AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
http://ageconsearch.umn.edu
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

Capitale umano e capitale sociale in agricoltura:
un'analisi delle esperienze di filiera corta nella Campania interna

draft

Giuseppe Marotta, Concetta Nazzaro, Mariarosaria Simeone
Università degli Studi del Sannio

Abstract

Alla luce delle problematiche che caratterizzano le imprese agricole nella definizione di moderne strategie competitive, sulla base delle risorse interne, materiali e immateriali, diventa necessaria l'attenzione al *business network*, ovvero alle relazioni inter-impresa finalizzate a transazioni commerciali, scambio di informazioni, condivisione di norme e associazioni di risorse. Tutto ciò costituisce un *asset* di cui l'impresa ha bisogno per migliorare il suo vantaggio competitivo e posizionarsi su nuovi mercati. La struttura delle relazioni che consente di accedere a tali risorse costituisce il capitale sociale; esso nel *business network* è in grado di creare competitività e valore per le imprese presenti e facilitare l'approccio alle esperienze di filiera corta.

Sulla base di ciò, obiettivo del lavoro è sviluppare un'analisi delle esperienze di filiera corta nelle imprese vitivinicole della Campania interna, cercando di indagare le variabili che incidono maggiormente sulla capacità di avvicinarsi e implementare percorsi di filiera corta, con particolare riferimento alla consistenza e qualità del capitale umano e del capitale sociale. A tale scopo, l'analisi empirica ha mirato ad indagare come la qualità del capitale umano e delle reti relazionali abbia avuto impatti sulle performance della filiera corta, permettendo anche di individuare le relazioni esistenti tra qualità dei network e capitale umano.

Jel codes: Q12, Q18, Q19

Keywords: Human capital, social capital, short-wine supply chain

Introduzione

Alla luce delle problematiche che caratterizzano le imprese agroalimentari nella definizione di moderne strategie competitive, sulla base delle risorse interne, materiali e immateriali, diventa necessaria l'attenzione al *business network*, ovvero alle relazioni inter-impresa finalizzate a transazioni commerciali, scambio di informazioni, condivisione di norme e associazioni di risorse. Pertanto il business network diventa un asset per l'impresa capace di migliorare il suo vantaggio competitivo.

Nell'analisi in oggetto si prenderanno in considerazione le tre principali dimensioni di analisi del capitale sociale, strettamente legate alla disponibilità di risorse umane qualificate. Il capitale umano è costituito, infatti, dalla presenza di diversi fattori tra i quali il genere, la scolarizzazione, l'esperienza, la formazione, l'età del conduttore che contribuiscono a generare la crescita dei profitti così come è stato dimostrato da buona parte della letteratura economica esistente in materia.

Il lavoro propone un'analisi qualitativa delle relazioni tra capitale sociale e capitale umano in agricoltura nelle aziende vitivinicole che hanno intrapreso percorsi di filiera corta nella Campania interna. La filiera corta, richiedendo una buona organizzazione e un'attività agricola multifunzionale, valorizza appieno il capitale umano e sociale locale e pertanto si è ritenuto interessante comprendere le relazioni tra le due dimensioni, in particolare nelle realtà produttive rurali. Capitale umano e capitale sociale sono fattori determinanti per la buona riuscita delle esperienze di filiera corta ed in particolar modo perché queste si diffondano a livello territoriale.
I risultati hanno permesso di interpretare e analizzare le relazioni esistenti in questa tipologia di aziende tra network relazionali (associazionismo e cooperativismo in primo luogo) capitale umano e reti di filiera con il territorio.

1. La letteratura economica sul capitale sociale e capitale umano in agricoltura

1.1 Il capitale sociale: approcci teorici

In letteratura, tra le principali dimensioni del capitale sociale, troviamo il *bonding social capital* e il *bridging social capital.* Entrambe le dimensioni fanno riferimento a legami interpersonali: i primi, definiti "forti", sono legami che interessano gli individui appartenenti al medesimo nucleo familiare (è questa una modalità del capitale sociale che ostacola la diffusione della conoscenza e la socializzazione della fiducia); i secondi, invece, si riferiscono ai legami "deboli" tra amici e conoscenti. Questi ultimi legami, a differenza dei legami forti, implicano il consumo di beni relazionali, che favoriscono la circolazione delle informazioni e la diffusione della conoscenza e della fiducia.
I concetti di capitale sociale, validi per la collettività considerata nel suo insieme, possono essere estesi al tessuto produttivo agricolo. Contesti produttivi dove sia prevalente la componente familiare, in termini di manodopera e/o di gestione tecnico-amministrativa, e in cui è scarsamente diffusa qualsiasi forma di collaborazione e cooperazione esterna alla famiglia, sono senza dubbio caratterizzati dalla presenza di *bonding social capital*, che impedisce l'interazione con soggetti esterni al nucleo familiare e, dunque, la diffusione delle informazioni e della conoscenza.
In sintesi, due le prospettive di analisi del CS:

- *formale* (i legami familiari, la partecipazione politica e la coscienza civica, le organizzazioni volontarie)
- *informale* (relazioni con amici e conoscenti)

Due i tipi di rete: *legami forti* (tra familiari): Reti dense, basate su legami forti (es. legami familiari, che assicurano protezione e sostegno ma richiedono un intenso investimento affettivo), e sul principio di omofilia (le reti sociali mostrano la tendenza alla localizzazione dei contatti in virtù

della condivisione di caratteri simili tra i membri della rete) veicolano le stesse risorse (capitale sociale meno ricco); *legami deboli* (tra amici, conoscenti e membri delle organizzazioni): Reti meno dense, fondate su legami deboli (minor investimento affettivo, minor frequentazione e maggiore impersonalità del rapporto) permettono un maggior flusso di risorse nella rete (es. informazioni per la ricerca di una nuova o di una miglior occupazione lavorativa, Granovetter 1973; 1982) capitale sociale più ricco

Empiricamente, dove c'è ricchezza di legami forti c'è povertà di legami deboli e viceversa: ai fini dello sviluppo economico i legami deboli favoriscono la trasmissione della conoscenza e la diffusione delle informazioni e ne costituiscono una determinante.

Alla luce delle problematiche che caratterizzano le imprese agroalimentari nell'acquisire competitività, solo sulla base delle risorse interne, materiali e immateriali, diventa necessaria l'attenzione al *business network*, ovvero alle relazioni inter-impresa finalizzate a transazioni commerciali, scambio di informazioni, condivisione di norme e associazioni di risorse. Tutto ciò costituisce un *asset* di cui l'impresa ha bisogno per migliorare il suo vantaggio competitivo. La struttura delle relazioni che consente di accedere a tali risorse costituisce il capitale sociale; esso nel business network è in grado di creare competitività e valore per le imprese in esso presenti.

Tra i diversi approcci di analisi[1] dei *business network*, in questa sede sarà utile considerare la *Network Analysis* (NA) (Granovetter, 1973; Burt 1992; Noria, 1992; Wasserman e Faust, 1994; Powell, 1990), metodo basato sullo studio di attori (individui, imprese, istituzioni) e delle relazioni che essi stabiliscono tra di loro.

Questo tipo di analisi enfatizza le relazioni orizzontali tra le imprese appartenenti ad un particolare settore o gruppo, in cui il vantaggio competitivo è generato *dall'interdipendenza reciproca* tra imprese che è basata su relazioni in grado di veicolare *asset* immateriali quali la fiducia, le informazioni, i valori etici ecc .

Alla luce di ciò, nell'analisi in oggetto si prenderanno in considerazione le tre principali dimensioni di analisi del CS, al fine di valutare l'impatto che esse hanno sul miglioramento del capitale umano. Più in dettaglio:

1. dimensione *strutturalista*: la struttura delle relazioni che caratterizzano il network sono l'origine del capitale sociale appropriabile da parte delle imprese (Burt, 1997; Granovetter, 1973; Uzzi, 1997),

[1] *Supply Chain Management* (SCM) (Christopher, 1996; Morgan e Monczka, 1996; Anderson e Katz, 1998; Birou et al., 1998; Lummus et al., 1998) e *Netchain* (Omta et al., 2001; Harland, 1999; Dyer e Nobeoka, 2000; Lazzarini *et al.*, 2001).

2. dimensione *relazionale*: enfatizza le norme comportamentali e la fiducia, come determinanti del capitale sociale (Rowley et al. 2000; Nahapiet e Ghoshal, 1998; Tsai e Ghoshal, 1998; Ring e Van de Ven, 1992; Putnam, 1993; Uzzi, 1997);
3. dimensione *cognitiva*: si focalizza sugli obiettivi condivisi, codici e linguaggi comuni (Kogut e Zander, 1992; Grant, 1996; March, 1999; Boland e Tenkasi, 1995).

Il cambiamento organizzativo e/o tecnologico all'interno dell'impresa può avvenire secondo due modalità (Dewar e Dutton 1986):

- Generando innovazioni di tipo incrementale;
- Creando innovazioni di tipo radicale.

Nel nostro caso, il cambiamento organizzativo dipende dalla struttura del network in cui l'impresa è inserita e, quindi, dalla sua dotazione di capitale sociale strutturale. In particolare, se l'impresa è inserita in un network caratterizzato da legami "forti" e chiuso, allora essa adotterà preferibilmente innovazioni incrementali che lasciano immutata la struttura delle sue relazioni (*social capital as network closure*), (Coleman 1988, 1990). Viceversa, se l'impresa è inserita in una rete aperta e caratterizzata dalla presenza di legami "deboli" e da buchi strutturali, allora essa adotterà innovazioni radicali che determinano un cambiamento delle sue relazioni (*social capital as structural hole*), (Burt, 1997).

1.2 Il capitale umano: le dimensioni di analisi

È ormai opinione largamente condivisa che il capitale umano è tra le maggiori determinanti delle differenze di reddito tra paesi e territori (Lucas 1988, 1990; Romer, 1996).

