ambiente) con tecniche matematiche e della teoria degli insiemi. (Lewin, 1951).

Fritz Heider(1896-1988), infine, pone l'accento sulla dinamicità dei gruppi sviluppando il concetto di equilibrio interpersonale visto come l'affinità o meno fra gli atteggiamenti di un individuo nei confronti di altre persone.

Alcuni allievi di Lewin, hanno proposto un utilizzo più complesso del sociogramma sviluppato da Moreno: considerando la rappresentazione grafica della rete hanno accostato ad essa alcuni concetti matematici della teoria dei grafi per analizzare le relazioni interpersonali fra i membri di un gruppo (archi e nodi) presenti nel grafo. Hanno, inoltre, studiato le caratteristiche dei gruppi considerando non più il singolo soggetto, ma analizzando la struttura dei gruppi secondo l'ottica di ciascuno dei membri contemporaneamente e non solo dal punto di vista di un particolare individuo focale, tramite la costruzione di grafi dotati di segni (indicatori della qualità delle relazioni) e orientati tramite frecce (indicatori della direzione delle relazioni).

Il secondo filone di studio: Harvard e l'analisi dei sotto-gruppi

Il secondo filone è legato ad un gruppo di ricercatori di Harvard che hanno studiato e analizzato le relazioni informali esistenti in un sistema su grande scala evidenziando che all'interno esistono dei sotto-gruppi coesi. Le loro ricerche si sono, quindi, concentrate sull'identificazione di tecniche in grado di evidenziare la composizione dei sotto-gruppi di ogni sistema sociale per il quale fossero disponibili informazioni relazionali. Essi sono potuti giungere a tali conclusioni in seguito alle rilevazioni effettuate nella fabbrica di Hawthorne scoprendo l'esistenza all'interno del reticolo relazionale di sotto-gruppi coesi e rappresentandoli attraverso grafici. L'importanza di questi studi nasce proprio dall'uso dei sociogrammi proposti come rappresentazioni grafiche della struttura del gruppo anche se non riuscendo a visualizzare come le reti possano modificare il comportamento degli individui.

Il terzo filone di studio: la Scuola di Manchester e l'analisi della qualità dei gruppi

Diffusosi negli anni Cinquanta e Sessanta, questa corrente di studi sulla SNA ha avuto la sua base presso la scuola antropologica di Manchester. Questi studiosi erano mossi da una crescente insoddisfazione nei confronti dei metodi di analisi posti in essere fino a quel momento e caratterizzati da una mera descrizione formale della struttura. Il punto di partenza su cui si concentrarono gli antropologi di Manchester consisteva nel considerare l'oggetto in esame come un'entità in continua trasformazione e, quindi, diventava necessario cercare di elaborare nuove metodologie di analisi adatte allo studio di realtà mobili, instabili, sensibili al cambiamento. Il principale esponente fu John Mitchell che ha cercato di proporre un quadro di riferimento della

SNA e si è concentrato soprattutto sui tratti che riguardavano gli aspetti interpersonali dei soggetti in una rete e dei legami che queste persone hanno a loro volta fra di loro (Mitchell, 1969). La totalità della rete, secondo Mitchell, è rappresentata dall'insieme dei legami in continua ramificazione che si dispiega entro e al di là dei confini di ogni organizzazione. Le reti interpersonali possono essere analizzate attraverso concetti che ne descrivono la qualità. In particolare Mitchell identifica le proprietà di interazione (intensità, durata, frequenza, molteplicità) e morfologiche della rete (densità, centralità, ampiezza, raggiungibilità).

All'inizio degli anni Settanta, ad Harvard, si comincia a percorrere una strada nuova rispetto a quella tracciata a Manchester, considerando il reticolo sociale come l'elemento di studio della struttura sociale; questo approccio vedeva nella relazione l'unità di base su cui vengono a delinearsi le strutture sociali. Improntata su due concetti evidenziati già negli anni precedenti, l'algebra delle matrici e i grafi, vennero introdotte due innovazioni matematiche che consentirono un rapido progresso:

- lo sviluppo teorico dell'algebra e della possibilità di applicazione in campo relazionale,
- l'applicazione del *multidimensional scaling* capace di tradurre le relazioni in base alle distanze sociali e di rappresentarle graficamente.

Il massiccio utilizzo di tecniche analitiche, viste inizialmente come strumenti innovativi e determinanti nella SNA, è divenuto successivamente quasi un limite, non riuscendo a cogliere il vero scopo che induceva allo studio. Le tecniche quantitative poste come base dai ricercatori di Harvard sono, con il passare degli anni, sempre più messe in discussione e viene avanzata l'idea di considerare il soggetto inserito nella rete non più come vincolo di azione ma come opportunità. Infine, John Scott, negli anni Novanta, decise di considerare la SNA come un'insieme di metodi legati comunque alle basi statistiche e matematiche, ma fortemente caratterizzata dal giudizio del ricercatore, dagli interessi teorici e tecnici insiti nella ricerca (Scott, 1991).

2.2 STRUMENTI PER LA MISURAZIONE DELLA SOCIAL NETWORK ANALYSIS:

UCINET e NETDRAW

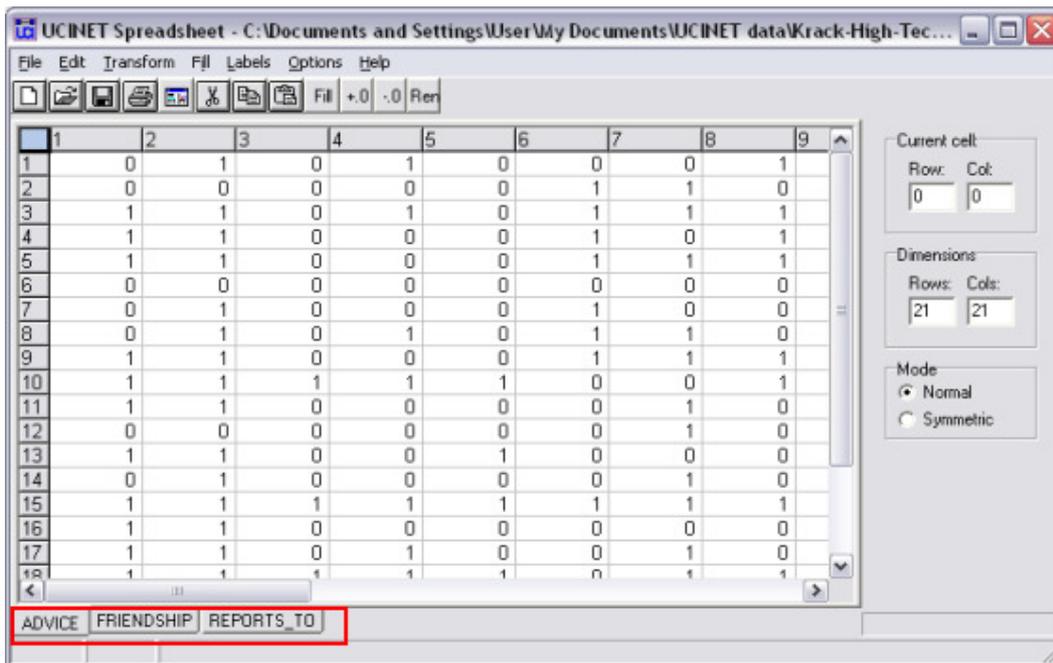
La SNA è il risultato di un approccio teorico, raffinosi nel tempo grazie al contributo di numerosi studiosi, utilizzato per lo studio delle reti sociali che, con il passare del tempo, ha acquisito sempre più importanza in discipline quali la psicologia, la sociologia, la scienza delle informazioni e dello studio delle organizzazioni.

La diffusione delle tecniche e delle procedure sviluppatasi nell'ambito dell'analisi relazionale sembra ormai aver raggiunto, negli ultimi anni, una fase di progressivo consolidamento attraverso la crescente disponibilità di programmi per l'elaborazione dei dati relazionali. Affinché uno studioso possa compiere la scelta più opportuna è necessario prima di tutto che sappia orientarsi consapevolmente attraverso l'acquisizione di un quadro conoscitivo quanto più ampio possibile dei *softwares* attualmente disponibili in riferimento alle loro *caratteristiche* principali.

La SNA adotta un approccio quantitativo-relazionale che, anziché basarsi su caratteristiche e attributi dei singoli soggetti si basa sui dati relazionali, ovvero collegamenti, contatti o legami che caratterizzano un gruppo di persone o un insieme di organizzazioni più o meno complesse (famiglie, associazioni, società, nazioni, ecc.). Le relazioni sono rappresentate da scambi di vario genere (amicizia, denaro, flussi di materiali o di informazioni) e costituiscono delle proprietà delle coppie in gioco e non delle caratteristiche dei singoli elementi. Le potenzialità di questo tipo di analisi sono essenzialmente due: l'applicazione della Teoria dei Grafi ai dati relazionali e, conseguentemente, la descrizione della struttura delle interazioni tramite vari indici derivati dall'algebra matriciale (Wasserman e Faust, 1994). La SNA permette, da un lato, di rappresentare graficamente la rete di relazioni e, dall'altro, di tradurre tali dati in concetti formali che permettono di descriverne determinate dimensioni strutturali. A tal fine la SNA prevede varie tipologie di analisi che rivolgono la loro attenzione principalmente allo studio delle seguenti caratteristiche strutturali: densità, inclusione, connettività, equivalenza strutturale, centralità e centralizzazione, coesione. I risultati sono dati da una serie di indicatori (indici) che offrono una rappresentazione quantitativa delle proprietà analizzate e che possono riferirsi all'intera comunità virtuale (ad es. la centralizzazione) oppure ai singoli membri che la compongono (ad es. la centralità). Tali indici sono calcolati applicando complessi algoritmi matematici ai dati relazionali, per cui è consigliabile l'utilizzo di appositi *software* che, oltre alle varie tipologie di analisi, sono in grado di produrre rappresentazioni grafiche della rete di scambi analizzata (Bertolasi e Mazzoni, 2005).

Sono stati creati molti software con lo scopo di rappresentare le reti sociali in modo dettagliato e con la possibilità di applicare statistiche per l'analisi dei reticoli e, senza dubbio, UCINET è quello che più degli altri è in grado di giungere a risultati soddisfacenti in fase di studio, giustificato dal consistente numero di procedure (non statistiche e statistiche) in esso disponibili e che lo rendono il più completo ed aggiornato strumento di analisi rispetto agli altri, contraddistinti al contrario da una maggiore specificità. Per questi motivi è, probabilmente, il programma più conosciuto ed utilizzato per l'elaborazione e l'analisi dei dati relazionali (Fig. 6)

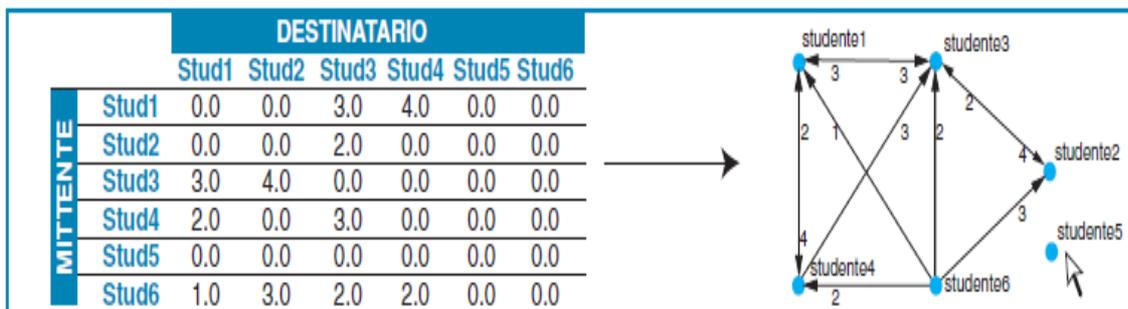
Fig.6 - UCINET



Fonti: UCINET

Oltre al pregio di possedere un'interfaccia di semplice utilizzo, uno dei principali vantaggi che possiede questo programma è rappresentato dalla possibilità di importare o di esportare i dati in due modalità differenti: la prima consiste nell'immissione dei dati nella matrice di adiacenza (che permette di descrivere la rete di relazioni e di tradurre tali dati in concetti formali atti a evidenziarne determinate dimensioni strutturali come densità e coesione), predisposta nel programma; la seconda si basa sulla possibilità di poter copiare da matrici presenti in programmi diversi i dati presenti al loro interno. (Fig.7).

Fig.7 - Matrici di adiacenza e grafi o sociogrammi



Fonti: Mazzoni (2005)

UCINET, inoltre, permette l'utilizzo diretto del linguaggio dell'algebra delle matrici; questa impostazione rappresenta un vantaggio per l'utente, considerando che il centro dell'attenzione verte sull'analisi dei reticoli.

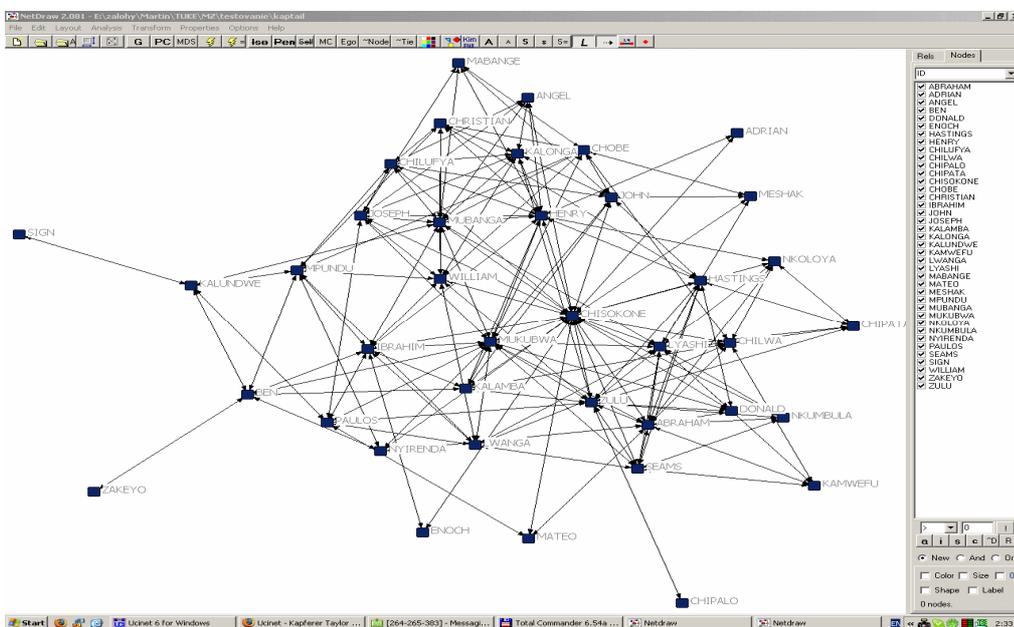
Allo scopo di rendere visibili i risultati dell'analisi, i dati vengono elaborati graficamente attraverso i cosiddetti sociogrammi, in cui gli attori sono rappresentati da punti e le relazioni da linee o frecce, se la relazione è orientata.

Occorre ricordare che UCINET è un programma che non contiene procedure per visualizzare le reti, tuttavia è distribuito insieme ad altri programmi (Mage, NetDraw e Pajek) che rendono possibile questo.

Dunque, nella tesi, è stato utilizzato un programma per la rappresentazione grafica del *network*, in dotazione con UCINET: NetDraw, che consente la visualizzazione di molte tipologie di reti a partire dalle uni-modali e bi-modali, reti di tipo valutato e rappresentazioni grafiche sia bidimensionali che tridimensionali (Fig. 8).

Il programma è in grado di gestire reti formate da più relazioni, e di utilizzare gli attributi dei nodi e dei collegamenti tra di essi per offrire una visualizzazione più particolareggiata delle caratteristiche possedute da ognuno di essi.

Fig. 8- NETDRAW



Fonti: NETDRAW

CAPITOLO 3

CASO

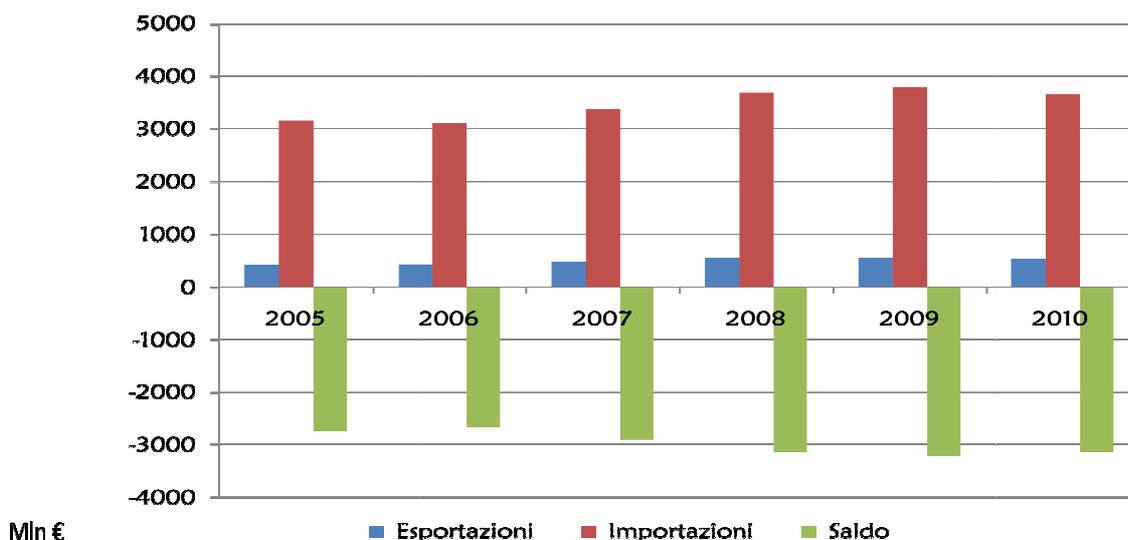
STUDIO

3 INQUADRAMENTO GENERALE DEL SETTORE ITTICO ITALIANO

In Italia sono presenti oltre 800 punti di sbarco del prodotto ittico, distribuiti lungo un litorale di 7.400 km. Tuttavia, il comparto pesca e acquacoltura mantiene a tutt'oggi un peso esiguo nella formazione del prodotto interno lordo nazionale complessivo. L'ultimo report presentato da ISMEA (2010), calcola che il settore ittico copra il 4,2% della produzione ai prezzi di base correnti ed il 4,9% del valore aggiunto dell'agroalimentare italiano. Il comparto rappresenta, dunque, una realtà di marginale importanza nei confronti della produzione agricola, con un valore complessivo di circa 2 miliardi di euro, ma necessario nel contempo pesca e acquacoltura sono attività fortemente radicate nel tessuto storico-economico di alcuni territori, dove rappresentano una fonte di reddito talvolta essenziale.

Il prodotto ittico ha, inoltre, un certo potenziale di mercato, ciò non toglie che il settore produttivo soffra di criticità preoccupanti, palesi quando si confrontano i valori della ripresa del settore nel 2009 rispetto alle contrazioni registrate nel 2008 e pari a -15,2% in termini di produzione ai prezzi di base e -23,4% in termini di valore aggiunto; di fronte a tali performance, i dati positivi di +1,1% e +2,8% del 2009, manifestano la difficoltà della ripresa del settore che, in generale, aveva già fatto segnare le peggiori performance del primario nazionale nel periodo di riferimento 2005/2010 considerato da ISMEA. Anche gli indicatori macroeconomici sui volumi commercializzati confermano le difficoltà strutturali di cui soffre il comparto.(Fig.9).

Fig.9 Italia- Andamento della bilancia commerciale del settore ittico



Fonti: ns. elaborazione dati ISMEA 2011

Disaggregando i dati per i due comparti, si registra che l'acquacoltura ha ormai raggiunto i volumi produttivi dell'attività di cattura in mare che continua a detenere i due terzi del valore complessivo del settore. I ricavi della pesca appaiono in crescita dell'8,7% rispetto al 2008, valore positivo, ma non abbastanza per colmare le perdite del 19,0% dell'anno precedente ed in generale del periodo 2005-2010; l'acquacoltura segna un andamento differente, con crescite del 2,0% e 3,6% rispettivamente in volumi e valore e con contrazioni più leggere della pesca nel 2008, ed ancora valori negativi nel 2009. Le perdite degli ultimi anni dell'attività di allevamento sono in realtà connesse al solo comparto della molluschicoltura (ISMEA, 2010), mentre procede l'espansione della piscicoltura che nel 2009 ha raggiunto le 74mila tonnellate, coprendo il 15,6% della produzione ittica italiana per il 19,5% del valore.

Soffermando l'attenzione sull'attività di cattura, da un punto di vista strutturale si rileva che, nonostante il processo di ammodernamento in atto, la flotta italiana si caratterizza ancora per una ingente quota di imbarcazioni dedite alla piccola pesca (quasi 9 mila), pari al 66% della flotta.

3.1 IL COMPARTO DEL PESCE AZZURRO: ALCUNI ASPETTI

Il comparto su cui si concentra lo studio è quello identificato nel linguaggio comune come “pesce azzurro”. Nel quinquennio 2005-2010 la pesca italiana nel Mediterraneo ha manifestato nel complesso un netto calo delle catture con una diminuzione del 25% in volume; all'interno del pescato però le specie più importanti sono quelle riconducibili al gruppo del pesce azzurro.

La denominazione di "pesce azzurro" non si riferisce ad un gruppo scientificamente definito di specie ittiche, come nel caso del “pesce bianco” o dei “frutti di mare”. Si definiscono, infatti, “azzurri” quei pesci, generalmente di piccola pezzatura, che presentano una colorazione blu scuro in posizione dorsale e argentea nella parte ventrale (Foto 1).

Foto 1- Il pesce azzurro- Acciuga o Alice



Le principali specie che fanno parte di questa famiglia sono: Acciuga o Alice (*Engraulis encrasicolus*), Sardina (*Sardina pilchardus*), Spratto o Papalina (*Sprattus sprattus*), Alaccia (*Sardinella aurita*), Sgombro (*Scomber scombrus*), Lanzardo (*Scomber japonicus colias*), Aguglia (*Belone belone*), Costardella (*Scomberesox saurus*), Suro o Sugherello (*Trachurus trachurus*), Suro (*Trachurus picturatus*) e Cicerello (*Gymnammodites cicerellus*). Trattasi di pesci migratori che vivono in grandi branchi che in primavera si avvicinano alla costa, mentre in autunno se ne allontanano e scendono ad oltre 100 metri di profondità. Le tecniche di pesca utilizzate per la loro cattura sono varie e prevedono l'utilizzo di reti da circuizione, reti da traino pelagico e, nel breve periodo invernale, anche lo strascico.

Le specie più rappresentative, anche in termini di volumi pescati nei mari italiani, sono alice e sardina e, in quota minore, lo sgombro. Dati più precisi, riferiti all'anno 2009, mostrano che queste tre specie, sommate ai sugarelli, hanno rappresentato quasi un terzo del totale pescato in Mediterraneo (32,6%). E' però allarmante il valore che tali specie spuntano sul mercato: vendute al prezzo medio di 1,5 euro/kg, infatti, queste non hanno rappresentato neanche il 10% (9,6%) dei ricavi del settore e ciò si rivela una delle maggiori criticità del comparto.

In realtà il pesce azzurro è portatore di importanti caratteri positivi: essendo pescato in tutti i mari italiani e quindi vicino ai mercati di vendita, offre la massima garanzia di freschezza e di economicità; è presente sui mercati sui banchi di vendita italiani quasi tutto l'anno; è un alimento adatto a soddisfare esigenze di consumo, sia per il valore nutrizionale, che per le sue carni gustose; ha un basso contenuto di grassi, ad eccezione dello sgombro mentre rilevanti sono le quantità di vitamina B2, PP e ferro. Malgrado ciò, la scelta del consumatore si indirizza spesso verso specie medio-pregiate, scarse nei nostri mari, quindi in gran parte importate, a scapito dell'acquisto di pesce azzurro.

Ma nonostante tali osservazioni, l'analisi dei dati relativi alla consistenza del pescato azzurro e al loro peso sulle catture totali permettono di considerare la categoria di importanza strategica per il settore italiano. L'Italia, infatti, riveste un ruolo importante a livello mondiale nella produzione di alici, anche se il trend evidenziato dalle relative catture presenta forti oscillazioni nel tempo. La produzione, che nel 2008 ha superato di poco le 45 mila tonnellate rispetto alle 56 mila del 2004, evidenzia un trend negativo. Secondo recenti rilevazioni ISMEA, anche se il 2010 rappresenta un anno di crescita, nel biennio 2009-10, il comparto non sarebbe stato in grado di recuperare la netta flessione del 2008, anno in cui il livello produttivo in Italia ha toccato la quota più bassa dall'inizio del nuovo millennio.

La sardina è la seconda specie rilievo per importanza del gruppo, ma da un trend oscillante delle catture è passata ad un decremento preoccupante e costante delle stesse, causato dalla difficoltà di

trovare la risorsa in mare. Infatti, nel 2009, l'Italia ne ha pescate poco più di 15 mila tonnellate. La scarsità di sardine nel mare Adriatico (molte volte, se presenti non hanno le dimensioni adeguate alla destinazione finale) sta creando momenti di criticità nelle marinerie (Castellini et al., 2010).

Si evidenzia che la cattura delle alici ha rappresentato nel 2009 quasi il 23% del totale nazionale perché sono le specie maggiormente pescate dalla flotta interna e, aggiungendo la quota relativa alle sardine, hanno coperto più di un quarto del pescato totale (Tab. 1).

Tab.1- Italia- Catture e ricavi per gruppi di specie

prodotto	Tonnellate	% in volume	000 euro	% in valore
pesci	158.934	67,9	645	54,7
<i>alici</i>	54.388	23,2	87,8	7,37
<i>sardine</i>	15.637	6,7	12,69	1,01
molluschi	50.481	21,6	262	22,2
crostacei	24.667	10,5	272	23,07
totale pesca	234.082	100	1179	100

Fonti: elaborazioni Ismea su dati Mipaaf-Irepa 2010.

Purtroppo a tale rilevanza in volume non è corrisposto un peso altrettanto significativo in termini di ricavi: nello stesso anno, infatti, il fatturato calcolato per le alici ha superato di poco il 7% del totale nazionale, mentre le sardine si sono attestate intorno a 1,2%. Tale dato in sé evidenzia la realtà del comparto e rappresenta uno dei motivi che hanno stimolato la scelta del pesce azzurro come caso studio.

Infine, il consumo di pesce azzurro interno sta attraversando una fase critica di stagnazione: il dato procapite in Italia è rimasto mediamente stazionario intorno ai 22 kg circa. Ma, se per vongole e cozze soprattutto, il prezzo basso può essere legato alla concorrenza del prodotto allevato e, dunque, ad una concorrenza con una offerta alternativa, per quanto riguarda il pesce azzurro, la competizione viene svolta soprattutto da altre specie di pesce, che spuntano valori di mercato medi decisamente superiori tra i 6,3 euro/kg ed i 7 euro/kg come tonni, pesci spada ed alalunghe.

3.1.1 INQUADRAMENTO DEL CONTESTO PRODUTTIVO DELLA REGIONE PUGLIA

Il primato della Puglia nel sistema della pesca e dell'acquacoltura nazionale (400 km circa di coste che si affacciano sul Mare Adriatico e sul Mar Ionio rappresenta per il governo regionale una grande opportunità di sviluppo e di occupazione ma insieme una sfida difficile.

