



Munich Personal RePEc Archive

Questionnaire and Guide Book for the Measurement of Social Capital

Sabatini, Fabio

University of Trento, Euricse

11 March 2010

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/21355/>
MPRA Paper No. 21355, posted 12 Mar 2010 15:32 UTC

Questionario e guida pratica per la misurazione del capitale sociale [^] [♥]

di Fabio Sabatini^{*}

Abstract

Questo paper presenta un questionario e una guida pratica per la misurazione del capitale sociale. Il lavoro vuole costituire un vero e proprio manuale rivolto a ricercatori, studenti e docenti, consulenti di impresa e operatori del terzo settore che per qualsiasi ragione, dalla redazione della tesi di laurea alla valutazione dell'assetto organizzativo di un'azienda, siano alle prese con la misurazione del capitale sociale e di altri fenomeni poco tangibili ma economicamente rilevanti. In questo contesto, il capitale sociale è trattato nelle sue molteplici sfaccettature. Ciascuna dimensione è fotografata da un gruppo di domande, elaborate a partire dalle considerazioni fornite dalla letteratura teorica oppure dagli spunti provenienti dalla ricerca empirica.

Parole chiave: capitale sociale; imprenditorialità; beni relazionali; fiducia; norme sociali; reti; partecipazione sociale; partecipazione politica.

Abstract

This paper presents a guidebook and a questionnaire for the measurement of social capital. Our aim is to provide researchers, teachers, students, and practitioners with a set of practical instructions and tools to carry out empirical research on social capital and other related intangible assets.

Keywords: social capital; entrepreneurship; intangible assets; social norms; relational goods; trust; networks; social participation; political participation.

JEL codes: A12, A13, C81, C82, C83, R11, R23, Z13.

[^] Il presente lavoro è stato sviluppato nell'ambito del progetto di ricerca: "Il capitale sociale della Toscana", coordinato dall'autore insieme a Giuseppe Garofalo (Università della Toscana). Desidero ringraziare l'Università della Toscana per il supporto finanziario. Ringrazio anche Giuseppe Garofalo per i preziosi commenti e suggerimenti. Naturalmente la responsabilità di quanto scritto rimane interamente mia.

[♥] Il lettore può utilizzare liberamente il questionario o parte di esso per le proprie attività di ricerca, a condizione di: a) informarne l'autore via email all'indirizzo fa.sabatini@gmail.com; b) citare la fonte e/o i lavori a esso collegati, tra cui: Garofalo, G., Sabatini, F. (a cura di), 2008. *Homo Oeconomicus? Dinamiche imprenditoriali in laboratorio*. Bologna, Il Mulino. Sabatini, F., 2009. The Relationship Between Trust and Networks: an Exploratory Empirical Analysis. *Economics Bulletin* 29, 661-672.

^{*} Università di Trento, Euricse (European Research Institute on Cooperative and Social Enterprises). Email: fa.sabatini@gmail.com.

1. Introduzione

Il capitale sociale è un fenomeno multidimensionale e intangibile, e le difficoltà nella sua misurazione costituiscono un forte limite alla credibilità della ricerca empirica. La procedura più affidabile per misurare fenomeni intangibili a livello micro richiede l'uso di tecniche diverse, che comprendono sia la realizzazione di interviste sia il ricorso a metodi sperimentali in laboratorio.

Questo paper presenta un modello di questionario per la misurazione del capitale sociale. Le domande sono state elaborate tenendo conto sia degli spunti provenienti dalla letteratura teorica, sia delle possibili critiche che si possono rivolgere alla rilevazione di fenomeni intangibili mediante interviste sul campo. Una prima versione del questionario è stata utilizzata nell'ambito del progetto di ricerca "Il capitale sociale della Toscana", i cui risultati sono pubblicati nel volume: Garofalo, G., Sabatini, F., 2008. *Homo Oeconomicus? Dinamiche Imprenditoriali in laboratorio*. Bologna, Il Mulino. Nell'ambito di tale progetto di ricerca, prima della somministrazione dell'intervista, i soggetti selezionati per l'indagine sono stati invitati a partecipare a un gioco della fiducia in laboratorio. La versione del questionario presentata in questo paper è pertanto arricchita dal confronto delle risposte degli intervistati con i comportamenti da loro effettivamente tenuti in laboratorio, che permette di effettuare un'analisi critica dei punti deboli e degli elementi di forza delle indagini campionarie, e di suggerire nuovi spunti per il raffinamento delle tecniche di rilevazione.

Nelle nostre intenzioni, il paper vuole costituire un vero e proprio manuale rivolto a ricercatori, studenti e docenti, consulenti di impresa e operatori del terzo settore che per qualsiasi ragione, dalla redazione della tesi di laurea alla valutazione dell'assetto organizzativo di un'azienda, siano alle prese con la misurazione del capitale sociale e di altri fenomeni poco tangibili ma economicamente rilevanti. A tal fine, nel questionario sono riportate in corsivo anche delle istruzioni per gli eventuali intervistatori. Nel presente lavoro il capitale sociale è trattato nelle sue molteplici sfaccettature. Ciascuna dimensione è fotografata da un gruppo di domande, elaborate a partire dalle considerazioni fornite dalla letteratura teorica oppure dagli spunti provenienti dalla ricerca empirica. In alcuni casi abbiamo adattato al contesto italiano domande già utilizzate in altre indagini nazionali (come il *General Social Survey* statunitense) o internazionali (per esempio il *World Values Survey*). In altri casi abbiamo formulato interrogativi del tutto nuovi nel tentativo di cogliere fenomeni molto popolari nella letteratura teorica – come il controverso ruolo della famiglia nell'accumulazione/distruzione di capitale sociale e nei processi di sviluppo economico – ma sorprendentemente trascurati dalla ricerca empirica.

La seconda parte di ciascun paragrafo riporta i risultati di alcune misurazioni effettuate in precedenza a livello nazionale dall'autore con un metodo analogo a quello impiegato nella presente

ricerca¹. I prossimi paragrafi sono dedicati alle diverse dimensioni del capitale sociale, costituite dalla famiglia (paragrafo 2), le reti informali di legami deboli tra amici e conoscenti (3), e l'associazionismo (4), la fiducia (5), e la percezione dell'ambiente sociale circostante (6). In appendice viene presentato il questionario per la misurazione del capitale sociale. L'appendice B contiene una breve nota metodologica sul progetto di ricerca "Il capitale sociale nella Tuscia" (Garofalo e Sabatini, 2008), cui fanno riferimento alcuni dei dati presentati nel paper.

Il lettore può utilizzare liberamente il questionario o parte di esso per le proprie attività di ricerca, a condizione di: a) informarne l'autore via email; b) citare la fonte e/o i lavori a esso collegati.

2. Le reti di relazioni familiari

Il ruolo della famiglia, intesa come luogo in cui si sviluppano relazioni di fiducia e reciprocità, è stato finora piuttosto trascurato dalla ricerca empirica su capitale sociale e sviluppo economico. Alla luce del contributo pionieristico di Banfield (1958), la famiglia viene generalmente definita come una forma di *bonding social capital*, cioè di capitale sociale che ostacola la diffusione della conoscenza e la socializzazione della fiducia (Gittel e Vidal, 1998), e viene associata a più bassi livelli di sviluppo (Putnam, 1994). Gli studi su quello che potremmo chiamare "capitale sociale familiare" mirano soprattutto a valutare l'impatto dei legami familiari sull'accumulazione di capitale umano e sul benessere dei giovani. Il contributo più noto è quello di Coleman (1988), che misura la forza dei legami familiari mediante il quoziente tra il numero dei genitori e quello dei figli. Questo approccio non tiene conto della qualità del rapporto tra genitori e figli, né del ruolo della famiglia allargata.

Nella prima misurazione del capitale sociale familiare finora effettuata in Italia (Sabatini, 2007a, 2007b), l'intensità dei legami forti tra i membri della famiglia è misurata mediante dati tratti dalle indagini multiscopo dell'Istat, che comprendono indicatori della composizione familiare, della prossimità spaziale tra i membri della famiglia, della rilevanza dei parenti non appartenenti al nucleo familiare e della qualità delle relazioni tra parenti sia all'interno sia all'esterno del nucleo familiare. Mediante un'analisi in componenti principali su 18 variabili (descritte nel dettaglio nella

¹ I risultati di tali misurazioni sono pubblicati nei seguenti lavori:

Sabatini, F., 2009. Social Capital as Social Networks: a New Framework for Measurement and an empirical analysis of its determinants and consequences. *Journal of Socio-Economics* 38 (3), 429-442.

Sabatini, F., 2008. Social Capital and the Quality of Economic Development", *Kyklos* 61 (3), 466-499.

Sabatini, F., 2007a. Un atlante del capitale sociale italiano. *QA - Rivista dell'Associazione Rossi-Doria* 1, 41-73.

Sabatini, F., 2007b. Capitale sociale, imprese sociali, spesa pubblica e benessere sociale in Italia. *Impresa Sociale*, 2 (76), 192-235.

tabella C1), l'autore costruisce un indicatore sintetico delle dotazioni di capitale sociale familiare delle regioni italiane costituito dalla prima componente principale, che spiega circa il 62% della variabilità totale dei dati. Più bassi punteggi delle regioni rispetto a questo fattore indicano una maggiore intensità dei legami familiari, ma anche una minore soddisfazione per la loro qualità. La classifica corrispondente delle regioni italiane è rappresentata nella tabella 1, insieme alla qualità di rappresentazione e ai contributi assoluti dei singoli casi, e mette in evidenza la nota polarizzazione tra nord e sud.

Tabella 1. Classifica delle regioni italiane sulla base del capitale sociale familiare

| Rank | Regioni | Coordinate | Contributi | Cosen quadri |
|------|-----------------------|-------------|----------------|--------------|
| 1 | Campania | -5,90 | 16,96 | 0,88 |
| 2 | Puglia | -4,72 | 10,86 | 0,83 |
| 3 | Calabria | -4,36 | 9,25 | 0,71 |
| 4 | Basilicata | -3,84 | 7,19 | 0,72 |
| 5 | Sicilia | -3,37 | 5,54 | 0,59 |
| 6 | Sardegna | -2,82 | 3,87 | 0,47 |
| 7 | Umbria | -1,26 | 0,77 | 0,15 |
| 8 | Marche | -0,20 | 0,02 | 0,01 |
| 9 | Molise | -0,06 | <i>Outlier</i> | 0,00 |
| 10 | Abruzzo | 0,08 | 0,00 | 0,00 |
| 11 | Veneto | 0,53 | 0,14 | 0,05 |
| 12 | Trentino Alto Adige | 0,56 | 0,15 | 0,03 |
| 13 | <i>Lazio</i> | <i>1,49</i> | <i>1,09</i> | <i>0,15</i> |
| 14 | Lombardia | 1,65 | 1,32 | 0,41 |
| 15 | Emilia Romagna | 2,65 | 3,42 | 0,65 |
| 16 | Toscana | 2,67 | 3,47 | 0,62 |
| 17 | Friuli Venezia Giulia | 3,15 | 4,83 | 0,43 |
| 18 | Valle d'Aosta | 3,76 | 6,89 | 0,57 |
| 19 | Piemonte | 4,56 | 10,10 | 0,89 |
| 20 | Liguria | 5,39 | 14,14 | 0,77 |

Fonte: Sabatini (2007a)

È interessante notare che le correlazioni tra le variabili sono quelle attese, con l'unica eccezione costituita dalla soddisfazione per la qualità del rapporto con i familiari, che risulta inversamente correlata con l'intensità dei legami, misurata dalla frequenza degli incontri e dalla prossimità spaziale dei luoghi di residenza. Quando i legami sono troppo stretti rischiano infatti di vincolare eccessivamente il comportamento e gli stili di vita degli intervistati, che se ne sentono soffocati. Nel questionario in appendice, l'intensità del capitale sociale familiare è misurata mediante indicatori della dimensione familiare, della prossimità spaziale dei membri della famiglia allargata, della frequenza e del tipo delle loro interazioni, della soddisfazione per la qualità di tali interazioni

e della fiducia nei confronti dei familiari. Il ruolo economico del capitale sociale familiare è stato approfondito indagando sul modo in cui i legami familiari hanno influenzato le attività professionali degli intervistati.

La prossimità spaziale dei membri della famiglia è misurata mediante la domanda:

Vorrei sapere quanto sono distanti le abitazioni di alcuni membri della sua famiglia "allargata", comprendente sia i membri del nucleo familiare sia altri parenti non conviventi.

Dove le possibili risposte sono 1 km, quando le persone vivono entro un chilometro di distanza rispetto all'intervistato, 15 km, quando le persone vivono a una distanza compresa tra 1 e 15 chilometri, e >15 km negli altri casi. La frequenza degli incontri con i familiari è misurata mediante la domanda:

Negli ultimi 12 mesi, qual è stata la frequenza dei contatti con i membri della sua famiglia, per qualsiasi genere di occasione?

Nella convinzione che la famiglia sia parte integrante del tessuto sociale e istituzionale in cui è radicata ogni attività economica, nell'ambito della ricerca sul capitale sociale della Tuscia (Garofalo e Sabatini, 2008) è stato chiesto agli imprenditori di rispondere ad alcune domande sul ruolo dei parenti nella vita dell'impresa. Il 60% degli imprenditori ha dichiarato che nell'azienda lavorano anche dei familiari (in media 2,21, mentre la moda della distribuzione è pari a 1), per lo più con un ruolo paritario rispetto all'intervistato (58%, di cui il 35% sono soci o gestori d'impresa, il 15% coadiuvanti e l'8% dirigenti), mentre una minoranza riveste ruoli subalterni (42%, di cui 29% impiegati e 13% operai). Nel 35% dei casi si tratta dei genitori, da cui spesso viene ereditata l'azienda. Il 27% sono figli, il 13% coniugi e il 23% altri parenti o affini. La grande maggioranza (91,7%) degli imprenditori si dice soddisfatto dell'operato dei propri familiari. Tuttavia, al di là dei rapporti di esplicita partecipazione all'attività imprenditoriale, la famiglia può aiutare o danneggiare l'impresa in vari modi. L'opinione più diffusa nella sociologia economica è che i familiari costituiscono una forma di *bonding social capital* per l'imprenditore: un fardello che danneggia e rallenta la crescita dell'azienda attraverso vari meccanismi:

a) la riduzione del tempo disponibile per il lavoro e la coltivazione di relazioni sociali alternative: una eccessiva attenzione verso le reti familiari può distogliere l'imprenditore da reti alternative, nelle quali circolano informazioni diverse. In genere la famiglia è considerata una rete chiusa, dove raramente si presenta la possibilità di raccogliere nuove informazioni.

b) La chiusura mentale associata alla condivisione di norme sociali restrittive e vincolanti, che rendono l'imprenditore più conservatore e meno favorevole alle innovazioni.

c) Il costo di distribuire favori ai familiari, per esempio sotto forma di assunzione di parenti e affini, come modo per ricambiare favori ricevuti in precedenza, soprattutto al momento dell'avvio dell'impresa, per esempio nella forma di sostegno finanziario.

Tuttavia, tale scetticismo è stato recentemente messo in discussione dalla letteratura aziendale. L'osservazione di casi specifici ha portato molti autori a sostenere che il "capitale sociale familiare" rappresenta un *asset* fondamentale sia per l'avvio, sia per lo sviluppo dell'impresa (Aldrich e Cliff, 2003, Westlund e Bolton, 2003, Hurst e Lusardi, 2004, Casson e Della Giusta, 2007, Arreagle et al, 2007).