Quando si parla di capitale umano il primo fattore considerato è la scolarizzazione. Quest'ultima rappresenta solo una componente del capitale umano, infatti come osserva Freeman (1986, p.377), in ogni studio emerge che la scolarizzazione deve essere collegata all'esperienza -misurata con gli anni di attività- alla presenza del lavoratore nell'azienda (Bigsten et al. 2000), alla formazione, all'età del conduttore e al genere, per comprendere come si genera la crescita dei profitti.

L'istruzione agisce sul capitale umano in quanto migliore le conoscenze che portano a una gestione efficiente (Kalirajan, 1990) così come è stato dimostrato da buona parte della letteratura sul capitale umano (Lockheed, Jamison and Lau, 1980).

Evidenze empiriche dimostrano che l'elasticità del reddito rispetto all'istruzione è più alta nelle aree urbane che in quelle rurali (Rhoades, Renkow; 1998). Broomhall e Johnson (1994) dimostrarono nel loro studio che gli studenti con una bassa performance scolastica hanno una minore probabilità di spostarsi dalle aree rurali.

Il capitale umano sembra essere il risultato sia del livello di istruzione, sia dell'interazione di esso con gli altri fattori che lo vanno a caratterizzare su riportati. Partendo dall'analisi del "genere del conduttore" pare che le aziende con prevalenza di donne siano più efficienti e facilitate anche dall'utilizzo di tecnologia e nell'accesso al credito (Mathijs and Vranken, 2001). La generalizzazione degli effetti di tale variabile sull'efficienza nella gestione non è cosa facile, infatti, se da un lato le donne hanno una maggiore attitudine a lavorare duramente, dall'altra la gestione della famiglia comporta dei limiti di tempo da allocare ai compiti domestici a scapito dell'azienda agricola.

Proseguendo l'analisi con gli altri attributi annoverati che determinano il capitale umano troviamo l'età del conduttore al crescere della quale ci si aspettano degli effetti negativi in quanto si ritiene che il fattore età riduca l'abilità del lavoro e anche perché gli agricoltori più anziani sembrano poco disponibili o talvolta incapaci di utilizzare innovazioni tecnologiche (Herdt & Mandac, 1981).

D'altro canto, l'apporto del conduttore più anziano in alcuni casi potrebbe invece essere positivo in quanto la maggiore esperienza e il bagaglio di conoscenze che derivano dagli anni di lavoro in azienda possono essere migliorativi nell'utilizzo più efficiente degli input produttivi (Wilson et al., 1998).

Alcune considerazioni importanti possono emergere dal lavoro extra-aziendale e quindi dalla pluriattività del conduttore. Di grande interesse sono ad esempio i risultati del contributo di Fafchamps and Quisumbing (1998) dove si dimostra l'incidenza del capitale umano sulla produttività e sull'allocazione delle risorse umane, in quattro comuni del Pakistan. I risultati sembrano dimostrare come le famiglie con una migliore scolarizzazione di uomini guadagnano più alti redditi dalle attività extra-agricole e spostano l'attenzione dalle attività agricole verso questi altri settori più remunerativi. Pertanto, gli effetti del capitale umano sul reddito familiare sono legati alla riallocazione del lavoro tra attività poco produttive verso lavoro non agricolo.

1.3 Evidenze empiriche

1.3.1 Metodologia

Le aziende oggetto di indagine praticano la vendita diretta che è una forma di commercializzazione dei prodotti agricoli che mette in contatto produttori e consumatori, saltando tutte le fasi intermedie della filiera, e che quindi viene spesso definita "filiera corta" (Cicatiello-Franco, 2008). Esiste, ormai diffuso, il luogo comune secondo cui l'efficienza della filiera dipenda dalla sua lunghezza. Il vero problema riguarda l'organizzazione del sistema distributivo. La lunghezza della catena, infatti, "tende a ridursi quanto più organizzati sono entrambi gli operatori posti agli estremi della stessa, permettendo in tal modo una diminuzione di quelle 'sacche di inefficienza' che spesso conducono una riduzione dei margini degli stessi operatori e un contestuale aumento dei prezzi per i