Considerando la sola attività di cattura in mare, nel 2009 il peso che la Puglia ha avuto nel complesso nazionale è stato del 16% della capacità produttiva nazionale e del 13% delle imprese nazionali del settore. Per quanto riguarda l'acquacoltura, il numero di imprese dedite all'allevamento in regione ha rappresentato circa per il 28% sul numero di impianti nazionali e per un quinto sulla produzione. In generale tutte le province pugliesi sono interessate da insediamenti produttivi degni di attenzione e, di recente, si è ulteriormente rafforzato il settore dell'allevamento ittico, oltre che su terra, anche in mare.

Le più importanti marinerie pugliesi (per consistenza della flotta e/o per peculiarità dei sistemi di cattura e/o per specificità ambientali) sono Lesina, Manfredonia, Molfetta, Barletta, Bari, Mola di Bari, Monopoli, Savelletri, Gallipoli, Porto Cesareo e Taranto (Foto).

Esse presentano differenze l'una dall'altra sia per quanto riguarda le caratteristiche produttive e strutturali sia per le peculiarità dell'ambiente su cui insistono. Per esempio il distretto produttivo nella provincia di Foggia, ad esempio, può essere considerato senza alcun dubbio un'area la cui economia è strettamente "dipendente dalla pesca" e la produzione del territorio, intesa come cattura in mare, viene in parte commercializzata attraverso la struttura mercatale della città di Manfredonia e in parte attraverso i cosiddetti "canali alternativi" nei porti di Termoli e Vieste. Tradizionale è, invece, la vocazione di Taranto nella mitilicoltura, praticata nelle tranquille acque del Mar Piccolo così come è attività diffusa nel Gargano.

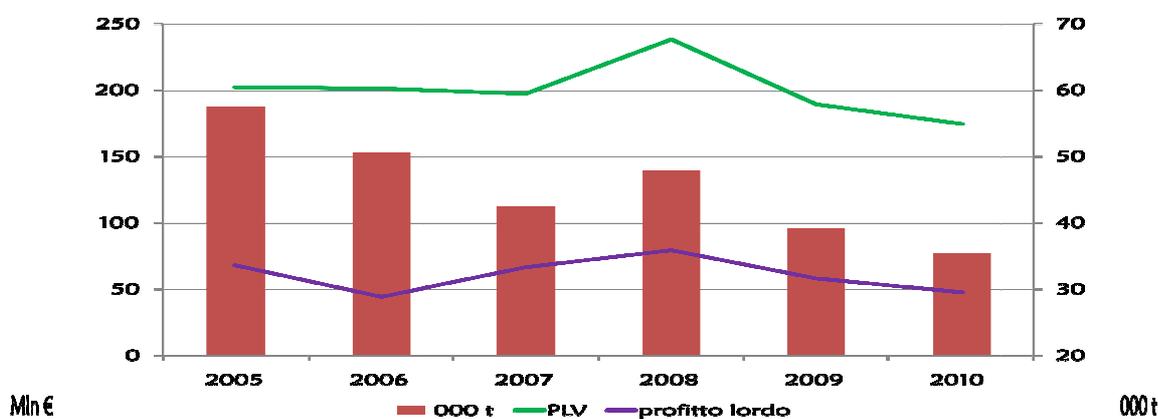
In generale il carattere della struttura produttiva regionale è prevalentemente di tipo artigianale, con una forte diversificazione dei sistemi di pesca, sia nell'ambito delle singole marinerie, sia fra le numerose marinerie dislocate su tutto il territorio regionale. Tuttavia, in termini di capacità produttiva, il settore presenta un elevato livello di concentrazione in alcune realtà definite come "aree dipendenti dalla pesca". (Foto 2)

Foto 2– Profilo costiero della regione Puglia con i principali porti pescherecci



In Puglia, nonostante la concentrazione di una quota importante della capacità nazionale di pesca (pari al 13% della flotta, sia in termini numerici, sia in termini di stazza), si è assistito negli ultimi anni ad un progressivo peggioramento della redditività delle imprese ittiche: a fronte di una contrazione delle catture di quasi il 40%, la produzione lorda vendibile (PLV) è diminuita di circa il 14%, portando ad una contrazione del profitto lordo di circa un terzo (Fig.10).

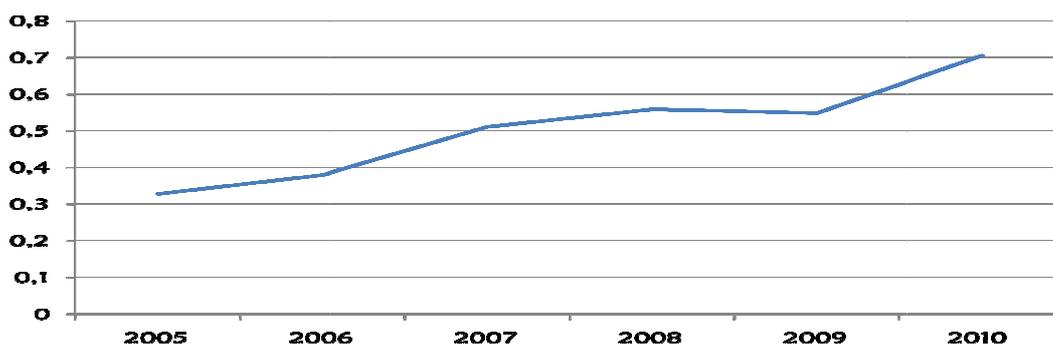
Fig.10- Puglia- Andamento della redditività delle imprese di pesca



Fonti: ns. elaborazione su dati IREPA

A tale progressivo peggioramento della redditività delle imprese di pesca italiane, hanno contribuito, inoltre, sia l'incremento delle importazioni di prodotto estero, consentito ed aggravato dall'assenza di politiche di promozione del prodotto nazionale, sia l'aumento rilevante del costo del gasolio (Fig.11).

Fig.11- Il prezzo del gasolio

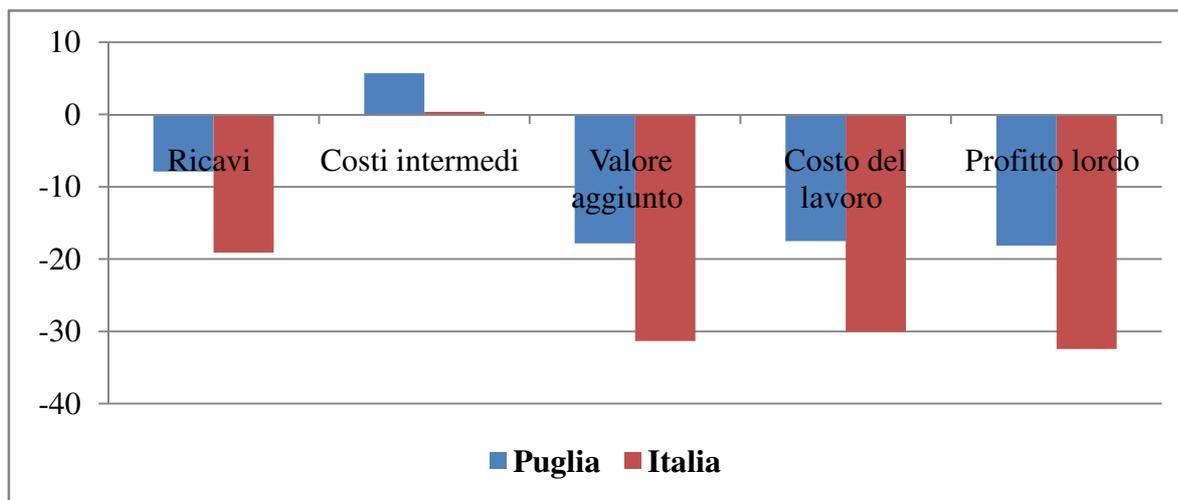


€/l

Fonti: elaborazione su dati del Ministero dello Sviluppo economico

Si osserva però che, nel complesso, la redditività della pesca pugliese, sia in termini di valore aggiunto che di profitto lordo, nonostante tutto ha mostrato nell'annata 2009/10 una contrazione più contenuta (-18%) di quanto non sia avvenuto a livello nazionale (-32%) (Fig.12).

Fig. 12- Italia e Puglia- Indicatori di sostenibilità economica: variazioni percentuali 2009/2010

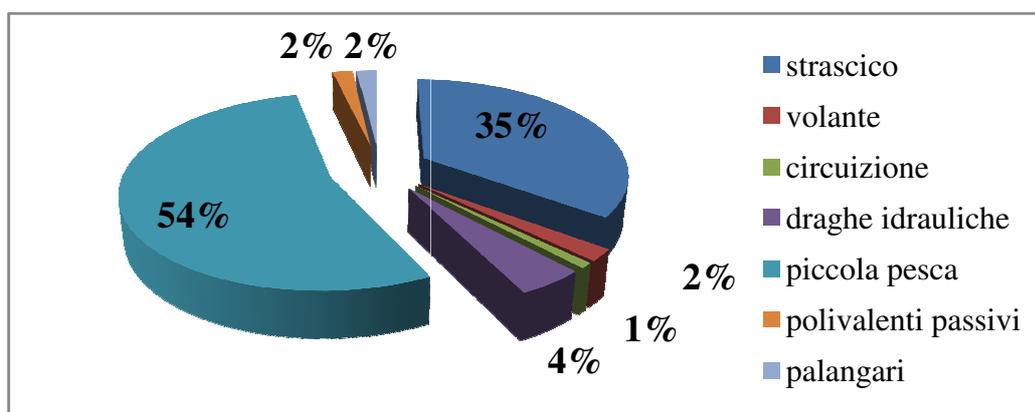


Fonti: nostra elaborazione su dati IREPA

La composizione della struttura produttiva pugliese per sistemi di pesca, pur evidenziando la netta prevalenza numerica dei battelli appartenenti alla piccola pesca, che rappresentano la metà dell'intera flotta, si distingue, sia sotto l'aspetto strutturale sia per i risultati raggiunti in termini di catture e ricavi, per la rilevanza assunta della flotta a strascico. In Puglia vi è una elevata presenza di battelli di capacità inferiore alle 10 tonnellate di stazza che praticano lo strascico costiero. I sistemi di pesca maggiormente utilizzati nei Compartimenti marittimi pugliesi sono le reti a

strascico, trainate da due o più spesso, una imbarcazione, la piccola pesca, la volante e le reti a circuizione. La dimensione medio-piccola dei pescherecci a strascico deriva dal fatto che questi battelli non hanno la necessità di allontanarsi molto dalla costa in quanto, per la particolare morfologia dei fondali, le massime profondità strascicabili (800 metri) si raggiungono dopo poche miglia dalla linea costiera. La tecnica di pesca con reti da circuizione è profondamente radicata nelle marinerie della Puglia sebbene negli ultimi anni molti operatori abbiano abbandonato il settore a causa degli elevati costi di gestione e soprattutto di manodopera. Tale tipo di pesca è effettuata con imbarcazioni attrezzate con reti a circuizione che presentano una dimensione media di gran lunga inferiore alla media nazionale, in quanto gran parte della flotta regionale effettua un tipo di pesca esclusivamente stanziale. Le imbarcazioni censite nei Compartimenti Marittimi pugliesi nel 2010 sono state 1.692, con una stazza complessiva pari 22.541 gt ed una potenza motore pari a 150.325 kW. Il segmento della piccola pesca, inferiore a 12 m di lunghezza fuori tutto, rappresentava il 53,8 % della flotta, pari a 911 imbarcazioni. La flotta strascicante era costituita da 595 battelli, il 35,2% del totale regionale, il 68,8% della stazza ed il 63,6 % della potenza motore. Il segmento dei palangari era costituito da 31 battelli, pari al 1,8 % del totale regionale. La pesca con rete da traino pelagico volante era praticata in Puglia da 33 battelli. La pesca con il sistema a circuizione era praticata in Puglia da 16 battelli. Il segmento costituito da draghe turbo soffianti, attrezzato per la cattura delle vongole, contava 76 imbarcazioni. Vi era, infine, la presenza di un gruppo denominato “polivalenti passivi” costituito da 30 battelli di lunghezza superiore a 12 m ed attrezzato con strumenti di cattura non trainati.

Fig.13- Caratteristiche tecniche e composizione % della flotta peschereccia per sistemi di pesca, Puglia, 2010- Unità

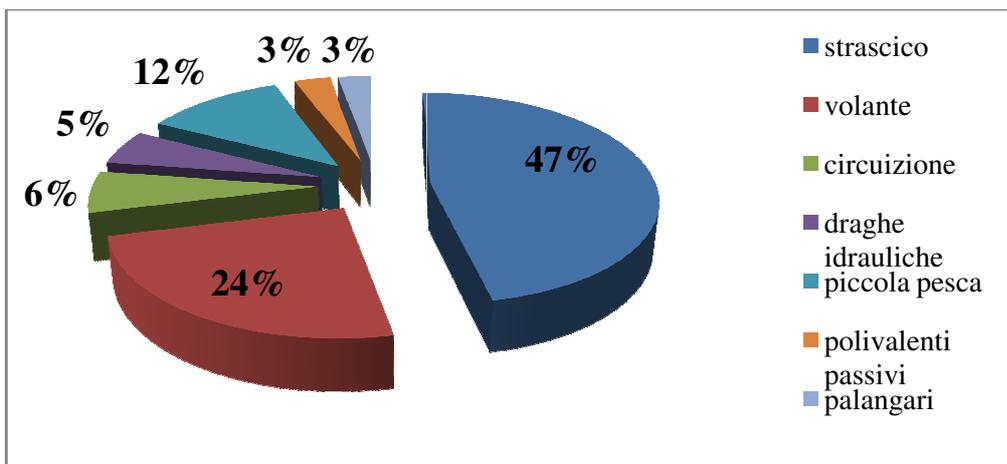


Fonti: Mipaaf- IREPA 2010

Nel 2010 il totale delle catture risulta pari a 34.842 tonnellate. Rispetto al 2009, il valore totale delle catture è diminuito. Le catture giornaliere per battello sono risultate pari a 122,6 kg. Mentre la

Produzione lorda vendibile giornaliera per battello è risultata pari a 647,25 euro. Le catture più abbondanti sono state registrate per le acciughe (8.643 ton) e per i naselli (4.428 ton). I prezzi più elevati sono stati rilevati per il gambero viola (29,80 euro/kg) fra i crostacei e per la sogliola (21,86euro/kg) fra i pesci. Rispetto al 2009, la media generale dei prezzi delle diverse specie commercializzate è aumentata leggermente. (Fig.14)

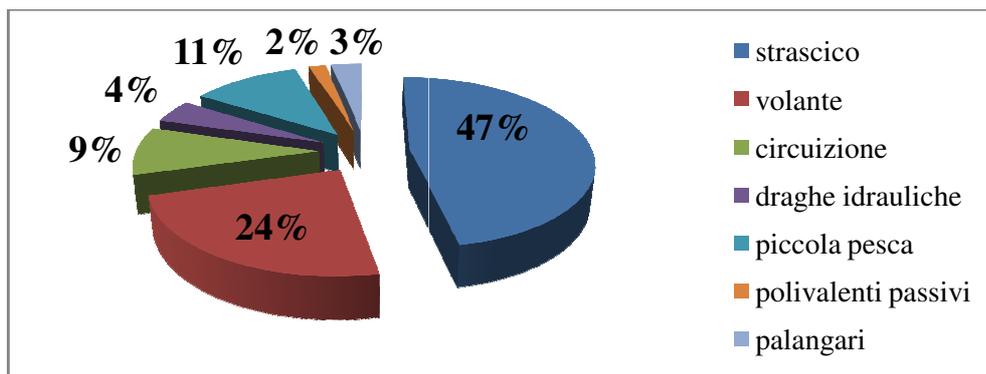
Fig. 14- Caratteristiche tecniche e composizione % della flotta peschereccia per sistemi di pesca, Puglia, 2010- Catture



Fonti: Mipaaf- IREPA 2010

In valore assoluto i ricavi più elevati (114,18 mln di euro) sono stati registrati nel 2010 per lo strascico. In seconda posizione, molto distaccata, si è collocata la piccola pesca con 35,90 mln di euro. Se, invece, consideriamo i valori medi per battello, circuizione e volante hanno presentano i ricavi più elevati, rispettivamente con 720.200 e 682.500 euro, seguiti dallo strascico con 225.100 euro. Mentre il valore di ricavi più basso si è registrato per la piccola pesca (40.600 euro). Sulla base dei valori medi di profitto lordo per battello, circuizione e volante hanno presentato i valori più alti (rispettivamente 258.700 e 243.000 euro). Seguiti dal sistema a palangari (100.600 euro) e dal sistema a strascico (62.500 euro). Ultimo della lista: il sistema della piccola pesca con 17.700 euro. Analizzando i dati dello Ionio separatamente, i valori medi di profitto lordo per battello più elevati sono stati registrati per il sistema a palangari (87.840 euro), seguito dal sistema polivalenti passivi con 85.240 euro e dallo strascico con 48.460. In ultima posizione la circuizione e la piccola pesca. (Fig.15)

Fig.15 - Caratteristiche tecniche e composizione % della flotta peschereccia per sistemi di pesca, Puglia, 2010- Ricavi



Fonti: Mipaaf- IREPA 2010

3.2 LA STRUTTURA PRODUTTIVA NELLE MARINERIE DI MANFREDONIA E MOLFETTA

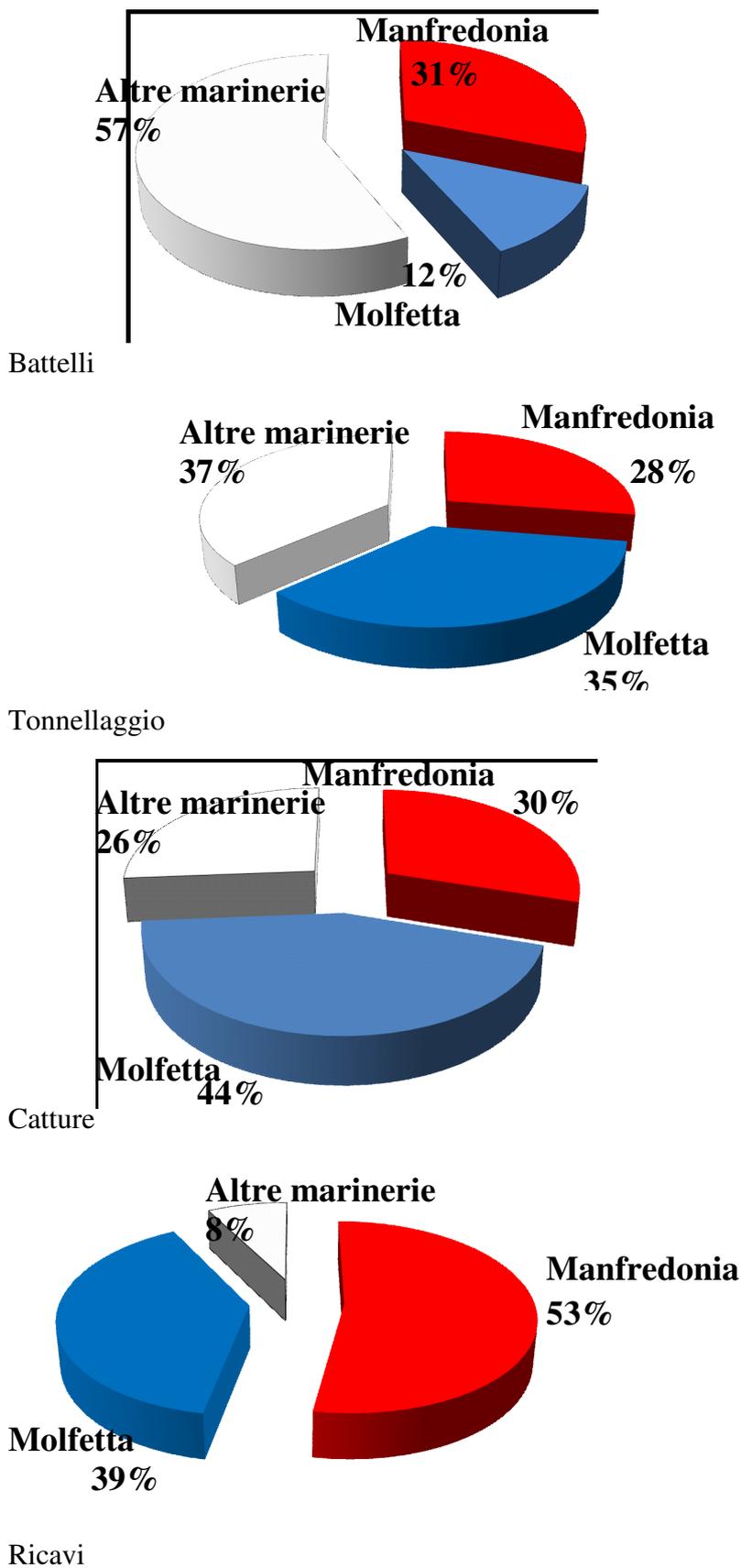
La grande estensione costiera di 784 km della regione Puglia ha favorito lo sviluppo di numerosi porti, raccolti in sei Compartimenti Marittimi: partendo dall'estremo nord della regione, nella zona del Basso Adriatico, incontriamo il Compartimento Marittimo di Manfredonia, con le marinerie di Manfredonia, Lesina, Rodi Garganico, Peschici, Vieste, Mattinata e Margherita di Savoia. Segue il Compartimento Marittimo di Molfetta con il suo porto e le marinerie di Barletta, Trani, Bisceglie e Giovinazzo.

Procedendo verso sud, si colloca il Compartimento Marittimo di Bari con il suo porto a cui afferiscono le marinerie di Mola di Bari e Monopoli. Segue il Compartimento Marittimo di Brindisi, con le marinerie di Brindisi, Savellettri di Fasano e S. Pietro Vernotico. All'estremità del tacco si incontra il Compartimento Marittimo di Gallipoli, a cui appartengono alcune marinerie situate sul versante adriatico (San Foca, Otranto, Castro e Tricase,) ed altre lungo il versante ionico (Leuca, Ugento, Gallipoli e Porto Cesareo).

A nord del versante ionico, infine, è situato il Compartimento Marittimo di Taranto a cui afferiscono, oltre all'omonimo porto, anche Campo Marino e Torre dell'Ovo.

Analizzando i compartimenti per quanto riguarda i volumi di catture e i fatturato, i due di maggiore importanza sono risultati essere quelli di Manfredonia e Molfetta che possiedono caratteristiche differenti l'uno dall'altro sia dal punto di vista tecnico che strutturale, e quindi risultano interessanti come casi di studio per la tesi. (Fig. 16).

Fig. 16- Battelli, tonnellaggio, catture e ricavi a Manfredonia e Molfetta - anno 2010



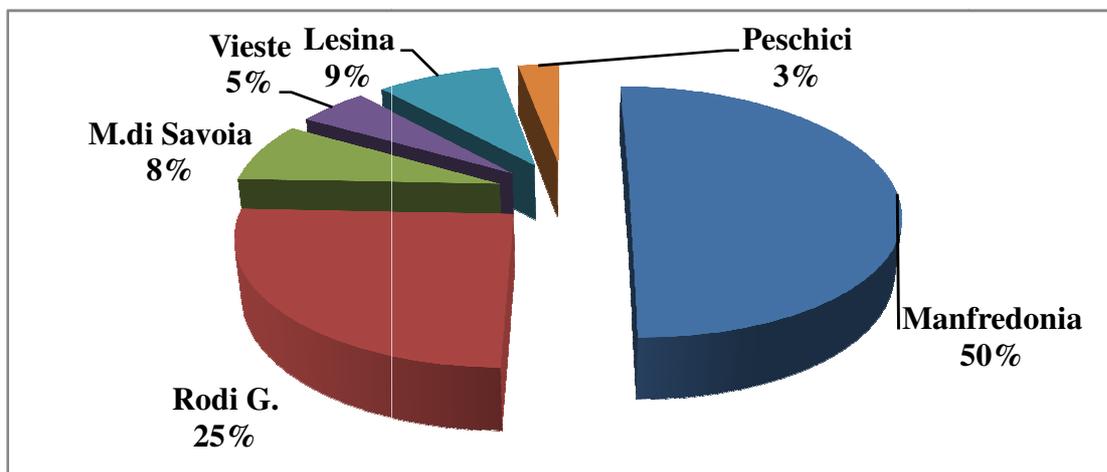
Fonti: nostra elaborazione su dati Osservatorio regionale della pesca e Ismea 2010

3.2.1 LA STRUTTURA DELLA FLOTTA

Le due marinerie presentano dotazioni profondamente differenti, non solo in termini di consistenza ma, soprattutto, per le sue caratteristiche strutturali: la flotta di Manfredonia, al quale fa capo un numero di battelli più che doppio, pari nel 2010 a 522 unità, e per i $\frac{3}{4}$ dislocati solo su due porti limitrofi quali Manfredonia e Rodi Garganico (Fig. 17 a,b).