Nella ricerca sulla tuscia sono state sottoposte a verifica queste ipotesi mediante alcune domande sul ruolo dei familiari nella attività imprenditoriale:

ha mai ricevuto un prestito da un familiare per finanziare delle spese legate alla sua attività imprenditoriale?

Al di là dei prestiti, ha mai ricevuto qualche altra forma di aiuto concreto – sotto forma, per esempio, di lavoro non retribuito - da un familiare in relazione alla sua attività imprenditoriale?

I suoi familiari le hanno mai procurato dei contatti utili per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale? Per esempio le hanno presentato dei partner, fornitori, consulenti, funzionari pubblici la cui conoscenza si è rivelata utile per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

Attraverso i suoi familiari, è mai venuto a conoscenza di informazioni rilevanti per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale? Per esempio, notizie sull'andamento del mercato, suggerimenti su nuove tecniche di produzione, o di organizzazione e di gestione dell'impresa, su nuovi sbocchi per la vendita dei suoi prodotti o nuovi canali per l'acquisto di mezzi di produzione o materie prime, o per reperire manodopera.

Una quota rilevante degli intervistati ha ricevuto un sostegno concreto dalla famiglia nell'ambito della sua attività imprenditoriale. Il fenomeno è più contenuto per quanto riguarda l'aiuto finanziario (nel 20% dei casi la famiglia ha concesso dei prestiti almeno "occasionalmente", valore che sale al 35% se si considerano anche i prestiti *ad tantum*). Come prevedibile, il ruolo dei familiari si presenta ancora più pronunciato nel caso di forme di aiuto meno costose rispetto ai prestiti: il 35,5% degli imprenditori ha ricevuto aiuto concreto "più che raramente", nel 40% dei casi attraverso i familiari sono stati allacciati contatti utili per l'azienda, nel 42,5% dei casi la famiglia è stata in grado di procurare informazioni. I dati, tratti da Garofalo e Sabatini (2008), sono presentati nella tabella 2.

Tabella 2. Il ruolo dei familiari nell'attività imprenditoriale (valori percentuali)

| Ha ricevuto... | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente | Totale |
|----------------|------|-----------|-----------------|--------|--------------|--------|
| Un prestito | 65,0 | 15,0 | 10,0 | 7,5 | 2,5 | 100,0 |
| Aiuto concreto | 62,5 | 2,5 | 12,5 | 20,5 | 2,5 | 100,0 |
| Contatti utili | 55,0 | 5,0 | 25,0 | 7,5 | 7,5 | 100,0 |
| Informazioni | 47,5 | 10,0 | 20,0 | 15,0 | 7,5 | 100,0 |

Come mostra la tabella 3, questi valori sono sensibilmente più elevati per gli imprenditori che impiegano nell'azienda anche dei familiari. Il 25% degli intervistati ha ricevuto un prestito più che raramente, il 45,9% ha fruito di aiuto concreto, il 50% ha allacciato contatti e il 50% ha avuto accesso a informazioni utili.

Tabella 3. Il ruolo dei familiari impiegati nell'azienda (valori percentuali)

| Ha ricevuto... | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente | Totale |
|----------------|------|-----------|-----------------|--------|--------------|--------|
| Un prestito | 58,3 | 16,7 | 8,3 | 12,5 | 4,2 | 100,0 |
| Aiuto concreto | 54,1 | 0 | 12,5 | 29,2 | 4,2 | 100,0 |
| Contatti utili | 45,8 | 4,2 | 25,0 | 12,5 | 12,5 | 100,0 |
| Informazioni | 37,5 | 12,5 | 20,8 | 16,7 | 12,5 | 100,0 |

La soddisfazione generale nei confronti dei rapporti con i familiari è rilevata mediante la domanda già utilizzata dall'Istat nell'ambito delle indagini multiscopo:

In generale, è soddisfatto dei suoi rapporti con i familiari? Oppure pensa che potrebbero andare meglio?

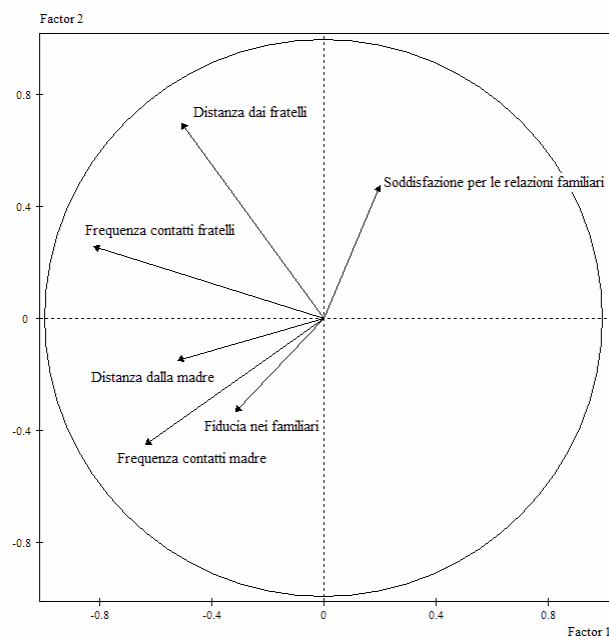
La fiducia nei confronti dei familiari è rilevata mediante la domanda ideata da Rosenberg (1956) per misurare la fiducia generalizzata e utilizzata dal *World Values Survey*:

Generalmente parlando, ritiene che ci si possa fidare dei familiari? Oppure che non si è mai troppo prudenti nel trattare con loro?

Come prevedibile, sia a livello nazionale (secondo le rilevazioni Istat), sia nella ricerca sulla Toscana, la grande maggioranza degli intervistati (91,7%) dà una risposta positiva.

Meno scontata è la relazione gli indicatori di soddisfazione e quelli di fiducia e intensità. Un esame della struttura delle correlazioni tra le variabili effettuato mediante un'analisi in componenti principali mostra in particolare l'esistenza di una relazione inversa tra l'intensità del rapporto con la madre e la soddisfazione degli intervistati per le interazioni familiari nell'area della Toscana. Tale fenomeno è evidenziato dal cerchio delle correlazioni tra le variabili rappresentato nella figura 1.

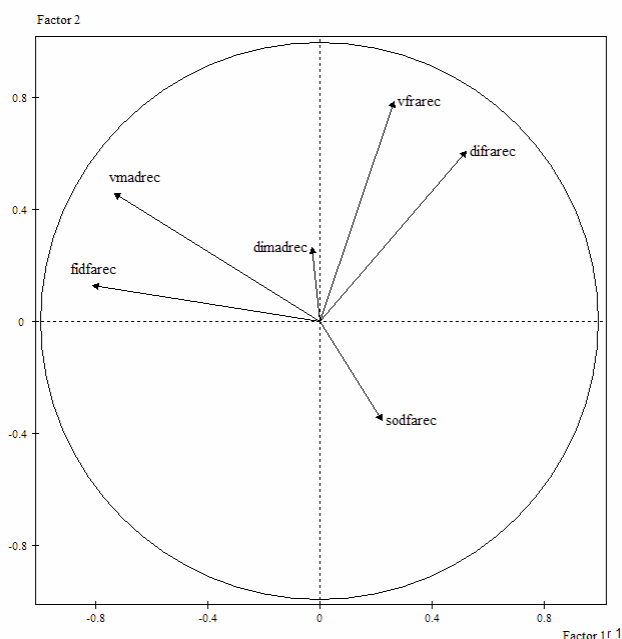
Figura 1. Cerchio delle correlazioni risultante dalla ACP sulle variabili riguardanti i rapporti con la famiglia - intero dataset



Il cerchio delle correlazioni mostra una proiezione delle variabili iniziali nello spazio fattoriale (determinato in questo caso dai primi due assi risultanti dall'analisi in componenti principali). Quando due variabili sono lontane dal centro, allora sono significativamente e positivamente correlate se sono vicine tra loro, cioè se gli autovettori corrispondenti formano un angolo piccolo, e non sono correlate se gli autovettori sono ortogonali. Inoltre, tanto più una variabile forma un angolo piccolo con la dimensione fattoriale, tanto più è correlata con il fattore e determina l'interpretazione dell'asse (Bolasco, 2002). Nella figura 1, la soddisfazione giace nel quadrante

opposto rispetto alla vicinanza e alla frequenza dei contatti con la madre. Come mostra la figura 2, la relazione non cambia se si considera il *dataset* più ristretto comprendente i soli imprenditori.

Figura 2. Cerchio delle correlazioni risultante dalla ACP sulle variabili riguardanti i rapporti con la famiglia - solo imprenditori



L'analisi fornisce una interessante conferma al fenomeno già individuato a livello nazionale per cui la soddisfazione per la qualità del rapporto con i familiari risulta inversamente correlata con l'intensità dei legami, misurata dalla frequenza degli incontri e dalla prossimità spaziale dei luoghi di residenza (Sabatini, 2007a). Come accennato sopra, rapporti familiari troppo stretti possono vincolare l'autonomia e gli stili di vita degli individui, risultando infine soffocanti. Ne risente la soddisfazione soggettiva, pur rimanendo intatta la fiducia nei confronti dei familiari.

3. Le reti informali di legami deboli

Nel suo celebre studio sulla società civile americana, Putnam (1995) identificava i rapporti di buon vicinato come un fattore per l'accumulazione di capitale sociale, in contrapposizione con l'abitudine di giocare a *bowling* da soli, considerata un segno del deterioramento della dimensione relazionale della vita degli individui. La sociologia economica riconosce ai legami deboli tra amici e conoscenti il ruolo di "ponti", che favoriscono la circolazione delle informazioni e la diffusione della fiducia tra ambienti socioeconomici diversi, che diversamente non entrerebbero mai in

contatto (Granovetter, 1973, 1985). Per questo motivo, le reti informali di legami deboli vengono spesso definite come una forma di *bridging social capital*. Nello studio di Putnam, questa forma di capitale sociale viene misurata mediante la frequenza dei contatti con amici, vicini di casa e conoscenti. In Italia, il *bridging social capital* è stato misurato da Sabatini (2007a e 2007b) attraverso un insieme di indicatori (presentati nella tabella A2) dell'abitudine al consumo di beni relazionali, come andare a cena fuori con gli amici, incontrarsi in un bar o in un pub, e ascoltare musica in compagnia, tratti dalle indagini multiscopo dell'Istat sull'uso del tempo libero e sulla vita quotidiana delle famiglie. Un'analisi in componenti principali su tali indicatori fornisce una misura sintetica dell'intensità delle reti di relazioni informali tra amici e conoscenti che spiega circa il 70% della variabilità dei dati e mostra un'elevata correlazione con tutte le variabili considerate, prestandosi quindi a essere utilizzata per stilare una graduatoria delle regioni italiane (tabella 4).

Tabella 4. Classifica delle regioni italiane basata sul "capitale sociale amicale"

| Rank | Regioni | Coordinate | Contributi | Cosen quadri |
|------|-----------------------|------------|------------|--------------|
| 1 | Trentino Alto Adige | -4,34 | 16,23 | 0,72 |
| 2 | Valle d'Aosta | -3,35 | 9,70 | 0,79 |
| 3 | Veneto | -2,71 | 6,33 | 0,56 |
| 4 | Emilia Romagna | -2,69 | 6,24 | 0,60 |
| 5 | Friuli Venezia Giulia | -2,21 | 4,22 | 0,69 |
| 6 | Marche | -1,69 | 2,46 | 0,51 |
| 7 | Toscana | -1,30 | 1,46 | 0,33 |
| 8 | Lombardia | -0,93 | 0,74 | 0,12 |
| 9 | Umbria | -0,61 | 0,32 | 0,11 |
| 10 | Piemonte | -0,36 | 0,11 | 0,05 |
| 11 | Sardegna | 0,06 | 0,00 | 0,00 |
| 12 | Molise | 0,24 | 0,05 | 0,01 |
| 13 | Abruzzo | 1,00 | 0,87 | 0,39 |
| 14 | Liguria | 1,36 | 1,59 | 0,43 |
| 15 | Basilicata | 1,43 | 1,75 | 0,11 |
| 16 | Lazio | 1,64 | 2,33 | 0,35 |
| 17 | Calabria | 2,94 | 7,44 | 0,68 |
| 18 | Sicilia | 3,68 | 11,69 | 0,62 |
| 19 | Puglia | 3,91 | 13,16 | 0,67 |
| 20 | Campania | 3,93 | 13,31 | 0,85 |

Fonte Sabatini (2007a)

Punteggi più bassi sono associati a una maggiore frequenza dei contatti con amici e conoscenti in contesti informali come circoli sportivi, bar, ristoranti, club musicali e, anche se in misura minore, a

una più elevata propensione a parlare con i vicini di casa. La regione più dotata di “capitale sociale amicale” è il Trentino Alto Adige, mentre la Campania si trova stavolta in fondo alla classifica. Oltre a misurare le dotazioni di *bridging social capital* della Tuscia, l’indagine presentata in Garofalo e Sabatini (2008) ha cercato di rilevare l’uso di questo *asset* da parte degli agenti e il suo ruolo nell’attività imprenditoriale. La frequenza degli incontri con gli amici è elevata, in linea con i dati relativi all’Italia centro-meridionale², ma leggermente inferiore rispetto alla frequenza degli incontri con i familiari. Anche nel caso degli amici, la fiducia è stata rilevata con una domanda mutuata dal quesito di Rosenberg, utilizzata per la prima volta in Italia:

Generalmente parlando, ritiene che ci si possa fidare degli amici? Oppure che non si è mai troppo prudenti nel trattare con gli amici?

Nel caso della Tuscia, i risultati sono sorprendenti: la fiducia nei confronti degli amici è contenuta e notevolmente più bassa rispetto a quella riposta nei familiari: il 61% degli intervistati ritiene che ci possa fidare degli amici (contro il 91,7% relativo ai familiari). Gli imprenditori sono la categoria che si fida di più (65%), mentre i dipendenti sono i più scettici (55%). Per stabilire il ruolo degli amici nella vita dell’impresa, è stata utilizzata una serie di domande:

Negli ultimi 12 mesi, nella sua impresa hanno lavorato, stabilmente o saltuariamente, uno o più amici?

Se sì, qual è il loro numero complessivo (tenendo conto sia dei rapporti di lavoro stabili sia di quelli saltuari)?

Qual è il loro ruolo (o quale è stato, nel caso di rapporti di lavoro saltuari o di rapporti di lavoro stabili che si sono interrotti negli ultimi 12 mesi precedenti l’intervista)?

In generale, è soddisfatto della collaborazione professionale con i suoi amici? Oppure preferirebbe che non fossero coinvolti nell’attività dell’impresa?

Ha mai ricevuto un prestito da un amico per finanziare delle spese legate alla sua attività imprenditoriale?

Al di là dei prestiti, ha mai ricevuto qualche altra forma di aiuto concreto – sotto forma, per esempio, di lavoro non retribuito - da un amico in relazione alla sua attività imprenditoriale?

Gli amici le hanno mai procurato dei contatti utili per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

Attraverso gli amici, è mai venuto a conoscenza di informazioni rilevanti per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

² Si veda in proposito Sabatini (2007a).