consumatori" come ribadito da De Castro (2009, 2010). La filiera corta, peraltro, non costituisce certamente la soluzione più indicata per tutti i problemi, e in determinati contesti, dove non trova la sua naturale collocazione, ovvero il suo particolare "luogo economico" (Sini, 2009), risulta meno efficiente della filiera lunga. In generale, essa risulta particolarmente idonea a risolvere le difficoltà di aziende di piccole dimensioni, multifunzionali, che offrono prodotti di nicchia (locali tipici e/o biologici), come le aziende oggetto della nostra indagine. Appare, invece, poco adeguata in tutte le situazioni in cui prevalgono dimensioni d'impresa medio-grandi e si creano economie di scala di tipo economico ed ecologico, quando l'offerta aziendale è specializzata e costituisce una consistente massa critica di prodotto che può trovare maggiore facilità di sbocco in un mercato più ampio di quello locale. Non è quindi adatta in tipologie d'impresa (medio-grandi) laddove l'efficiente utilizzo del tempo-lavoro dell'imprenditore non consente a quest'ultimo lo svolgimento di un'attività diversificata e multifunzionale, che comprenda anche la commercializzazione diretta delle produzioni aziendali. In queste situazioni può risultare più vantaggiosa la filiera lunga. Inoltre, la filiera corta, richiedendo una buona organizzazione e un'attività agricola multifunzionale, valorizza appieno il capitale umano e sociale, nonché le risorse naturali locali e pertanto può innescare processi di sviluppo endogeno delle aree rurali. Capitale umano e capitale sociale sono, quindi, fattori determinanti per la buona riuscita delle esperienze di filiera corta ed in particolar modo perché queste si diffondano a livello territoriale. Per tali ragioni abbiamo voluto analizzare il ruolo del capitale umano e del capitale sociale, e le relazioni funzionali, nelle aziende vitivinicole dei sistemi rurali beneventano e irpino, fortemente vocati alla vitivinicoltura, che praticano forme diverse di filiera corta secondo differenti modelli organizzativo-territoriali.

L'analisi empirica ha riguardato, dunque, 80 aziende (trattate come casi studio) della filiera vitivinicola del Sannio beneventano e dell'Irpinia che hanno intrapreso percorsi di diversificazione multifunzionale e svolgono attività di filiera corta.

1.3.2 Le relazioni qualitative fra capitale umano e capitale sociale nelle esperienze di filiera corta della Campania interna

Dall'analisi dei dati risultanti dalla rilevazione territoriale condotta su un campione ragionato di aziende vitivinicole delle province di Avellino e Benevento che praticano la vendita diretta, sono emerse una serie di considerazioni sul capitale umano delle aziende vitivinicole sannite e avellinesi e sulle relazioni tra capitale umano e capitale sociale in agricoltura, definite dalla letteratura economica riportata nei paragrafi precedenti.

Partendo dalle relazioni tra capitale umano e capitale sociale emerge che per un livello di istruzione molto basso (pari alla prima fascia) vi sia una netta prevalenza di aziende che fanno parte di

cooperative mentre al crescere del livello di istruzione vi sia un'alta percentuale di aziende che fanno parte di un consorzio di tutela (tab. 1). Infatti, il 54,55% di chi ha un diploma e il 61,11% di chi ha una laurea appartengono ad un consorzio di tutela, mentre nel campione analizzato, per un livello di istruzione molto basso, quale la licenza elementare, pare esista una preferenza per la cooperativa.

Tab. 1 - Istruzione del conduttore e adesione ad organismi associativi

Istruzione	Nessuno	Cooperativa	Associazioni di produttori	Consorzio di tutela	vuoto	Totale
Licenza elementare	0,00	**100,00**	0,00	0,00	0,00	100,00
Licenza media	15,38	**46,15**	23,08	15,38	0,00	100,00
Diploma	34,09	9,09	2,27	**54,55**	0,00	100,00
Laurea	38,89	0,00	0,00	**61,11**	**0,00**	100,00
Totale complessivo	30	13,75	5,00	50,00	25,00	100,00
	30,00	13,75	5,00	50,00	1,25	100,00

Da questi dati sembra che l'istruzione agisca sul livello associativo e quindi indirettamente sulla dimensione di capitale sociale che si viene a creare in un contesto produttivo.

Inoltre, come risalta nella tab. 2, un'istruzione elevata potrebbe essere relazionata ad elevati livelli di fatturato, in linea con la prevalente letteratura economica sul capitale umano, l'istruzione sembra essere collegata al fatturato dichiarato.

Dai dati riportati (tab. 2), emerge che l'88 per cento dei conduttori con il più elevato livello di istruzione ha un fatturato elevato mentre chi ha un livello di istruzione molto basso (licenza elementare) si colloca sul primo livello di fatturato.

Tab. 2 - Istruzione e fatturato

Istruzione	fatturato				
	Prima classe	**Seconda classe**	**Terza classe**	**Quarta classe**	**Totale complessivo**
elementare	**100**	0	0	0	100
media	30,77	23,08	**46,15**	0	100
diploma	9,09	15,91	25	**50**	100
laurea	0	0	11,11	**88,89**	100
(vuoto)	25	0	0	75	100
Totale complessivo	12,5	12,5	23,75	51,25	100

Nella letteratura, diversi studi dimostrano che la possibilità di trovare un lavoro cambia con il crescere del livello di istruzione che determina un aumento del costo-opportunità del conduttore che decide di lavorare in agricoltura. Infatti, il livello di istruzione conseguito potrebbe influenzare i costi della decisione di uscire dal settore, incidendo sulle opportunità di trovare un impiego extra-agricolo (Mills, Hazarika; 2001; Hennessy e Rehman; 2007).