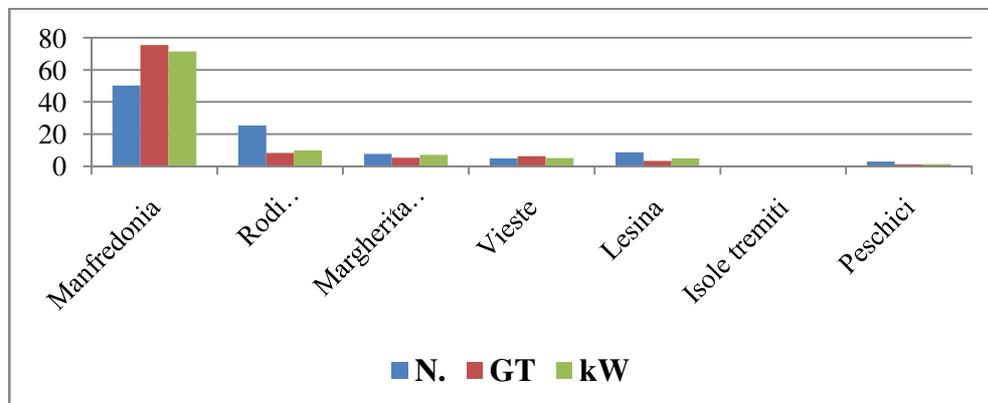
Situazione assai differente per la marineria di Molfetta è, infatti, composta da 208 imbarcazioni, registrate anche, nei porti vicini di Barletta, Trani, Bisceglie e Giovinazzo, cittadine limitrofe che coprono un litorale pari a quasi 50 km.(Fig.18 a,b)

Fig.17a – Ripartizione delle imbarcazioni della marineria di Manfredonia, per porto di registrazione



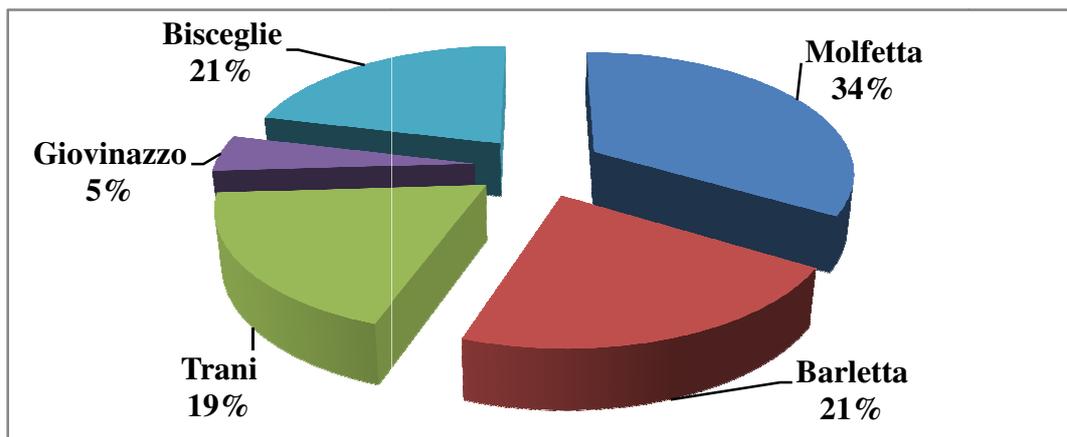
Fonti: elaborazione su dati Osservatorio Regionale della pesca 2010

b) - Ripartizione della flotta della marineria di Manfredonia in termini di numerosità dei battelli, Tonnellaggio e Potenza



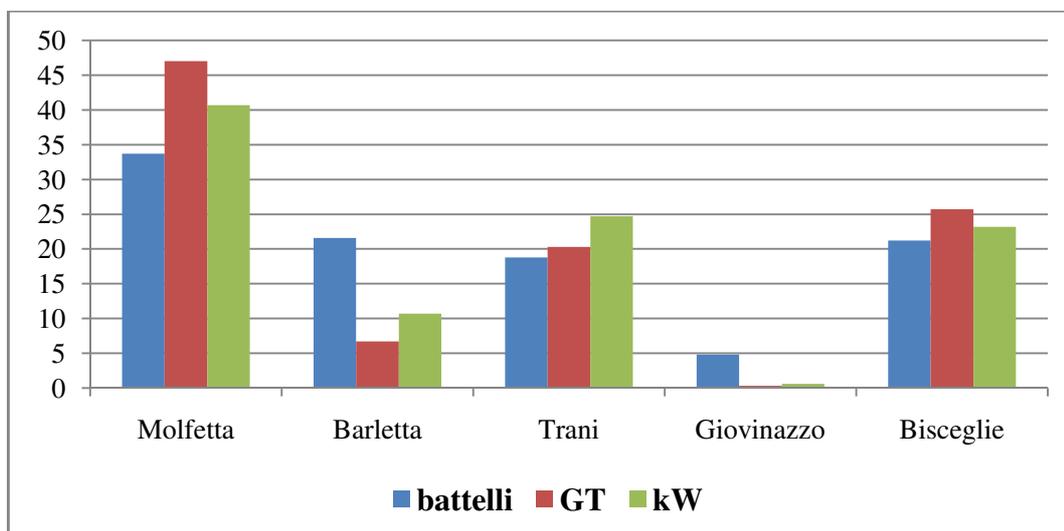
Fonti: elaborazione su dati Osservatorio Regionale della pesca 2010

Fig.18 a – Ripartizione delle imbarcazioni della marineria di Molfetta, per porto di registrazione



Fonti: elaborazione su dati Osservatorio Regionale della pesca 2010

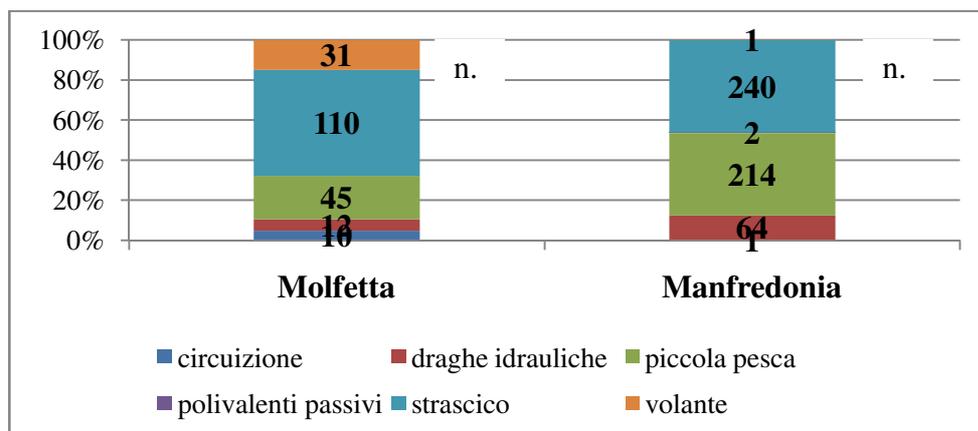
b) – Ripartizione della flotta del compartimento marittimo di Molfetta in termini di numerosità dei battelli, Tonnellaggio e Potenza



Fonti: elaborazione su dati Osservatorio Regionale della pesca 2010

In termini qualitativi le due aree di studio si differenziano fortemente anche per la diversa incidenza dei sistemi di pesca: i battelli, che praticano la pesca a strascico, sono numericamente prevalenti in entrambe le realtà produttive, seguiti dalla piccola pesca, che caratterizza in maniera evidente il compartimento di Manfredonia, con un numero di imbarcazioni quasi pari a quelle che praticano la pesca a strascico; meno numerose sono le draghe idrauliche e gli altri metodi di pesca sono assenti. Il compartimento di Molfetta si connota, invece, per una maggiore eterogeneità dei sistemi di pesca, con la presenza accanto allo strascico ed alla piccola pesca, delle volanti (14,9% del totale), delle draghe idrauliche (5,8%) e dei metodi a circuizione (4,8%) (Fig.19).

Fig.19- Composizione della flotta per sistema di pesca nei compartimenti di Manfredonia e Molfetta - consistenza numerica e %

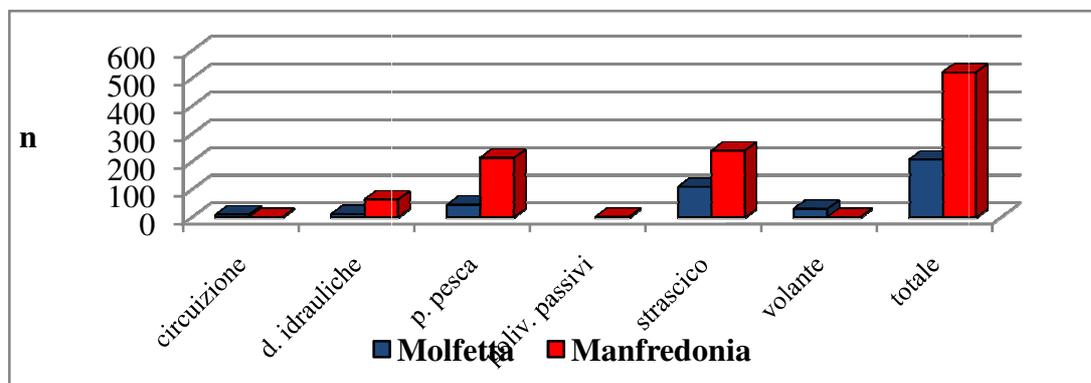


Fonti: nostra elaborazione su dati Osservatorio regionale della pesca e Ismea 2010

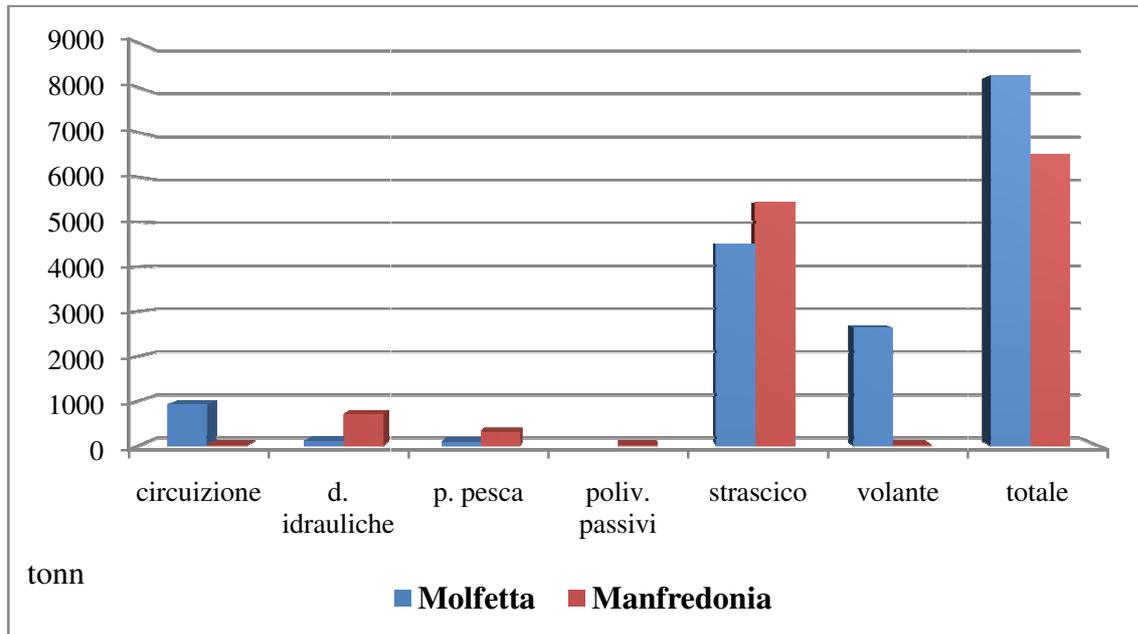
Oltre che per sistemi di pesca e per la consistenza numerica, Molfetta e Manfredonia presentano un diverso patrimonio di battelli in termini di tonnellaggio e potenza. Molfetta, infatti, è caratterizzata da battelli con parametri di tonnellaggio e potenza superiori attribuibili, soprattutto, alle imbarcazioni per la pesca a circuizione e volante. Tali dinamiche sono da imputare alla storica presenza di imprese di pesca gestite dagli armatori, prevalenti rispetto a quelle a carattere familiare, e che hanno saputo cogliere meglio le opportunità di rinnovamento e miglioramento tecnologico della flotta e degli strumenti di pesca, fino al ritiro definitivo delle imbarcazioni più vecchie, offerte dalle recenti politiche di settore. Il tessuto imprenditoriale del compartimento ittico di Manfredonia risulta, viceversa, caratterizzato da una prevalenza di imprese a carattere familiare, e da imbarcazioni di minor tonnellaggio, che in considerazione del modesto sostegno al ritiro definitivo, di cui avrebbero beneficiato, non sono state oggetto di demolizione (Fig.20 a,b, c).

Fig. 20 a,b, c – Caratteristiche strutturali della flotta nei due compartimenti marittimi

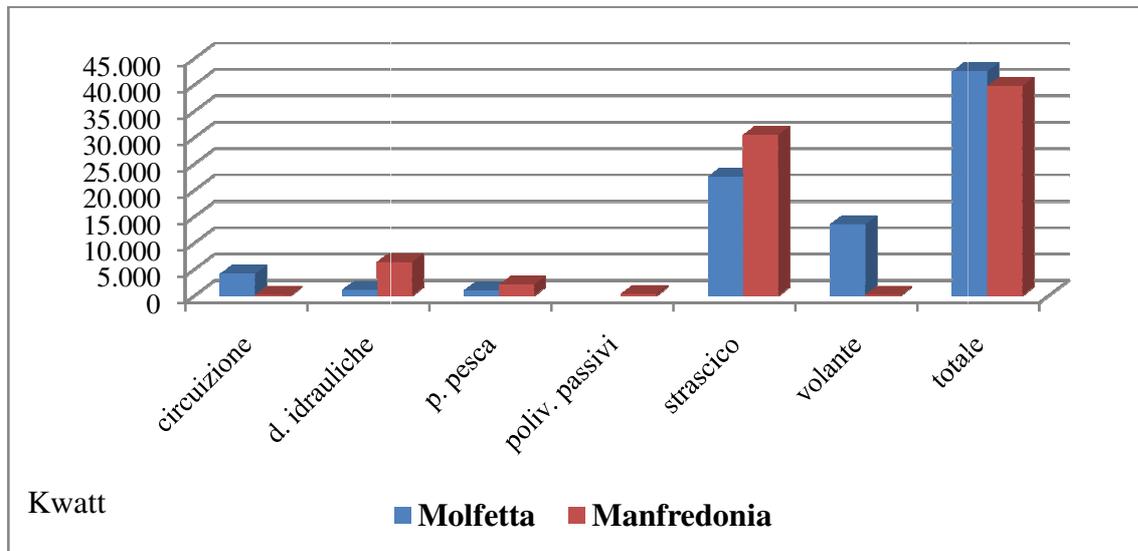
a) Numero di battelli



b) Tonnellaggio (tonn.)



c) Potenza (Kwatt)



Fonti: nostra elaborazione su dati Osservatorio regionale della pesca e Ismea 2010

Ne risulta una profonda differenza anche in termini di età della flotta, caratterizzata a Molfetta da quasi la metà di imbarcazioni con meno di vent'anni, mentre a Manfredonia i 2/3 dei battelli, prevalentemente impegnati nella piccola pesca, sono più datati. L'unica caratteristica che accomuna entrambi i compartimenti è, purtroppo, un ricambio generazionale estremamente lento, che fa registrare un'elevata senilizzazione della mano d'opera e degli imprenditori, la cui dinamica viene

attribuita soprattutto alla scarsa capacità attrattiva del settore in termini di remuneratività e di organizzazione del lavoro.

3.2.2 LE PRODUZIONI LOCALI

Per le quantità di pesce ed ai relativi prezzi spuntati sui due mercati si fa riferimento alle statistiche ufficiali ISMEA, relativamente al 2010. Tale dato è stato integrato attraverso interviste dirette a testimoni privilegiati (diretti responsabili della gestione dei mercati ittici, grossisti, banditori d'asta, dettaglianti e responsabili delle Associazioni di categoria del settore). Le informazioni si sono rivelate particolarmente utili per quantificare i flussi di prodotto commercializzato al di fuori dei due mercati ittici e che sfuggono, ovviamente, alle rilevazioni ufficiali. (Tab.1).

Tab - 1 – Stima del totale catturato per sistema di pesca nel 2010.

	Battelli		Pescato (t/anno)	
	Manfredonia	Molfetta	Manfredonia	Molfetta
Circuizione	1	10	344	3.440
Draghe	64	12	1.728	324
Piccola pesca	214	45	856	180
Polivalenti	2	0	0	0
Strascico	240	110	8.400	3.850
Volante	1	31	305	9.455
Totale	522	208	11.633	17.249

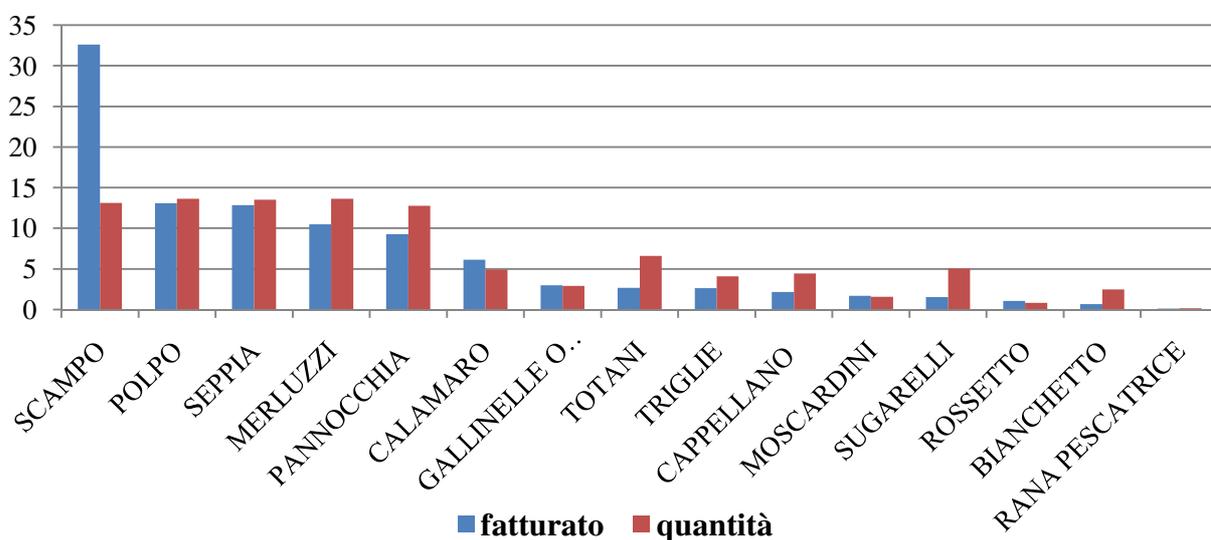
Fonti: ns. elaborazione su dati Osservatorio regionale della pesca e Ismea 2010

I risultati ottenuti dall'indagine, oltre ad aver confermato il dato quantitativo relativo all'entità dei flussi di pescato nei due compartimenti, mettono in evidenza, inoltre, profonde differenze tra le loro dinamiche di mercato riconducibili, oltre che alla struttura della flotta, a tre aspetti fondamentali: caratteristiche ambientali delle aree dalle quali provengono le risorse alieutiche; gestione dell'attività di pesca; caratteristiche dei mercati locali e delle relazioni tra gli operatori, direttamente o indirettamente coinvolti negli scambi commerciali. Per quanto riguarda l'aspetto relativo alle differenti caratteristiche ambientali delle due aree di studio, l'effetto "protettivo" del promontorio del Gargano, rispetto ai venti ed alle correnti marine, rappresenta, per il compartimento della pesca di Manfredonia, un elemento di vantaggio: innanzitutto, in termini di giornate utili per le uscite, poiché consente l'attività anche in condizioni meteorologiche avverse. Inoltre, i pesci trovano nel

golfo le condizioni ottimali per la riproduzione: la particolare conformazione della costa, alta e scogliosa, oltre a fondali, caratterizzati da una ricca vegetazione in termini di flora e microflora, che garantiscono una disponibilità di sostanze alimentari ottimali per gli individui presenti nel golfo, rendono la zona favorevole alla riproduzione di numerose specie pregiate (scampi, merluzzi, polpi, seppie e calamari, triglie di scoglio ecc.); particolare di rilievo è il fatto che la presenza di questa “nursery” naturale, consente la pesca dei cosiddetti "bianchetto" e "rossetto", novellame di pesce azzurro, che, nel breve periodo in cui la loro cattura è consentita dalla legge, spuntano prezzi altissimi alla vendita.

Per quanto riguarda la gestione dell'attività di cattura, il compartimento di Manfredonia esercita l'attività di pesca quattro giorni a settimana, per un totale di circa 200 giornate/anno contro le circa 250 giornate di Molfetta, organizzata in cinque giornate di pesca a settimana. Ciò giustifica gli elevati volumi di pescato di questo compartimento, dove però, la maggior pressione sulle risorse si traduce in un minore valore del pescato dovuto alla ridotta pezzatura, che rende sempre meno remunerativa l'attività; a ciò si aggiunge la consistente presenza di specie meno pregiate, quali alici e sgombri, che in assenza di adeguate politiche di valorizzazione del pesce azzurro, risultano ancora poco remunerative (Fig. 21).

Fig.21- Manfredonia- Quantità commercializzate e fatturati per specie principali (%)

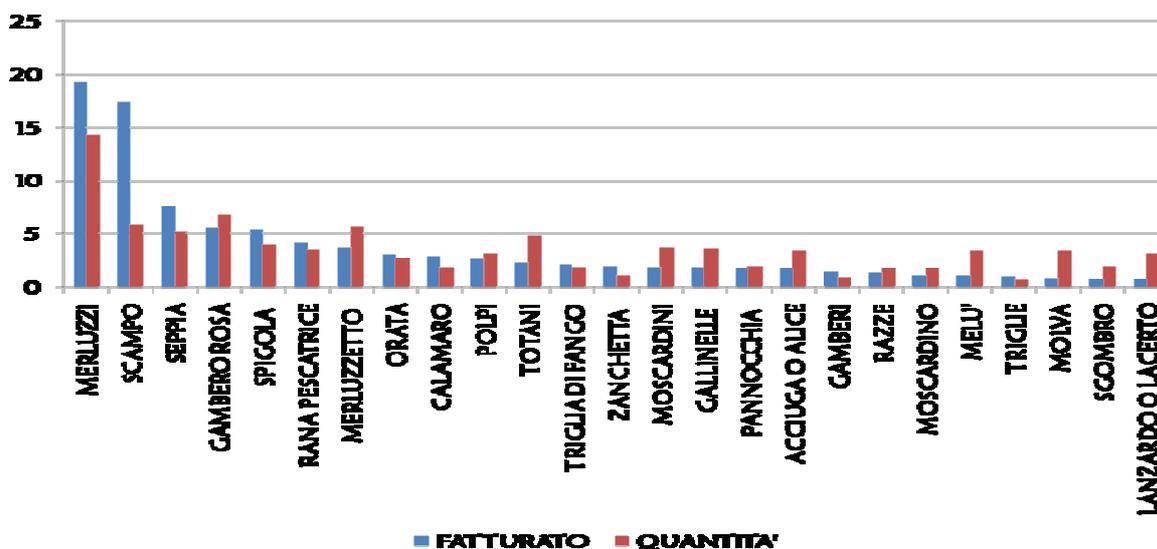


Fonti: nostra elaborazione su dati Osservatorio regionale della pesca e Ismea 2010

In realtà, la differenza sostanziale tra i due compartimenti sembra essere dovuta ad una diversa gestione degli sbarchi: le imbarcazioni di Manfredonia, infatti, sbarcano il pescato al massimo 24 ore dopo la cattura e lo conferiscono al mercato vivo, utilizzando, in caso di sbarco lontano dal luogo di vendita, una rete logistica di recupero del pescato che prevede l'utilizzo di camion

refrigerati. La flotta di Molfetta, viceversa, sbarca generalmente il prodotto entro 48 ore dalla cattura e, nonostante l'adozione di adeguate tecniche di conservazione a bordo, realizza un prezzo di vendita più basso in considerazione della minor freschezza del prodotto (Fig.22)

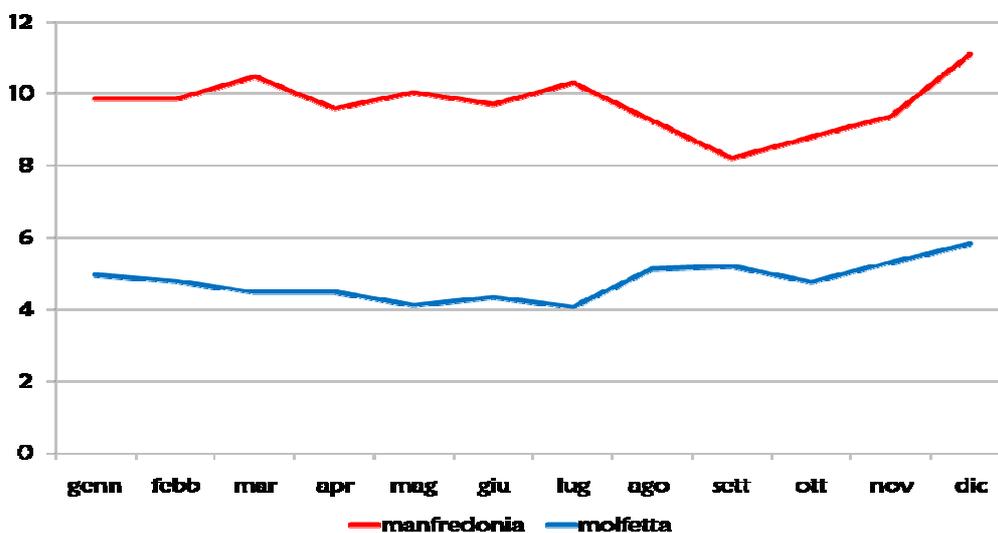
Fig.22- Molfetta- quantità commercializzate e fatturati (%)



Fonti: nostra elaborazione su dati Osservatorio regionale della pesca e Ismea 2010

Questa differenza nell'organizzazione del lavoro da parte delle imprese (durata delle giornate di pesca, concentrazione locale degli sbarchi, ad esempio) si riflette poi nella determinazione del prezzo del prodotto (Fig.23).

Fig.23 – andamento dei prezzi medi del pescato nei due compartimenti marittimi indagati- 2010



Fonti: nostra elaborazione su dati Osservatorio regionale della pesca e Ismea 2010

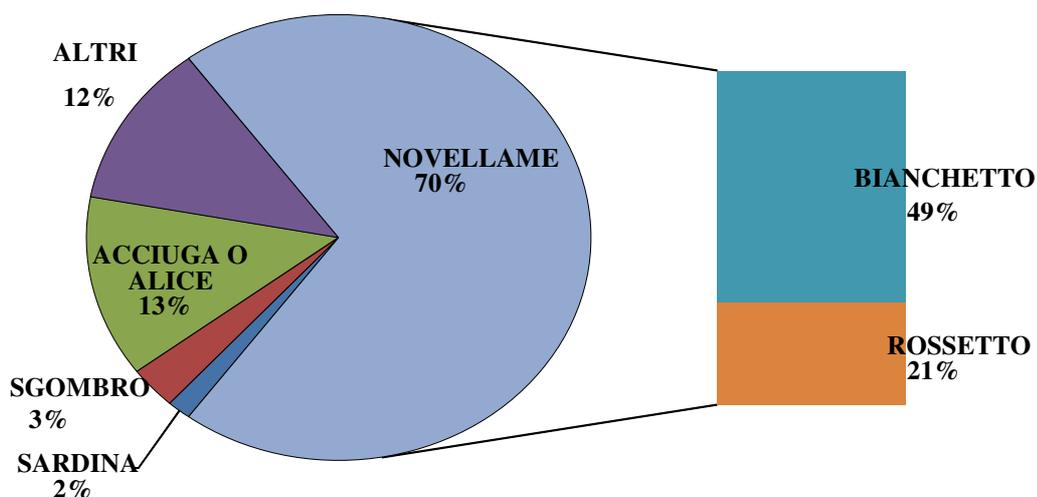
3.2.3 I MERCATI ITTICI DI MANFREDONIA E MOLFETTA

Il porto di Manfredonia ospita 510 imbarcazioni da pesca tra cui volanti a coppia, turbo soffianti, ciancioli (lampare), imbarcazioni per la piccola pesca e per lo strascico. Il mercato ittico di Manfredonia è un mercato alla produzione gestito da un Consorzio. Sui suoi banchi confluiscono quasi esclusivamente prodotti della pesca e dell'acquacoltura direttamente dalla fase produttiva; in particolare, il pescato proviene dai porti di Manfredonia, Vieste e Termoli ma essa rappresenta solo una quota pari al 30% del totale delle catture. Dunque, le ingenti quantità di prodotto sbarcato commercializzate in via non ufficiale rappresentano una delle criticità di rilievo della marineria, così come lo è il fatto che l'accesso al mercato è scarsamente regolamentato

Quando nel 2004 si inaugurò la nuova struttura del mercato l'obiettivo era quello di favorire e stimolare l'incontro tra domanda e offerta del prodotto ittico, ma i risultati a tutt'oggi non sono stati soddisfacenti. Il conferimento si svolge sulle banchine, dove arrivano i furgoni dei grossisti che pagano direttamente ai produttori e vanno via, senza alcun controllo.