Anche nella vita d'impresa, il ruolo degli amici è molto più contenuto di quello della famiglia. Soltanto il 17,5% degli imprenditori dichiara di impiegare nella propria azienda amici o conoscenti. È tuttavia interessante rilevare che la percentuale sale al 25% se si considerano gli imprenditori che già impiegano familiari, a testimonianza del fatto che non si verifica un effetto di sostituzione tra i due tipi di legame. Il numero medio di amici impiegati è pari a 2, mentre la moda è pari a 1. L'80% degli imprenditori si dice soddisfatto dell'operato degli amici, percentuale più bassa rispetto a quella registrata per i familiari (91,7%).

Soltanto il 5% degli intervistati dichiara di aver ricevuto dagli amici un prestito per finanziare la sua attività imprenditoriale (contro il 35% relativo ai familiari). Per le altre forme di cooperazione le percentuali sono più elevate ma ugualmente contenute, specie in relazione a quelle registrate per la famiglia. Il 12,5% degli imprenditori ha ricevuto dagli amici un aiuto concreto almeno occasionalmente (contro il 35,5% relativo ai familiari). Nel 37,5% dei casi gli amici hanno procurato dei contatti utili almeno occasionalmente (40% per i familiari), mentre nel 35% hanno fornito informazioni rilevanti (42,5% per i familiari). I dati sono riassunti nella tabella 5.

Tabella 5. Il ruolo degli amici nell'attività imprenditoriale (valori percentuali)

| Ha ricevuto... | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente | Totale |
|----------------|------|-----------|-----------------|--------|--------------|--------|
| Un prestito | 95,0 | 2,5 | 2,5 | 0 | 0 | 100,0 |
| Aiuto concreto | 80,0 | 7,5 | 10,0 | 2,5 | 0 | 100,0 |
| Contatti utili | 35,0 | 27,5 | 30,0 | 7,5 | 0 | 100,0 |
| Informazioni | 40,0 | 25,0 | 32,5 | 2,5 | 0 | 100,0 |

Nella Toscana, diversamente da quanto previsto dalla teoria, i legami deboli tra amici e conoscenti non sembrano pertanto configurarsi come una forma di *bridging social capital* attraverso cui circolano informazioni diverse rispetto a quelle già condivise all'interno della famiglia. I dati forniscono invece una ulteriore conferma alle teorie manageriali che individuano nella famiglia un *asset* fondamentale per lo sviluppo dell'impresa, soprattutto nelle aree in cui i parenti costituiscono la forma di capitale sociale predominante.

Per delimitare meglio il ruolo dei due diversi tipi di capitale sociale (familiare e amicale), sono state poste allora le seguenti domande:

Se avesse bisogno di una piccola somma di denaro, a quante persone potrebbe chiederla in prestito, al di là della sua famiglia?

Se si trovasse a fronteggiare un momento di temporanea difficoltà – per esempio legata a problemi finanziari – a quante persone potrebbe chiedere aiuto, al di là della sua famiglia?

Negli ultimi 12 mesi, quante persone con problemi personali hanno chiesto il suo aiuto?

In media, la rete informale cui gli intervistati potrebbero rivolgersi per un prestito al di fuori della famiglia è composta da 4,29 persone, valore sensibilmente più alto per gli imprenditori (5,48). Tuttavia, sia per l'intero campione sia per ciascuna delle categorie professionali considerate, la moda è pari a 0: il 32,9% degli intervistati dichiara infatti che non potrebbe chiedere un prestito informale al di fuori della famiglia, valore leggermente più basso per gli imprenditori (30%). Il 36,5% dichiara che per ottenere un prestito si rivolgerebbe a una ristretta cerchia di amici (da 2 a 5), dato che sale al 45% per gli imprenditori, a testimonianza della maggiore dotazione di “capitale sociale amicale” di cui gode la categoria rispetto al resto della popolazione. I dati sono sintetizzati nella tabella 6.

Tabella 6. Reti di aiuto extrafamiliari (valori percentuali)

| | A quanti chiederebbe un prestito | A quanti chiederebbe un prestito (solo imprenditori) | A quante persone chiederebbe aiuto | A quante persone chiederebbe aiuto (solo imprenditori) | Quante persone hanno chiesto il suo aiuto | Quante persone hanno chiesto il suo aiuto (solo imprenditori) |
|---------|----------------------------------|--|------------------------------------|--|---|---|
| 0 | 32,9 | 30,0 | 28,0 | 30,0 | 36,7 | 37,5 |
| 1 | 12,2 | 12,5 | 20,0 | 17,5 | 12,7 | 15,0 |
| 2-5 | 36,5 | 45,0 | 45,2 | 47,5 | 32,9 | 40,0 |
| 6-10 | 11,0 | 5,0 | 3,9 | 5,0 | 11,4 | 5,0 |
| 11-20 | 2,4 | 2,5 | 0,0 | 0,0 | 1,3 | 2,5 |
| 21-100 | 2,4 | 2,5 | 0,0 | 0,0 | 1,3 | 2,5 |
| > 100 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 3,8 | 0,0 |
| Missing | 2,4 | 0,0 | 2,4 | 0,0 | 0,0 | 2,5 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Il numero medio di persone cui si chiederebbe aiuto in caso di bisogno è pari a 2,05, e si mostra leggermente più basso per gli imprenditori (1,93). Tuttavia, ancora una volta, la moda è pari a 0 in entrambi i casi: il 28% degli intervistati (30% per gli imprenditori) non ritiene di poter chiedere aiuto al di fuori della famiglia. In media, 15,16 persone con problemi personali si sono rivolte agli intervistati in cerca di conforto o di aiuto, valore sensibilmente più basso per gli imprenditori (2,72).

L'82,9% degli intervistati si ritiene soddisfatto dei rapporti con gli amici (85% per gli imprenditori). È interessante rilevare che la soddisfazione è significativamente inferiore a quella registrata nei confronti dei familiari (93,9% per l'intera popolazione di riferimento e 95,8% per i soli imprenditori).

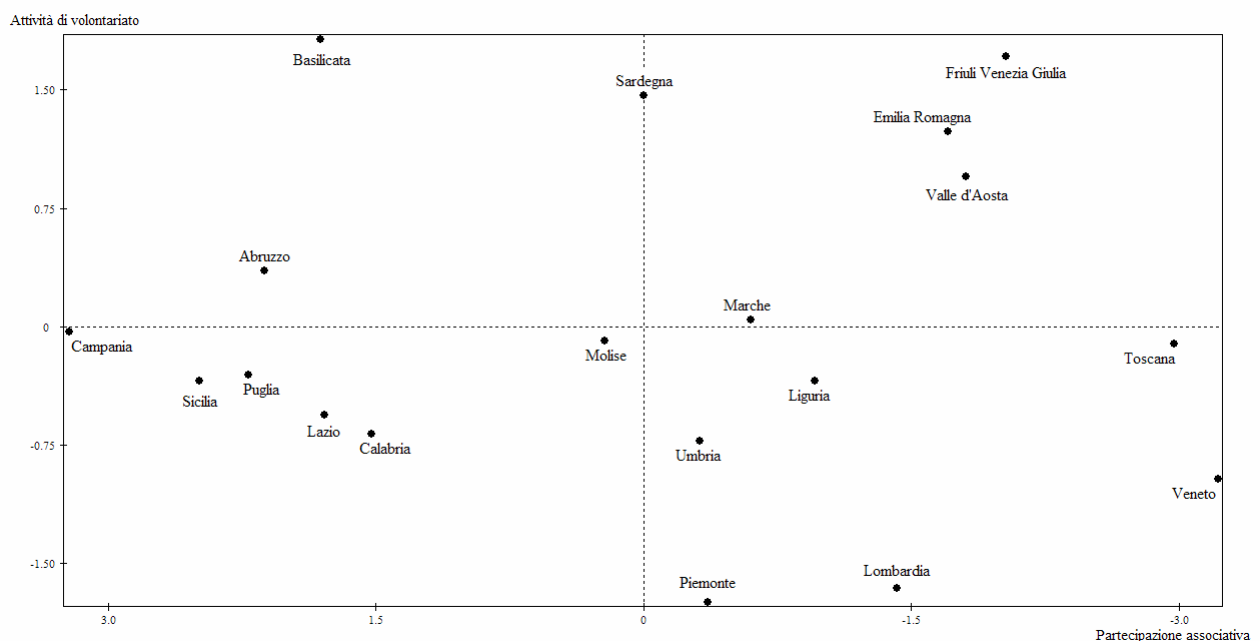
5. L'associazionismo

Nella letteratura empirica, la densità delle organizzazioni volontarie è utilizzata come il principale indicatore del capitale sociale di una comunità. L'ipotesi di base, avanzata da Putnam, Leonardi e Nanetti (1993) nello studio sulle regioni italiane, è che le associazioni possano funzionare come "scuole di democrazia", la cui attività favorisce la diffusione delle norme di fiducia e reciprocità nell'ambiente sociale circostante. Secondo gli studi empirici, i membri delle organizzazioni volontarie mostrano maggiore senso civico e più elevati livelli di partecipazione politica. L'appartenenza a un'associazione rende più frequenti le interazioni sociali e crea i presupposti per lo sviluppo di legami fiduciari, che a loro volta determinano un aumento dell'incidenza dei comportamenti cooperativi, anche al di fuori del contesto dell'associazione (Almond e Verba, 1963, Brehm e Rahn, 1997, Hooghe, 2003, Seligson, 1999, Stolle e Rochon, 1998). Questo filone della letteratura sostiene che il senso civico dei membri delle associazioni tende a diffondersi presso l'intera collettività, diversamente da quanto avviene nelle aree povere di capitale sociale, dove esistono meno opportunità per conoscere i vantaggi dei comportamenti cooperativi e l'efficacia dell'azione collettiva, e si registra una minore diffusione della fiducia nei confronti degli estranei.

Tuttavia esistono diversi motivi per dubitare della validità delle misure di capitale sociale basate *soltanto* sulla densità delle organizzazioni volontarie. Anzitutto, anche se i membri delle associazioni sono dotati di maggiore senso civico e mostrano una propensione più elevata alla cooperazione, è possibile che questa comune caratteristica derivi da un processo di autoselezione, piuttosto che essere una conseguenza delle attività associative. Inoltre, la composizione interna delle organizzazioni volontarie è generalmente molto omogenea anche dal punto di vista dello status socioeconomico, e sembra pertanto difficile che la partecipazione possa costruire dei "ponti" in grado di agevolare la diffusione della fiducia e la trasmissione della conoscenza tra ambienti sociali diversi (Popielarz, 1999, Mutz, 2002, Uslaner, 2002). Infine, la partecipazione alle associazioni volontarie può avere implicazioni relazionali modeste, talvolta limitate, per esempio, al pagamento di una quota annuale di iscrizione. Alla luce di queste considerazioni, sembra più opportuno misurare la partecipazione civica mediante un insieme complesso di indicatori che rappresentino, oltre alla densità delle organizzazioni volontarie, anche l'eterogeneità della loro composizione, il coinvolgimento relazionale dei loro membri e l'intensità dell'impegno richiesto dalle attività

associative. In Sabatini (2007a), il capitale sociale costituito dai legami deboli che collegano i membri delle organizzazioni volontarie viene misurato mediante indicatori della densità delle organizzazioni, della frequenza degli incontri tra i membri, del contributo alle attività associative in termini di finanziamenti e lavoro gratuito, e dell'abitudine a fornire aiuto concreto a persone svantaggiate nell'ambito di attività di volontariato svolte "sul campo". Le variabili impiegate sono descritte nel dettaglio nella tabella A3. Un'analisi in componenti principali (ACP) su tale insieme di variabili consente di costruire un indicatore sintetico del capitale sociale costituito dalle organizzazioni volontarie, ma anche di individuare una dimensione latente particolarmente rilevante. La figura 3 mostra la posizione delle regioni italiane sul piano fattoriale formato dalle prime due componenti principali, che spiegano circa l'84% della variabilità totale dei dati. Punteggi più bassi delle regioni sul primo asse fattoriale (corrispondente all'asse delle ascisse) sono associati a una più elevata densità delle organizzazioni volontarie e a un maggiore coinvolgimento dei membri dal punto di vista relazionale. La tendenza a svolgere attività di volontariato sul campo invece è rappresentata dal secondo asse fattoriale, corrispondente all'asse delle ordinate. In altri termini, l'ACP mette in evidenza come la partecipazione associativa debba essere considerata un fenomeno complesso, caratterizzato da almeno due dimensioni: la prima implica forme lievi di coinvolgimento, come il finanziamento dell'associazione o le riunioni periodiche dei membri; la seconda è costituita da forme di partecipazione più impegnative, che si concretizzano nel prestare aiuto concreto a persone svantaggiate nell'ambito di attività di volontariato svolte sul campo.

Figura 3. Mappa delle regioni italiane risultante dalla ACP sulle organizzazioni di volontariato



Le regioni si dispongono in graduatoria lungo l'asse orizzontale, a partire dal Veneto e dalla Toscana, caratterizzate da una forte tradizione di partecipazione sociale e quindi più ricche in termini di associazionismo, fino alla Campania che si rivela la regione più povera anche riguardo questa forma di capitale sociale. La classifica completa basata sulla prima componente principale (asse delle ascisse) è presentata nella tabella 7.

Tabella 7. Classifica delle regioni italiane basata sulla partecipazione associativa

| Rank | Regioni | Coordinate | Contributi | Cosen quadri |
|------|-----------------------|------------|----------------|--------------|
| 1 | Trentino-Alto Adige | -10,60 | <i>outlier</i> | 0,81 |
| 2 | Veneto | -3,22 | 15,31 | 0,83 |
| 3 | Toscana | -2,97 | 13,01 | 0,77 |
| 4 | Friuli Venezia Giulia | -2,03 | 6,07 | 0,47 |
| 5 | Valle d'Aosta | -1,81 | 4,80 | 0,68 |
| 6 | Emilia Romagna | -1,70 | 4,28 | 0,47 |
| 7 | Lombardia | -1,42 | 2,97 | 0,35 |
| 8 | Liguria | -0,96 | 1,36 | 0,66 |
| 9 | Marche | -0,60 | 0,53 | 0,10 |
| 10 | Piemonte | -0,36 | 0,19 | 0,03 |
| 11 | Umbria | -0,31 | 0,15 | 0,02 |
| 12 | Sardegna | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 13 | Molise | 0,22 | 0,07 | 0,01 |
| 14 | Calabria | 1,53 | 3,43 | 0,70 |
| 15 | Lazio | 1,79 | 4,72 | 0,78 |
| 16 | Basilicata | 1,81 | 4,84 | 0,48 |
| 17 | Abruzzo | 2,13 | 6,66 | 0,91 |
| 18 | Puglia | 2,21 | 7,21 | 0,83 |
| 19 | Sicilia | 2,49 | 9,12 | 0,89 |
| 20 | Campania | 3,22 | 15,28 | 0,98 |

Fonte Sabatini (2007a)

Per misurare il capitale sociale legato alla presenza di organizzazioni volontarie, il questionario riportato in appendice utilizza le seguenti domande:

E' iscritto a organizzazioni volontarie? Quali?

Negli ultimi 12 mesi, ha versato dei soldi a questa/e associazione/i, per esempio a titolo di quota di iscrizione o per contribuire al finanziamento delle spese?

Negli ultimi 12 mesi, ha frequentato meeting e riunioni della/e associazione/i cui è iscritto?

Negli ultimi 12 mesi, ha svolto lavoro non retribuito per questa/e associazione/i?

Negli ultimi 12 mesi, ha prestato aiuto di qualsiasi genere ad estranei nell'ambito della sua attività di volontariato?