L'istruzione agisce sul capitale umano, infatti le aziende con conduttore più istruito realizzano profitti più elevati, e trasversalmente sul capitale sociale come emerge dal fatto che per un alto livello di istruzione del conduttore un'alta percentuale di aziende aderisce ai consorzi di tutela.

L'esperienza costituisce indubbiamente un fattore di capitale umano come emerge dagli studi di Freeman (1986: 377). Se consideriamo l'epoca di costituzione dell'azienda come un indicatore dell'esperienza maturata al suo interno dal conduttore sembra che esista una tendenza che al crescere degli anni di costituzione vi sia un'alta percentuale di aziende che appartengono ai consorzi di tutela che, quale forma associativa, sono un'espressione del capitale sociale che si sviluppa nell'area (tab. 4).

Tab. 4 - Anni di esistenza dell'azienda e adesione a organismi associativi

Cluster anni	Nessuno	Cooperativa	Associazione di produttori	Consorzio di tutela	Vuoto	Totale
0 – 5	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00
5 – 10	40,00	0,00	0,00	**60,00**	0,00	100,00
10 – 20	29,63	0,00	3,70	**66,67**	0,00	100,00
20 – 30	29,73	29,73	8,11	32,43	0,00	100,00
oltre 30	0,00	0,00	0,00	**80,00**	20,00	100,00
TOTALE	30,00	13,75	5,00	50,00	1,25	100,00

Diversa, invece, è l'esistenza di rapporti con altre aziende agricole che non sembra legata al numero di anni di costituzione dell'azienda, in quanto, in tutte le classi considerate, prevale la dichiarazione del conduttore di avere rapporti con altre aziende agricole (tab. 5). L'unica classe in cui invece pare prevalga l'assenza totale di rapporti con altre aziende è la classe di aziende costituite da oltre 30 anni, quasi ad evidenziare una cultura legata alla diffidenza e alla chiusura, retaggio di una conduzione dell'impresa agricola di tipo individualistico.

Tab. 5 - Anni di esistenza dell'azienda e rapporti con altre aziende agricole

	Rapporti con altre aziende agricole		
Cluster anni	**no**	**si**	**Totale**
0 – 5	0,00	**100,00**	100,00
5 – 10	40,00	**60,00**	100,00
10 – 20	48,15	**51,85**	100,00
20 – 30	24,32	**75,68**	100,00
oltre 30	**60,00**	40,00	100,00
Totale	36,25	63,75	100,00

Anche l'età del conduttore, come il fattore esperienza, misurato con gli anni di costituzione d'azienda, è una conferma di questo fenomeno: al crescere dell'età aumenta la partecipazione a consorzi (tab. 6). Nella prima e nella seconda fascia d'età prevale la cooperativa. Nella terza e nella quarta fascia di età prevale il consorzio di tutela. E' come se l'età portasse ad una emancipazione dell'impresa e ad una apertura a forme associative strutturate.

Tab. 6 - Età del conduttore e adesione a organismi associativi

età		Nessuno	cooperativa	Ass di produttori	Consorzio di tutela	vuoto	Totale
	1	0	100	0	0	0	100
eta	**2**	15,38	46,15	23,08	15,38	0	100
	3	34,09	9,09	2,27	54,55	0	100
	4	38,89	0,00	0,00	61,11	0	100
	(vuoto)	0	0	0	75	25	100
		30	13,75	5	50	1,25	100

In tutte le fasce di età prevale la non condivisione di informazioni strategiche. Dalla tab. 5 emerge l'esistenza di rapporti tra le aziende agricole del territorio, mentre, nella parte del questionario in cui si è fatto riferimento più specificamente alla condivisione di informazioni da adottare nel medio lungo termine, è prevalsa una linea strategica autonoma.

Infatti, nel questionario sono stati indicati tutti gli attori della filiera ma i conduttori intervistati hanno manifestato l'assenza di relazioni strategiche condivise con le altre aziende del territorio (tab. 7).

Tab. 7 - Età del conduttore e condivisione di informazioni strategiche

Età		no	fornitori	Al. Az	Consul	Clien	Cant soc	Trasf	Assoc categ	Totale
	20-30	**50**	0	0	50	0	0	0	0	100
	30-40	**60**	0	10	10	0	10	0	10	100
	40-50	**36**	8	20	16	4	8	4	4	100
	50-60	**76,92**	7,69	7,69	0,00	0,00	0,00	7,69	0,00	100
	60-70	**66,67**	0,00	0,00	33,33	0,00	0,00	0,00	0,00	100
(vuoto)		70,37	7,41	3,70	7,41	3,70	3,70	0,00	3,70	100
Totale compl.		58,75	6,25	10,00	11,25	2,50	5,00	2,50	3,75	100

Anche il genere costituisce un'importante componente di capitale sociale e, come è emerso dagli studi precedentemente realizzati, può agire in diversi modi (Simeone, 2007). Andando a guardare le relazioni di questa componente del capitale umano con il capitale sociale sembra che essere un conduttore di sesso femminile porti ad una più bassa possibilità di far parte di associazioni ben strutturate come il consorzio di tutela (tab. 8) e questo talvolta potrebbe essere collegato alla scarsa professionalità dell'azienda agricola.