Il pescato di Manfredonia si caratterizza per una quota ingente di novellame (nel 2010 pari circa il 70%); alici e sardine e sgombri hanno rappresentato meno del 20% delle catture (Fig. 8). Anche tale peculiarità rappresenta un elemento di criticità per la sostenibilità economico-ambientale e quindi sociale della marineria, andando a riguardare risorse come il novellame di sarda, detto Bianchetto, pescabile solo su espressa autorizzazione ministeriale

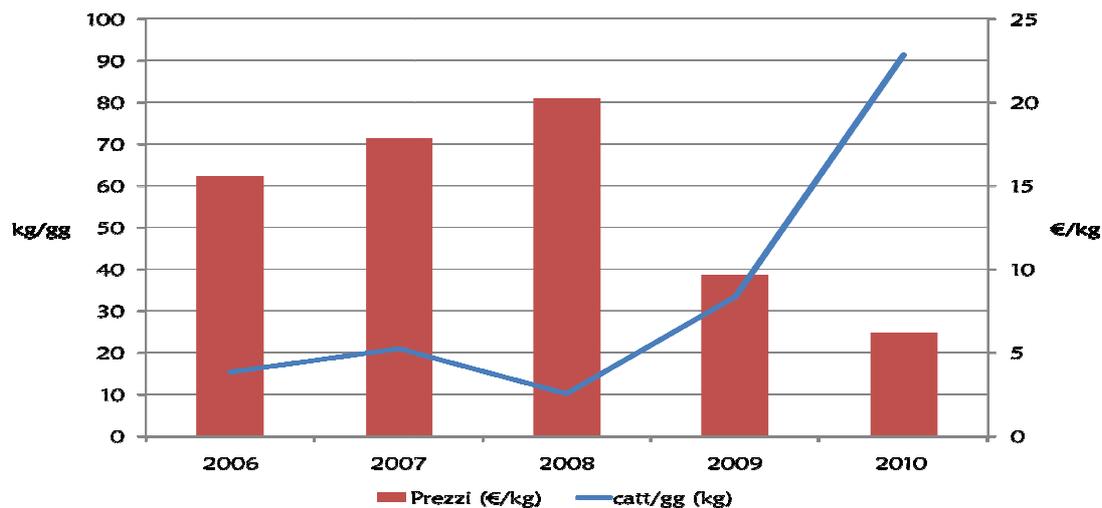
Fig. 24 – Manfredonia- Composizione del pesce azzurro nel 2010



Fonti: nostra elaborazione su dati MIPAAF-IREPA 2010

Tale attività è peraltro riservata alle motobarche della piccola pesca che non superano le 10 tonnellate di stazza lorda. Nel complesso, meno di un quarto delle imbarcazioni che fanno capo a Manfredonia (120 su 510) sono dotate delle necessarie speciali reti e possono dedicarsi alla redditizia pesca del Bianchetto e del Rossetto, rappresentando comunque un grosso importante integrazione ai bilanci delle imprese di pesca e per l'economia cittadina (Fig. 25).

Fig. 25- Manfredonia- Andamento dei prezzi e delle catture del Bianchetto



Fonti: nostra elaborazione su dati Osservatorio regionale della pesca e Ismea 2010

I *Gianchetti* o *bianchetti* (*neonata* in siciliano) è il nome commerciale attribuito in lingua ligure al *novellame* del pesce azzurro (ma non solo), pescato nel Mar Mediterraneo (in particolare sardine e acciughe). Gli adulti della specie *Aphia minuta*, spesso venduti in luogo dei gianchetti, hanno il nome commerciale di *rossetti*. Si sottolinea che la pesca del Bianchetto è definita come una “pesca speciale” che in Italia si continua a praticare per due mesi all’anno (salvo proroghe), grazie ad una deroga comunitaria necessaria sia per poter utilizzare reti con maglie ridottissime, sia per poter pescare e commercializzare specie ittiche di taglia assai inferiore rispetto a quella consentita. In Italia la pesca commerciale è regolamentata dal D.M. del 1° dicembre 1989 e il successivo D.M. del 3 ottobre 1994, i quali permettono una sola raccolta annuale dal 1° dicembre al 30 aprile per un periodo non superiore ai due mesi consecutivi. La pesca in ambito professionale è invece permessa, anch'essa annualmente, in un periodo tra il 15 gennaio e il 15 marzo. A causa della prevalente scarsità di prodotto pescato e delle restrizioni ritenute necessarie, il suo prezzo al mercato ittico è sempre piuttosto elevato. Questo nel caso delle alici. Attualmente la Commissione Europea sta studiando l’introduzione di una taglia minima consentita anche per la sardina, istituendo un ulteriore vincolo a tale tipo di pesca. (Foto 3)

Foto 3- Il Bianchetto



Il porto di Molfetta, invece, ospita 116 imbarcazioni da pesca. Le catture si compongono per lo più di triglie, naselli, alici, sardine, tonni, polpi, seppie, vongole e gamberi rossi. Il mercato ittico di Molfetta è un mercato misto nel quale accanto alla forte prevalenza di pescato locale, vengono scambiati anche prodotti provenienti da altre zone d'Italia e dall'estero, freschi e trasformati. È gestito dal Comune di Molfetta. (Foto 4)

Foto 4- il porto di Molfetta



I principali acquirenti operanti nel mercato ittico di Molfetta sono dettaglianti e grossisti; il settore della ristorazione servita direttamente da questi ultimi. Nel mercato sono operative due sale di vendita (per la produzione locale e per i prodotti di seconda commercializzazione) oltre ad una sala utilizzabile per la manipolazione non profonda dei prodotti. (Foto 5)

Foto 5- Molfetta- la sala vendita



CAPITOLO 4

ANALISI DEI RISULTATI

4 ANALISI DEI RISULTATI

Allo scopo di indagare sulla redditività della filiera pesca in Puglia è stato fatto riferimento all'approccio di Porter (Porter, 1987) che individua nella catena del valore lo strumento per analizzare le fonti del vantaggio competitivo di un'impresa, in riferimento alle molteplici attività generatrici di valore che essa svolge ed al modo con cui queste interagiscono.

Tale lettura, applicata all'intera filiera, ha consentito di stimare la ripartizione del valore nelle diverse fasi, secondo un più ampio concetto di "sistema del valore" che permetta di cogliere la posizione relativa in termini di vantaggio competitivo delle imprese di pesca.

Nella fase preliminare dell'analisi sono stati analizzati e confrontati in termini di profittabilità economica le marinerie di Molfetta e Manfredonia, differenti per struttura della flotta, composizione in specie del pescato, tipologia di mercato ittico e grado di completezza della filiera locale. Per le due realtà scelte si è proceduto, innanzitutto, alla descrizione delle filiere, stimando i flussi di prodotto ed i relativi prezzi medi per ciascuna tipologia di operatore coinvolto nella commercializzazione. A tal fine si è fatto riferimento alle statistiche ufficiali ISMEA, relativamente all'anno 2010, per le quantità di pesce ed i prezzi spuntati sui due mercati. Tale dato è stato integrato attraverso interviste dirette a testimoni privilegiati (diretti responsabili della gestione dei mercati ittici, grossisti, banditori d'asta, dettaglianti e responsabili delle Associazioni di categoria del settore). Le informazioni raccolte si sono rivelate particolarmente utili per quantificare i flussi di prodotto commercializzato al di fuori dei due mercati ittici che possono sfuggire alle rilevazioni ufficiali. Per la costruzione del sistema del valore secondo lo schema di Porter, sono stati esaminati i dati economici delle imprese di pesca quali i costi connessi alle attività primarie (creazione fisica del prodotto, commercializzazione e consegna ai compratori) ed alle attività di supporto (fornitura degli input; infrastrutture che consentono lo svolgimento delle attività primarie) e i ricavi relativi alle principali tipologie di operatori presenti nella filiera (imprese di pesca, grossisti e dettaglianti). Allo scopo di valutare il capitale sociale delle aree di studio, sono stati censiti gli operatori o network attivi sia nel settore delle catture che in quelli che con esso istaurano, a vario titolo, relazioni (commercio, ristorazione, turismo...). In una prima fase è stata condotta una analisi "desk" (elenchi ufficiali degli operatori dei mercati, delle organizzazioni di categoria, guide di settore...) che fornisse un database quanto più ampio possibile dei *network* presenti sul territorio. Successivamente tutti i soggetti censiti sono stati direttamente contattati e, tramite un questionario, ne è stata verificata l'effettiva attività nel settore della pesca o nei settori che con esso si relazionano direttamente (commercializzazione, trasformazione, ristorazione ecc) o indirettamente (fornitura di servizi, assistenza, promozione ecc..). Il questionario (allegato) approntato è stato diviso in due

parti: nella prima sezione si richiedeva loro le caratteristiche del *network* (tipo di impresa, numero di addetti, settore di attività, tipologia di servizi forniti, etc.), nella seconda sezione, invece, la numerosità e la qualità delle relazioni messe in atto da ciascun *network* nell'ambito del territorio in cui l'attività di esso si esplica. Sulla base dei risultati relativi alla consistenza dei *network* ed alla frequenza delle relazioni reciprocamente realizzate, sono stati calcolati gli indici classici utili alla stima del valore del capitale sociale, quali l'indice di densità, di centralità, di *betwenesses* e di *closeness*. Essa ha, poi, consentito di individuare i "nodi" maggiormente strategici nel determinarne la stabilità e di misurare l'apporto del capitale sociale come strumento di valorizzazione delle produzioni e dello sviluppo locale.

4.1 ANALISI DELLE MARINERIE INDAGATE

Le informazioni raccolte attraverso interviste dirette a testimoni privilegiati (diretti responsabili della gestione del mercato ittico), indicano che circa il 60% del volume del pescato è composto da pesce azzurro, in particolare alici e sarde. Nonostante gli elevati quantitativi pescati, i risultati in valore non sono altrettanto entusiasmanti per il pesce azzurro. Si evidenziano numerosi problemi riguardanti le insoddisfacenti quotazioni che si realizzano sul mercato (il prezzo medio si aggira intorno a 1euro/kg). La risorsa, negli ultimi anni, è sempre più scarsa e si percepisce molta preoccupazione nelle marinerie. Le cause potrebbero derivare dall'inquinamento delle acque, ma anche da un eccessivo sfruttamento delle risorse alieutiche catturate indistintamente negli anni passati, senza un piano programmato di tutela dell'ambiente. Non meno importante, l'elevato prezzo del petrolio rilevato negli ultimi anni, che influisce negativamente sul conto economico degli operatori.

I soggetti intervistati (armatori e pescatori) hanno, inoltre, sottolineato che uno dei problemi fondamentali che condiziona il buon andamento dell'economia del comparto, è rappresentato dalla mancanza di aste. Purtroppo non tutto il pescato passa attraverso il mercato ed è astato in banchina, ma ci sono accordi diretti tra pescatori e commercianti. Ovviamente le imprese di pesca che conferiscono tutto il prodotto al mercato risentono di questa vendita al di fuori dei canali istituzionali ed i soggetti interpellati hanno evidenziato sfiducia e stanchezza per la situazione, sottolineando anche la durezza del lavoro del pescatore (fatica, gli orari di lavoro...) spesso non compensato da una soddisfacente remunerazione. Ciò che manca è la capacità di agire seguendo un comportamento corretto, cooperativo, basato su norme condivise dai membri di una rete, ciò che Fukuyama chiama "fiducia". Infatti, per Fukuyama, la nozione di capitale sociale è connessa

strettamente ai problemi della cooperazione, e cioè alla capacità delle persone di lavorare insieme per scopi comuni in gruppi e organizzazioni.

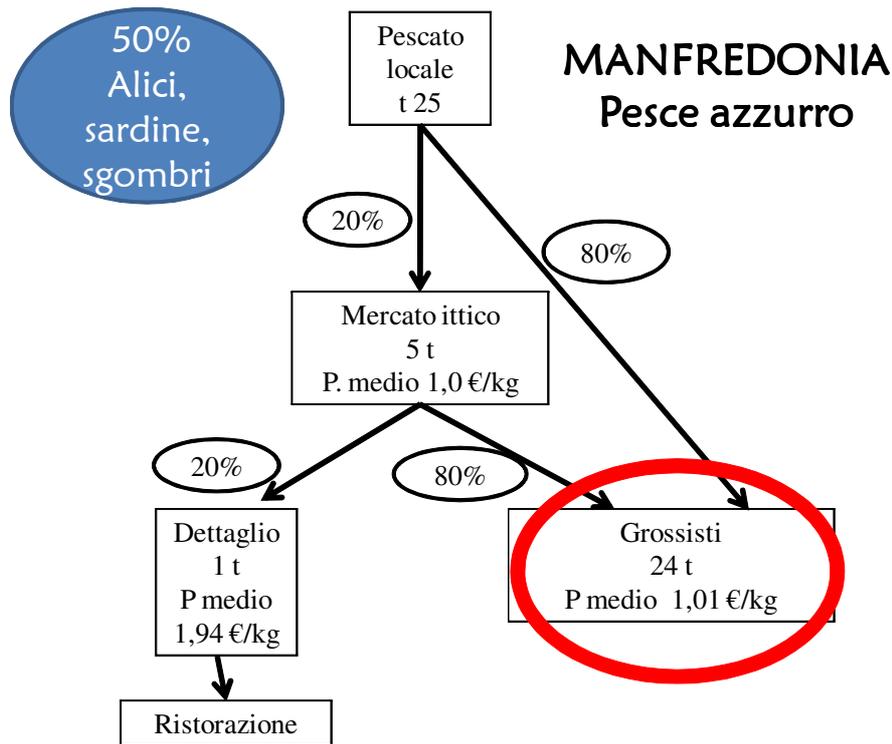
Il mercato ittico, dunque, non rappresenta il nodo centrale, come punto di raccordo tra gli operatori del settore, poiché la maggior parte delle vendite di prodotto all'ingrosso avviene direttamente tra pescatori e grossisti, in base a consuetudini consolidate. Una delle caratteristiche che si evidenzia dallo studio dei dati relativi alle quantità commercializzate nei mercati all'ingrosso, è la continua diminuzione dei volumi scambiati in queste strutture e, di conseguenza, un incremento degli scambi "diretti" tra pescatori e commercianti. Tra gli aspetti di particolare rilevanza, che giustificano la diminuzione di affluenza di prodotto al mercato ittico, va considerata anche la possibilità di realizzare prezzi più remunerativi per i pescatori attraverso i contatti diretti.

In realtà, al di là dei volumi di prodotto scambiati, i mercati all'ingrosso hanno un ruolo determinante nella formazione del prezzo poiché anche le transazioni dirette tra pescatori e grossisti avvengono al prezzo che si realizza nel mercato. Ciò che si osserva nelle trattative è, infatti, la presenza degli stessi acquirenti "diretti" anche nei mercati, nei quali operano in una condizione di quasi monopolio, fissando il prezzo al ribasso ed ad un livello tale da eludere la possibilità di prezzo più alto per le vendite "dirette".

D'altro canto l'introduzione della nuova normativa in materia di controlli sanitari sul prodotto pescato, che non vincola più i pescatori a far effettuare i controlli sanitari presso il mercato ittico vicino al punto di sbarco ma dispone che tutte le imprese di commercializzazione effettuino autonomamente, in termini di personale medico e strutture, gli accertamenti sanitari, produce, inevitabilmente, un peggioramento della percezione di qualità del pescato che si tramuta in un danno per il pescatore che, a fronte di un controllo "evitato", riscuote un apprezzamento più basso.

Le due aree di studio sono caratterizzate dalla presenza di un mercato ittico ciascuno, differente per tipologia. Il mercato di Manfredonia è, invece, un mercato all'ingrosso destinato alla commercializzazione esclusiva di prodotto pescato dalla flotta locale. Le circa 500 imbarcazioni che fanno capo a questo compartimento forniscono una produzione di oltre 25 tonnellate delle quali solo il 20% passa materialmente attraverso la struttura del mercato ittico (Fig.25). Le transazioni avvengono con asta a voce con circa una quarantina di operatori dei quali la maggior parte sono grossisti. Le quantità che non passano dal mercato sono vendute, direttamente sulla banchina, con accordi diretti tra pescatori e grossisti, ad un prezzo pari a quello realizzato nelle aste. Per Manfredonia la posizione di dominanza della domanda è ancora più accentuata a causa del minor numero di acquirenti e dell'assoluta mancanza di spirito cooperativo nella gestione dell'offerta.

Fig. 25 -La filiera del pesce azzurro a Manfredonia nel 2010.



Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta

Nonostante queste considerazioni, la distribuzione della catena del valore mostra, rispetto a quanto osservato nel compartimento di Molfetta, oltre ad una maggiore incidenza dei costi, spiegabile con la prevalenza della tecnica a strascico, caratterizzata da un più elevato rapporto costi-ricavi, una distribuzione del valore più favorevole alle fasi della produzione e, soprattutto, del commercio all'ingrosso (Fig. 26). Ciò può derivare da una miglior qualità del pescato, consentita da sbarchi più frequenti e tempestivi e da una maggior cura nella prima lavorazione del prodotto a bordo, che ne consente un maggior apprezzamento.

Fig.26- Manfredonia – Il sistema del valore del pesce azzurro nel 2010

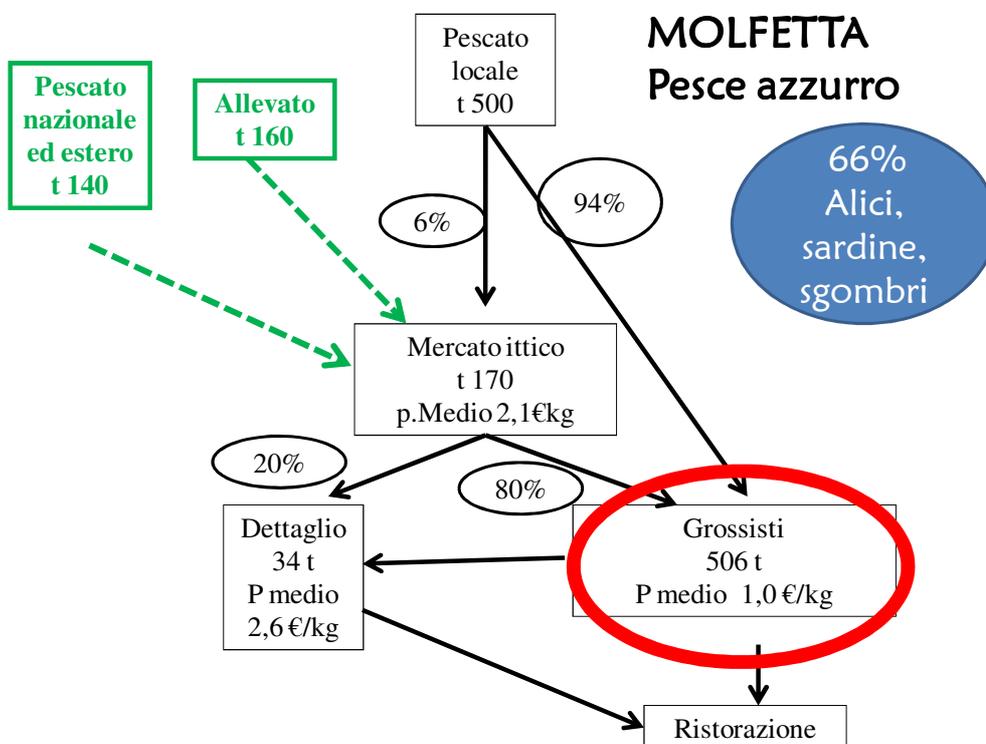


Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

Il mercato di Molfetta è un mercato misto, nel quale, viene commercializzato pesce prevalentemente conferito dalla flottiglia peschereccia locale e compartimentale, ma esistono flussi consolidati di prodotti di seconda commercializzazione, di provenienza estera e, in molti casi, di allevamento. Lavorano sul mercato circa 300 operatori, soprattutto dettaglianti (90%) e grossisti (10% circa), che esercitano la loro attività di vendita prevalentemente nei comuni di Molfetta, Bisceglie e Bari e in quelli limitrofi.

La vendita del pescato locale, estero e da acquacoltura, avviene separatamente: la prima attraverso un'asta, le altre tramite contrattazione diretta dai grossisti. Rispetto alla quantità totale pescata, il mercato all'ingrosso veicola quantità molto modeste, inferiori al 10%, e caratterizzate, negli ultimi anni, da un trend decrescente nonostante l'evoluzione delle caratteristiche e della funzionalità delle dotazioni strutturali, oggetto di recenti ristrutturazioni ed ampliamenti grazie ai fondi P.O.R Puglia 2000-06. Il mercato di Molfetta si caratterizza, dunque, per elevati volumi di pescato, un livello di prezzi decisamente più contenuto e, complessivamente, per produzioni di minor valore commerciale, sia per la diversa composizione del paniere di specie offerte, che per la minor freschezza del prodotto, perché la flotta molfettese sbarca il prodotto entro le 48 ore dalla cattura. (Fig. 27)

Fig.27- La filiera del pesce azzurro a Molfetta nel 2010.



Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta

Secondo le indagini compiute, nella ripartizione della catena del valore tra i diversi operatori si evidenzia una profittabilità decisamente favorevole alle fasi a valle della filiera. Risulta, infatti, che i distributori esercitano un ricarico, a partire dal prezzo alla produzione, tanto più elevato quanto minore è il prezzo all'origine della specie commercializzata e che, mediamente si attesta intorno al 30% per i grossisti, al 70% per i dettaglianti e raggiunge il 200% per la ristorazione, per la quale però non è stata possibile che una stima approssimativa dei flussi di prodotto. Oltre la metà della quantità di pesce commercializzata passa attraverso il commercio al dettaglio, canale prevalente non solo per il numero elevato di operatori, ma anche per la completa assenza della Distribuzione Organizzata (Fig. 28).

Fig.28- Molfetta –Il sistema del valore del pesce azzurro nel 2010.



Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

4.2 APPLICAZIONE DELLA SOCIAL NETWORK ANALYSIS NELLE DUE MARINERIE

Al fine di valutare il capitale sociale presente nelle marinerie di Manfredonia e Molfetta, sono stati individuati gli operatori attivi nel settore delle catture e in quelli direttamente collegati.

I soggetti censiti sono stati contattati e, tramite un apposito questionario, è stata verificata la loro effettiva attività nel comparto del pesce azzurro, relativamente alla trasformazione, commercializzazione, fornitura di servizi, ecc.

Sulla base dei risultati relativi alla consistenza dei *network* ed alla frequenza delle relazioni reciprocamente realizzate, si sono calcolati alcuni indici utili alla stima del valore del capitale sociale.

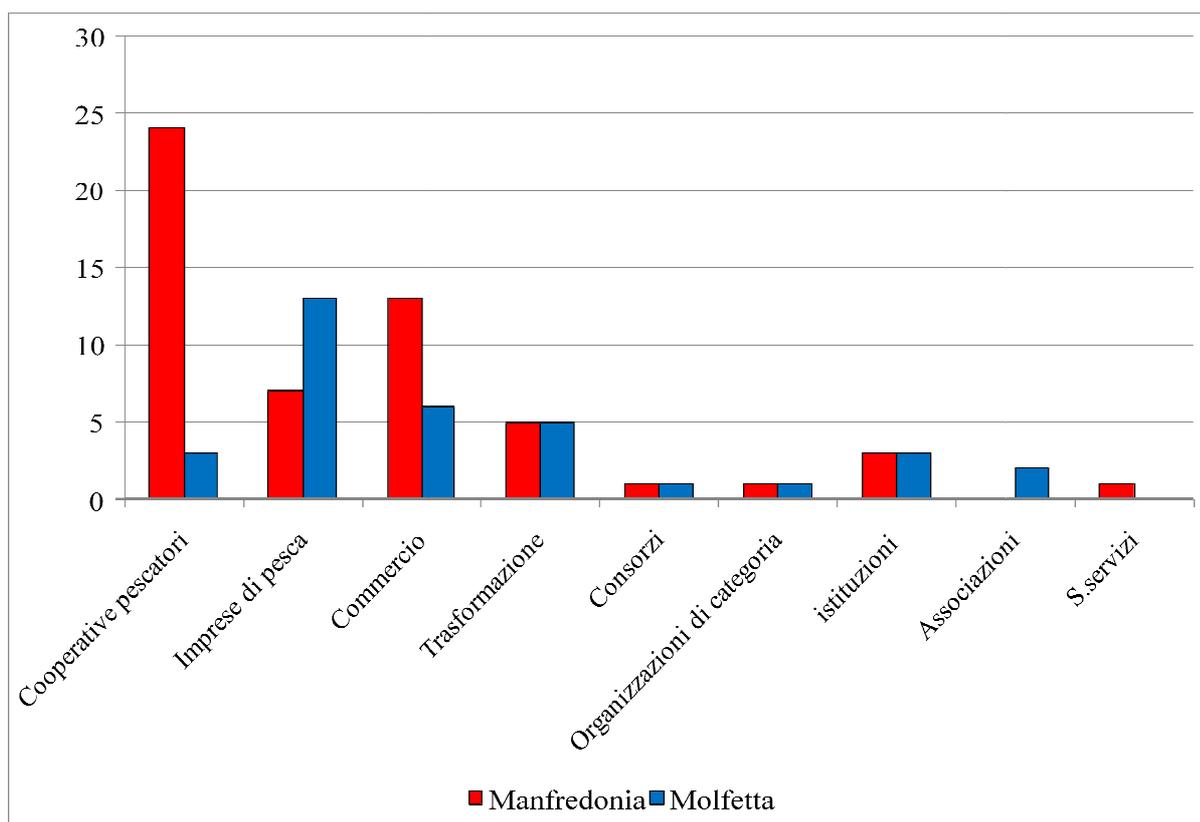
Si deve osservare che, già dall'inizio dell'indagine diretta, è apparsa evidente la scarsa propensione, da parte degli operatori del settore ittico, a costruire relazioni, formali e non, tra loro e con gli altri nodi del sistema.

Allo scopo di valutare le relazioni tra i *network* nel comparto del pesce azzurro a Manfredonia e Molfetta e stimare il loro valore in termini di capitale sociale, è stato realizzato un primo censimento dei *network* presenti. I risultati hanno messo in evidenza la netta superiorità del compartimento di Manfredonia, in termini di consistenza numerica, delle organizzazioni

formalizzate e, a differenti livelli, potenzialmente interessate a realizzare relazioni reciproche. In questa marineria risultano presenti 86 organizzazioni formalizzate, tra le quali prevale la forma legale delle cooperative (43,6%), seguita dalle attività commerciali (23%), dalle imprese di pesca non associate (13%) e dalle imprese di trasformazione (9%). Per la marineria di Molfetta, invece, sono stati censiti 43 network, tra i quali risultano prevalenti le imprese di pesca individuali (38%), seguite da imprese commerciali (18%) e della trasformazione (15%); scarsa risulta la presenza della cooperazione nel settore della produzione primaria (9%). (Fig. 29).

L'analisi delle modalità organizzative e del funzionamento dei network è stata effettuata tramite interviste dirette. I network della pesca, che hanno formalizzato relazioni costituiscono il 61% del totale, anche se ad un livello di formalizzazione basso in quanto esclusivamente grazie ad accordi verbali.