Per analizzare nel dettaglio il capitale sociale degli imprenditori, le associazioni di categoria devono essere trattate separatamente dal resto delle organizzazioni volontarie. In Garofalo e Sabatini (2008), abbiamo considerato associazione di categoria qualsiasi forma di organizzazione sorta per tutelare specifici interessi degli imprenditori, come per esempio le associazioni di industriali locali federate con Confindustria, di associazioni per la tutela degli interessi degli industriali della zona o del settore, di forum permanenti per il confronto su tematiche legate all'attività imprenditoriale o di consorzi tra due o più imprese costituiti con l'obiettivo di migliorare l'accesso a una serie di beni e di servizi. Il coinvolgimento relazionale e finanziario nella vita dell'associazione, e la sua utilità ai fini dell'attività imprenditoriale, sono stati indagati mediante le seguenti domande:

Negli ultimi 12 mesi, ha versato dei soldi a questa/e associazione/i, per esempio a titolo di quota di iscrizione o per contribuire al finanziamento delle spese?

Negli ultimi 12 mesi, ha frequentato meeting e riunioni della/e associazione/i cui è iscritto?

La sua partecipazione associativa ha mai creato situazioni favorevoli per la creazione di contatti utili per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

Attraverso la partecipazione associativa, è mai venuto a conoscenza di informazioni rilevanti per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

Le è mai capitato di sottoscrivere degli accordi – con partner, clienti, fornitori – nell'ambito di incontri legati alla sua partecipazione associativa?

Tuttavia, il capitale sociale “corporativo” può accumularsi soprattutto a livello informale, mediante contatti e legami che si sviluppano al di fuori delle associazioni ufficiali. White (1981) individua una delle principali manifestazioni delle reti che costituiscono capitale sociale proprio nelle associazioni informali (*cliques*) di produttori che si osservano reciprocamente al fine di conquistare e mantenere nicchie stabili di mercato. Il questionario propone quindi i seguenti quesiti:

Partecipa a riunioni informali con suoi colleghi, in contesti informali e slegati da qualsiasi forma di partecipazione associativa?

Durante queste riunioni informali, ha mai stabilito dei contatti utili per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale? Per esempio è entrato in contatto con partner, fornitori, consulenti, funzionari pubblici la cui conoscenza si è rivelata utile per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

Attraverso queste riunioni informali, è mai venuto a conoscenza di informazioni rilevanti per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

Per esempio, notizie sull'andamento del mercato, suggerimenti su nuove tecniche di produzione, o di organizzazione e di gestione dell'impresa, su nuovi sbocchi

per la vendita dei suoi prodotti o nuovi canali per l'acquisto di mezzi di produzione o materie prime, o per reperire manodopera.

Le è mai capitato di stipulare accordi o prendere decisioni rilevanti per la sua attività imprenditoriale nell'ambito di questi incontri informali?

Negli ultimi 12 mesi, quanti colleghi con problemi legati alla loro attività imprenditoriale (difficoltà tecniche, finanziarie ecc.) si sono rivolti a lei per chiederle aiuto?

6. La fiducia

Secondo una delle definizioni più celebri, il capitale sociale è costituito dall'insieme delle caratteristiche della struttura sociale – reti, norme, fiducia – che favoriscono l'azione collettiva e il perseguimento di obiettivi condivisi (Putnam, 1995). Tuttavia, una parte della letteratura preferisce considerare la fiducia un epifenomeno, che può derivare, ma *non necessariamente* deriva, dalla presenza di capitale sociale in una comunità. La distinzione è tutt'altro che oziosa: alcune reti formate da relazioni interpersonali con un elevato contenuto fiduciario possono distruggere la fiducia della collettività più ampia in cui sono inserite. È il caso della mafia, delle baby-gang e delle *cliques* imprenditoriali, che, a livello teorico, possono essere inquadrare nella definizione data da Putnam. La sovrapposizione tra i concetti ha portato spesso a misurare il capitale sociale con indicatori della fiducia aggregati a livello nazionale: in questo modo si attribuisce al capitale sociale un valore positivo per definizione, e la verifica empirica dei suoi effetti si risolve in una tautologia. Nella nostra indagine abbiamo misurato la fiducia separatamente dagli altri aspetti del capitale sociale, per poi studiare con la tecnica dei modelli di equazioni strutturali le correlazioni e i nessi causali tra le diverse dimensioni. Il punto di partenza è la consueta domanda di Rosenberg:

Generalmente parlando, ritiene che ci si possa fidare degli altri. Oppure che non si è mai troppo prudenti nel trattare con gli estranei?

Dove per “altri” si devono intendere tutte le persone che non si conoscono. Quindi sono esclusi dalla definizione familiari, parenti, amici, colleghi e conoscenti, già considerati nei paragrafi precedenti. Come mostra la tabella 8, nella ricerca sulla Tuscia il 32,9% degli intervistati dichiara di fidarsi. La percentuale è leggermente più elevata per imprenditori e lavoratori dipendenti, e più bassa per i professionisti.

| | Ci si può fidare | Non si è mai troppo prudenti |
|----------------|------------------|------------------------------|
| Tutti | 32,9 | 67,1 |
| Imprenditori | 35 | 65 |
| Dipendenti | 35 | 65 |
| Professionisti | 27,3 | 72,7 |

La fiducia negli estranei può sembrare particolarmente bassa, ma è in linea con quella misurata nel resto del paese dal *World Values Survey* e dall'*European Values Survey* (tabella 9).

| | Ci si può fidare | Non si è mai troppo prudenti |
|---------------|------------------|------------------------------|
| 2006 (ESS) | 29,7 | 70,3 |
| 1995-97 (WVS) | 35,3 | 64,7 |

Fonte: nostra elaborazione su dati
European Social Survey (per il 2006) e *World Values Survey* (per il 1995-97)

È piuttosto il valore nazionale a preoccupare, specie se rapportato con quello di altri paesi europei. In una ipotetica classifica europea della fiducia (tabella 10), il nostro paese si colloca nel mezzo, al di sotto dell'Europa centrale e settentrionale e appena poco più in alto rispetto all'Europa dell'est, insieme alla Francia. I paesi scandinavi mostrano livelli di fiducia generalizzata approssimativamente doppi rispetto al nostro.

Per comprendere meglio la percezione dell'ambiente sociale circostante, abbiamo chiesto agli intervistati di esprimere il loro consenso rispetto a una serie di affermazioni:

La maggior parte delle persone nel suo vicinato è degna di fiducia

La maggior parte delle persone nel suo comune è degna di fiducia

Se lei perdesse il suo portafoglio nel vicinato o nei pressi del luogo in cui lavora, qualcuno lo raccoglierebbe e lo restituirebbe

Si sente sicuro nel fare una passeggiata nel vicinato o nei pressi del luogo di lavoro la sera dopo il tramonto

La sua comunità locale è nota per essere un luogo sicuro

Nella sua comunità locale si sente “a casa”

In una questione legata allo sviluppo della sua zona, l'amministrazione locale prenderebbe delle decisioni eque

Tabella 10. La fiducia in Europa negli anni novanta (valori percentuali)

| | Ci si può fidare | Non si è mai troppo prudenti |
|-------------|------------------|------------------------------|
| Danimarca | 77,2 | 22,8 |
| Norvegia | 77,2 | 27,8 |
| Finlandia | 72,7 | 27,3 |
| Svezia | 66,5 | 33,5 |
| Svizzera | 54,4 | 45,6 |
| Regno Unito | 47,6 | 52,5 |
| Estonia | 44,3 | 55,7 |
| Belgio | 42,3 | 57,7 |
| Spagna | 41,7 | 58,3 |
| Germania | 36,7 | 63,3 |
| Italia | 35,3 | 64,7 |
| Ungheria | 29,8 | 70,2 |
| Francia | 28,9 | 71,1 |
| Cipro | 28,3 | 71,7 |
| Romania | 28,2 | 71,8 |
| Slovenia | 28,1 | 71,9 |
| Slovacchia | 27,9 | 72,1 |
| Portogallo | 27,7 | 72,8 |
| Russia | 25,6 | 74,4 |
| Polonia | 23,6 | 76,4 |
| Bulgaria | 18,8 | 81,2 |

Fonte: nostra elaborazione su dati *World Values Survey* (1995-97)

Nella Toscana, cui si riferiscono le prossime tabelle, i livelli di fiducia migliorano se restringiamo l'ambiente sociale di riferimento: il 51,2% degli intervistati ritiene che ci si possa fidare della maggior parte delle persone del proprio comune, e la percentuale sale al 62,2% se si considera soltanto il vicinato. In tutti i casi, gli imprenditori sono leggermente più fiduciosi delle altre categorie professionali, anche se il risultato potrebbe essere influenzato dalla scarsa numerosità dei lavoratori dipendenti e dei liberi professionisti. La sicurezza percepita è molto elevata (il 95,1% delle persone si sente sicuro nel fare una passeggiata dopo il tramonto), ma anche questa statistica

potrebbe essere influenzata dall'orientamento del campione, composto per lo più da uomini. È interessante notare che, quando si rivolge lo sguardo alle istituzioni, registriamo un drastico abbassamento della fiducia: solo per il 39,5% degli intervistati, l'amministrazione locale prenderebbe decisioni eque in una questione legata allo sviluppo della zona, e la percentuale scende al 31,6 nel caso dei lavoratori dipendenti che, presumibilmente, sono la categoria professionale con i più scarsi legami verticali con le istituzioni.

Tabella 11. La percezione dell'ambiente circostante (percentuale di risposte positive)

| | Intero campione | Imprenditori | Lavoratori dipendenti | Liberi professionisti |
|---|-----------------|--------------|-----------------------|-----------------------|
| La maggior parte delle persone nel vicinato è degna di fiducia | 62,2 | 65,0 | 60,0 | 59,1 |
| La maggior parte delle persone nel comune è degna di fiducia | 51,2 | 55,0 | 50,0 | 45,5 |
| Se perdesse il portafoglio, le sarebbe restituito | 51,9 | 46,2 | 50,0 | 63,6 |
| Si sente sicuro nel fare una passeggiata dopo il tramonto | 95,1 | 95,0 | 95,0 | 95,5 |
| La sua comunità locale è nota per essere un luogo sicuro | 91,5 | 90,0 | 90,0 | 95,5 |
| Nella sua comunità locale si sente a casa | 93,9 | 95,0 | 95,0 | 90,9 |
| In una questione legata allo sviluppo della sua zona, l'amministrazione locale prenderebbe decisioni eque | 39,5 | 45,0 | 31,6 | 36,4 |

Tale differenza tra fiducia "orizzontale", cioè riguardante le persone conosciute o in categorie sociali simili a quella dell'intervistato, e fiducia "verticale", verso gli sconosciuti o le persone in posizioni socio-economiche diverse, è confermata dalle risposte a una serie di domande più specifiche. Abbiamo chiesto agli intervistati di esprimere la loro fiducia rispetto a una serie di persone e istituzioni.

Un primo dato interessante è il più basso livello di fiducia nei confronti di alcune istituzioni statali rispetto alla media nazionale registrata dal *World Values Survey* nel periodo 1995-96 (l'ultima

“ondata” di rilevazione cui ha preso parte anche l’Italia). Solo il 35,4% degli intervistati si fida del sistema giudiziario (contro una media nazionale del 46,4% tra il 1995 e il 1996), il 30% si fida del parlamento (contro il 36,8% nazionale), il 12% si fida dei partiti politici (contro il 17,1% nazionale) e il 7,3% si fida dei politici in generale (contro il 17,3% nazionale).

La fiducia nei mezzi di informazione è sorprendentemente bassa. Solo il 13,4% degli intervistati si fida della stampa, e la percentuale scende all’11,1% nel caso della televisione. In questo caso gli imprenditori si mostrano più scettici delle altre categorie.

In generale, tutti i dati sembrano confermare la tendenza alla diminuzione della fiducia nei confronti della politica e delle istituzioni, come testimonia il dibattito politico e giornalistico di tutti i giorni. La sfiducia si attenua se si passa dal livello nazionale a quello locale: il 44% degli intervistati si fida dell’amministrazione locale (contro il 23,5% di fiducia verso il governo nazionale) e il 32,9% crede nei politici locali (contro il già citato 7,3 relativo ai politici in generale).

Tabella 12. La fiducia nelle istituzioni (percentuale di risposte positive)

| | Tutti | Imprenditori | Dipendenti | Professionisti |
|---|-------|--------------|------------|----------------|
| Chiesa | 58,5 | 65,0 | 55,0 | 50,0 |
| Sistema giudiziario | 35,4 | 32,5 | 50,0 | 72,7 |
| Stampa | 13,4 | 12,5 | 25,0 | 4,5 |
| Televisione | 11,1 | 7,7 | 15,0 | 13,6 |
| Sindacati | 27,5 | 20,5 | 36,8 | 31,8 |
| Forze dell’ordine | 85,2 | 87,2 | 90,0 | 77,3 |
| Servizio sanitario nazionale | 40,7 | 51,3 | 25,0 | 36,4 |
| Governo | 23,5 | 25,6 | 30,0 | 13,6 |
| Amministrazione locale | 44,4 | 47,5 | 31,6 | 50,0 |
| Parlamento | 30,0 | 30,8 | 42,1 | 18,2 |
| Sistema bancario | 29,3 | 25,0 | 40,0 | 27,3 |
| Imprese locali | 67,9 | 74,4 | 75,0 | 50,0 |
| Confindustria | 43,2 | 41,0 | 60,0 | 31,8 |
| Imprese nazionali | 48,1 | 51,3 | 55,0 | 36,4 |
| Dipendenti della pubblica amministrazione | 16,0 | 10,3 | 15,0 | 27,3 |
| Trasporti pubblici | 40,7 | 48,7 | 40,0 | 27,3 |
| Partiti politici | 12,2 | 10,0 | 15,0 | 13,6 |
| Politici, in generale | 7,3 | 7,5 | 5,0 | 9,1 |
| Politici locali | 32,9 | 32,5 | 35,0 | 31,8 |

Per una migliore comprensione del significato di queste statistiche, può essere utile rapportare i valori non solo alla media italiana, ma anche a quella riscontrata dal *World Values Survey* negli altri paesi europei nel periodo 1995-96. I livelli di fiducia nel sistema giudiziario, che possono essere considerati una buona *proxy* per il suo funzionamento, sono piuttosto lontani rispetto a quelli degli stati vecchi membri dell'Unione Europea, dei paesi scandinavi e della Svizzera, ma comunque significativamente superiori a quelli dell'Europa orientale.