Tab. 8 - Genere del conduttore e partecipazione ad organismi associativi

Genere	No	Cooperative	Associazioni di produttori	Consorzio di tutela	vuoto	Totale complessivo
F	**38,10**	**38,10**	0	23,81	0	100
M	27,59	5,17	6,90	**60,34**	0	100
(vuoto)	0	0	0	0	100	100
Totale complessivo	30	13,75	5	50	1,25	100

Sembra inoltre che il conduttore donna si trovi con maggiore probabilità nella classe 3 di fatturato mentre il conduttore di sesso maschile appartenga al livello di fatturato più alto (tab. 9).

Tab. 9 - Genere del conduttore e classi di fatturato

genere	1	2	3	4	Totale complessivo
F	23,81	4,76	47,62	23,81	100
M	8,62	15,52	15,52	60,34	100
Totale complessivo	12,50	12,50	23,75	51,25	100

Andando a guardare il fattore pluriattività emerge che esso può agire sul capitale umano in diversi modi. In primo luogo un conduttore con lavoro anche extra agricolo generalmente ha maggiori relazioni, è maggiormente informato ed ha maggiori conoscenze. Di converso invece, un conduttore pluriattivo potrebbe essere anche colui che ha necessità di integrare il reddito aziendale e quindi denotare una gestione poco professionale in quanto non in grado di fornire i mezzi per il proprio (Breustedt, Glauben 2007) sostentamento.

Dai risultati ottenuti nella nostra indagine non sembra rilevarsi un trade off tra pluriattività e fatturato ma pare che vi sia una forte influenza di altre variabili. Infatti, anche in caso di pluriattività esiste un 45% di aziende che appartengono alla più alta fascia di reddito e questo potrebbe derivare dall'informazione e da scambi di idee e conoscenze capaci di sortire effetti virtuosi sulla realizzazione di alti livelli di fatturato (tab. 10).

Tab. 10 - Impegno aziendale del conduttore e fatturato

Impegno aziendale conduttori	**Livelli di fatturato**				
	1	2	3	4	**Totale complessivo**
100-200	22,73	9,09	22,73	**45,45**	100
200-300	17,39	21,74	34,78	26,09	100
>300	2,94	8,82	17,65	**70,59**	100
(vuoto)	0	0	0	100	100
Totale complessivo	12,5	12,5	23,75	51,25	100

Ovviamente i conduttori con impegno *full time* in azienda, ottengono fatturati altrettanto alti, infatti il 70,59 per cento di chi lavora *full time* consegue un reddito situato nella fascia più alta. Interessante il dato che anche tra coloro che lavorano solo 100 giorni l'anno in azienda vi sia il 45 per cento con un reddito altrettanto elevato (fascia 4).

Confrontando questo dato della pluriattività con altri dati, inserendo ad esempio un'altra variabile di capitale umano quale l'istruzione e una variabile di capitale sociale quale la partecipazione ad associazioni, otteniamo informazioni interessanti, come riportato nella tabella 11.

Tab. 11 - Impegno aziendale del conduttore, istruzione e associazionismo

Impegno azied condutt	Istruzione	nessuna	cooperativa	Associazione di produttori	Consorzi o di tutela	vuoto	Totale complessivo
	Licenza elem						
100-200	**media**	20	**60**	20	0	0	100
	diploma	33,33	25	0	41,67	0,00	100,00
	laurea	20,00	0,00	0,00	**80,00**	0,00	100,00
		0,00	0,00	0,00	100,00	0,00	100,00
200-300	**Licenza elem**	0,00	**100,00**	0,00	0,00	0,00	100,00
	Licenza media	16,67	50,00	33,33	0,00	0,00	100,00
	diploma	35,71	7,14	0,00	57,14	0,00	100,00
	laurea	50,00	0,00	0,00	**50,00**	0,00	100,00
	Licenza elem						
>300	**media**	0,00	0,00	0,00	**100,00**	0,00	100,00
	diploma	33,33	0,00	5,56	**61,11**	0,00	100,00
	laurea	45,45	0,00	0,00	**54,55**	0,00	100,00
	vuoto	0,00	0,00	0,00	66,67	33,33	100,00
Totale complessivo		30,00	13,75	5,00	50,00	1,25	100,00

Per un livello elevato di pluriattività e quindi per un basso impegno aziendale, ma in presenza di istruzione alta abbiamo un 80% delle aziende che si trova nei consorzi di tutela mentre nella stessa classe ma con livello di istruzione basso è più probabile che l'azienda sia in cooperativa. L'istruzione anche in presenza di pluriattività sembra essere la variabile che determina la forma associativa prescelta.