Fig.29- Consistenza numerica dei network del settore ittico nel 2010



Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

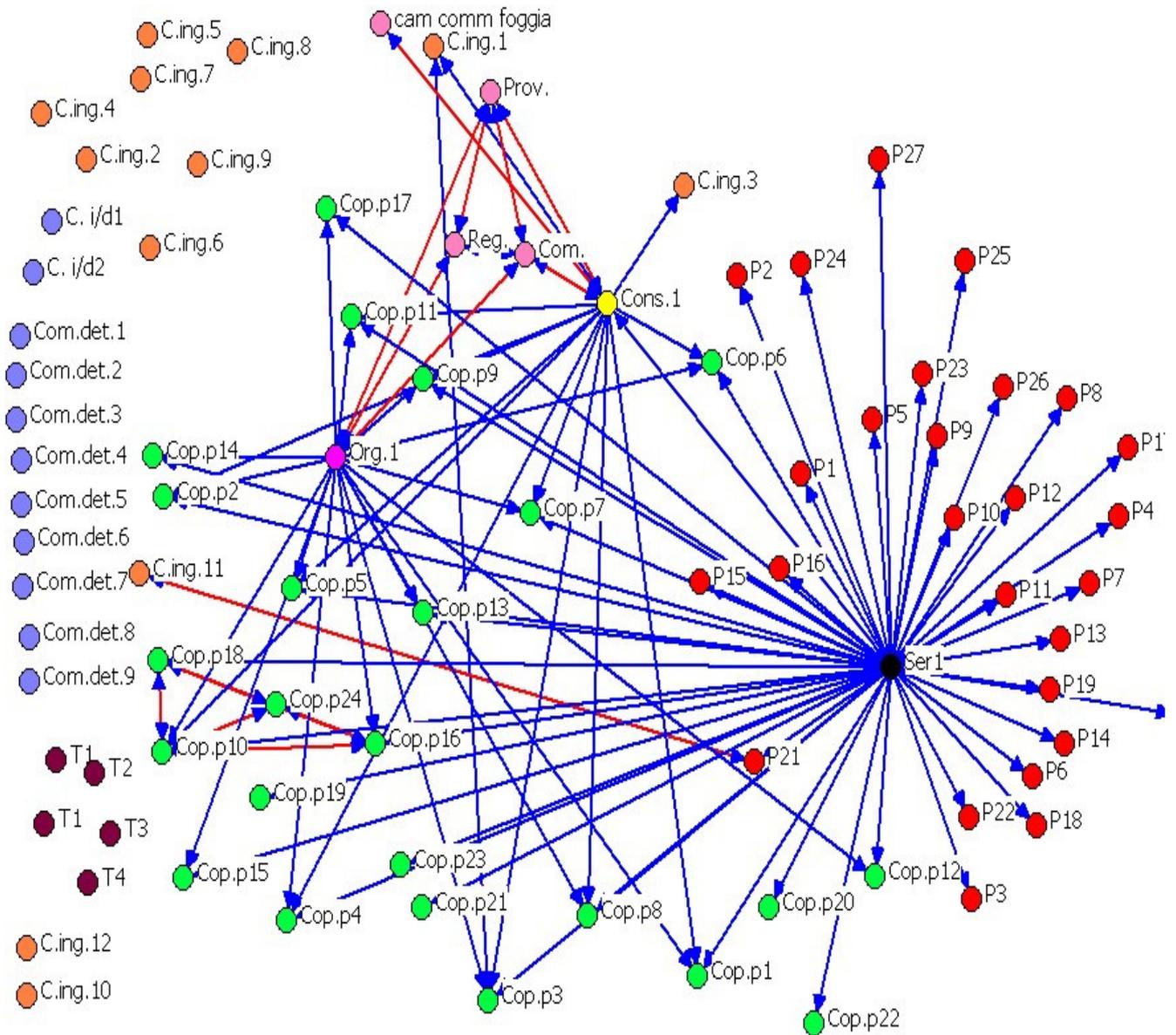
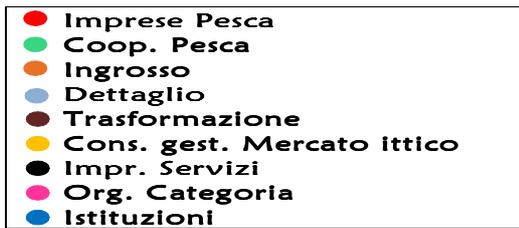
4.3 VALUTAZIONE DEL CAPITALE SOCIALE: COSTRUZIONE E ANALISI DEI SOCIOGRAMMI

I risultati delle interviste sono stati successivamente inseriti in un database per una elaborazione statistica dei dati di carattere socio-economico. Le elaborazioni quanti-qualitative sulle relazioni attivate hanno costituito la base per il disegno delle reti di *network*, il calcolo degli indicatori e la valutazione della loro stabilità.

Per rappresentare ed analizzare il sistema relazionale della rete in esame è stato utilizzato il software UCINET. Occorre ricordare che UCINET è un programma che non contiene procedure per visualizzare le reti, tuttavia è distribuito insieme ad altri programmi (Mage, NetDraw e Pajek) che lo rendono possibile. Una volta creata la matrice, si è scelto di visualizzare graficamente la rete sociale utilizzando il programma NetDraw.

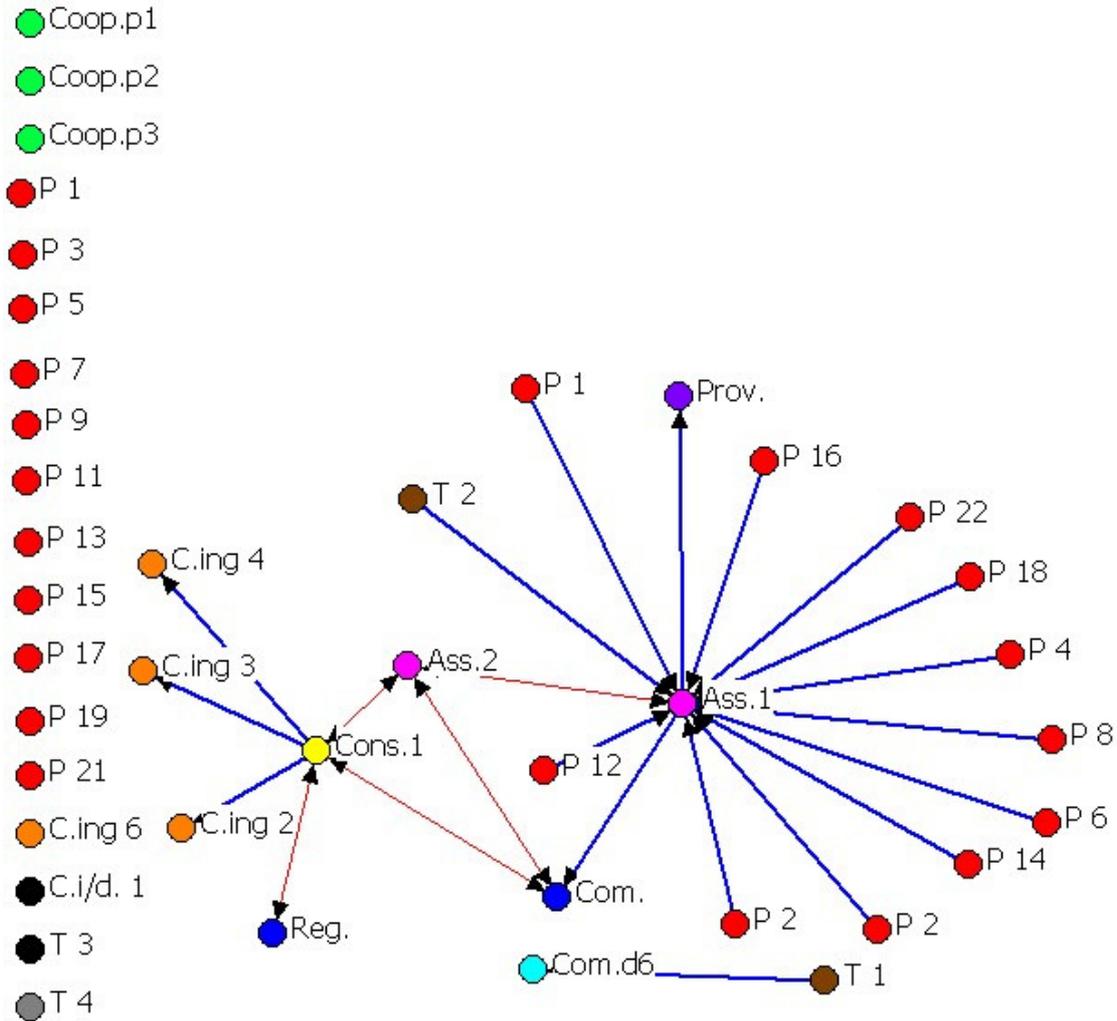
Allo scopo di rendere visibili i risultati della presente analisi, sono stati elaborati graficamente i dati attraverso i cosiddetti *sociogrammi o reti sociometriche*, che evidenziano le relazioni che esistono all'interno della classe, in cui gli attori sono rappresentati da punti e le relazioni da linee o da frecce, se la relazione è orientata. I due sociogrammi seguenti mostrano le reti di relazioni messe in atto dai *networks* dei due compartimenti marittimi pugliesi (Figg. 30 e 31). Le frecce blu indicano una relazione unilaterale, quelle rosse una bilaterale.

Fig.30 – Sociogramma dei network rilevati nella marineria di Manfredonia.



Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

Fig.31 – Sociogramma dei *network* rilevati nella marineria di Molfetta.



Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

In entrambi i sociogrammi si evidenziano una rilevante presenza di nodi pendenti ed isolati e la presenza di non più di due poli attorno ai quali si concentrano gran parte delle relazioni.

Risulta immediatamente evidente la debolezza del sistema di relazioni in entrambe le aree, attestata dalla numerosa presenza di nodi “isolati” (25 a Manfredonia e 18 a Molfetta), ossia nodi che non instaurano alcuna relazione, e nodi “pendenti”, cioè che si relazionano con un solo altro network. (42 a Manfredonia e 19 a Molfetta). In entrambe le realtà produttive, la debolezza del sistema è imputabile non solo al modesto numero di relazioni realizzate, ma anche alla loro scarsa qualità, nel senso che spesso si tratta di relazioni bilaterali o che coinvolgono pochissimi nodi (Tab.2).

Tab. 2 – Tipologia di relazioni instaurate nei sociogrammi delle due marinerie indagate

	Manfredonia	Molfetta
Network censiti (n.)	86	42
Relazioni (n.)	149	42
Nodi isolati (n.)	25	18
Nodi pendenti (n.)	42	19

Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

4.5 CALCOLO DEGLI INDICI DI MISURAZIONE DEL CAPITALE SOCIALE

Una volta organizzati i dati, è stato possibile seguire diverse strategie di analisi della rete al fine di raggiungere gli obiettivi specifici della tesi di dottorato.

Sono stati calcolati un set di indici, così come proposto dalla SNA per l'analisi strutturale dei *network* seguendo due principali sistemi:

1. l'individuazione del grado di coesione della rete;
2. l'individuazione della posizione dei soggetti nella rete.

Misure di coesione della rete

Per misurare la coesione della rete di relazioni che caratterizza il capitale sociale, sono stati calcolati l'indice di "densità", indicativo del numero di relazioni instaurate rispetto a quello teoricamente possibile e l'indice di "inclusività", corrispondente alla percentuale di nodi che hanno messo in atto relazioni.

La densità rappresenta uno dei principali indici di statistica descrittiva, spesso utilizzata come segnale del grado di coesione del *network*. Questo indice rappresenta la percentuale di connessioni esistenti fra i singoli attori sul totale di tutti i possibili legami nell'ambito del *network*. Il concetto di densità esprime, infatti, il livello generale dei legami tra i punti in un determinato sociogramma: nelle figure precedenti vi è maggiore densità quanto più numerose sono le linee direttamente collegate. L'indice può assumere valori che vanno da 0, quando non esiste alcun contatto fra i singoli a 1 quando, al contrario, tutti i nodi sono collegati fra di loro, connotando così il *network* con il massimo livello di coesione. Gli indici calcolati per le reti evidenziate nelle due marinerie mostrano valori decisamente modesti: ad esempio l'indice di densità, indicativo del numero di relazioni effettivamente realizzate rispetto a quelle teoricamente possibili, è pari 0,04 a Manfredonia e 0,05 a Molfetta (Tab. 3). Una prima considerazione è che tutti gli indici calcolati in entrambi i

contesti territoriali, presentano valori ridotti. Questa situazione evidenzia la possibilità di realizzare molte più relazioni di quante in realtà ve ne siano e ciò porta a osservare come nei due compartimenti marittimi non sia presente un buon livello di coesione.

Tab.3- Indici di valore del capitale sociale

	Manfredonia	Molfetta
Network censiti (n.)	86	42
Relazioni (n.)	149	42
Indice di densità	0,04	0,05
Indice di inclusività	78%	53%
Nodi isolati (n.)	25	18
Nodi pendenti (n.)	42	19

Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

Benché il valore dell'indice di Molfetta sia leggermente superiore, ciò non è indicativo della presenza di una rete di relazioni più solide, perché la densità dipende da:

- gradi di connessione: alcuni punti hanno collegamenti con molti altri, mentre altri punti avranno connessioni meno numerose. Quanto più punti hanno elevate connessioni, tanto maggiore sarà la densità del sociogramma;
- l'inclusività: il numero totale dei punti collegati meno il numero dei punti isolati, ovvero, il numero totale dei punti collegati espresso come proporzione del numero totale dei punti.

Infatti, i valori degli indici di inclusività risultano, anche in questo caso, molto contenuti: 78% per Manfredonia e del 53% per Molfetta ed indicano che la maggior parte dei nodi ha messo in atto relazioni rispetto al totale degli attori del sistema.

I *network* della pesca che hanno formalizzato relazioni sono, dunque, numerosi, ma risulta evidente la debolezza del sistema, vista la presenza di parecchi nodi pendenti. La debolezza del sistema è imputabile, quindi, non tanto alla numerosità delle relazioni, quanto alla scarsa qualità delle stesse, trattandosi spesso di relazioni bilaterali.

Misure di centralità

Dopo aver considerato il *network* nel suo complesso, è necessario definire la posizione occupata da ciascun soggetto al suo interno, attraverso il calcolo dell'indice di centralità. Il concetto di centralità è fortemente collegato alla posizione "centrale" che in un determinato momento assume un attore

all'interno di un sociogramma. Specificando in maniera più accurata il concetto si evince che un singolo viene definito centrale se viene a trovarsi in una posizione focale per un determinato numero di connessioni; questo significa che tale punto ha un numero elevato di contatti diretti con altri nodi. L'attore che si identifica in tale situazione risulta essere ben collegato con gli altri soggetti si trova cioè, nel "cuore della situazione". La nozione di centralità assume importanza fondamentale in quanto permette di definire il posizionamento di un attore nel proprio network in termini puramente relazionali. Nel valutare la centralità di un network risulta importante distinguere due tipologie di centralità:

- centralità locale: se un nodo possiede un numero elevato di contatti diretti;
- centralità globale: se un nodo risiede in una posizione centrale e strategica rispetto al network complessivo.

L'analisi degli indici di centralità, che misurano il contributo che ciascun network fornisce al valore del capitale sociale, spiega la debolezza del sistema di relazioni. Il calcolo del valore medio di tali indici, per ciascuna tipologia di operatore, può essere interpretato come un dato sulla capacità di aggregazione e valorizzazione del capitale sociale che ha a disposizione: infatti, la centralità è una caratteristica propria dei singoli attori. Essa può essere misurata tramite vari indici specifici che rilevano aspetti differenti del loro prestigio e della loro rilevanza nelle interazioni che caratterizzano il gruppo o la comunità di cui fanno parte.

La centralità di un attore può essere espressa almeno in tre modi diversi in base:

- al suo grado (*degree*): che rappresenta una misura di connessione, ove maggiore è il grado maggiore è il potere che assume l'attore, in quanto dispone di maggiore libertà nella scelta d'uso dei propri legami e come risultato è meno dipendente dagli altri;
- alla prossimità (*closeness*): che rappresenta la misura di vicinanza rispetto agli altri soggetti. Minore risulta la distanza, maggiore può essere il potere assunto dal nodo, visto come punto di relazione per gli altri nodi e, quindi, l'efficienza con cui esso può raggiungere tutti gli altri nodi;
- alla *betweenness*: vista come misura di connessione con altri attori. L'importanza che assume l'attore è fortemente connessa alla probabilità di trovarsi lungo tutti i percorsi possibili che collegano gli altri attori del network.

Una volta esaminati i diversi significati di centralità, si passa all'elaborazione degli indici analitici che permettono di cogliere queste tre diverse modalità secondo le quali un attore può essere considerato "centrale" nel *network*.

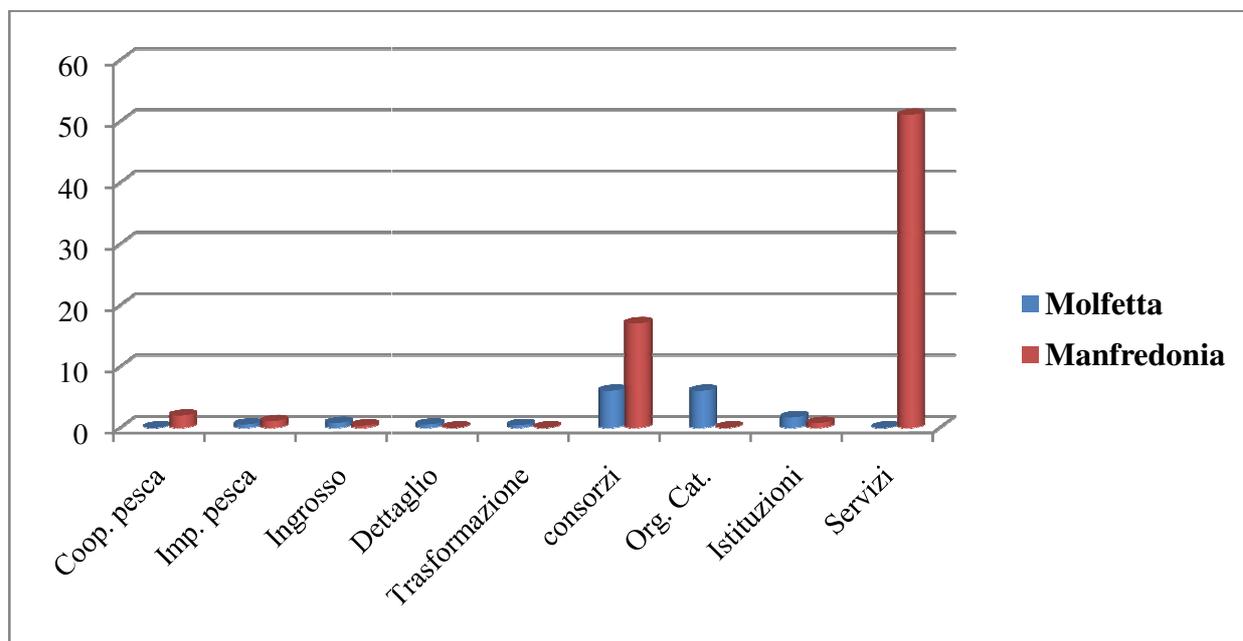
Le misure di centralità sono espresse dagli indici: "*degree centrality*", indicativo del numero di relazioni messe in atto dai nodi di ciascun settore, "*closeness centrality*", che indica la vicinanza di

un nodo da tutti gli altri, ovvero la capacità di instaurare rapporti con tutti gli altri attori della rete, e “*betweenness centrality*”, proporzionale al numero di relazioni in cui un nodo è passaggio intermedio ed indicativo della capacità di ciascun *network* di favorire i rapporti con gli altri attori della rete.

L’analisi degli indici di centralità, che misurano il contributo che ciascun *network* fornisce al valore del capitale sociale, consentono una lettura delle capacità di aggregazione e valorizzazione del proprio capitale sociale.

L’indice di *degree centrality* indica l’importanza degli attori in base alla loro partecipazione e al loro coinvolgimento negli scambi. Essendo la relazione orientata, la centralità di ogni nodo dipenderà dal numero di scelte effettuate (*outdegree* – grado di propensione verso gli altri) e di scelte ricevute (*indegree* – grado di popolarità). Possiamo osservare che i nodi “Servizi” per Manfredonia, “Organizzazioni di categoria” per Molfetta e “Consorti” per entrambi ricevono il più alto numero di scelte, sono perciò i soggetti più popolari (centrali). Pertanto nelle aree esaminate, le Istituzioni, le Cooperative e la Grande distribuzione sono i soggetti più periferici perché hanno ricevuto il minor numero di scelte. (Fig.32)

Fig.32- Indice di *degree centrality* per tipologia di *network*



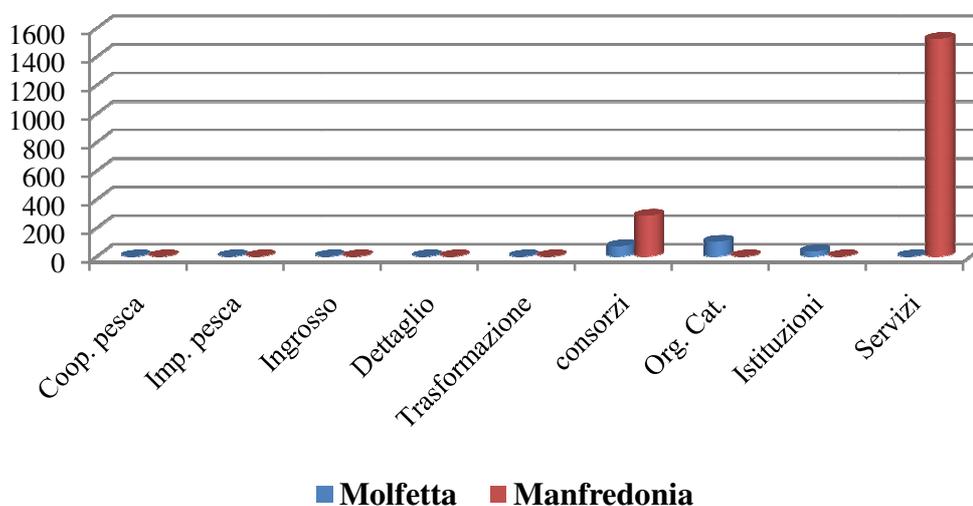
Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

Cercando di definire la misura della centralità legata all’interposizione che assume un nodo in un *network*, si analizzano ora i valori ottenuti in maniera più dettagliata.

La *betweenness centrality* indica la frequenza con cui ogni singolo nodo si trova nel percorso più breve (geodetica) che collega ogni altra coppia di nodi. Indica quanto una persona è intermediaria tra altre due persone all’interno di un gruppo. Focalizzando l’attenzione su questa misura di

centralità, si può approfondire tale concetto andando a verificare dettagliatamente le proprietà assunte da un nodo che viene a trovarsi in questa posizione. Essa vince la posizione di intermediazione fra due nodi svolta da un attore in quanto facente parte del percorso geodetico che li collega. Questa misura viene, inoltre, rapportata al numero di percorsi possibili che connetterebbero i due nodi. Se esiste un unico percorso possibile di connessione tra i due nodi e, l'attore si trova nella posizione di intermediazione tra di essi, allora il valore di *betweenness* sarà elevato perché l'attore non è "by-passabile" dai due nodi che contribuisce a connettere. Non esiste cioè nessuna altra possibile connessione tra i due nodi. Se, al contrario, gli stessi nodi sono uniti da più percorsi, il potere dell'attore che funge da intermediazione sarà decrescente e correlato in funzione del numero di possibili alternative. I *brokers*, cioè quei nodi che fungono da intermediatori, possiedono una posizione strategica in quanto la forza di questi attori deriva proprio dall'essere "in mezzo" rispetto ai flussi di informazione tra attori. In questo caso gli unici effetti positivi sull'intero sistema sono esercitati dal settore "commercio al dettaglio" a Molfetta e dalle imprese di "servizi", presenti sia pur in numero modesto, a Manfredonia. La loro funzione di intermediario può risultare cruciale all'interno di uno scambio di informazioni e di un deflusso tra nodi che altrimenti non potrebbero essere legati in nessun modo come sussiste nelle due marinerie esaminate. Questi nodi, quindi, hanno la possibilità di modificare le informazioni che confluiscono nel network, oltre al fatto di trarre beneficio essi stessi dalle informazioni che transitano al loro interno. Infine, in entrambe le marinerie, il ruolo dei produttori primari, sia associati che come ditte individuali, è decisamente irrisorio, e conferma ciò che è stato già messo in evidenza nell'analisi della distribuzione della catena del valore verso le fasi a valle della cattura. (Fig.33).

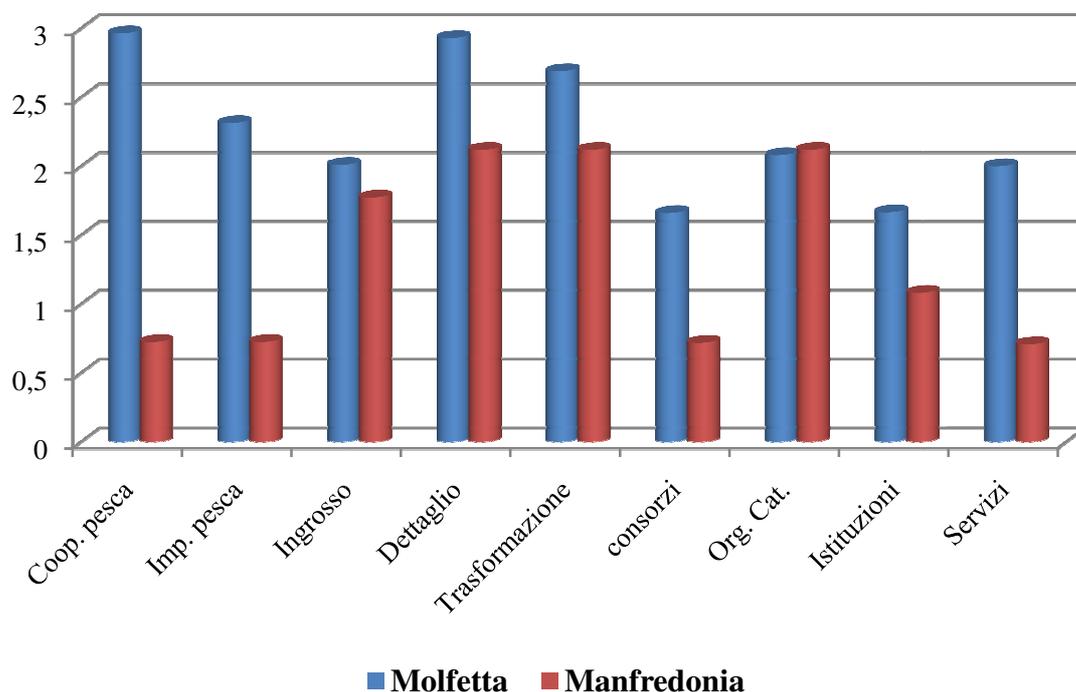
Fig.33- Indice di *betweenness* per tipologia di network



Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

La centralità basata sulla “vicinanza” (*closeness*) è espressa in termini di “distanza” tra i punti. Significa che un nodo è più centrale se si trova alla più breve distanza da molti altri nodi, cioè è “vicino” a molti degli altri punti; in questo senso si può affermare che la vicinanza è il reciproco della somma delle distanze. La “vicinanza” è rappresentata dalla somma delle distanze geodetiche di ogni attore da tutti gli altri. L’indice di “*closeness centrality*” definisce la rilevanza degli attori in base alla loro vicinanza agli altri attori del gruppo. Il valore delle marinerie in esame indica la presenza di una debole centralizzazione del network. Tale concetto evidenzia il fatto che la condivisione di risorse è influenzata dalla possibilità di accesso alle informazioni da parte dei singoli attori che avranno tanto più prestigio quanto meno dipenderanno dagli altri membri della rete. Esattamente, indica, la vicinanza di un nodo a tutti gli altri, ovvero la capacità di instaurare rapporti con tutti gli altri attori della rete ed anche in questo caso i valori, rimangono modesti per i network della fase primaria, a conferma della migliore capacità di integrazione dei settori a valle. (Fig.34).