Tabella 13. La fiducia verso le istituzioni in Europa negli anni novanta (percentuale di risposte positive)

| | Sistema giudiziario | Parlamento | Partiti | Politici |
|-------------|---------------------|------------|---------|----------|
| Belgio | 43,4 | 42,1 | 32,0 | 30,3 |
| Bulgaria | 13,9 | 11,0 | 6,6 | 7,2 |
| Cipro | 57,1 | 51,9 | 28,3 | 29,4 |
| Danimarca | 83,0 | 66,9 | 54,4 | 54,7 |
| Estonia | 42,5 | 31,7 | 15,7 | 15,8 |
| Finlandia | 78,4 | 63,8 | 44,8 | 44,9 |
| Francia | 40,8 | 26,6 | 11,0 | 12,2 |
| Germania | 51,4 | 26,8 | 13,8 | 15,4 |
| Italia | 46,4 | 36,8 | 17,1 | 17,3 |
| Norvegia | 71,7 | 53,8 | 29,3 | 29,0 |
| Polonia | 19,5 | 8,1 | 4,5 | 4,7 |
| Portogallo | 26,1 | 22,5 | 8,1 | 7,9 |
| Regno Unito | 42,9 | 28,0 | 16,1 | 16,9 |
| Romania | 26,0 | 20,6 | 12,5 | 12,0 |
| Russia | 23,6 | 16,9 | 11,8 | 42,4 |
| Slovacchia | 26,2 | 24,7 | 15,0 | 16,0 |
| Slovenia | 27,4 | 26,9 | 13,5 | 14,3 |
| Spagna | 43,1 | 41,8 | 16,0 | 17,1 |
| Svezia | 62,4 | 52,9 | 34,0 | 31,6 |
| Svizzera | 65,0 | 53,4 | 32,7 | 37,5 |
| Ungheria | 29,9 | 17,0 | 7,9 | 19,4 |

Fonte: nostra elaborazione su dati *World Values Survey* (1995-97)

La situazione è nettamente peggiore per quanto riguarda la fiducia nella politica, dove sia l'Italia degli anni novanta sia la Tuscina del 2007 si collocano al livello dei paesi ex-comunisti. In

particolare, il livello di fiducia nei politici (7,3%) è tra i più bassi riscontrati in Europa, superiore solo ai valori medi riscontrati negli anni novanta, subito dopo la caduta dei regimi comunisti, in Polonia (4,7%) e Bulgaria (7,2%). Un altro dato interessante è la sfiducia dei liberi professionisti, significativamente più alta rispetto a quella delle altre categorie professionali, come mostra la tabella 17. Se la fiducia nei confronti delle istituzioni dello stato tracolla, quella per il mercato tiene, probabilmente anche grazie al particolare *bias* del nostro campione, fortemente sbilanciato verso imprenditori e professionisti. Il 29,3% degli intervistati si fida del sistema bancario, e la percentuale sale al 43,2% per Confindustria, al 48,1% per le imprese nazionali, e al 67,9% per le imprese locali. La fiducia nei confronti dei sindacati è più bassa (26,5% per l'intero campione e 36,8% per i soli lavoratori dipendenti), ma comunque significativamente più elevata rispetto a quella per i politici e i partiti, la cui crisi di rappresentanza non sembra certo aver risparmiato la Toscana. È interessante notare che i livelli di fiducia degli iscritti a organizzazioni volontarie sono più che doppi rispetto a quelli dei non iscritti.

| | Ci si può fidare | Non si è mai troppo prudenti |
|--------------|------------------|------------------------------|
| Iscritti | 53,8 | 46,2 |
| Non iscritti | 23,2 | 76,8 |

Questo dato potrebbe confermare l'idea, sostenuta da Putnam, Leonardi e Nanetti (1993) che la partecipazione associativa favorisce la condivisione e la diffusione di norme di fiducia e reciprocità, ma non esclude la possibilità che nelle organizzazioni si verifichi un processo di autoselezione, che porta ad aderire soltanto i cittadini già di per sé più fiduciosi e caratterizzati da una maggiore coscienza civica.

La più elevata fiducia nei confronti del sistema politico e giudiziario che caratterizza i membri delle organizzazioni volontarie (tabella 15) mostra che queste ultime creano delle connessioni verticali che consentono ai cittadini di entrare in contatto con le istituzioni. La sensazione di poter influenzare le decisioni dei *policy maker* aumenta la fiducia nei loro confronti.

Tabella 15. La fiducia degli iscritti alle associazioni (percentuale delle risposte positive)

| | Sistema giudiziario | Stampa | Televisione | Governo | Governo locale | Parlamento | Politici | Politici locali |
|--------------|---------------------|--------|-------------|---------|----------------|------------|----------|-----------------|
| Iscritti | 46,2 | 15,4 | 24,0 | 24,0 | 57,7 | 40,0 | 11,5 | 42,3 |
| Non iscritti | 30,4 | 12,5 | 5,4 | 23,2 | 38,2 | 25,5 | 5,4 | 28,6 |

7. L'ambiente sociale

La fiducia nei confronti degli altri e delle istituzioni è significativamente influenzata da una serie di fattori ambientali, come l'incidenza della criminalità, la qualità dell'ambiente urbano e naturale, e l'efficienza dei servizi pubblici. Abbiamo chiesto agli intervistati di esprimere la loro valutazione su alcuni elementi dell'ambiente circostante, dando loro la possibilità di esprimere un giudizio da 1 (molto sfavorevole) a 6 (molto favorevole) su alcune questioni. I risultati sono riassunti nella tabella 16.

Tabella 16. Fattori ambientali

| | Molto sfavorevole | Sfavorevole | Adeguate | Favorevole | Molto favorevole |
|--|-------------------|-------------|----------|------------|------------------|
| Possibilità di finanziamento | 4,9 | 13,4 | 45,1 | 25,6 | 11,0 |
| Qualità delle infrastrutture | 6,2 | 37,0 | 45,7 | 6,2 | 4,9 |
| Qualità dei servizi pubblici | 9,8 | 32,9 | 41,5 | 11,0 | 4,9 |
| Coesione sociale | 0 | 25,6 | 56,4 | 16,7 | 1,3 |
| Clima all'interno del posto di lavoro | 0 | 2,6 | 10,4 | 57,1 | 29,9 |
| Capacità di svolgere "lavoro di squadra" all'interno del posto di lavoro | 0 | 2,7 | 8,0 | 53,3 | 36,0 |

Una quota rilevante degli intervistati esprime un giudizio negativo sulle infrastrutture (43,2%) e sulla qualità dei servizi pubblici (42,7%). Il dato può fornire una prima spiegazione intuitiva dei bassi livelli di fiducia verticale nei confronti delle istituzioni pubbliche. Un quarto degli intervistati

esprime un giudizio sfavorevole sulla coesione sociale. La soddisfazione migliora sensibilmente se si considera la situazione in ambito professionale. Il 97,4% ritiene per lo meno adeguato il clima relazionale che caratterizza il posto di lavoro, e il 97,3% è soddisfatto della capacità di svolgere lavoro di squadra. Si tratta di dati di carattere “esplorativo”, che non consentono di fare affermazioni rigorose sui nessi causali che legano le variabili ambientali all’andamento della fiducia. Una prima valutazione di tipo “confermativo” delle determinanti della fiducia sarà invece argomento del prossimo capitolo.

Bibliografia

Aldrich, H.E., Cliff, J.E. (2003), “The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective”, *Journal of Business Venturing*, Volume 18, Issue 5, pp. 573-596.

Almond, G., Verba, S. (1963), *The Civic Culture*, Princeton: Princeton University Press.

Arreagle, J.L., Hitt, M.A., Sirmon, D.G., Very, P. (2007), “The Development of Organizational Social Capital: Attributes of Family Firms”, *Journal of Management Studies*, Volume 44, Number 1, January 2007 , pp. 73-95(23).

Banfield, E.G. (1958), *The Moral Basis of a Backward Society*, New York, Free Press.

Becattini, G. a cura di (1987), *Mercato e forze locali*, Bologna, Il Mulino.

Bolasco, S. (2002), *Analisi multidimensionale dei dati. Metodi, strategie e criteri d’interpretazione*, Roma, Carocci.

Brehm, J., Rahn, W. (1997), “Individual-Level evidence for the causes and consequences of Social Capital”, *American Journal of Political Science*, 41, 3, 999-1023.

Casson, M., Della Giusta, M. (2007), “Entrepreneurship and Social Capital”, *International Small Business Journal*, Vol. 25, No. 3, 220-244 (2007).

Gittel, R., Vidal, A. (1998), *Community Organizing: Building Social Capital As A Development Strategy*, Newbury Park, California, Sage Publications.

Granovetter, M. (1973), “The Strength Of Weak Ties”, in *American Journal of Sociology*, 78, pp. 1360-80.

Granovetter, M. (1985), “Economic Action And Social Structure: The Problem Of Embeddedness”, in *American Journal of Sociology*, n. 91, pp. 481-510.

Hooghe, M. (2003), “Participation in Voluntary Associations and Value Indicators”, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. Vol. 32, No. 1: 47-69.

- Hurst, E., Lusardi, A. (2004), "Liquidity Constraints, Household Wealth, and Entrepreneurship", *Journal of Political Economy*, vol. 112, pp. 319–347.
- Mutz, D. (2002), *Cross-cutting Social Networks: Testing Democratic Theory in Practice*, "American Political Science Review", 96(1), 111-126.
- Popielarz, P.A. (1999), "(In)voluntary Association: A Multilevel Analysis of Gender Segregation in Voluntary Associations", *Gender and Society*. 13(2): 234-250.
- Putnam, R.D., (1994), "Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America", *PS Online: American Political Science Association's Journal of the Profession*.
- Sabatini, F. (2007a), "Un atlante del capitale sociale italiano", *QA - Rivista dell'Associazione Rossi-Doria*, N.1/2007, pp. 41-73.
- Sabatini, F. (2007b), "Capitale sociale, imprese sociali, spesa pubblica e benessere sociale in Italia", *Impresa Sociale*, N.2/2007, Vol. 76, pp. 192-235.
- Sabatini, F. (2008), "Social Capital and the Quality of Economic Development", *Kyklos* 61 (3), 466-499.
- Sabatini, F., (2009), "Social Capital as Social Networks: a New Framework for Measurement and an empirical analysis of its determinants and consequences. *Journal of Socio-Economics* 38 (3), 429-442.
- Seligson, A.L. (1999), "Civic Association and Democratic Participation in Central America", *Comparative Political Studies*. No. 32: 342-362.
- Stolle, D., Rochon, T.R. (1998), "Are All Associations Alike? Member Diversity, Associational Type, and the Creation of Social Capital", *American Behavioural Scientist*. No. 42: 47-65.
- Uslaner, E. (2002), *The Moral Foundations of Trust*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Westlund, H., Bolton, R. (2003), "Local Social Capital and Entrepreneurship", *Small Business Economics*, Volume 21, Number 2, pp. 77-113.
- White, H.C. (1981), "Where Do Markets Come From?", *American Journal of Sociology*, n. 3, pp. 517-547.

Appendice A – Questionario per la misurazione del capitale sociale

DATI SULL'INTERVISTA

1. N° INTERVISTA

(assegnato dall'intervistatore)

□□□□□□□□

NQUEST

2. DATA DELL'INTERVISTA: □□□ / □□□ / 2006

DATA

3. ORA DI INIZIO DELL'INTERVISTA: □□□ , □□□

ORA

4. COMUNE DELL'INTERVISTA

ICOM

5. DISTRETTO DELL'INTERVISTA (CODICE ISTAT)

□□□□□□□□

IDIST

A) CARATTERISTICHE DELL'INTERVISTATO

| | |
|--|---|
| Titolo di studio, condizione professionale e dati anagrafici | |
| A01. Titolo di studio | STUDIO _ |
| Nessuno Licenza elementare Licenza media inferiore Licenza media superiore Laurea | 1 2 3 4 5 |
| A02. Condizione professionale | STATUS _ |
| Operaio Impiegato Impiegato direttivo, funzionario Dirigente Libero professionista Imprenditore individuale Titolare o coadiuvante di impresa familiare Socio o gestore di società Lavoratore autonomo Lavoratore atipico (co-co-co, collaborazioni occasionali, lavoro a progetto ecc.) Non risponde/non sa | 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 |
| A03. Anno di nascita | BIRTH _ _ _ _ _ |
| A04. Luogo di nascita (provincia) | PROV _ _ |

B) STRUTTURA E CARATTERISTICHE DELLA FAMIGLIA

Vorrei innanzitutto rilevare alcune caratteristiche della sua famiglia. Considerando la situazione al 31-01-2006, può elencare tutte le persone che componevano la sua famiglia?

(Comprendere tutte le persone che abitavano normalmente nella sua abitazione al 31-01-2006 mettendo in comune almeno una parte del reddito percepito. Considerare anche gli eventuali assenti temporanei - es.: persone in ferie, assenti temporanei per studio, ecc. - ed eventuali altri non parenti che vivevano al 31-01-2006 stabilmente nella famiglia).

B00. Dunque, nella sua famiglia ci sono ... persone, compresi i bambini?

NCOMP |_| N° persone che vivevano nella famiglia dell'intervistato da 0 anni in su al 31-01-2006

Rilevare alcune informazioni per ciascun componente. A ciascuna di queste persone dedicare una colonna del prospetto, cominciando dal CAPOFAMIGLIA (C.F.) cioè il/la RESPONSABILE

DELL'ECONOMIA FAMILIARE e poi via via con gli altri componenti. Di ciascuno registrare il sesso, la posizione nella famiglia, il luogo di nascita, l'anno di nascita.

Stabilire se l'intervistato è il responsabile UNICO dell'economia familiare, se DIVIDE tale responsabilità con un partner, se NON è il responsabile dell'economia familiare.

B01. E' lei il responsabile dell'economia familiare?

| | | | |
|--------------------------------------|--------------|---|------------------|
| CAPO <input type="checkbox"/> | Capofamiglia | Co-responsabile dell'economia familiare | Non responsabile |
| | 1 | 2 | 3 |

| N° ordine del componente NORD x | Componenti della famiglia | | | | | | | | |
|---|---------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | INT.1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| B02. Sesso CSEXx | | | | | | | | | |
| Uomo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Donna | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| B03. Posizione nella famiglia CPAREx | | | | | | | | | |
| Intervistato (I.) | 1 | | | | | | | | |
| Coniuge/Convivente di I. | | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Figlio/a di I. | | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Genitore di I. | | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Altro parente/affine di I. | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Altro componente non legato da rapporto di parentela con I. | | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| B04. Luogo di nascita LNASCx | | | | | | | | | |
| Se in Italia, riportare la sigla della provincia | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Se all'estero, rilevare se è nato/a in: ENASCx | | | | | | | | | |
| America del Nord | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| America centrale e del Sud | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Africa | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Asia | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Oceania | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Europa | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| Se Europa, riportare il codice della nazione EURx | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| B05. Anno di nascita ANASCx | | | | | | | | | |
| | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

*Ciascun componente della famiglia costituisce una variabile che descrive l'intervistato, e pertanto una colonna nel dataset che risulterà dall'aggregazione dei microdati. In questo caso si avranno quindi tante colonne quanti sono i componenti della famiglia per ciascuna delle domande **B02**, **B03**, **B04** e **B05**. La variabile corrispondente sarà quella scritta in blu con il numero d'ordine del componente al posto della x.*

PROSSIMITA' SPAZIALE DEI MEMBRI DELLA FAMIGLIA

Vorrei sapere quanto sono distanti le abitazioni di alcuni membri della sua famiglia "allargata", comprendente sia i membri del nucleo familiare sia altri parenti non conviventi.

Per ciascuna di queste persone, chiedere all'intervistato di stabilire, approssimativamente, qual è la distanza geografica del luogo di residenza rispetto a quello dell'intervistato.