Un livello medio di pluriattività (200-300 giornate) si trova in un livello di istruzione pari alla licenza elementare e media. Un'attività esclusiva pari a più di 300 giornate l'anno, si trova per un livello di istruzione pari a diploma e laurea: se chi ha un livello di istruzione elevato rimane in agricoltura vuol dire che l'azienda è professionale e garantisce condizioni migliori del settore extra agricolo, come è ampiamente dibattuto nella letteratura che fa riferimento all'istruzione come

fattore che determina un aumento del costo-opportunità del conduttore che decide di lavorare in agricoltura. Infatti, il livello di istruzione conseguito potrebbe influenzare i costi della decisione di uscire dal settore, incidendo sulle opportunità di trovare un impiego extra-agricolo. Vi è pertanto differenza di capitale umano tra un pluriattivo istruito e un pluriattivo non istruito e un conseguente diverso livello di partecipazione a organismi associativi.

Nel caso in cui la pluriattività è limitata a poche giornate l'anno quindi nella classe 2 (con un numero di giornate di lavoro aziendali che va da 200 a 300 g l'anno) per un livello di istruzione più basso prevale ancora una volta la partecipazione a cooperative.

Diversi sono i risultati quando non si ha pluriattività ma un lavoro in azienda esclusivo. In tali casi, a prescindere dal livello di istruzione prevale il consorzio di tutela (il livello di istruzione non gioca ma gioca la professionalità dell'azienda agricola). Indipendentemente dall'istruzione del conduttore, nel campione di aziende vitivinicole individuate la forma sociale prevalente è la società in nome collettivo che prevale per tutti i livelli di istruzione (tab.12).

Tab. 12 - Istruzione del conduttore e forma sociale dell'impresa

	FORMA SOCIALE					
Istruzione	**snc**	**sas**	**srl**	**spa**	**(vuoto)**	**Totale complessivo**
Licenza elementare	**100**	0	0	0	0	100
Licenza media	**100**	0	0	0	0	100
diploma	**79,55**	2,27	11,36	6,82	0,00	100
laurea	**50,00**	0,00	5,56	38,89	5,56	100

Il 62,5% di coloro che sono nei consorzi di tutela sono società in nome collettivo mentre solo il 17,5% di coloro che fanno parte di consorzi sono società per azioni, quindi pare che le società in nome collettivo abbiano una maggiore probabilità di stare nei consorzi rispetto alle società per azioni. La forma societaria prescelta potrebbe derivare da una maggiore o minore capacità di condivisione nella gestione e al crescere dell'importanza della componente personale, cresce anche la partecipazione a forme associative.

Considerazioni conclusive

In questo contributo, da quanto emerge dalle elaborazioni su riportate possiamo fare qualche considerazione conclusiva sul rapporto tra capitale umano e capitale sociale e su come la presenza di specifici attributi nelle dimensioni analizzate possa generare interazioni e interdipendenze.

Innanzitutto, un primo interessante risultato riguarda il collegamento tra una delle principali variabili di capitale umano, quale l'istruzione, con la tipologia di forma associativa che interessa

l’azienda. Infatti, vediamo che per un alto livello di istruzione non si ha un’esternalizzazione delle fasi produttive, quindi, difficilmente l’azienda sarà socia di cooperativa, ma aderirà al consorzio che tutela il marchio e svolge anche un’azione informativa, di comunicazione, di immagine e costituisce un vero network economico per le aziende che ne fanno parte.

Tra capitale umano e capitale sociale si viene così a creare una relazione positiva: più alto è il capitale umano più alta è la partecipazione a queste forme di tutela.

Quando invece l’istruzione è bassa è più facile trovare le aziende che esternalizzano le fasi produttive alla cooperativa riducendo in tal modo anche il valore aggiunto.

Di grande interesse è il risultato che emerge dal confronto tra l’esperienza quale fattore di capitale umano e la partecipazione a Consorzi di tutela. Sembra che esista una tendenza che al crescere degli anni di costituzione dell’azienda aumenti la percentuale di aziende che appartengono a Consorzi di tutela che, quale forma associativa, sono espressione del capitale sociale che si sviluppa nell’area.

Nelle aziende costituite da oltre trent’anni, senza cambio di conduzione, un’elevata percentuale dei conduttori dichiara di non aver rapporti con altre aziende, quasi a voler evidenziare una cultura legata alla diffidenza e alla chiusura, retaggio di una conduzione dell’impresa agricola proiettata al proprio interno. Diversa è la situazione per le aziende più giovani che invece mostrano una maggiore propensione e apertura ai rapporti con altre imprese agricole. Dall’analisi sullo scambio di informazioni strategiche, in tutte le fasce di età dei conduttori è emersa la non condivisione della propria linea strategica con altre imprese del territorio. Questo risultato denota ancora una volta la forte competitività locale che forse è proprio tra i segreti dello sviluppo locale, se agisce in senso Porteriano (Porter 2008), purché i consorzi di tutela riescano a coinvolgere gli operatori del settore che possono rinnovarsi per superare i costi di transazione, attraverso una riduzione dei search e information costs, per poi elaborare una propria strategia aziendale più complessa. Il contesto locale incide in diversi modi sulla competitività delle aziende che vi si insediano. Innanzitutto, le regole, le norme sociali, gli incentivi e gli investimenti in un dato settore potrebbero rappresentare importanti elementi di vantaggio competitivo di un territorio, determinando una tensione competitiva che spinge le imprese a rinnovarsi in un’intensa rivalità. La rivalità locale, avendo le imprese le stesse possibilità di accesso al mercato e di costo dei fattori, non può che avvenire sulla capacità di distinguersi dai concorrenti e di abbattere i costi.