Fig.34- Indice di *closeness centrality* per tipologia di network



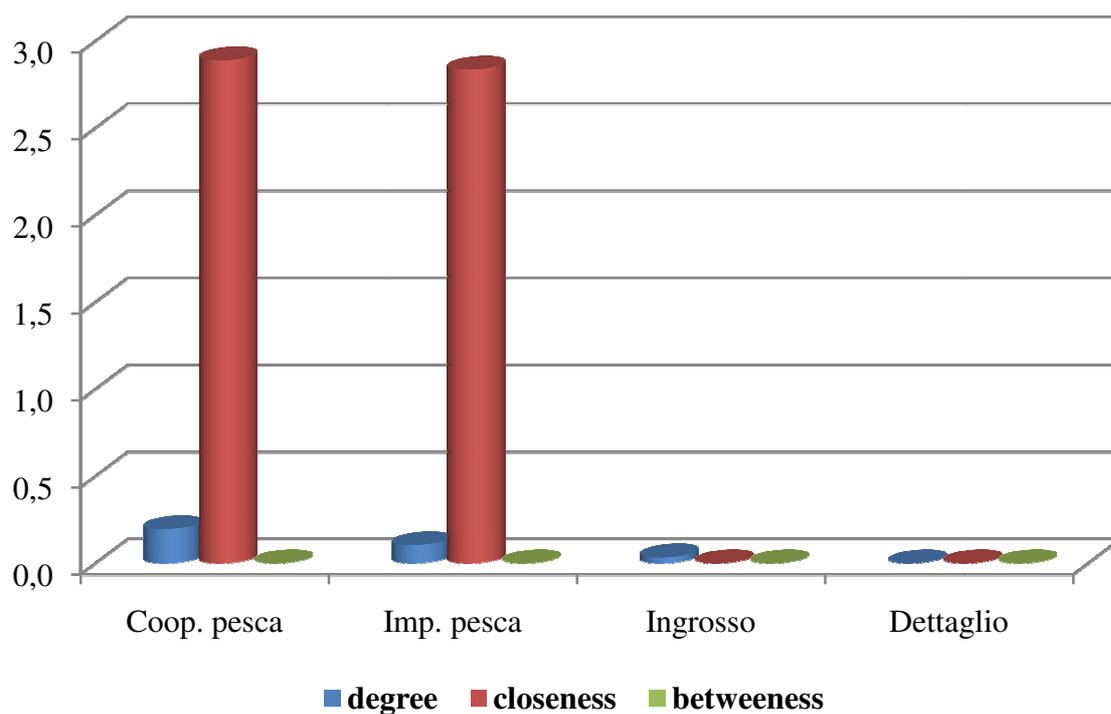
Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

In definitiva, i motivi che impediscono la realizzazione di accordi di tipo orizzontale tra le imprese e le organizzazioni dell'area sono essenzialmente legati alla fortissima competizione tra pescatori che, pur operando in un ambito territoriale sufficientemente ristretto da consentire la conoscenza

reciproca, mostrano un'assoluta incapacità di realizzare forme di aggregazione e, quindi, per esempio, di programmazione dell'offerta, anche in presenza di una domanda sostanzialmente governata da un numero limitato di grossisti.

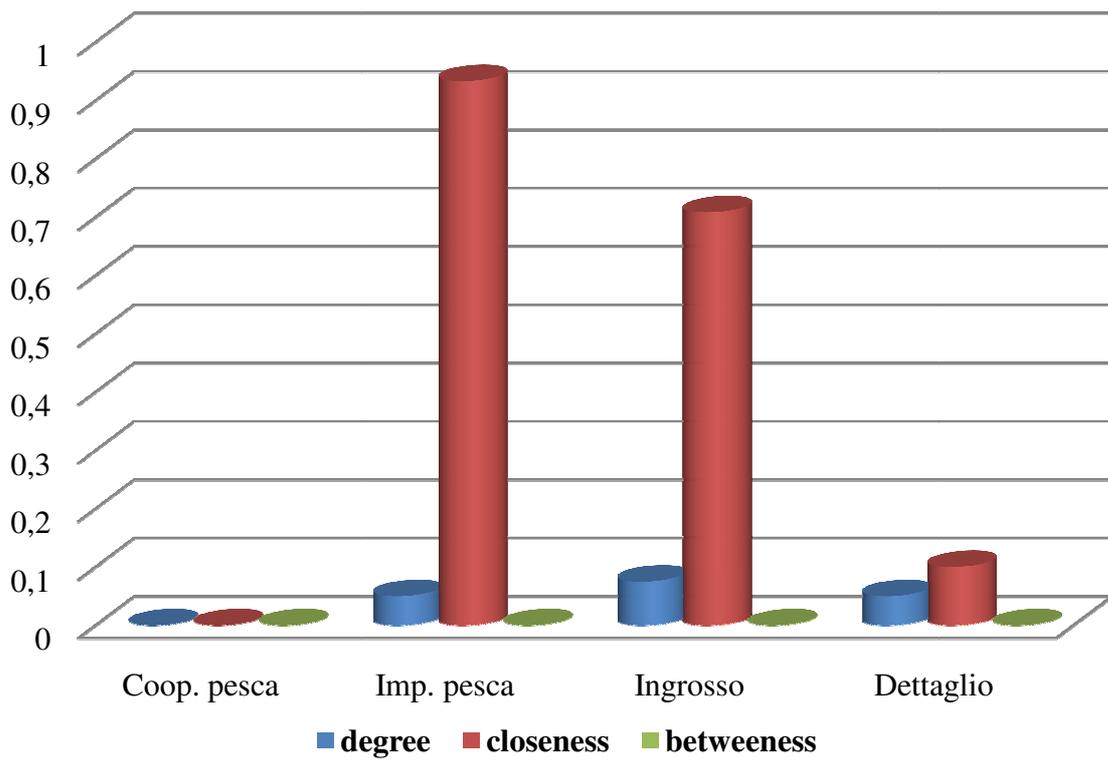
Le figure seguenti consentono una riflessione congiunta tra gli indici di centralità ed i sistemi del valore nelle due marinerie esaminate: a Manfredonia, in presenza di valori degli indici di centralità della produzione (cooperative ed imprese di pesca) decisamente più elevati che a Molfetta, si osserva una distribuzione del sistema del valore maggiormente favorevole ai pescatori. A Molfetta si osserva, invece, un evidente spostamento sia degli indici di centralità che del sistema del valore a favore delle fasi di commercializzazione (Figg. 35-36). Tale lettura potrà ottenere ulteriore conferma ed approfondimento dalla elaborazione successivamente compiuta dei risultati dell'indagine relativa agli aspetti qualitativi delle relazioni censite.

Fig.35 -Indici di centralità e sistema del valore a Manfredonia



Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

Fig.36-Indici di centralità e sistema del valore a Molfetta



Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

CAPITOLO 5

INTEGRAZIONI

5 UN'INTEGRAZIONE ALLE ANALISI PRECEDENTI (dall'esperienza di studio fatta alla University of Florida)

Durante il periodo di *visiting scholar* è stato svolto un ciclo di studi e ricerche inerenti al progetto di tesi di dottorato alla University of Florida con il prof. Ray G.Huffaker, che si occupa di economia dei mercati agro-alimentari presso il Food and Resource Economics Department, e con la Dr.ssa Sherry Larkin, una docente che si occupa di economia della pesca e di *Social Network Analysis* (SNA) presso l'Institute of Food and Agricultural Sciences. L'esperienza di studio all'estero è servita per poter approfondire gli aspetti teorici e metodologici della SNA attraverso un sistema integrato di analisi di punti di forza e di debolezza che si è deciso di applicare anche nella presente tesi. Dall'analisi fin qui condotta nelle marinerie pugliesi, si possono evidenziare alcuni risultati: entrambi i compartimenti marittimi appaiono caratterizzati da una scarsa capacità della fase di produzione di appropriarsi del valore prodotto. La quota più consistente che arriva alla fase primaria, registrata a Manfredonia, dipende, in gran parte, dalle caratteristiche del prodotto e dalla migliore gestione della qualità a bordo delle imbarcazioni; si rileva anche che le migliori performances della fase di produzione nella medesima marineria coincidono con una maggior presenza di cooperative che riescono a creare una rete di relazioni in grado di rafforzare il loro potere di mercato rispetto alle fasi "a valle".

Le quantità di prodotto scambiate, in ciascuno dei due mercati indagati, sono modeste rispetto al totale delle catture; la scarsissima integrazione tra gli attori, compresi quelli istituzionali, rende il valore del capitale sociale, in generale, molto modesto. Tuttavia, i mercati ittici, come riscontrato, svolgono un ruolo fondamentale nella determinazione dei prezzi, ma anche nella valorizzazione del capitale sociale, perché sono luoghi di aggregazione e di confronto degli operatori; essi, quindi, potrebbero rivelarsi strategici nella valorizzazione del prodotto. Però, nonostante i recenti interventi di adeguamento strutturale eseguiti in molti mercati, il loro ruolo, fondamentale nella formazione dei prezzi e nella garanzia degli aspetti igienico-sanitari, risulta ancora marginale per quanto riguarda la valorizzazione del prodotto e la distribuzione del valore tra gli operatori. Tra le cause si possono ricordare: l'eccessiva burocratizzazione delle politiche, la scarsa prontezza nell'adeguamento delle strutture e dei servizi offerti, la limitata diffusione delle aste di tipo telematico nonché l'esistenza di una normativa che consente la vendita dei prodotti ittici anche al di fuori del mercato, tanto che il ruolo dei grossisti privati risulta a tutt'oggi ancora prevalente a livello locale. L'intero sistema distributivo appare, del resto, caratterizzato da un'elevatissima presenza di intermediari, dovuta sia alla numerosità dei punti di sbarco sia, principalmente, alla elevata differenziazione dell'offerta in termini di qualità, quantità e pezzatura.

Scarsa è, inoltre, la concentrazione dell'offerta attraverso le organizzazioni di produttori (OO.PP.), che pure consentirebbe un notevole miglioramento della qualità in termini sia di certificazione e di omogeneità del prodotto che di servizi aggiunti (lavorazioni e confezionamento). Vanno poi considerate le capacità manageriali delle imprenditori non sempre all'altezza: ad una carenza di cultura di impresa e all'inefficienza dei servizi di assistenza tecnica nel settore, si aggiungono una scarsa conoscenza e un ridotto riconoscimento delle opportunità che l'aggregazione e la concentrazione dell'offerta possono fornire, in un mercato caratterizzato da una offerta frammentata ma soprattutto da un prodotto assolutamente indifferenziato. L'approccio studiato in Florida ha consentito di ampliare la lettura dei risultati sopra effettuata. Attraverso la collaborazione con il prof. Christopher McCarty, professore di antropologia alla University of Florida che si occupa di SNA, si è individuato un approccio qualitativo di analisi delle relazioni e si è ritenuto utile svolgere un confronto tra le due marinerie individuate e un contesto produttivo e di mercato, strutturalmente differenziato, in modo da integrare la lettura del capitale sociale precedentemente effettuata. Il metodo seguito ha consentito uno studio delle caratteristiche strutturali delle reti esistenti che contribuiscono alla creazione del capitale sociale e al suo sviluppo economico e ha permesso di svolgere ulteriori riflessioni sul legame tra capitale sociale e catena del valore nelle realtà pugliesi. A tale scopo è stato necessario individuare una terza marineria, tale da consentire, attraverso un approccio comparativo, di mettere in risalto le differenze con gli areali pugliesi e una disamina di tali caratteristiche utile per riflessioni su strategie di competitività delle stesse. Dopo alcune indagini svolte, la marineria scelta è stata quella di Ancona.

5.1 LA MARINERIA DI ANCONA

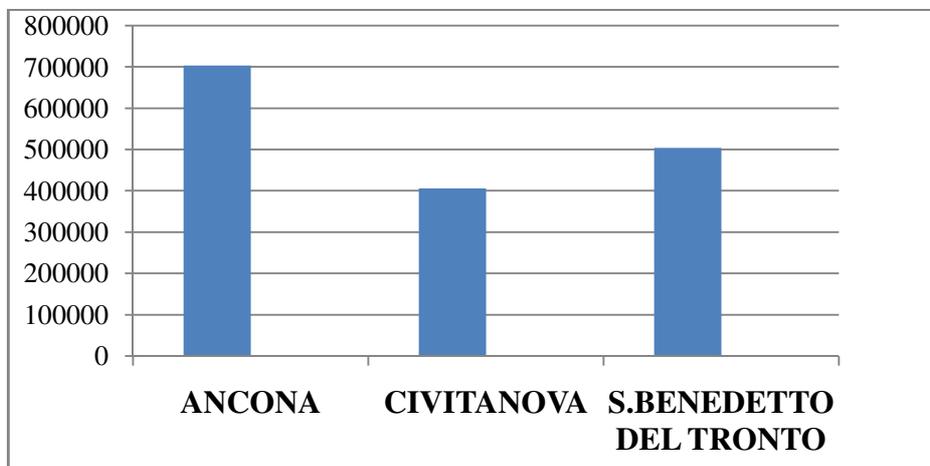
La pesca lungo la costa marchigiana rappresenta un'attività molto fiorente; infatti, la Regione si trova ai primi posti per quantità di pescato a livello nazionale. (Foto 6)

Foto 6- Profilo costiero della regione Marche con i principali porti pescherecci



La marineria più importante della Regione Marche è quella di Ancona (Fig.37).

Fig.37 – Quantità del pescato (Kg) nelle principali marinerie della Regione Marche nel 2011



Fonti: nostra elaborazione su dati Osservatorio regionale della pesca e Ismea 2011

La città è dotata di un grande porto commerciale protetto da due moli, situato alle pendici di tre colli, Guasco, S. Cataldo ed Astagno ed è uno dei più sicuri e profondi dell'Adriatico (può ospitare imbarcazioni con pescaggio fino a 12,5 metri). Interne al porto vi sono numerose banchine, tutte provviste di bitte da ormeggio e idranti per la fornitura di acqua potabile; alcune sono riservate alla Marina Militare e al traffico commerciale, mentre per l'ormeggio delle imbarcazioni da diporto è riservata la zona a sud (Marina Dorica). La banchina destinata alla pesca è lunga circa 800 m ed

illuminata con fari, inoltre, i pescherecci possono appoggiarsi presso la Mole Vanvitelliana. La nuova darsena turistica sorge, invece, a sud-ovest del porto ed è delimitata a nord da un molo di sopraflutto, e a sud da un terrapieno e un moletto di sottoflutto, con diversi pontili all'interno.(Foto 7)

Foto 7- Il porto di Ancona



Per quanto riguarda i servizi disponibili, il porto di Ancona è formato da 3 scali di alaggio, un pontile, un magazzino per le forniture ai pescherecci, 3 gru per il sollevamento delle imbarcazioni, 4 carrelli elevatori per lo sbarco del pescato, 3 officine meccaniche, distributori di benzina e di gasolio, 2 impianti per la fornitura di ghiaccio con produzione giornaliera di 200 quintali ed un congelatore per la conservazione del pesce. L'approvvigionamento idrico avviene per mezzo di 5 colonnine erogatrici.

Il porto di Ancona ospita circa 385 imbarcazioni da pesca ; tale flotta si compone di:

- la flotta da strascico (composta da circa 100 pescherecci) ormeggiata al Molo Mandracchio e che presenta una stazza media lorda per unità di oltre 100 tonnellate;
- 30 barche che operano la pesca pelagica del pesce azzurro con la volante,
- circa 30 natanti per la piccola pesca e
- una settantina di vongolare.

Il Mercato Ittico di Ancona comprende due mercati: il Consorzio pesca e il Mercato ittico all'ingrosso, entrambi mercati alla produzione che garantiscono l'approvvigionamento di casse/contenitori, imballaggi e i servizi di facchinaggio e veterinario. Il mercato ittico di Ancona è gestito dalla società mercantile MER.IT.AN. la cui attività non si limita solo al mercato locale, ma si estende anche all'intera regione Marche, nonché alle regioni limitrofe.

Il Mercato ittico all'ingrosso ha avviato nel 1999 un'opera di miglioramento degli standard qualitativi che ha portato alla realizzazione di un marchio di qualità al fine di rendere riconoscibile

il prodotto pescato dalla marineria di Ancona. Inoltre, dalla fine di marzo 2002, il mercato offre un servizio di vendita on-line utilizzando il sistema di trading da Fishtel. I servizi essenziali forniti da questo mercato sono: l'approvvigionamento di ghiaccio in scaglie per uso alimentare, di acqua per le imbarcazioni, di gasolio e lubrificanti, di contenitori ittici (cassette in legno, plastica e polistirolo) e di attrezzatura nautica di vario genere. A questo mercato fa capo prodotto pescato dai motopescherecci della marineria di Ancona e sbarcato al Mandracchio (Porto di Ancona), in un arco di tempo tra le due operazioni che va da un minimo di 12 ore ad un massimo di 48 ore. Mediamente i natanti che si appoggiano al mercato sono: motopescherecci che effettuano la pesca del pesce azzurro (volante), motopescherecci che effettuano la pesca del pesce bianco (strascico) e motobarche che effettuano la pesca delle vongole, molluschi bivalvi (vongolare). Gli acquirenti sono dettaglianti, grossisti, GDO, ristoratori, pescherie ed ambulanti. Ha ricevuto il riconoscimento CE dal 1986.

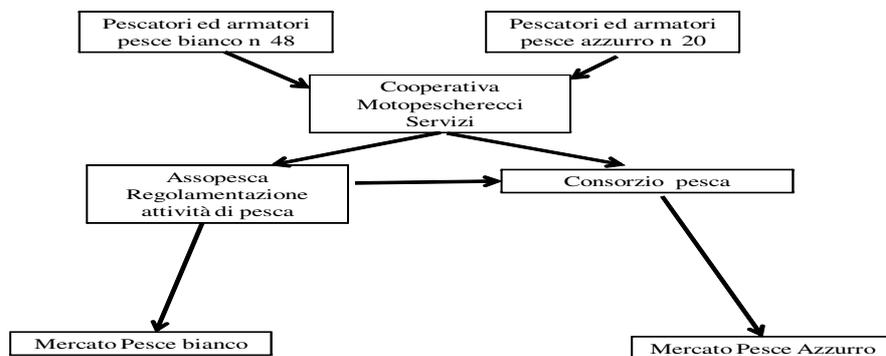
Il Consorzio Pesca Ancona, invece, è costituito dalla Cooperativa Pescatori Motopescherecci e dall'Associazione Produttori Pesca:

- la Cooperativa Pescatori gestisce le politiche della pesca, la produzione del ghiaccio alimentare e la distribuzione del gasolio a uso dei pescherecci.
- l'Associazione Produttori Pesca stabilisce le regole della pesca in mare per garantire una sostenibilità delle attività rispetto alle risorse ittiche.

Il Consorzio assume la forma giuridica di Società Cooperativa a responsabilità limitata. La sua attività consiste nel collocamento e nella vendita del pescato per conto degli associati, sia a commercianti all'ingrosso, sia ad operatori commerciali ed industriali, sia esportando all'estero. Il Consorzio svolge, inoltre, il compito di stabilire norme e regolamenti all'interno della sua organizzazione, in modo da poter effettuare uno smercio più semplice e redditizio del pescato. Esso ha mantenuto salda negli anni la volontà di dare un ampio sbocco al prodotto ittico di Ancona e di salvaguardare le imprese di pesca locali. Ancona ha scelto di pescare meno e meglio, di tutelare le specie ittiche tramite il rispetto di quote fissate e di offrire una tracciabilità completa (certificata Feder OP). I primi ad essere interessati alla tutela del mare sono proprio loro, i pescatori del Consorzio, che grazie al forte coordinamento hanno contribuito a costruire un patrimonio collettivo sul quale le nuove generazioni possono contare. Certo, non è tutto rose e fiori: si tratta di un lavoro duro sempre a contatto con la natura, influenzato da situazioni talvolta ingovernabili, strettamente dipendente dalle congiunture negative (come l'attuale rincaro del gasolio per le barche). Di fronte alle difficoltà, l'unione fa la forza e il Consorzio lo dimostra. Nel triennio 2008-2010 le barche si sono coordinate per cercare un pesce di pezzatura migliore, ripartendosi completamente l'attività e i guadagni. Mettere insieme venti imprese diverse non è facile. Qui però è possibile, perché esiste

una cultura comune e uno spirito di solidarietà costruito negli anni. Da parte sua, il Consorzio si occupa della vendita e distribuzione dei prodotti. Esso compra circa il 30% del pescato nei suoi stessi due mercati e si occupa di rifornire la grande distribuzione, compresa Coop. (Fig.38)

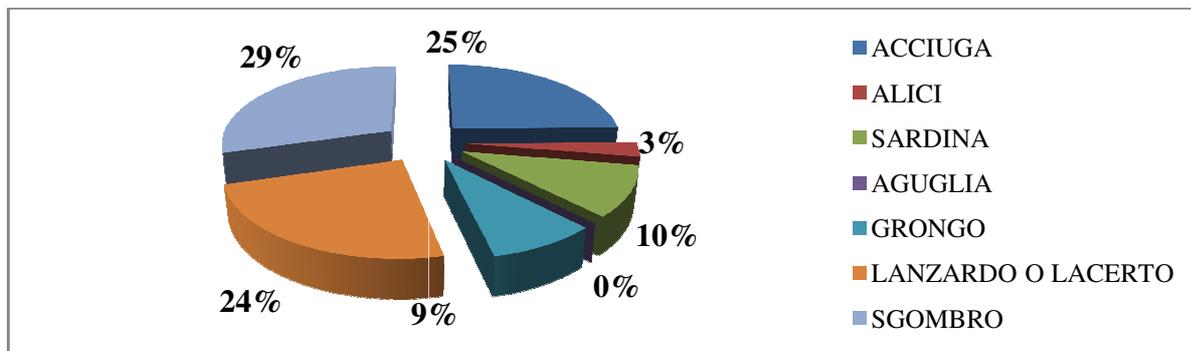
Fig.38- Ancona - Composizione del pesce azzurro nel 2011



Fonti: nostra elaborazione su indagine diretta.

Il prezzo del pescato nei due mercati ittici, viene fissato mediante asta elettronica e le specie maggiormente trattate sono: seppie, naselli, triglie, e sogliole; per quanto riguarda il pesce azzurro, invece, le specie pescate più diffuse sono il lanzardo, lo sgombro, le acciughe e le sardine. (Fig. 39)

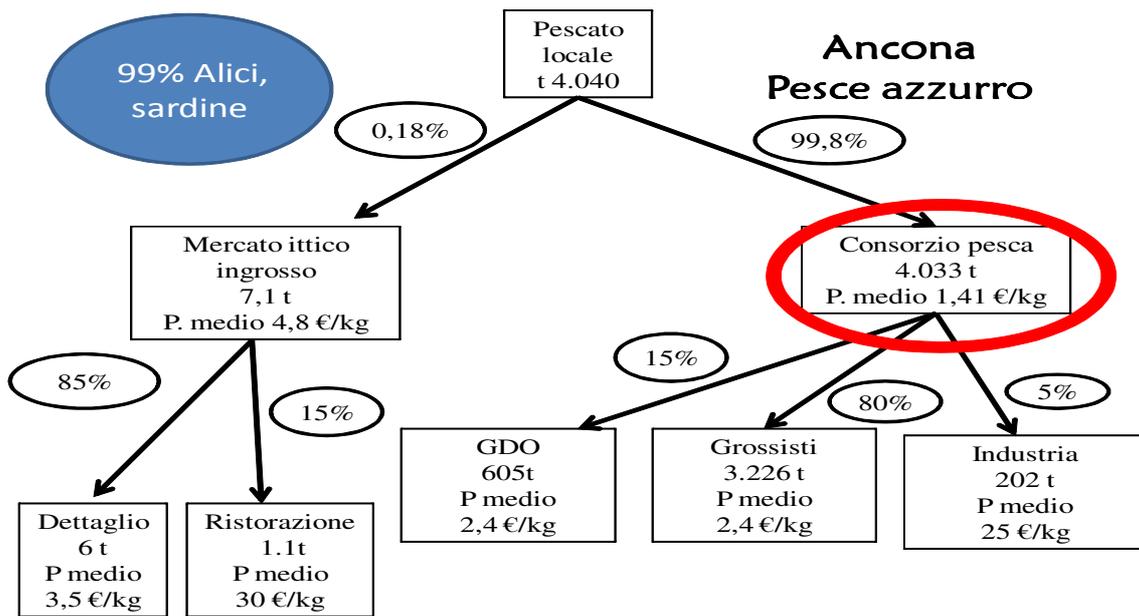
Fig.39- Ancona - Composizione del pesce azzurro nel 2011



Fonti: elaborazione su dati Mipaaf- IREPA 2010

Nell'analizzare la marineria di Ancona, la raccolta e l'elaborazione statistica dei dati relativi alle caratteristiche della rete e degli indicatori che ne misurano complessità e i ruoli assunti, sono state accompagnate da una analisi delle informazioni disponibili utilizzando nuovamente metodologie di *Social Network Analysis* (SNA). Anche per la marineria di Ancona, come nelle altre due marinierie pugliesi, è stata ricostruita la filiera di produzione del pesce azzurro con particolare riferimento al ruolo del mercato ittico locale, dove passa quasi tutto il pescato, ed alle tipologie di operatori coinvolti (Fig. 40)

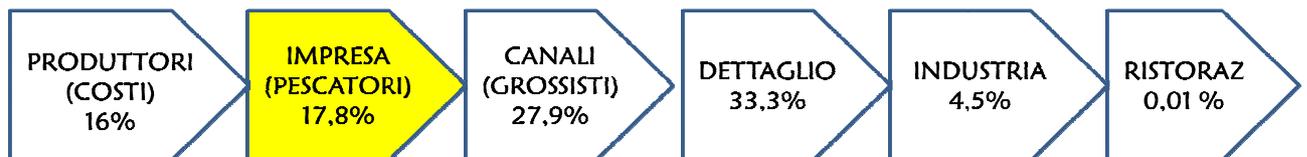
Fig. 40- La filiera del pesce azzurro ad Ancona nel 2011.



Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta

Ciò ha consentito di descrivere con precisione la filiera locale del pesce azzurro, con particolare riferimento al ruolo dei mercati ittici ed alle tipologie di operatori coinvolti. Successivamente sono stati rilevati sia i flussi di prodotto che la redditività della fase di cattura e delle fasi "a valle" (commercializzazione, trasformazione, ristorazione, ecc...) (Fig. 41).

Fig.41-Ancona- Il sistema del valore del pesce azzurro nel 2011.



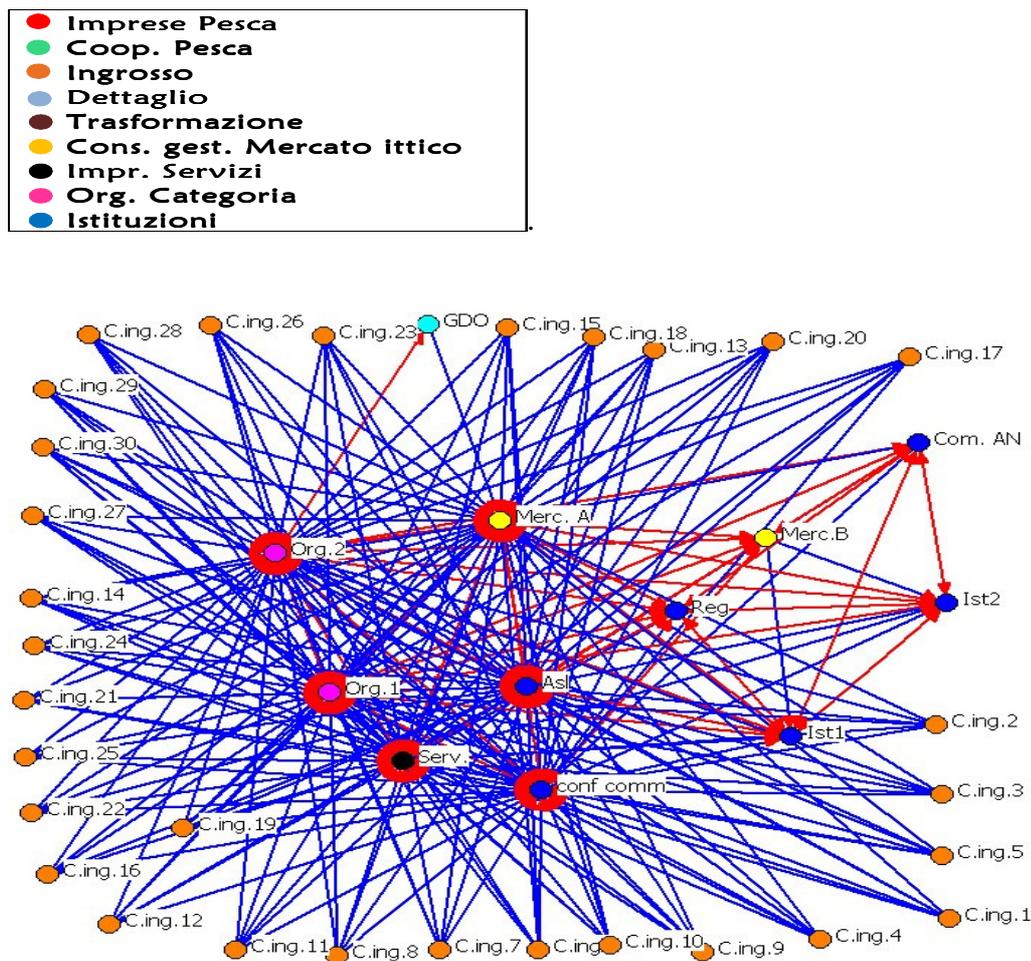
Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

Successivamente, come per le altre marinerie pugliesi, è stata realizzata l' analisi di network. Questa è stata condotta attraverso lo stesso questionario di rilevazione utilizzato per le marinerie pugliesi, per rilevare la numerosità delle relazioni messe in atto da ciascun network nell'ambito del territorio in cui esplica la sua attività. Contemporaneamente è stato realizzato un primo censimento dei network presenti nei compartimenti marittimi, potenzialmente coinvolti, direttamente o indirettamente, nelle fasi di produzione, commercializzazione, trasformazione e valorizzazione dei prodotti ittici. Ciascuno dei database ottenuti è stato validato con i testimoni privilegiati del territorio. Ad Ancona il questionario è stato somministrato ai direttori dei due diversi mercati ittici

“Mercato ittico ingrosso” e “Consorzio Pesca” allo scopo di completare, attraverso informazioni raccolte direttamente, il censimento dei *network* esistenti sul territorio. In questo caso si è impostata la ricerca su un reticolo ego-centrato, cioè il punto di partenza è stato un singolo soggetto e i dati relazionali sono stati ottenuti mediante normali procedure di campionamento, visto che si considera il sistema relazionale composto da un insieme di attori che forniscono informazioni nei riguardi di altri attori e i rispettivi legami.