Per questo obiettivo distinguiamo il grado di prossimità in tre categorie:

- 1 km: quando le persone in questione vivono entro un km di distanza rispetto all'intervistato, indipendentemente dal fatto che siano coabitanti, che vivano nello stesso caseggiato oppure altrove, nello stesso o in un altro comune o frazione.
- 15 km: quando le persone vivono a una distanza compresa tra 1 e 15 km, nello stesso comune oppure altrove.
- >15 km: quando le persone in questione vivono a una distanza superiore a 15 km, in Italia o all'estero.

| Componenti della famiglia allargata | Prossimità spaziale | | |
|--|---------------------|-------|---------|
| | 1 Km | 15 Km | > 15 Km |
| B06. Distanza della madre DIMAD | 1 | 2 | 3 |
| B07. Distanza del padre DIPAD | 1 | 2 | 3 |
| B08. Distanza dei figli | | | |
| Primo figlio/a DIFIG1 | 1 | 2 | 3 |
| Secondo figlio/a DIFIG2 | 1 | 2 | 3 |
| Terzo figlio/a DIFIG3 | 1 | 2 | 3 |
| Quarto figlio/a DIFIG4 | 1 | 2 | 3 |
| Quinto figlio/a DIFIG5 | 1 | 2 | 3 |
| B09. Distanza dei fratelli/sorelle | | | |
| Primo fratello DIFRA1 | 1 | 2 | 3 |
| Secondo fratello DIFRA2 | 1 | 2 | 3 |
| Terzo fratello DIFRA3 | 1 | 2 | 3 |
| Quarto fratello DIFRA4 | 1 | 2 | 3 |
| Quinto fratello DIFRA5 | 1 | 2 | 3 |

FREQUENZA DELLE INTERAZIONI CON I COMPONENTI DELLA FAMIGLIA

Negli ultimi 12 mesi, qual è stata la frequenza dei contatti con i membri della sua famiglia, per qualsiasi genere di occasione (per esempio visite di cortesia, pranzi e cene, aiuto di vario genere – come fare la spesa, assistenza in caso di malattia, servizi di baby sitting, eccetera).

Per ciascun membro della famiglia allargata, verificare qual è la frequenza degli incontri, indipendentemente dalle ragioni dell'incontro. Si può trattare di visite di cortesia, occasioni ufficiali, pranzi o cene in casa o fuori, di assistere a spettacoli sportivi, cinematografici, teatrali. L'intensità dei contatti con i familiari è ripartita in 5 categorie, dalla più alta (quando si incontrano i parenti tutti i giorni, che riguarda anche i componenti della coabitazione) alla più bassa ("non si incontrano mai i parenti). Una sesta categoria riguarda coloro che non hanno parenti.

- TG: se l'intervistato ha visto i parenti in questione tutti i giorni
- 2S: una o più volte alla settimana
- 2M: una o più volte al mese
- 2A: più raramente di una volta al mese
- MAI: se l'intervistato non ha mai incontrato i suoi parenti negli ultimi 12 mesi
- NO: se l'intervistato non ha parenti viventi

In questa domanda i fratelli e i figli sono considerati nel complesso. Per esempio, basta vedere uno di tre fratelli (o figli) tutti i giorni per poter affermare che si incontrano i fratelli (o i figli) tutti i giorni.

| Componenti della famiglia allargata | Frequenza degli incontri | | | | | |
|---|--------------------------|----|----|----|-----|----|
| | TG | 2S | 2M | 2A | MAI | NO |
| B10. Quante volte vede la madre VMAD | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| B11. Quante volte vede il padre VPAD | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| B12. Quante volte vede i figli VFIG | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| B13. Quante volte vede fratelli e/o sorelle VFRA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

SOLO PER GLI IMPRENDITORI! - RUOLO DELLA FAMIGLIA NELLA ATTIVITA' IMPRENDITORIALE

Vorrei sapere in quale misura i membri della sua famiglia sono coinvolti nella sua attività imprenditoriale.

B14. Negli ultimi 12 mesi, nella sua impresa hanno lavorato, stabilmente o saltuariamente, uno o più componenti della sua famiglia?

| | | |
|---|-------------------------------------|---|
| FAMIM <input type="checkbox"/> | Nell'impresa lavorano dei familiari | Nell'impresa NON lavorano dei familiari |
| | 1 | 2 |

In caso di risposta affermativa alla domanda precedente (B14), procedere con le domande B15, B16, B17, B18 e B19. Altrimenti passare direttamente alla domanda B20.

B15. Se sì, qual è il loro numero complessivo (tenendo conto sia dei rapporti di lavoro stabili sia di quelli saltuari)?

NIFAM

Qual è il loro ruolo (o quale è stato, nel caso di rapporti di lavoro saltuari o di rapporti di lavoro stabili che si sono interrotti negli ultimi 12 mesi precedenti l'intervista)?

| N° ordine del componente INORD x | Componenti della famiglia | | | | | | | | |
|---|---------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| B16. Sesso ISEXx | | | | | | | | | |
| Uomo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Donna | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| B17. Posizione nella famiglia IPAREx | | | | | | | | | |
| Coniuge/Convivente di I. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Figlio/a di I. | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Genitore di I. | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Altro parente/affine di I. | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Altro componente non legato da rapporto di parentela con I. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| B18. Posizione nell'impresa ISTATUx | | | | | | | | | |
| Operaio o posizione simile | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Impiegato o posizione simile | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Dirigente o posizione simile | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Consulente | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Titolare o coadiuvante dell'impresa familiare | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Socio o gestore dell'impresa | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |

Ciascun componente della famiglia costituisce una variabile che descrive l'intervistato, e pertanto una colonna nel dataset che risulterà dall'aggregazione dei microdati. In questo caso si avranno quindi tante colonne quante sono i componenti della famiglia per ciascuna delle domande **B16**, **B17**, **B18**. La variabile corrispondente sarà quella scritta in blu con il numero d'ordine del componente al posto della *x*.

B19. In generale, è soddisfatto della collaborazione professionale con i suoi familiari? Oppure preferirebbe che i suoi familiari non fossero coinvolti nell'attività dell'impresa?

| | | |
|--|-------------|---------------|
| SODFAI <input type="checkbox"/> | Soddisfatto | Insoddisfatto |
| | 1 | 2 |

B20. Ha mai ricevuto un PRESTITO da un familiare per finanziare delle spese legate alla sua attività imprenditoriale?

| | | | | | |
|---|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| FAPREST <input type="checkbox"/> | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

B21. Al di là dei prestiti, ha mai ricevuto qualche altra forma di AIUTO CONCRETO – sotto forma, per esempio, di lavoro non retribuito - da un familiare in relazione alla sua attività imprenditoriale?

| | | | | | |
|--|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| FAIUTO <input type="checkbox"/> | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Si tratta di qualsiasi forma di aiuto concreto, come un lavoro manuale e una consulenza tecnica (per esempio un parere legale, o legato alla soluzione di questioni fiscali o burocratiche).

B22. I suoi familiari le hanno mai procurato dei CONTATTI utili per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale? Per esempio le hanno presentato dei partner, fornitori, consulenti, funzionari pubblici la cui conoscenza si è rivelata utile per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

| | | | | | |
|---------------------------------------|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| FAINT <input type="checkbox"/> | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

B23. Attraverso i suoi familiari, è mai venuto a conoscenza di INFORMAZIONI rilevanti per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

Per esempio, notizie sull'andamento del mercato, suggerimenti su nuove tecniche di produzione, o di organizzazione e di gestione dell'impresa, su nuovi sbocchi per la vendita dei suoi prodotti o nuovi canali per l'acquisto di mezzi di produzione o materie prime, o per reperire manodopera.

| | | | | | |
|---------------------------------------|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| FACNT <input type="checkbox"/> | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

PER TUTTI!

B23. In generale, è soddisfatto dei suoi rapporti con i familiari? Oppure pensa che potrebbero andare meglio?

| | | |
|--|-------------|---------------|
| SODFAM <input type="checkbox"/> | Soddisfatto | Insoddisfatto |
| | 1 | 2 |

B24. Generalmente parlando, ritiene che ci si possa fidare dei familiari? Oppure che non si è mai troppo prudenti nel trattare con loro?

| | | |
|--|----|----|
| FIDFAM <input type="checkbox"/> | Si | No |
| | 1 | 2 |

C) LE RETI DI RELAZIONI INFORMALI CON AMICI E CONOSCENTI

La domanda C00 è volta ad accertare la frequenza delle interazioni con gli amici. L'intervistato può scegliere tra 5 categorie di frequenza:

- TG: se l'intervistato vede gli amici tutti i giorni
- 2S: una o più volte alla settimana
- 2M: una o più volte al mese
- 2A: più raramente di una volta al mese
- MAI: se l'intervistato non ha mai incontrato amici o conoscenti negli ultimi 12 mesi
- NO: se l'intervistato dichiara di non avere amici

| VAMI <input type="checkbox"/> | Frequenza degli incontri | | | | | |
|---|--------------------------|----|----|----|-----|----|
| | TG | 2S | 2M | 2A | MAI | NO |
| C00. Con quale frequenza incontra gli amici? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

C01. Frequenta bar, centri di incontro, circoli o altri locali?

| | | |
|------------------------------|----|----|
| BAR <input type="checkbox"/> | Si | No |
| | 1 | 2 |

I centri di incontro possono essere anche luoghi di ritrovo informali e non organizzati (per esempio una piazza o un parco pubblico), i circoli possono essere per esempio circoli culturali, ma anche circoli sportivi, in cui si praticano attività sportive o si assiste a spettacoli sportivi (per esempio locali in cui sono trasmesse partite di calcio, o circoli in cui si gioca a tennis o a calcetto). In caso di risposta affermativa, porre la domanda C02, altrimenti passare alla domanda C03.

C02. Con quale frequenza?

| | | |
|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|
| BARF <input type="checkbox"/> | Almeno una volta a settimana | Meno di una volta a settimana |
| | 1 | 2 |

| In quali di queste occasioni le capita di incontrare gli amici? | | Si | No |
|---|--|----|----|
| C03. Sul lavoro, dentro l'impresa | <input type="checkbox"/> AMIDLA | 1 | 2 |
| C04. Sul lavoro, fuori dall'impresa | <input type="checkbox"/> AMIFLA | 1 | 2 |
| C05. Durante corsi, seminari, convegni che frequenta per arricchirsi sul piano personale, culturale, intellettuale | <input type="checkbox"/> AMICOR | 1 | 2 |
| C06. Pranzi, cene, feste | <input type="checkbox"/> AMIFES | 1 | 2 |
| C07. Bar, centri di incontro, circoli o altri locali | <input type="checkbox"/> AMIBAR | 1 | 2 |
| C08. Al cinema, al teatro, a concerti o assistendo ad altre manifestazioni culturali | <input type="checkbox"/> AMICUL | 1 | 2 |
| C09. Assistendo a spettacoli sportivi dal vivo | <input type="checkbox"/> AMISPR | 1 | 2 |
| C10. Nell'ambito delle attività di un'organizzazione volontaria | <input type="checkbox"/> AMIORG | 1 | 2 |
| C11. Svolgendo attività di volontariato sul campo | <input type="checkbox"/> AMIVOL | 1 | 2 |
| C12. Nell'ambito di attività di partecipazione politica | <input type="checkbox"/> AMIPOL | 1 | 2 |

La domanda è volta sia a verificare quali sono le attività che implicano un coinvolgimento relazionale, sia a stabilire chi sono le persone che compongono la rete informale di relazioni interpersonali dell'intervistato.

La categoria "Bar, centri di incontro, circoli o altri locali" deve essere intesa nello stesso senso della domanda C01. Le organizzazioni volontarie considerate dalla domanda C10 sono qualsiasi tipo di organizzazione cui l'intervistato aderisce per sostenere una causa, per esempio associazioni ambientaliste, associazioni a tutela dei consumatori eccetera. Le organizzazioni volontarie cui l'intervistato aderisce per trascorrere il tempo libero, arricchendosi culturalmente o relazionalmente, divertendosi e distraendosi (per esempio circoli culturali e circoli sportivi) devono

essere considerate parte della categoria “Bar, centri di incontro, circoli e altri locali”, cui fa riferimento la domanda C07. La domanda C12 (“Nell’ambito di attività di partecipazione politica”) fa riferimento a comportamenti come assistere a dibattiti politici, partecipare a comizi e cortei, svolgere lavoro non pagato per un partito politico.

C13. Generalmente parlando, ritiene che ci si possa fidare degli amici? Oppure che non si è mai troppo prudenti nel trattare con gli amici?

| | | |
|--|----|----|
| FIDAMI <input type="checkbox"/> | Si | No |
| | 1 | 2 |

SOLO PER GLI IMPRENDITORI!

C14. Negli ultimi 12 mesi, nella sua impresa hanno lavorato, stabilmente o saltuariamente, uno o più amici?

| | | |
|---------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|
| AMIIM <input type="checkbox"/> | Nell’impresa lavorano degli amici | Nell’impresa NON lavorano degli amici |
| | 1 | 2 |

In caso di risposta affermativa alla domanda precedente (C14), procedere con le domande C15, C16, C17, C18. Altrimenti passare direttamente alla domanda C19.

C15. Se si, qual è il loro numero complessivo (tenendo conto sia dei rapporti di lavoro stabili sia di quelli saltuari)?

NIAMI

Qual è il loro ruolo (o quale è stato, nel caso di rapporti di lavoro saltuari o di rapporti di lavoro stabili che si sono interrotti negli ultimi 12 mesi precedenti l’intervista)?

| N° ordine del componente INORD x | Numero d’ordine | | | | | | | | |
|--|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| C16. Sesso AISEXx | | | | | | | | | |
| Uomo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Donna | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| C17. Posizione nell’impresa AISTATx | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Operaio o posizione simile | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Impiegato o posizione simile | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Dirigente o posizione simile | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Consulente | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Titolare o coadiuvante dell'impresa familiare | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Socio o gestore dell'impresa | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |

*Ciascun componente della famiglia costituisce una variabile che descrive l'intervistato, e pertanto una colonna nel dataset che risulterà dall'aggregazione dei microdati. In questo caso si avranno quindi tante colonne quante sono i componenti della famiglia per ciascuna delle domande **C16**, e **C17**. La variabile corrispondente sarà quella scritta in blu con il numero d'ordine del componente al posto della *x*.*

C18. In generale, è soddisfatto della collaborazione professionale con i suoi amici? Oppure preferirebbe che non fossero coinvolti nell'attività dell'impresa?

| | | |
|--|-------------|---------------|
| ISODAM <input type="checkbox"/> | Soddisfatto | Insoddisfatto |
| | 1 | 2 |

C19. Ha mai ricevuto un PRESTITO da un amico per finanziare delle spese legate alla sua attività imprenditoriale?

| | | | | | |
|---|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| AMPREST <input type="checkbox"/> | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

C20. Al di là dei prestiti, ha mai ricevuto qualche altra forma di AIUTO CONCRETO – sotto forma, per esempio, di lavoro non retribuito - da un amico in relazione alla sua attività imprenditoriale?

| | | | | | |
|--|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| AMIUTO <input type="checkbox"/> | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Si tratta di qualsiasi forma di aiuto concreto, come un lavoro manuale e una consulenza tecnica (per esempio un parere legale, o legato alla soluzione di questioni fiscali o burocratiche).

C21. Gli amici le hanno mai procurato dei CONTATTI utili per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale? Per esempio le hanno presentato dei partner, fornitori, consulenti, funzionari pubblici la cui conoscenza si è rivelata utile per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

| | | | | | |
|-----------|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| AMCNT __ | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

C22. Attraverso gli amici, è mai venuto a conoscenza di INFORMAZIONI rilevanti per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

Per esempio, notizie sull'andamento del mercato, suggerimenti su nuove tecniche di produzione, o di organizzazione e di gestione dell'impresa, su nuovi sbocchi per la vendita dei suoi prodotti o nuovi canali per l'acquisto di mezzi di produzione o materie prime, o per reperire manodopera.

| | | | | | |
|-----------|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| AMINF __ | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

PER TUTTI!