In tale realtà, lo sviluppo dei Consorzi di tutela sembra essere una delle strade maggiormente praticabili per l’aggregazione e per guidare le aziende verso una cultura d’impresa, verso le necessarie innovazioni atte a favorire un’ adeguata collocazione delle proprie produzioni sui mercati, attivando tutte le reti possibili, pubbliche e private, essendo stata rilevata a livello locale una scarsa spinta collaborativa e una tendenza alla chiusura soprattutto nelle aziende con scarso

capitale umano. Pertanto, lo sviluppo del capitale sociale deve poggiare su un substrato, costituito da un buon capitale umano, anche nel settore agricolo, per una maggiore efficacia delle azioni di policy territoriale.

Bibliografia

Bigsten, A., Isaksson A., Söderbom M., Collier P., Zeufack A., Dercon S., Fafchamps M., Gunning J.W., Teal F., Appleton S., Gauthier B., Oduro. A, Oostendorp R. and Pattillo C. (2000): Rates of Return on Physical and Human Capital in Africa's Manufacturing Sector*Economic Development and Cultural Change* Vol. 48, No. 4 (July 2000), pp. 801-827.

Breustedt G., Glauben T. (2007): Driving Forces behind Exiting from Farming in Western Europe in *Journal of Agricultural Economics*, Vol. 58, n.1 pp.115-127.

Broomhall D.E., Johnson T.G. (1994): Economic Factor that Influence Educational Performance in Rural schools in *American Journal of Agricultural Economics* n.76, pagg. 557-567.

Cicatiello C., Franco S. (2008): La vendita diretta: produttori, consumatori e collettività in *AgriRegioniEuropa*, Anno 4, n. 14.

Fafchamps M., Minten B. (2001): Social Capital and Agricultural Trade in *American Journal of Agricultural Economics* Vol. 83, No. 3 (Aug., 2001), pp. 680-685

Fafchamps, M., Quisumbing, A. R., 1999 Human Capital, Productivity, and Labor Allocation in Rural Pakistan The Journal of Human Resources Volume: 34, Issue: 2, Publisher: International Food Policy Research Institute, Food Consumption and Nutrition Division, Pages: 369-406.

Freeman, R. (1986) “Demand for Education”, chapter 6 in O. Ashenfelter and R. Layard (eds.) Handbook of Labor Economics, North-Holland, Amsterdam.

Hennessy T.C., Rehman T. (2007): *An investigation into Factors Affecting the Occupational Choices of Nominated Farm Heirs in Ireland* in Journal of Agricultural Economics, Vol. 58, n.1, pp 61-75.

Herdt, R.W. & Mandac, A.M., ‘Modern Technology and Economic Ef. ciency of Philippine Rice Farmers’, Economic Development and Cultural Change, 29, 1981, pp. 375–399.

Kalirajan, K.P., ‘On Measuring Economic Ef. ciency’, Journal of Applied Econometrics, 5, 1990, pp. 75–85.

Lockheed, M. E., Jamison, D. T., and Lau, L. J., ‘‘Farmer Education and Farm Efficiency: A Survey,’’ *Economic Development and Cultural Change*, 29 (1): 37-76, October 1980.

Lucas, R.E. Jr (1988) “On the mechanics of economic development”, Journal of Monetary Economics, Vol. 22, July, pp.3-42.

Mathijs E., & Vranken L.. (2001): Human Capital, Gender and Organisation in Transition Agriculture: Measuring and Explaining the Technical Efficiency of Bulgarian and Hungarian Farms Post-Communist Economies, Vol. 13, No. 2, 2001

Mills B., Hazarika G. (2001): *The migration of young adults from non-metropolitan counties* in American J. Agr. Econ. 83(2) pp. 329-340.

Porter (1990): *Competitive Advantage of Nations.* New York. The free press.

Romer, D. (1996) Advanced Macroeconomics, McGraw-Hill, New York.

Simeone, M. (2007): Le determinanti del trasferimento intergenerazionale in agricoltura: un’analisi empirica basata sulla stima di un modello probit in Rivista di Economia Agraria, n.4/06 Edizioni Scientifiche italiane.

Sini M.P. (2009): aspetti del dibattito sulla filiera corta in Agriregionieuropa anno 5 numero 16.

Wilson, P., Hadley, D., Ramsden, S. & Kaltsas, I., ‘Measuring and Explaining Technical Efficiency in UK Potato Production’, Journal of Agricultural Economics, 49, 1998, pp. 294–305.