Sono state poi rilevate le caratteristiche dei *network*, la numerosità delle relazioni messe in atto da ciascuno di essi nel territorio nonché gli aspetti "qualitativi" delle relazioni realizzate. In particolare, si è ritenuto importante rilevare la reciprocità delle relazioni (scambio di informazioni o servizi biunivoco o unilaterale) e la loro frequenza e stabilità nel tempo (Fig. 42). A partire dalla matrice validata delle relazioni tra i *network* è stata rappresentata graficamente la rete di relazioni (sociogramma) e sono stati calcolati gli indici indicatori del valore del capitale sociale dell'area nel suo complesso, gli stessi calcolati precedentemente per Manfredonia e Molfetta.

Fig 42 – Sociogramma dei *network* della marineria di Ancona.



numero legami	272
indice densità	0,32
inclusività	100%
nodi isolati	0
nodi pendenti	0

Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

5.2 ANALISI COMPARATIVA TRA LE MARINERIE

L'analisi delle marinerie di Ancona, Manfredonia e Molfetta ha rivelato profonde differenze sia negli aspetti strutturali (composizione della flotta, tipo di imbarcazioni, il tipo e la struttura dei mercati ittici locali, composizione del pescato e intervalli dei prezzi), sia nei rapporti tra gli operatori della catena del valore. Nel 2010, il pescato di pesce azzurro di Ancona ha registrato una produzione di 4.400 tonnellate, i sistemi di pesca pugliesi di Manfredonia e Molfetta, invece, si sono mantenuti sulle 25 e 500 tonnellate rispettivamente.

L'analisi delle tre filiere locali rivela, dunque, profonde differenze, in particolare per quanto riguarda le catture. Nella marineria di Ancona, il sistema di pesca ha una propria organizzazione di vendita condotta dalla Associazione dei Pescatori che gestisce la quasi totalità (99,8%) delle catture; essa ha un'importanza strategica, non solo per il coordinamento delle attività di pesca e gestione delle forniture, ma anche perché questa conduzione comune ha permesso di ridurre i costi operativi (amministrativi e del personale, acquisto di ghiaccio e casse, riparazioni netti, ecc.). Il prezzo medio del pesce azzurro è di circa 1,4 €/kg e le fasi di lavorazione e di ristorazione hanno un ruolo importante per aumentare il valore del pesce azzurro.

Al contrario, i mercati locali pugliesi svolgono un ruolo subordinato per quanto riguarda il commercio del prodotto regionale: sebbene Manfredonia e Molfetta siano perfettamente attrezzate per le vendite all'asta, la maggior parte del pescato è direttamente venduto a voce dai pescatori sul molo, allo stesso prezzo fissato nel mercato per le transazioni regolari. (Foto 8)

Foto 8 – Il Mercato ittico di Ancona- sala di vendita



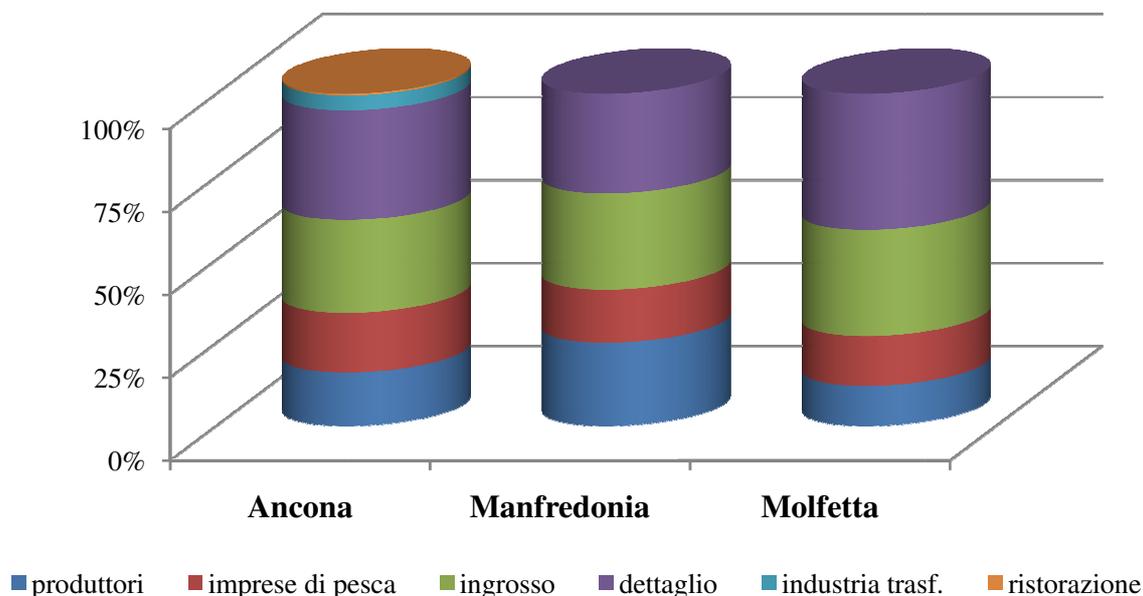
Foto 9 - Mercati ittici di Manfredonia e Molfetta- sala di vendita



Questa prima fase dello studio ha permesso di valutare i flussi di produzione per le attività sia della fase di commercializzazione che di trasformazione, in relazione ad ogni tipo di operatore nei diversi sistemi di pesca indagati. Secondo la teoria di Porter, la catena del valore di ogni impresa di pesca, nei diversi sistemi produttivi locali, è stata considerata come parte di un sistema più grande tra i fornitori a monte (ingresso e crudo settore dei materiali, produttori, ecc) e gli operatori a valle (di trasformazione, commerciali, clienti, ecc). Questo approccio ha evidenziato forti diversità tra le varie imprese della pesca locale, che si differenziano in base al loro potere di ottenere una quota maggiore del valore di sistema complessivamente prodotto e nello sviluppare e mantenere un vantaggio competitivo.

La fase di distribuzione generalmente ha percepito più della metà del valore di sistema raggiunto, condiviso con il commercio all'ingrosso e al dettaglio. In ogni caso, le imprese di pesca locali mostrano una piccola capacità di guadagno (meno del 20%). L'analisi sviluppata ha mostrato prestazioni migliori per le imprese della pesca di Ancona, che sono state in grado di appropriarsi del 18% del valore totale. I diversi livelli di performance possono essere spiegati dalla presenza di una catena ben strutturata e completa a livello locale, rendendo più facile la valorizzazione del prodotto: attraverso un elevato numero di lavoratori e delle parti interessate, rapporti frequenti e costanti, il miglioramento del valore del capitale sociale dell'area esaminata, consentendo una riduzione dei costi di transazione e l'organizzazione migliore offerta, e rendendo più facile la diffusione di informazioni tra gli operatori della pesca e nei confronti dei consumatori (Fig.43).

Fig. 43- il Sistema del valore nelle catene del pescato locale nelle tre marinerie.



Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

5.3 ANALISI DEI RISULTATI DELLA SOCIAL NETWORK ANALYSIS

Da un'analisi comparativa dei dati registrati, appare evidente che le marinerie pugliesi hanno mostrato valori modesti sia dell'indice di inclusività sia di quello di densità, a causa di una quota elevata di nodi pendenti o completamente isolati. Differenze ancora più marcate sono state evidenziate dall'analisi di network che ha consentito di quantificare attraverso alcuni indici la numerosità, l'intensità ed il valore delle relazioni messe in atto dagli operatori dei compartimenti

marittimi ed ha mostrato una netta superiorità, in termini di coinvolgimento degli operatori nella rete di relazioni, della marineria di Ancona (Tab.4)

Tab.4- Confronto tra gli Indici di *network* nelle tre marinerie

	ANCONA	MANFREDONIA	MOLFETTA
NUMERO dei LEGAMI	272	149	42
INDICE di DENSITÀ	0,32	0,04	0,05
INDICE di INCLUSIVITÀ	100%	78%	53%
NODI PENDENTI	0	19	20
NODI ISOLATI	0	42	19

Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

Il valore dell'indice di densità appare decisamente più elevato ad Ancona, a causa della migliore performance dei mercati ittici nei quali gli operatori della pesca sono molto organizzati tra loro.

Dopo aver studiato i tre sistemi locali della pesca pelagica di Manfredonia, Molfetta e Ancona, l'ultima parte dell'indagine si è sviluppata sulla base di uno studio analitico rivolto soprattutto all'identificazione dei soggetti ritenuti centrali nella rete delle diverse marinerie: quei soggetti cioè, che hanno un numero maggiore di contatti o che rappresentano il punto di passaggio per poter interfacciarsi con altri soggetti non direttamente relazionabili. La loro identificazione è servita a valutare i ruoli che hanno gli elementi "principali" della rete e la loro capacità di influenzare la trasmissione delle informazioni tra soggetti. Infatti, dalla disamina della rete costruita per le marinerie di Manfredonia e di Molfetta, si evince che la maggior parte delle informazioni transitano attraverso alcuni nodi ritenuti centrali, quali i grossisti, e, solo in parte, le nozioni scaturire ed elaborate da tali soggetti vengono trasferite alla periferia dove risiede la maggior parte dei soggetti interessati. Invece, nella marineria di Ancona, il mercato ittico è il nodo centrale per eccellenza.

Queste affermazioni sono supportate dal risultato ottenuto attraverso il calcolo degli indici visti in precedenza. Se si considera l'indice di densità delle reti, si può notare come tale valore sia relativamente basso per le marinerie di Manfredonia e Molfetta indicando materialmente un numero esiguo di collegamenti fra i nodi (sia analizzando l'importanza delle informazioni scambiate tra i soggetti, sia considerando la frequenza di scambio di informazioni), mentre appare decisamente più elevato ad Ancona, a causa della migliore performance dei mercati ittici nei quali gli operatori della pesca sono molto organizzati tra loro.

La lettura integrata del sistema di valore e degli indici tratti dalla SNA, ha mostrato l'esistenza di relazioni tra gli operatori della catena logistica della distribuzione del valore, capaci di creare un forte sistema di relazioni. In particolare, è stato importante valutare attraverso la SNA, gli indici della fase alla produzione (pesca del pesce azzurro) rispetto ad altre fase della catena. La pesca ad Ancona ha registrato una quota del 18% sulla relativa catena del valore in conformità con le alte prestazioni registrate per tutte le misure di centralità osservate. Nel sistema di pesca, sono stati osservati anche i migliori punteggi degli indici di centralità. La *degree centrality* di un nodo si riferisce al numero di collegamenti in cui esso è coinvolto: ad Ancona l'Associazione dei pescatori di piccoli pesci pelagici ha stabilito ottimi collegamenti tra le imprese della pesca (42% del sistema di valore). La *closeness centrality* è definita come la somma delle distanze da tutti gli altri nodi. Anche in questo caso, si può notare come le associazioni dei pescatori di Ancona, prendendo decisioni relative alla quantità e alla destinazione del pescato del pesce azzurro e alla gestione delle forniture, riescono ad accorciare la distanza tra le imprese della pesca e i grossisti e a contenere la diminuzione dei prezzi.

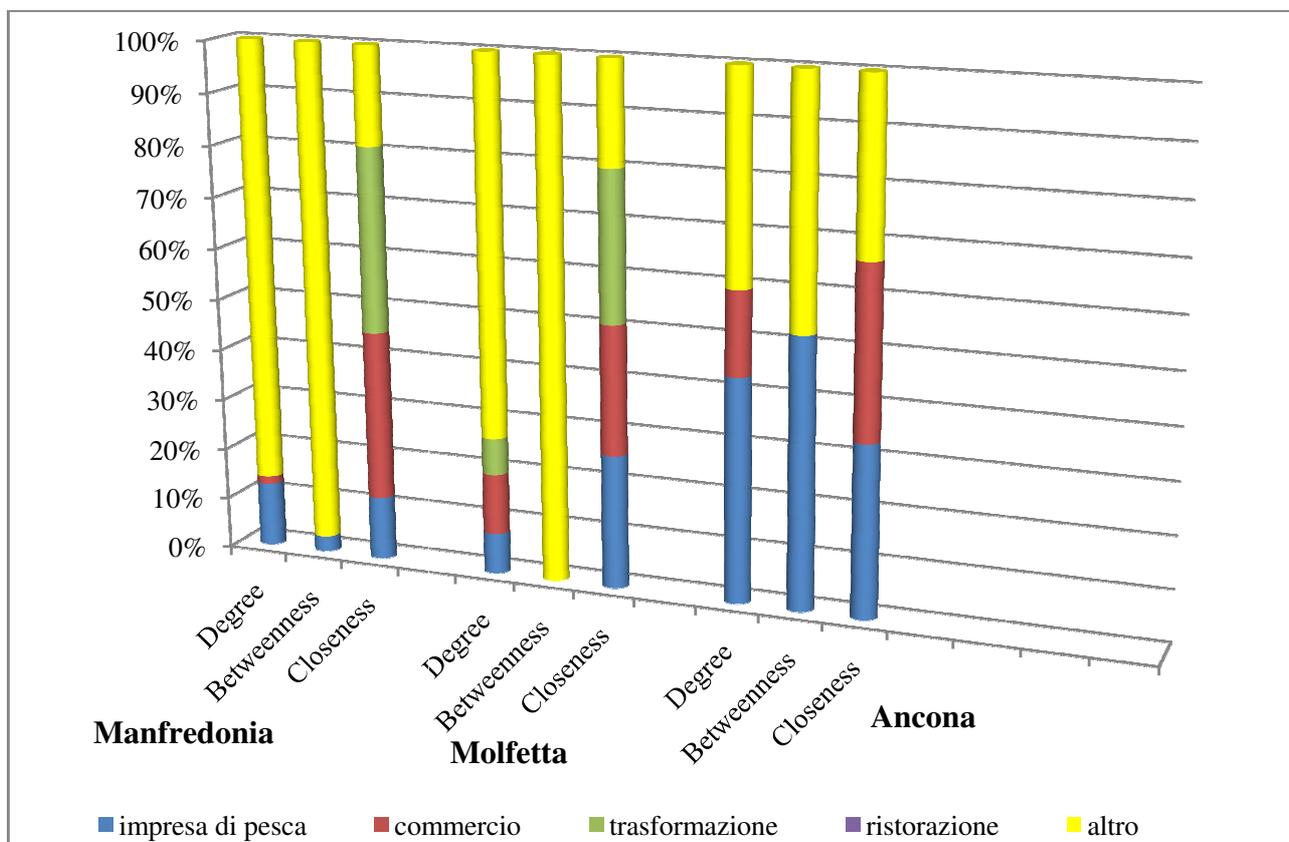
La *betweenness centrality* è una misura della centralità di un nodo in una rete, ed è normalmente calcolato come la frazione di brevi percorsi tra coppie di nodi che passano attraverso il nodo di interesse. Anche in questo caso, le Associazioni di pescatori di Ancona hanno svolto un ruolo strategico nel collegare le imprese della pesca e nel rendere più facile per loro lo scambio di informazioni e servizi, registrando un valore del 52%. Questo valore applicato in un network riesce a determinare il comportamento e, soprattutto, il ruolo svolto da ogni singolo attore presente. Infatti, un elevato indice di *betweenness* indica che, per il soggetto interessato, la posizione assunta risulta predominante rispetto a chi lo circonda. La posizione fisica che assume tale attore gli consente di interagire e connettere due o più entità che senza la sua presenza risulterebbe disconnessa. Nelle marinerie pugliesi non c'è un nodo che risulti essere l'imbutto grazie al quale le informazioni tra i soggetti possono essere scambiate. Nell'indagine sviluppata attorno alla marineria di Ancona, invece, si evidenzia che il punto più centrale nella rete a livello di *betweenness* è rappresentato dal Mercato Ittico. La sua posizione risulta predominante nel territorio per gli attori della filiera pesca che si dislocano attorno ad esso. Esso rappresenta il punto da cui partire per poter raggiungere tutti gli altri attori del network. Ogni informazione che transita da e per il nodo stesso può apportare un beneficio all'organizzazione che si sviluppa al suo interno.

Tutte le nozioni possono, infatti, essere analizzate per poter migliorare il sistema di lavoro interno oltre che per definire piani di sviluppo in settori poco considerati. Guardando il network di Ancona, si osserva che i nodi "Mercato ittico", "Servizi", "Regione", "Organizzazioni di categoria" ricevono il più alto numero di scelte. Pertanto, nell'area esaminata, il supporto delle Istituzioni in questione

viene valutato positivamente, a differenza delle marinerie pugliesi dove le Istituzioni risultano avere un ruolo marginale. E dovrebbero essere proprio i soggetti che fanno parte della rete, i principali beneficiari della condivisione di conoscenza, la quale può produrre un effetto a catena tale da far evolvere il sistema verso lo sviluppo di un concetto di coordinamento.

Il coordinamento deve risultare, per i network, un punto su cui concentrare le forze per il bene comune. La possibilità di coordinamento assegnata ad un nodo rappresenta per il nodo stesso il punto di partenza per diventare l'elemento di riferimento per l'intero network, mentre per i soggetti periferici rappresenta una banca dati a cui attingere per ottenere informazioni fondamentali. Se uno o più nodi risulteranno coordinatori nella rete, aumenteranno di conseguenza i legami che li uniscono con il reticolo. Nei network delle marinerie pugliesi si evidenzia la presenza di pochi nodi che assumano la funzione di coordinatore; nella marineria di Ancona, esiste, invece, un forte scambio di informazioni all'interno del network che viene messo a disposizione della totalità. Le informazioni, quindi, sono gestite dagli attori presenti al centro del network e gli elementi periferici, per ottenere conoscenze si interfacciano con il nucleo (Fig. 44)

Fig.44 – Gli indici di centralità nelle tre marinerie



Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

Sulla base dei risultati di questa analisi, la SNA si è rivelata un valido strumento per valutare le *performances* dei sistemi locali di piccoli pesci pelagici, in relazione alla quantità e alla qualità delle relazioni che si stabiliscono tra gli operatori, alle risorse condivise e agli effetti della capacità di aggregazione degli operatori delle fasi tra le diverse catene. Le misure di centralità della SNA rappresentano indicatori efficaci di questa capacità e direttamente collegati alla possibilità di acquisire valore da parte delle imprese ittiche. In generale, la fase di pesca dimostra una scarsa capacità di raggiungere una quota consistente del totale generato in tutta la filiera: meno del 20% del totale può essere ottenuto dalla fase di produzione, ma sono emerse anche importanti differenze in tutti i sistemi locali analizzati. In particolare, tali dissomiglianze sono più evidenti nel sistema di Ancona in cui gli operatori hanno mostrato una maggiore capacità di stabilire relazioni stabili e a lungo termine, rispetto ai sistemi di Manfredonia e di Molfetta, per i quali l'analisi ha rivelato una totale mancanza di relazioni tra operatori, sia all'interno della stessa fase della pesca, sia con le altre (pesca e commercio prima di tutto). Le relazioni tra gli operatori, coinvolti in particolare nell'attività di pesca e di lavorazione del prodotto, sono di importanza fondamentale.

Il ruolo delle Associazioni dei pescatori si è rivelato di importanza strategica e deve essere sottolineato non solo per la gestione del mercato ittico, ma anche come nodo centrale di una rete in grado di aumentare il valore del capitale sociale e, in particolare, di contribuire al passaggio di valore nel sistema verso la fase di pesca. I mercati del pesce sono i nodi fondamentali dei sistemi di rete, ma il loro ruolo deve essere enfatizzato e supportato. In questo senso, il piccolo mercato del pesce pelagico di Ancona, che è gestito da una sola organizzazione di produttori, mostra come la capacità di aggregazione in una gestione aziendale condivisa, si rivela particolarmente utile per l'aumento del reddito nella fase di pesca.

L'analisi dei network relativi ai compartimenti marittimi di Manfredonia, Molfetta e Ancona ha delineato alcuni aspetti che non potevano essere portati in luce senza un'attenta analisi della rete con cui si interfacciano. Infatti, gli strumenti della SNA ha permesso di evidenziare, attraverso indicatori sintetici, i legami relazionali, che non sono immediatamente visibili attraverso i risultati analitici. Un notevole passo avanti è stato poi compiuto grazie alle applicazioni sulla teoria dei grafi e sull'analisi matriciale. I risultati ottenuti hanno consentito di ottenere un riscontro sulla veridicità delle supposizioni avanzate al principio del lavoro. L'analisi dei diversi bacini di produzione tra le marinerie fino ad ora esaminate ha consentito di trarre alcune conclusioni preliminari e ha messo in evidenza profonde differenze in termini sia di volumi, composizione e valore del pescato e modalità di gestione dei mercati, sia strutturali (composizione della flotta, tipologia e dotazione infrastrutturale dei mercati, ecc). (Foto 10-11)

Foto 10– Imbarcazione tipica delle marinerie pugliesi



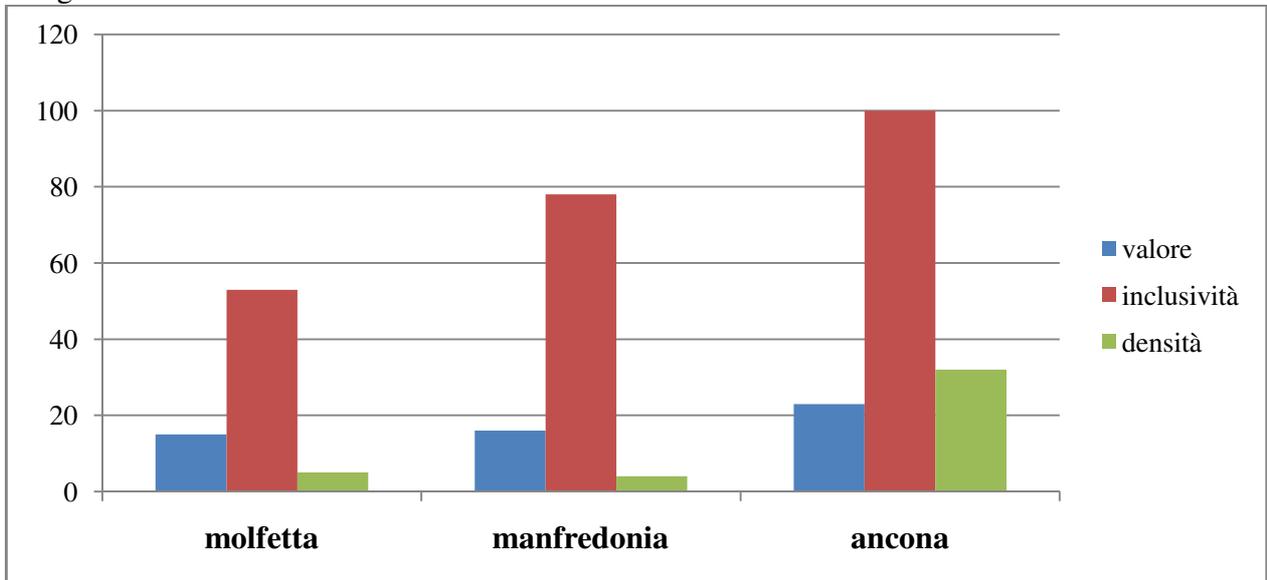
Foto 11-Imbarcazione nel porto di Ancona



La metodologia applicata è risultata essere un efficace strumento di lettura che ha consentito di cogliere le relazioni tra valore del capitale sociale nel contesto produttivo in senso lato, e di distribuzione del valore tra gli operatori coinvolti. In tutti i casi esaminati il sistema del valore risulta più favorevole alle fasi "a valle" della cattura (distribuzione all'ingrosso ed al dettaglio), tuttavia è risultata evidente, per il compartimento di Ancona, una distribuzione del valore complessivamente prodotto, più favorevole alle imprese di pesca in corrispondenza di una forte integrazione degli attori del sistema pesca. L'esistenza di un sistema consolidato di relazioni consente, da un lato di realizzare economie rispetto ai costi relativi ai mezzi tecnici (carburante, ghiaccio, cassette, reti ...) ed alla amministrazione (fatture, buste paga ecc.) ma, soprattutto, una gestione condivisa degli sbarchi che consente di stabilizzare il prezzo del prodotto sul mercato. In definitiva le differenze rilevate tra i tre sistemi esaminati, oltre a confermare gli effetti positivi che una rete efficiente di relazioni esercita sulla capacità del sistema pesca di remunerare adeguatamente gli operatori delle diverse fasi, indica maggiori potenzialità delle imprese di pesca delle marinerie meglio strutturate di ottenere il massimo rendimento dalle azioni di valorizzazione e promozione del pesce azzurro realizzate. La figura seguente riporta i valori degli indici di densità (numero di relazioni messe in atto sulle potenzialmente realizzabili) e di inclusività (numero di nodi

che hanno istaurato relazioni reciproche) e la quota di valore riferibile alla fase di cattura. Possiamo ipotizzare, dunque, che sia possibile una correlazione tra la capacità di aggregarsi e la possibilità delle imprese di pesca di far propria una quota maggiore del valore del pescato.(Fig.45)

Fig.45 - Confronto tra Indici di network e quota di valore per le imprese di pesca delle tre marinerie indagate



Fonti: nostra elaborazione da indagine diretta.

CONCLUSIONI

CONCLUSIONI

Negli ultimi anni il concetto di capitale sociale ha riscosso un'attenzione crescente da parte delle scienze sociali sotto diversi punti di vista; numerosi autori si sono impegnati a studiare i rapporti fra capitale sociale, istituzioni e sviluppo economico.