C23. Se avesse bisogno di una piccola somma di denaro, a quante persone potrebbe chiederla in prestito, al di là della sua famiglia?

NUMPRE |__||__|

C24. Se si trovasse a fronteggiare un momento di temporanea difficoltà – per esempio legata a problemi finanziari – a quante persone potrebbe chiedere aiuto, al di là della sua famiglia

NUMAIU |__||__|

C25. Negli ultimi 12 mesi, quante persone con problemi personali hanno chiesto il suo aiuto?

NUMAIU |__||__|

C24. In generale, è soddisfatto dei suoi rapporti con gli amici? Oppure pensa che potrebbero andare meglio?

| | | |
|------------|-------------|---------------|
| SODAMI __ | Soddisfatto | Insoddisfatto |
| | 1 | 2 |

D) SOLO PER GLI IMPRENDITORI! - ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E PROFESSIONALI

Siamo arrivati a metà dell'intervista. Ora vorrei chiederle della sua partecipazione ad associazioni professionali e di categoria, e sapere qual è il ruolo che secondo lei tali associazioni rivestono nello svolgimento della sua attività imprenditoriale.

D01. E' iscritto ad associazioni di imprese o di categoria o di settore?

| | | |
|-----------|----------|--------------|
| ASSIMP □ | Iscritto | Non iscritto |
| | 1 | 2 |

Si può trattare di associazioni di industriali locali federate con Confindustria, di associazioni per la tutela degli interessi degli industriali della zona o del settore, di forum permanenti per il confronto su tematiche legate all'attività imprenditoriale o di consorzi tra due o più imprese costituiti con l'obiettivo di migliorare l'accesso a una serie di beni e di servizi . Esempi delle associazioni da far rientrare in questa categoria sono l'Associazione tra gli Industriali della Provincia di Viterbo, il Consorzio Tuscia Energia, il Consorzio Servizi Viterbo, il Consorzio Garanzia Collettiva Fidi Viterbo.

In caso di risposta affermativa, proseguire con le domande da **D02** a **D11**. Altrimenti passare alla domanda **D12**.

D02. Quali sono?

Elencare:

D03. Quindi, riassumendo, lei è iscritto a ... associazioni.

NASS |□|□|

N° di associazioni di imprese, di categoria o di settore cui l'intervistato era iscritto al 31-01-2006

D04. Negli ultimi 12 mesi, ha versato dei soldi a questa/e associazione/i, per esempio a titolo di quota di iscrizione o per contribuire al finanziamento delle spese?

| | | |
|-----------|----|----|
| SOLDAS □ | Si | No |
| | 1 | 2 |

D05. Negli ultimi 12 mesi, ha frequentato *meeting* e riunioni della/e associazione/i cui è iscritto?

| | | | | | |
|-----------|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| RIUASS □ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |

D06. Ritieni di avere un peso nella formazione delle decisioni della/e associazione/i cui è iscritto?

| | | |
|---------------------------------|----|----|
| ASSDEM <input type="checkbox"/> | Si | No |
| | 1 | 2 |

D08. La sua partecipazione associativa ha mai creato situazioni favorevoli per la creazione di CONTATTI utili per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale? Per esempio è entrato in contatto con partner, fornitori, consulenti, funzionari pubblici la cui conoscenza si è rivelata utile per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

| | | | | | |
|---------------------------------|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| ASSCNT <input type="checkbox"/> | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

D09. Attraverso la partecipazione associativa, è mai venuto a conoscenza di INFORMAZIONI rilevanti per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

Per esempio, notizie sull'andamento del mercato, suggerimenti su nuove tecniche di produzione, o di organizzazione e di gestione dell'impresa, su nuovi sbocchi per la vendita dei suoi prodotti o nuovi canali per l'acquisto di mezzi di produzione o materie prime, o per reperire manodopera.

| | | | | | |
|---------------------------------|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| ASSINF <input type="checkbox"/> | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

D.10. Le è mai capitato di sottoscrivere degli accordi – con partner, clienti, fornitori – nell'ambito di incontri legati a questa partecipazione associativa?

| | | |
|---------------------------------|----|----|
| ASSACC <input type="checkbox"/> | Si | No |
| | 1 | 2 |

D11. In generale, è soddisfatto della sua partecipazione associativa? Oppure pensa che si sia rivelata complessivamente inutile?

| | | |
|--|-------------|---------|
| SODASS <input type="checkbox"/> | Soddisfatto | Inutile |
| | 1 | 2 |

D12. Partecipa a riunioni informali con suoi colleghi, in contesti informali e slegati da qualsiasi forma di partecipazione associativa?

| | | | | | |
|--|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| RIUINF <input type="checkbox"/> | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

*In caso di risposta affermativa, continuare con le domande **D13**, **D14** e **D15**. Altrimenti passare alla domanda **D16**.*

D13. Durante queste riunioni informali, ha mai stabilito dei CONTATTI utili per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale? Per esempio è entrato in contatto con partner, fornitori, consulenti, funzionari pubblici la cui conoscenza si è rivelata utile per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

| | | | | | |
|--|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| INFCNT <input type="checkbox"/> | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

D14. Attraverso queste riunioni informali, è mai venuto a conoscenza di INFORMAZIONI rilevanti per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

Per esempio, notizie sull'andamento del mercato, suggerimenti su nuove tecniche di produzione, o di organizzazione e di gestione dell'impresa, su nuovi sbocchi per la vendita dei suoi prodotti o nuovi canali per l'acquisto di mezzi di produzione o materie prime, o per reperire manodopera.

| | | | | | |
|--|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| INFINF <input type="checkbox"/> | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

D15. Le è mai capitato di stipulare accordi o prendere decisioni rilevanti per la sua attività imprenditoriale nell'ambito di questi incontri informali?

| | | |
|--|-------------|---------|
| ACCINF <input type="checkbox"/> | Soddisfatto | Inutile |
| | 1 | 2 |

D16. Negli ultimi 12 mesi, quanti colleghi con problemi legati alla loro attività imprenditoriale (difficoltà tecniche, finanziarie ecc.) si sono rivolti a lei per chiederle aiuto?

COLAIU |__|__|

D17. Generalmente parlando, pensa che ci sia da fidarsi dei suoi colleghi? Oppure che non si è mai troppo prudenti nel trattare con loro?

| | | |
|-------------------|---------|-------------|
| FIDCOL __ | Si fida | Non si fida |
| | 1 | 2 |

E) LE ORGANIZZAZIONI VOLONTARIE

Ora vorrei chiederle qualche informazione sulla sua partecipazione sociale e politica.

E01. E' iscritto a organizzazioni volontarie?

| | | |
|----------------|----------|--------------|
| ORG __ | Iscritto | Non iscritto |
| | 1 | 2 |

Nella categoria rientrano le associazioni di volontariato (per esempio associazioni che prestano aiuto a persone svantaggiate), le associazioni che sostengono una causa (per esempio le associazioni ambientaliste o per la difesa dei diritti umani), quelle che tutelano determinati interessi collettivi (per esempio le associazioni di risparmiatori e consumatori).

*In caso di risposta affermativa, proseguire con le domande da **E02** a **E10**. Altrimenti passare alla sezione successiva.*

E02. Quali sono?

Elencare:

E03. Quindi, riassumendo, lei è iscritto a ... organizzazioni volontarie.

NORG |_|_|

N° di organizzazioni volontarie cui l'intervistato era iscritto al 31-01-2006

E04. Negli ultimi 12 mesi, ha versato dei soldi a questa/e associazione/i, per esempio a titolo di quota di iscrizione o per contribuire al finanziamento delle spese?

| | | |
|------------------|----|----|
| SOLORG _ | Si | No |
| | 1 | 2 |

E05. Negli ultimi 12 mesi, ha frequentato *meeting* e riunioni della/e associazione/i cui è iscritto?

| | | | | | |
|------------------|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| RIUORG _ | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

E06. Negli ultimi 12 mesi, ha svolto lavoro non retribuito per questa/e associazione/i?

| | | |
|------------------|----|----|
| LAVORG _ | Si | No |
| | 1 | 2 |

E07. Negli ultimi 12 mesi, ha prestato aiuto di qualsiasi genere ad estranei nell'ambito della sua attività di volontariato?

| | | |
|------------------|----|----|
| AIUORG _ | Si | No |
| | 1 | 2 |

E08. Ritieni di avere un peso nella formazione delle decisioni della/e associazione/i cui è iscritto?

| | | |
|------------------|----|----|
| ORGDEM _ | Si | No |
| | 1 | 2 |

SOLO PER GLI IMPRENDITORI!

E09. La sua partecipazione sociale ha mai creato situazioni favorevoli per la creazione di CONTATTI utili per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale? Per esempio è entrato in contatto con partner, fornitori, consulenti, funzionari pubblici la cui conoscenza si è rivelata utile per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

| | | | | | |
|--|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| ORGCNT <input type="checkbox"/> | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

E10. Attraverso la sua partecipazione sociale, è mai venuto a conoscenza di INFORMAZIONI rilevanti per lo svolgimento della sua attività imprenditoriale?

Per esempio, notizie sull'andamento del mercato, suggerimenti su nuove tecniche di produzione, o di organizzazione e di gestione dell'impresa, su nuovi sbocchi per la vendita dei suoi prodotti o nuovi canali per l'acquisto di mezzi di produzione o materie prime, o per reperire manodopera.

| | | | | | |
|--|-----|-----------|-----------------|--------|--------------|
| ORGINF <input type="checkbox"/> | Mai | Raramente | Occasionalmente | Spesso | Regolarmente |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

F) LA PARTECIPAZIONE POLITICA

Ora vorrei farle poche domande sulla sua partecipazione politica.

| | | | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| F00. Si tiene informato sulla situazione politica? INFOPO <input type="checkbox"/> | Frequenza | | | | |
| | TG | 2S | 2M | 2A | NO |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 6 |

- *TG: se l'intervistato si informa di politica tutti i giorni*
- *2S: una o più volte alla settimana*
- *2M: una o più volte al mese*
- *2A: più raramente di una volta al mese*
- *MAI: se l'intervistato non si informa o dichiara di non avere alcun interesse per la politica*

| Se sì, con quali mezzi si informa di politica? | | Si | No |
|--|--|----|----|
| F01. Televisione | <input type="checkbox"/> POLTV | 1 | 2 |
| F02. Radio | <input type="checkbox"/> POLRAD | 1 | 2 |
| F03. Quotidiani | <input type="checkbox"/> POLQUO | 1 | 2 |
| F04. Settimanali | <input type="checkbox"/> POLMAG | 1 | 2 |
| F05. Amici | <input type="checkbox"/> POLAMI | 1 | 2 |
| F06. Parenti | <input type="checkbox"/> POLPAR | 1 | 2 |
| F07. Colleghi | <input type="checkbox"/> POLCOL | 1 | 2 |
| F08. Partecipazione diretta | <input type="checkbox"/> POLPAR | 1 | 2 |

| F09. Con quale frequenza parla di politica? PARLPO <input type="checkbox"/> | Frequenza | | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | TG | 2S | 2M | 2A | NO |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 6 |

- *TG: se l'intervistato parla di politica tutti i giorni*
- *2S: una o più volte alla settimana*
- *2M: una o più volte al mese*
- *2A: più raramente di una volta al mese*
- *MAI: se l'intervistato non parla mai di politica*

F10. Negli ultimi 12 mesi, ha versato dei soldi a un partito politico, per esempio sotto forma di quota di iscrizione?

| | | |
|--|----|----|
| SOLPAR <input type="checkbox"/> | Si | No |
| | 1 | 2 |

F11. Negli ultimi 12 mesi, ha svolto lavoro gratuito per un partito politico?

| | | |
|--|----|----|
| LAVPAR <input type="checkbox"/> | Si | No |
| | 1 | 2 |

F12. Negli ultimi 12 mesi, ha partecipato a un corteo o manifestazione politica?

| | | |
|--|----|----|
| CORTEO <input type="checkbox"/> | Si | No |
| | 1 | 2 |

F13. Negli ultimi 12 mesi, ha assistito a un comizio?

| | | |
|--|----|----|
| COMIZI <input type="checkbox"/> | Si | No |
| | 1 | 2 |

G) LA FIDUCIA NEI CONFRONTI DEGLI ESTRANEI E DELLE ISTITUZIONI

G00. Generalmente parlando, ritiene che ci si possa fidare degli altri. Oppure che non si è mai troppo prudenti nel trattare con gli estranei?

| | | |
|--|----|----|
| GENFID <input type="checkbox"/> | Si | No |
| | 1 | 2 |

Per “altri” si devono intendere tutte le persone che non si conoscono. Quindi sono esclusi dalla definizione familiari, parenti, amici, colleghi e conoscenti.

| Con quale di queste affermazioni è d'accordo? | | Si | No |
|---|--|----|----|
| G01. La maggior parte delle persone nel suo vicinato è degna di fiducia | <input type="checkbox"/> FIDVIN | 1 | 2 |
| G02. La maggior parte delle persone nel suo comune è degna di fiducia | <input type="checkbox"/> FIDCOM | 1 | 2 |
| G03. Se lei perdesse il suo portafoglio nel vicinato o nei pressi del luogo in cui lavora, qualcuno lo raccoglierebbe e lo restituirebbe | <input type="checkbox"/> FIDPOR | 1 | 2 |
| G04. Si sente sicuro nel fare una passeggiata nel vicinato o nei pressi del luogo di lavoro la sera dopo il tramonto | <input type="checkbox"/> FIDPAS | 1 | 2 |
| G05. La sua comunità locale è nota per essere un luogo sicuro | <input type="checkbox"/> REPCOM | 1 | 2 |
| G06. Nella sua comunità locale si sente “a casa” | <input type="checkbox"/> COMCAS | 1 | 2 |
| G07. In una questione legata allo sviluppo della sua zona, l'amministrazione locale prenderebbe delle decisioni eque | <input type="checkbox"/> FIDLOC | 1 | 2 |

| In quali di queste istituzioni o persone ha fiducia? | | Si | No |
|---|--|----|----|
| G08. La chiesa | <input type="checkbox"/> FIDCHI | 1 | 2 |
| G09. Le forze armate | <input type="checkbox"/> FIDARM | 1 | 2 |
| G10. Il sistema giudiziario | <input type="checkbox"/> FIDGIU | 1 | 2 |
| G11. La stampa | <input type="checkbox"/> FIDSTA | 1 | 2 |
| G12. La televisione | <input type="checkbox"/> FIDTV | 1 | 2 |
| G13. I sindacati | <input type="checkbox"/> FIDSIN | 1 | 2 |
| G14. Le forze dell'ordine | <input type="checkbox"/> FIDORD | 1 | 2 |
| G15. Il servizio sanitario nazionale | <input type="checkbox"/> FIDSAN | 1 | 2 |
| G16. Il governo | <input type="checkbox"/> FIDGOV | 1 | 2 |
| G17. L'amministrazione locale | <input type="checkbox"/> FIDGOL | 1 | 2 |
| G18. Il parlamento | <input type="checkbox"/> FIDPAR | 1 | 2 |
| G19. Il sistema bancario | <input type="checkbox"/> FIDBAN | 1 | 2 |
| G20. Le imprese locali | <input type="checkbox"/> FIDILO | 1 | 2 |
| G21. La Confindustria | <input type="checkbox"/> FIDCFD | 1 | 2 |
| G22. Le imprese nazionali | <input type="checkbox"/> FIDIMN | 1 | 2 |
| G23. I dipendenti della pubblica amministrazione | <input type="checkbox"/> FIDBUR | 1 | 2 |
| G24. Il sistema dei trasporti pubblici | <input type="checkbox"/> FIDTRA | 1 | 2 |
| G25. I partiti politici | <input type="checkbox"/> FIDPAR | 1 | 2 |
| G26. I politici, in generale | <input type="checkbox"/> FIDPOL | 1 | 2 |
| G27. I politici locali | <input type="checkbox"/> FIDPLC | 1 | 2 |

Qual è il suo giudizio sull'influenza delle seguenti caratteristiche dell'ambiente circostante sulla sua attività professionale?

| Qual è il suo giudizio su... | Giudizio | | | | |
|--|-------------------|-------------|----------|------------|------------------|
| | Molto sfavorevole | Sfavorevole | Adeguate | Favorevole | Molto favorevole |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 6 |
| G28. Ordine pubblico ORDPUB <input type="checkbox"/> | | | | | |
| G29. Criminalità organizzata CRIMOR <input type="checkbox"/> | | | | | |
| G30. Racket RACKET <input type="checkbox"/> | | | | | |
| G31. Possibilità di finanziamento FINANZ <input type="checkbox"/> | | | | | |
| G32. Qualità delle infrastrutture INFRAS <input type="checkbox"/> | | | | | |
| G33. Qualità dei servizi pubblici SPUBBL <input type="checkbox"/> | | | | | |
| G34. Coesione sociale COESIO <input type="checkbox"/> | | | | | |
| G35. Clima all'interno dell'azienda CLIMA <input type="checkbox"/> | | | | | |
| G36. Capacità di svolgere "lavoro di squadra" all'interno dell'azienda SQUAD <input type="checkbox"/> | | | | | |
| Per i datori di lavoro | | | | | |
| G37. Rapporti con i concorrenti RAPCOR <input type="checkbox"/> | | | | | |
| G38. Rapporti con i suoi dipendenti RAPDIP <input type="checkbox"/> | | | | | |
| Per i lavoratori dipendenti | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| G39. Rapporti con i colleghi RAPCOL <input type="checkbox"/> | | | | | |
| G40. Rapporti con il datore di lavoro RAPDAT <input type="checkbox"/> | | | | | |

G.41 Secondo lei, quali sono i principali problemi dell'area in cui lavora?