Il capitale sociale si può considerare come l'insieme delle relazioni sociali di cui un soggetto individuale o un soggetto collettivo dispone in un determinato momento. Attraverso il capitale di relazioni si rendono disponibili risorse cognitive, come le informazioni, o normative, come la fiducia, che permettono agli attori di realizzare obiettivi che non sarebbero altrimenti raggiungibili, o lo sarebbero a costi molto più elevati. Negli ultimi anni è cresciuto l'interesse per la valutazione delle conseguenze positive del capitale sociale sullo sviluppo economico di una realtà territoriale. Naturalmente, il capitale sociale non è una condizione sufficiente per lo sviluppo locale: infatti, non bisogna dimenticare che per lo sviluppo locale sono importanti le conoscenze, e quindi risorse in termini di capitale umano, ma anche le dotazioni infrastrutturali, e quindi capitale fisico, e ovviamente il capitale finanziario.

Nella tesi si è voluto indagare il possibile impatto che diversità di contesti socio-economici, rappresentati attraverso lo studio del capitale sociale, possono determinare sulla performance economica di un sistema produttivo. Questo studio ha voluto riflettere, infatti, sul fatto che ragionare in termini di effetti sul capitale sociale può dare utili indicazioni su dove e come intervenire con un intervento pubblico. In particolare, si sono esaminate le fasi di pesca e di commercializzazione della filiera ittica che ruota attorno al pesce azzurro nell'areale pugliese.

Nel dettaglio, lo studio ha voluto analizzare le influenze del contesto socio-economico sui sistemi di pesca e di commercializzazione del pesce azzurro in due importanti marinerie della Puglia, valutando tale interazione attraverso una lettura integrata, per le diverse realtà locali, dell'analisi dei punti di forza e debolezza del comparto e delle caratteristiche strutturali dei *network* (reti sociali) esistenti.

La situazione del settore nazionale della pesca desta da alcuni anni la preoccupazione degli operatori e dei decisori pubblici. Tra i punti di intervento del settore, la presente ricerca si è concentrata sul comparto del pesce azzurro, denominazione con cui si indica un ampio gruppo di specie assimilabili dal punto di vista morfologico, particolarmente importante per la pesca italiana in termini di volumi catturati, ma sofferente per un basso prezzo di vendita.

Sulla base delle analisi svolte, si può, innanzitutto, dedurre che esistono differenze rilevanti tra le marinerie esaminate, non solo in termini strutturali, ma soprattutto per quanto riguarda la capacità degli operatori di aggregarsi in "sistemi della pesca"; in questa situazione gli indici di *network* sono

un valido indicatore di tale capacità ed il loro valore è direttamente collegato alla capacità di trasferire valore alle imprese di pesca. mercati ittici sono risultati nodi fondamentali di questo sistema e come tali il loro ruolo deve essere evidenziato e sostenuto e la promozione di relazioni di tipo verticale tra gli operatori di fasi diverse della filiera (pesca- trasformazione) assume rilevante importanza. Lo studio ha fornito indicazioni utili a comprendere le criticità e gli ostacoli per lo sviluppo ed il rafforzamento delle reti di attori, direttamente o indirettamente coinvolti nelle attività di pesca, perché è proprio nel miglioramento delle relazioni reciproche, nello scambio di informazioni, nella realizzazione di strategie di filiera condivise dai nodi del sistema, che è possibile costruire economie e rafforzare la posizione competitiva delle fasi a più bassa remunerazione. Il miglioramento della redditività della filiera incoraggia, tra l'altro, l'adozione di meccanismi di valorizzazione del prodotto pescato che rappresentano un vantaggio anche per i consumatori, in termini di miglioramento delle garanzie di qualità.

L'idea di poter sviluppare un marchio per il pesce azzurro dell'Adriatico, con funzione non solo di promozione ma anche di protezione legale del prodotto, potrebbe generare numerosi vantaggi. Inoltre, emerge la necessità di sostenere iniziative imprenditoriali, attraverso l'incentivazione e la promozione dell'imprenditorialità locale, inducendola magari in circuiti globali, oltre a predisporre campagne promozionali volte ad incentivare il consumo di pesce azzurro (Castellini et al., 2010). Se le peculiarità del prodotto fossero adeguatamente riconosciute dal mercato, il prezzo medio praticato potrebbe essere anche più elevato, con ricadute positive in termini di profitto per le imprese. Obiettivo da raggiungere è anche quello di sviluppare una "educazione" al consumo di pesce azzurro dell'Adriatico che, partendo dalle zone di origine, potrebbe svilupparsi oltre i confini e diventare parte integrante di quei prodotti "tipici", inimitabili, che tanto fanno amare nel mondo la gastronomia italiana.

Lo studio ha, infatti, dimostrato che le leve da sfruttare per un possibile miglioramento della redditività del comparto, vanno trovate nella qualificazione dell'offerta, in termini di una nuova organizzazione, attraverso la realizzazione di forme di integrazione orizzontale che riequilibrino le forme oligopolistiche della domanda e di una programmazione delle attività che passi attraverso la riduzione del numero giorni di cattura al di là di quelli previsti per il ripristino naturale degli stock. È evidente che una strategica programmazione dell'offerta potrà essere raggiunta anche attraverso il consolidamento dei rapporti tra gli attori che prevede, però, una maggiore consapevolezza delle potenzialità che provengono da un capitale sociale fortemente apprezzato, cosa che, alla luce degli indici di analisi di network ottenuti, non sembra essere presente nelle aree studiate e che rende, questa programmazione, realizzabile solo in un'ottica di lungo periodo, in cui si verifichi una migliore gestione dei mercati nonché l'implementazione di progetti di valorizzazione del pescato;

che prevedano la partecipazione di operatori anche di settori diversi da quello della pesca (commercializzazione, ristorazione, turismo, ecc).

Si ritiene, inoltre, che la creazione di un *network* tra pescatori, operatori dei settori collegati, Istituzioni pubbliche e private, che abbia come obiettivo l'incentivazione alla diversificazione delle pratiche di pesca per una valorizzazione integrata del territorio costiero, possa utilmente supportare lo sviluppo socio-economico locale, soprattutto delle piccole comunità, per le quali la pesca rappresenta una delle più importanti fonti di guadagno. Per questa ragione, a partire dalla considerazione che la numerosità e la qualità delle relazioni instaurate fra operatori del settore, accrescono il valore del capitale sociale dell'area in cui le imprese operano, la *Social Network Analysis* (SNA) applicata alla filiera della pesca del pesce azzurro è stata ritenuta un utile strumento per indagare sulle criticità del settore a partire dallo sbarco del prodotto, passando attraverso la fase di commercializzazione (mercati di prima vendita e canali successivi) fino alle fasi a valle della produzione, all'arrivo sui banchi di vendita finali. Una nuova chiave di lettura dei sistemi produttivi locali è offerta dall'analisi dei *network* socio-economici di un territorio, secondo un punto di vista innovativo rispetto agli approcci classici ai sistemi territoriali, come le analisi di settore o di filiera. Uno dei vantaggi derivanti dalla lettura del sistema produttivo attraverso la SNA è la possibilità di realizzare un monitoraggio statico e dinamico dei singoli nodi, delle loro relazioni reciproche e del loro apporto al valore del capitale sociale (Acciani et al., 2009). La riflessione che si può trarre dalle considerazioni effettuate è che la SNA si è rivelata un efficace metodo di indagine, nonché un valido strumento, per analizzare e monitorare le dimensioni sociali dei gruppi per la costruzione collaborativa di conoscenza.

L'apporto di questo tipo di analisi si manifesta a vari livelli di indagine. Ad un primo livello, la SNA risulta utile per l'analisi della struttura delle interazioni e dei ruoli che i singoli partecipanti rivestono in tale struttura. Da questo punto di vista, l'analisi delle proprietà strutturali di un gruppo permette di indagare lo sviluppo delle relazioni fra i suoi membri, dalle prime fasi di socializzazione sino alle fasi più avanzate.. Il confronto trasversale fra differenti marinerie, inoltre, consente di analizzare il peso che diverse strutture di interazioni hanno sulla costruzione collaborativa di conoscenza.

Un altro livello dell'analisi riguarda il monitoraggio delle interazioni fra i membri di un gruppo, per individuare e progettare interventi adeguati. La configurazione di rete, il grafo, permette di mostrare contemporaneamente sia il network nella sua totalità sia una parte dello stesso, o addirittura le relazioni di uno specifico individuo. Oltre ad avere un potere descrittivo, questo tipo particolare di rappresentazione grafica, ha anche un elevato potere esplicativo. Dall'osservazione della rete è possibile scoprire, infatti, dei collegamenti che dall'analisi potrebbero non emergere. I sociogrammi

e gli indici ricavati dalla SNA offrono, in tal senso, utili indicazioni per l'individuazione di problematiche inerenti le relazioni in atto e suggeriscono la direzione degli interventi da adottare. Infine, ad un ultimo livello di indagine, la SNA è vista come un interessante metodo di studio dei dati quantitativi per rilevare la qualità dell'attività svolta dal singolo all'interno del gruppo. Gli indici soggettivi della SNA (vicinanza, centralità, partecipazione ai sottogruppi, ecc.) aiutano, infatti, ad andare oltre il semplice dato numerico derivato dalla quantità di azioni esibite dai singoli e di valutare il ruolo e la funzione che essi hanno avuto nel processo di costruzione collaborativa di conoscenza.

Frequenti relazioni e una stretta interazione sociale, permettono agli attori di conoscersi, di condividere informazioni e valori. Questi elementi favoriscono la diffusione della conoscenza e sono delle vere e proprie risorse che costituiscono il capitale sociale, in quanto riferite alla struttura sociale in cui opera l'impresa. Il concetto di Capitale Sociale descrive, dunque, la qualità dei rapporti sociali. Più che mai in un'epoca di globalizzazione, in cui si vivono mutamenti radicali, assumono un peso particolare le relazioni interpersonali, la fiducia reciproca e la coesione sociale. Tale concetto non è però usato in modo univoco e con precisione. A volte se ne parla come sinonimo di capacità di cooperazione, coscienza civica, qualcosa che si avvicina a una forma particolare di cultura locale. In altri casi, si fa riferimento, più opportunamente, alla rete di relazioni che lega soggetti individuali e collettivi, e che può alimentare la cooperazione e la fiducia, e la produzione di economie esterne, ma può anche ostacolare tali esiti favorevoli per lo sviluppo locale. Un modo per misurarsi con il rilievo crescente che sembra aver assunto il contesto istituzionale locale nello sviluppo economico contemporaneo può essere allora quello di interrogarsi sulle potenzialità del capitale sociale. Naturalmente, intendendo per sviluppo locale uno sviluppo autonomo, capace di autosostenersi in un'economia di mercato aperto.

In conclusione, si può affermare che la SNA ha come merito quello di aver affrontato il tema dell'esistenza delle reti sociali e della loro possibile rilevazione e descrizione e ha permesso l'utilizzo di indici capaci di analizzare contemporaneamente la dimensione macro e micro dell'analisi. L'analisi comparata delle marinerie di Manfredonia, Molfetta e Ancona ha consentito di trarre alcune conclusioni preliminari e ha messo in evidenza profonde differenze sia strutturali (composizione delle flotta, tipologia e dotazione infrastrutturale dei mercati, ecc) che in termini di volumi, composizione e valore del pescato, modalità di gestione dei mercati. Differenze ancora più marcate sono state evidenziate dall'analisi di *network* che ha consentito di quantificare attraverso degli indici la numerosità, l'intensità ed il valore delle relazioni messe in atto dagli operatori dei vari compartimenti marittimi.

La metodologia applicata della SNA è risultata essere un efficace strumento di lettura che ha consentito di cogliere le relazioni tra valore del capitale sociale nel contesto produttivo in senso lato, e distribuzione del valore tra gli operatori coinvolti. In tutti i casi esaminati il sistema del valore è apparso più favorevole alle fasi " a valle" della cattura (distribuzione all'ingrosso ed al dettaglio), tuttavia è risultata evidente, per la marineria di Ancona, una distribuzione del valore complessivamente prodotto, più favorevole alle imprese di pesca in corrispondenza di una forte integrazione degli attori del sistema pesca. In definitiva le differenze rilevate tra i tre sistemi esaminati, oltre a confermare gli effetti positivi che una rete efficiente di relazioni esercita sulla capacità del sistema pesca di remunerare adeguatamente gli operatori delle diverse fasi, indica maggiori potenzialità delle imprese di pesca delle marinerie meglio strutturate di ottenere il massimo rendimento dalle azioni di valorizzazione e promozione del pesce azzurro realizzate.

La lettura integrata dei risultati dell'analisi di *network* e di quella dei punti di forza e debolezza delle imprese di pesca, dovrebbero consentire di valutare l'apporto del capitale sociale alla competitività del sistema relativo al pesce azzurro, in termini di riduzione dei costi di transazione dovute ad una più efficiente circolazione delle informazioni e una maggiore trasparenza e prevedibilità nei comportamenti degli operatori.

Il beneficio più immediato ottenibile dal miglioramento delle relazioni tra gli operatori del comparto pesce azzurro e del settore ittico in genere e di quelli collegati alla pesca, potrà derivare da un allargamento del mercato legato ad una migliore diffusione, presso il consumatore, delle informazioni sul prodotto finale (qualità, specie pescate, freschezza, aspetti nutrizionali ecc.). In un secondo momento, potrebbero verificarsi ricadute legate ad un incremento di redditività del settore, derivante sia da una possibile differenziazione delle occasioni di consumo, sia da una riduzione dei costi di transazione a seguito di una migliore e più condivisa gestione delle fasi a valle della filiera. L'insieme di queste considerazioni evidenzia la necessità di tutelare questo ingente patrimonio di valori, di storia, di cultura del nostro paese. .

In conclusione del lavoro, ciò che si vuole sottolineare è che il capitale sociale può influire significativamente sia sulla migliore valorizzazione del capitale umano, o sulla sua crescita e il suo continuo aggiornamento, sia su quello fisico e su quello finanziario, attraverso forme di cooperazione efficaci tra i soggetti locali. Il capitale sociale facilita lo sviluppo delle conoscenze tacite come risorsa competitiva perché favorisce la circolazione delle informazioni e i rapporti fiduciosi tra i soggetti all'interno delle imprese e tra le diverse imprese. Ancor più che nel passato, lo sviluppo economico ha dunque una dimensione sociale che non può essere trascurata.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA DI RIFERIMENTO CITATA NEL TESTO

- Acciani C., De Boni A., Fucilli V., Roma R., (2009), “L’organizzazione dei sistemi di produzione secondo la teoria dei networks: il caso dell’Alto Salento”, *Economia Agro-Alimentare*, n.2, pp. 41-61.
- Becker G., “A theory of social interactions”, in *Journal of Political Economy*, n. 6, 1974.
- Bertolasi S. Mazzoni E., (2005), Software per analizzare le interazioni di gruppo: cyram NetMiner e Ucinet, TD-Tecnologie Didattiche, n.35, pp.64-68.
- Bertolini S.-Bravo G., “Dimensioni del capitale sociale”, in *Quaderni di sociologia*, vol. XLV, n. 25, Rosemberg & Sellier, Torino, 2001, p. 61.
- Porter, M. E., 1980. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- Borgatti S.P., Everett M.G., Freeman L.C., (2002), *Ucinet and Netdraw for Windows: Software for social network analysis*, Analytic Technoliges, Harvard, MA.
- Borgatti S.P., Everett M.G., Freeman L.C., *UCINET and Netdraw- Programs and User’s guides*. Natick: Analytic Technologies, 1999.
- Bourdieu P. (1980) Le capital social: notes provisoires. *Actes Recherches: Science Social* 31 (2), 2-3.

- Burt R.S., *Corporate Profits And Cooptation*, Academic Press, New York, 1983.
- Burt R.S. (1992), *Structural holes: The social structure of competition*, Harvard University Press; Cambridge, MA.
- Casieri A., De Gennaro B., Medicamento U., Rosselli L. (2009), “Capitale sociale e performance economica: un’applicazione al sistema di produzione dell’olio extra vergine di oliva biologico della provincia di Bari”, *Economia Agro-Alimentare*, n.1. pp. 7-23.
- Castellini A., Mauracher C., Ragazzoni A., (2011), “**Dalla catena del valore le chiavi per le decisioni strategiche nelle filiere della pesca**”, *Economia Agro-Alimentare*, n.1/2-2011.
- Coleman J. (1988) Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology* 94 (Supplement) pp. S95-S120.
- Coleman, J.. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Dasgupta P., Serageldin I., 1999 *Social Capital. A Multifaceted Perspective*. The World Bank, Washington D.C.
- Dasgupta P., 2002, *Social Capital and Economic Performance: Analytics*. University of Cambridge and Beijer International Institute of Ecological Economics, Stockholm.

- De Meo G. (a cura di) (1996), *La Filiera olivicola-olearia in Puglia*, Progetto finalizzato:RAISA, Università degli Studi di Bari, Puglia Grafica Sud, Bari
- Fukuyama F. ed. (1995) *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity* (New York: The Free Press).
- Fukuyama F., 1999 *Social Capital and Civil Society*. Paper prepared for delivery at the IMF Conference on Second Generation Reforms, November 8-9, 1999, IMF Institute and the Fiscal Affairs Department, Washington, D.C.
- Granovetter M., 1973 *The Strength Of Weak Ties*. *American Journal of Sociology*, 78.
- Granovetter M. (1985) *Economic action and social structure: The problem of embeddedness*. *American Journal of Sociology* 91 pp. 481-510.
- Grootaert C. (2001) *Understanding and measuring social capital: A Synthesis of findings and recommendation from the social capital initiative*, The World Bank Social Capital Initiative, Working Paper No. 24.
- Grootaert C., (1998) *Social Capital: The Missing Link?* Social Capital Initiative Working Paper no. 3, The World Bank.
- IREPA- Osservatorio economico sulle strutture produttive della pesca marittima in Italia. *Annate varie*. Milano. Franco Angeli- Ricerche.

- ISMEA (annate varie) Filiera Pesca e Acquacoltura.
- ISMEA (2010) Il settore ittico in Italia Check-up 2010
- Lembo G., Donnalioia L. (2008). Osservatorio Regionale della Pesca. Puglia 2008 COISPA, Bari.
- Lin N., *Social capital- A theory of social structure and action*, Cambridge University, Press Cambridge, 2001.
- Marcolin M., (2007), NetDraw: istruzioni per l'uso. Una guida pratica per rappresentare ed analizzare reti sociali ed organizzative, Università degli Studi di Trieste.
- Marsiglia G., *Pierre Bourdieu. Una teoria del mondo sociale*, CEDAM, Padova, 2002, p. 92.
- Mazzoni E, (2005) La Social Networks Analysis a supporto delle interazioni nelle comunità virtuali per la costruzione di conoscenza, TD-Tecnologie Didattiche, n.35, pp.54-63.
- Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali.(2007) Dipartimento delle Politiche agricole e forestali. Direzione Generale della pesca marittima e dell'acquacoltura.
- Moreno J.L., (1980), principi di sociometria, psicoterapia di gruppo e sociodramma, ETAS.

- Mutti A., *Capitale sociale e sviluppo*, Il Mulino, Bologna, 1998.
- Narayan D., Bonds And Bridges: Social Capital And Poverty, Policy Research Working Paper 2167, World Bank, Poverty Reduction and Economic Management Network, Washington, 1999.
- North D.C., Institutions, Institutional Change And Economic Performance, Cambridge University Press, Cambridge, 1990, p. 24. Trad. it. Istituzioni, cambiamento istituzionale, evoluzione dell'economia, Il Mulino, Bologna, 1994
- Paldam M., Svandsen G. T., 2000 An essay on social capital: looking for the fire behind the smoke. *European Journal of Political Economy*.
- Palmieri A., Pirazzoli C. (2007), "L'allarme inflazione dei beni alimentari in Italia: cause e spunti di riflessione", *Rivista di Economia Agraria*, n.4
- Parolini C., (1996), *Rete del valore e strategie aziendali*, Egea, Milano.
- Porter, M. E., 1980. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- Porter Michael E. (1985), *Competitive Advantage*, Free press, New York; trad. It. *Il vantaggio competitivo*, Edizioni Comunità, Milano, 1987.

- Portes A., 1998 Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology. Annual Review of Sociology,24.
- Putnam R. (1995) Bowling alone: America's declining social capital. Journal of Democracy 6 (1) pp. 65-78.
- Putnam R. (1993) Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy Princeton NJ: Princeton University Press.
- Sabatini F., 2005 Social Capital, Public Spending and the Quality of Economic Development: the Case of Italy. Paper accepted for presentation at the COE/JEPA (Center of Excellence / Japan Economic Policy Association) Joint International Conference, "Towards a New Economic Paradigm", Kobe, Japan, 17-18 December 2005.
- Sabatini F.,2005 The Role of Social Capital in Economic Development. Investigating the Causal Nexus through Structural Equations Models. Università di Roma La Sapienza, Dipartimento di Economia Pubblica. www.socialcapitalgateway.com
- Sabatini F., *Un atlante del capitale sociale italiano*, paper, università di roma "La Sapienza". Dicembre 2005.
- Trigilia C., "Capitale sociale e sviluppo locale", in Stato e Mercato, n.3, 1999.
- Wasserman S., Faust K., (1994), *Social networks analysis: Methods and Applications*, Cambridge University Press, New York.

- White H., “Where Do Markets Come From?”, in *American Journal of Sociology*, n. 3, 1981
- Woolcock M., “Social capital and economic development: towards a theoretical synthesis and policy framework”, in *Theory and Society*, n. 27, 1998.
- Woolcock M., “The Place Of Social Capital In Understanding Social And Economic Outcomes”, paper presentato al convegno internazionale *The Contribution Of Human And Social Capital To Sustained Economic Growth And Well-Being*, Quebec City, 2000.
- Woolcock M.-Narayan D., “Social Capital: Implications for Development Theory, Research, Policy”, in *The World Bank Research Observer*, n. 15, 2000, p. 238

ULTERIORE BIBLIOGRAFIA CONSULTATA

- Antonelli G., (2011), “La prospettiva del valore nell’analisi delle filiere agroalimentari”, *Economia Agro-Alimentare*, n.1/2-2011.
- Bagnasco A., Piselli F., Pizzorno A., Trigilia C., 2001 *Il Capitale Sociale. Istruzioni per l’uso*. Il Mulino.
- Bertazzoli A., Fiorini A., Ghelfi R., 2004. Competitività e dinamica del valore nel settore agroalimentare, in “Il sistema agro-alimentare dell’Emilia-Romagna. Milano: Franco Angeli.
- Chiesi A.M., (2005), *L’analisi dei reticoli*, Franco Angeli.
- De Blasi G., De Boni A., Roma R. (2011), “Capitale sociale e redditività della filiera della pesca in Puglia”, *Economia Agro-Alimentare*, n.1/2-2011.
- De Blasi G., De Boni A., Roma R., G. Trevisan (2012), “The Social Capital for Adriatic small pelagic fish value-enhancing: a network analysis” (in corso di pubblicazione)
- Fiorillo D., *Capitale sociale e crescita economica*, Working paper 3114, università degli Studi di Salerno, 2001.

- Franceschetti G., 1995 Problemi e politiche dello sviluppo rurale: gli aspetti economici. Atti del XXXI convegno SIDEA, Campobasso, 22-24 Settembre 2004, “Lo sviluppo del mondo rurale: problemi, politiche, istituzioni e strumenti” INEA Quaderni della Rivista di Economia Agraria. Il Mulino.
- Finco, A. and Maurizi, A., (2003). Fish market and quality strategy in Ancona: a support for sustainable fishing in Aspects of Fish Markets in the Adriatic Sea. Report of the AdriaMed Meeting FAO. GCP/RER/010/ITA/TD-08, FAO-AdriaMed.
- Fiorillo D., *Capitale sociale e crescita economica*, Working paper 3114, università degli Studi di Salerno, 2001.
- Franceschetti G., 1995 Problemi e politiche dello sviluppo rurale: gli aspetti economici. Atti del XXXI convegno SIDEA, Campobasso, 22-24 Settembre 2004, “Lo sviluppo del mondo rurale: problemi, politiche, istituzioni e strumenti” INEA Quaderni della Rivista di Economia Agraria. Il Mulino.
- Hanifan L.J., 1916 The Rural School Community Centre. *Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*, 67, 130-38.
- Hanneman R.A., Riddle M., *Introduction to social network methods*, University of California- Riverside, CA, 2005.
- Lee J. et. al. (2005) Networking: Social Capital and Identities in European Rural Development *Sociologia Ruralis* Vol. 45, Number 4.

- Micucci G., Nuzzo G., *La misurazione del capitale sociale: evidenze di un'analisi sul territorio italiano*, Banca d'Italia, 2003.
- Murdoch J. (2000) Networks: A new paradigm for rural development? *Journal of Rural Studies* 16, pp. 407-419.
- Murdoch J. (1995) Actor-networks and the evolution of economic forms. *Environment and Planning A* 27.
- Poulsen A., Svendsen G.T., 2003 Rise and Decline of Social Capital. Excess Cooperation in the One-Shot Prisoner's Dilemma Game. Department of Economics, Aarhus School of Business Working paper 03-10.
- Rosemberg M., *Misanthropy and political ideology*, in *American Sociological Review*, 21, 690-695, 1956.
- Salvini A., *L'analisi delle reti sociali. Risorse e meccanismi*, Ed Plus, Pisa University Press, Pisa, 2005

ALLEGATO

QUESTIONARIO SULLE RETI ESISTENTI E FORMALIZZATE

LE VOSTRE RISPOSTE SONO STRETTAMENTE CONFIDENZIALI

Nome

.....
.....

SEZIONE 1 – STRUTTURA E ORGANIZZAZIONE

Tipo di attività

- Pesca
- Trasformazione
- Commercio all'ingrosso
- Commercio al dettaglio
- Ristorazione e turismo
- servizi

1. Quante persone aderiscono alla rete?

- | | | |
|-------------|------------|------------|
| meno di 10 | da 10 a 25 | da 25 a 50 |
| da 50 a 100 | più di 100 | |

2. Capitale sociale (euro)

3. Quanti volontari garantiscono un impegno continuo nell'organizzazione?.....

4. Nell'organizzazione lavorano o hanno lavorato consulenti tecnici?
SI NO

5. Quale tipo di consulenza usano o hanno usato?

.....

SEZIONE 2 – INFORMAZIONI SULLA RETE

Attività:

6. Area geografica dell'attività operativa

Comunale (specificare)

Locale (specificare)

Provinciale (specificare)

Regionale (specificare)

Interregionale (specificare)

Nazionale (specificare)

Unione Europea (specificare) _____

_____ Internazionale (specificare)

7. Modalità di interrelazione tra gli aderenti la rete

contatto diretto frequenza _____

riunioni, workshop frequenza _____

altro (specificare) frequenza _____

8. Gli aderenti alla rete hanno seguito corsi, seminari o corsi di aggiornamento?

SI NO

Se SI, con quale frequenza? quasi ogni anno

quasi ogni 2 anni

al bisogno

Se SI, Quali sono i temi affrontati?

9. Quali sono i punti di forza della rete?.....

10. Quali sono i punti di debolezza della rete?.....

11. Con quali istituzioni avete relazioni?

Comune (specificare)

.....

Comunità montana (specificare)

Provincia (specificare)

Regione (specificare)

Stato (specificare)

Unione Europea (specificare)

Istituzione Internazionale (specificare)

12. Quali istituzioni o organismi o altre reti vi danno maggiore supporto?

13. Voto 1-5

	tipo di supporto	voto
Comune		
Provincia		
Regione		
Stato		
Unione Europea		
Istituzione Internazionale		
Cooperativa		
Società		
Consorzio		
ONLUS		
NGO (spec.)		
Servizio volontario		
Associazione		
Rete		

**Con quale delle seguenti organizzazioni avete relazioni o ne avete avute negli ultimi 3 anni?(Specificare se saltuariamente o abitualmente)
(aggiungere elenco)**

.....