Elencare, per un massimo di 3

.....

.....

.....

G42. E i suoi principali problemi?

Elencare, per un massimo di 3

.....

.....

.....

H) SOLO PER GLI IMPRENDITORI! - IL CAPITALE UMANO E L'ATTIVITA' IMPRENDITORIALE

L'intervista è quasi terminata. Per finire vorrei farle alcune domande sulla sua formazione e la sua attività imprenditoriale

H00. Qual è il suo titolo di studio?

STUDIO

Riportare il più elevato titolo di studio conseguito.

| Titolo di studio | |
|--------------------------------------|---|
| Nessuno | 1 |
| Licenza elementare | 2 |
| Licenza media inferiore | 3 |
| Diploma professionale (3 anni) | 4 |
| Diploma media superiore | 5 |
| Diploma universitario / Laurea breve | 6 |
| Laurea | 7 |
| Specializzazione post laurea | 8 |

*Se il titolo più elevato è il diploma di scuola media superiore, porre la domanda **H01**.*

*Se il titolo più elevato è la laurea o diploma universitario/laurea breve,, passare alla domanda **H02**.*

*Se il titolo è inferiore al diploma di scuola media superiore, passare alla domanda **H04**.*

H01. Quale tipo di diploma ha conseguito?

TIPDIP

| Tipo di diploma | |
|---|---|
| Istituto professionale | 1 |
| Istituto tecnico | 2 |
| Liceo (classico, scientifico e linguistico) | 3 |
| Liceo artistico e istituti d'arte | 4 |
| Magistrali | 5 |
| Altro | 6 |

H02. Quale tipo di laurea o di laurea breve/diploma universitario?

TIPLAU

| Tipo di laurea | |
|--|----|
| Matematica, fisica, chimica, biologia, scienze, farmacia | 1 |
| Scienze agrarie, veterinaria | 2 |
| Medicina, odontoiatria | 3 |
| Ingegneria | 4 |
| Architettura, urbanistica | 5 |
| Economia, statistica | 6 |
| Scienze politiche, sociologia | 7 |
| Giurisprudenza | 8 |
| Lettere, filosofia, lingue, pedagogia | 9 |
| Altro | 10 |

H03. In quale ateneo ha conseguito la laurea?

Ora vorrei sapere qual era il titolo di studio, la condizione professionale e il settore di attività dei suoi genitori quando avevano la sua età.

Se all'età dell'intervistato il genitore era pensionato o deceduto, riferirsi al momento precedente al pensionamento o il decesso.

| Titolo di studio, condizione professionale e settore di attività dei genitori | |
|---|--|
| H04. Titolo di studio | GENSTU <input type="checkbox"/> |
| Nessuno | 1 |
| Licenza elementare | 2 |
| Licenza media inferiore | 3 |
| Licenza media superiore | 4 |
| Laurea | 5 |
| Non risponde/non sa | 6 |
| H05. Condizione professionale | GENSTA <input type="checkbox"/> |
| Operaio | 1 |
| Impiegato | 2 |
| Insegnante | 3 |
| Impiegato direttivo, funzionario | 4 |
| Dirigente | 5 |
| Libero professionista | 6 |
| Imprenditore | 7 |
| Lavoratore autonomo | 8 |
| Non occupato | 9 |
| Non risponde/non sa | 10 |
| H06. Settore di attività | GENSET <input type="checkbox"/> |
| Agricoltura, pesca | 1 |
| Industria | 2 |
| Pubblica amministrazione | 3 |
| Altri settori (commercio, artigianato, altri servizi, ecc) | 4 |
| Non risponde/non sa | 5 |

H07. Qual è la sua posizione dentro l'impresa?

POSIMP

| Posizione nell'impresa | |
|--|---|
| Proprietario unico (imprenditore individuale o meno) | 1 |
| Titolare o coadiuvante di impresa familiare | 2 |
| Socio/gestore della società | 3 |
| Altro | 4 |

H08. Può indicare il numero di addetti complessivo dell'impresa (compreso il titolare)?

NUMADD

H09. Di cui dipendenti

NUMDIP

PER I PROPRIETARI UNICI, IMPRENDITORI INDIVIDUALI E TITOLARI O COADIUVANTI DI IMPRESE FAMILIARI

H10. Qual è la sua quota di proprietà?

QUOPRO

H11. Qual è stato il fatturato della sua attività lavorativa nel 2005?

FATLOR € ..

H12. Quali sono stati, anche approssimativamente, i proventi della sua attività lavorativa nel 2005, al netto delle spese, delle tasse e dei contributi versati?

PROVEN € ..

H13. La sua azienda possiede immobili utilizzati per l'esercizio dell'attività?

Si = 1, No = 0

IMMOB

H14. Quanto potrebbe valere la sua azienda se decidesse di venderla? Consideri gli eventuali strumenti utilizzati per l'esercizio dell'attività, le scorte di magazzino, l'avviamento (per es. licenze, portafoglio clienti), ed escluda il valore degli immobili e i debiti.

VALAZ € ..

PER I SOCI O GESTORI DI SOCIETÀ

H15. Quanto ha ricevuto complessivamente come compenso fisso per l'attività svolta nella sua società, al netto delle imposte?

COMPFIS € |_|. |_|_|_|_|_|. |_|_|_|_|_|

H16. Qual è stato l'ammontare degli utili distribuiti a lei personalmente al netto delle imposte nel 2005?

DIVIDUT € |_|. |_|_|_|_|_|. |_|_|_|_|_|

H17. Qual è la quota di sua proprietà della società?

QUOSOC |_|_|_|_|_|

H18. Qual è il valore di mercato della società, con riferimento alla sola quota a lei spettante?

PARTECIP € |_|. |_|_|_|_|_|. |_|_|_|_|_|

L'intervista è terminata, la ringrazio per la sua collaborazione!

Prima di terminare l'intervista, completare la sezione I

I) NOTIZIE A CURA DELL'INTERVISTATORE

I00. Durata dell'intervista (in minuti)

DURATA |_|_|_|_|_|_|_|_|

Valutazione sull'andamento dell'intervista

Fornire gli indicatori di valutazione dell'andamento dell'intervista, utilizzando un punteggio da 1 a 10 (1 = minimo, 10 = massimo)

| | |
|---|---|
| I01. Qual è il suo giudizio sul livello di comprensione delle domande da parte dell'intervistato? | COMPRE _ _ _ / _ _1_ _ _0_ |
| I02. In che misura ritiene che le indicazioni fornite dall'intervistato corrispondano al vero? | VERO _ _ _ / _ _1_ _ _0_ |
| I03. Come giudica il clima complessivo in cui si è svolta l'intervista? | CLIMA _ _ _ / _ _1_ _ _0_ |
| I04. Per il resto, qual è il suo giudizio sulla capacità dell'intervistato di fornire le risposte? | FACIL _ _ _ / _ _1_ _ _0_ |

Compilare:

Dichiaro di aver rivolto personalmente le domande del presente questionario all'intervistato

Nome e cognome

Data

Appendice B – Nota metodologica sull’indagine sulla Tuscia riportata in Garofalo e Sabatini (2008)

L’indagine ha coinvolto un gruppo di 82 persone, che hanno partecipato al gioco della fiducia in laboratorio e risposto alle domande del questionario nel corso di un’intervista personalizzata. Come accennato nell’introduzione, i soggetti sono stati selezionati sulla base di valutazioni di tipo qualitativo, e non rappresentano una porzione statisticamente rappresentativa della popolazione. Al di là delle dimensioni e della composizione, il gruppo di intervistati si caratterizza invece per il ruolo cruciale che, secondo la letteratura sul capitale sociale e sui distretti industriali, viene svolto nella promozione dello sviluppo locale³. Per questa ragione, nella stesura del capitolo, abbiamo preferito parlare di “gruppo” piuttosto che di “campione”. Il gruppo è formato da imprenditori e da altre figure professionali che, a vario titolo, fanno parte dell’entourage delle piccole e medie imprese selezionate per l’indagine. In alcuni casi, l’incrocio di caratteri specifici ha portato ad analizzare sottogruppi con un numero di componenti troppo basso (compreso tra 10 e 20 individui) per poter trarre qualsiasi indicazioni di carattere generale. I risultati dell’analisi descritta in questo capitolo si riferiscono pertanto esclusivamente a una popolazione specifica che non rappresenta l’universo di riferimento, e non possono essere estesi a una popolazione più ampia, se non per la rilevanza “generale” del caso di studio considerato. Il gruppo è costituito per il 49% da imprenditori, per il 27% da lavoratori autonomi e per il 24% da lavoratori alle dipendenze degli imprenditori selezionati. Lo status professionale degli intervistati è descritto nel dettaglio nella tabella 1.

Tabella 1. Status professionale degli intervistati

| | Frequenza | Percentuale |
|--------------------------|-----------|-------------|
| Impiegato | 9 | 11,0 |
| Funzionario | 1 | 1,2 |
| Dirigente | 10 | 12,2 |
| Libero professionista | 14 | 17,1 |
| Imprenditore individuale | 14 | 17,1 |

³ Si veda per esempio Becattini (1987).

| | | |
|---|----|-------|
| Titolare o coadiuvante di impresa familiare | 2 | 2,3 |
| Socio o gestore di società | 24 | 29,3 |
| Lavoratore autonomo | 8 | 9,8 |
| <hr/> | | |
| Totale | 82 | 100,0 |
| <hr/> | | |

Appendice C – Indicatori per la misurazione del capitale sociale a livello nazionale

| Tabella A1. Indicatori del capitale sociale familiare | | | | | |
|---|---|---------|---------------|--------|---------|
| Etichetta | Descrizione | Anno | Fonte | Media | Dev.St. |
| CONTPAR | Persone di 14 anni e più che hanno parenti su cui contano o a cui tengono particolarmente oltre agli eventuali figli genitori, nonni, nipoti, fratelli, sorelle per 100 persone della stessa zona. | 1998 | Istat (2001) | 3,905 | 1,037 |
| COPFIG | Coppie con figli, per 100 nuclei familiari della stessa zona. | 2001/02 | Istat (2003) | 18,470 | 4,861 |
| COPNOFIG | Coppie senza figli, per 100 nuclei familiari della stessa zona. | 2001/02 | Istat (2003) | 71,500 | 5,424 |
| FAM5COMP | Famiglie di 5 componenti e più per 100 famiglie della stessa zona. | 2001/02 | Istat (2003) | 10,990 | 3,995 |
| FAMSINGL | Famiglie di single per 100 famiglie della stessa zona. | 2001/02 | Istat (2003) | 72,790 | 5,022 |
| FIG16KM | Persone di 25 anni e più che hanno figli viventi che abitano oltre 16 km (in Italia o all'estero) per 100 persone della stessa zona che hanno figli viventi. | 1998 | Istat (2001) | 10,225 | 3,958 |
| FIG1KM | Persone di 25 anni e più che hanno figli viventi che abitano nel raggio di 1 km (coabitanti, stesso caseggiato oppure altrove ma entro 1 km) per 100 persone della stessa zona che hanno figli viventi. | 1998 | Istat (2001) | 86,245 | 3,594 |
| FRATELTG | Persone che vedono fratelli e/o sorelle tutti i giorni per 100 persone della stessa zona che hanno fratelli e/o sorelle non coabitanti. | 1998 | Istat (2001) | 6,955 | 3,199 |
| GIOBAM2S | Persone di 6 anni e più che giocano con i bambini una o più volte la settimana per 100 persone della stessa zona. | 2000 | Istat (2002b) | 32,11 | 2,33 |
| INCPARTG | Persone di 6 anni e più che incontrano familiari o parenti tutti i giorni per 100 persone della stessa zona. | 2000 | Istat (2002b) | 59,735 | 5,448 |
| MUM16KM | Persone fino a 69 anni che hanno la madre vivente che abita oltre 16 km (in Italia o all'estero) per 100 persone della stessa zona che hanno la madre vivente. | 1998 | Istat (2001) | 28,595 | 5,408 |
| MUM1KM | Persone fino a 69 anni che hanno la madre vivente che abita nel raggio di 1 km (coabitante, stesso caseggiato oppure altrove ma entro 1 km) per 100 persone della stessa zona che hanno la madre vivente. | 1998 | Istat (2001) | 46,055 | 9,139 |
| NOGIOBAM | Persone di 6 anni e più che non giocano mai con i bambini per 100 persone della stessa zona. | 2000 | Istat (2002b) | 36,22 | 4,19 |
| NOINCPA | Persone di 6 anni e più che non incontrano mai familiari o parenti per 100 persone della stessa zona. | 2000 | Istat (2000b) | 10,790 | 4,937 |
| NOPARENT | Persone di 6 anni e più che non hanno familiari o parenti non conviventi per 100 persone della stessa zona. | 2000 | Istat (2000b) | 23,075 | 4,900 |
| SODDPAR | Persone di 14 anni e più che si dichiarano "molto o abbastanza soddisfatte" delle relazioni con i parenti, per 100 persone della stessa zona. | 2002 | Istat (2004a) | 36,27 | 6,34 |
| VFIGTG | Persone di 25 anni e più che vedono i figli tutti i giorni per 100 persone della stessa zona. | 1998 | Istat (2001) | 43,245 | 4,176 |
| VMUMTG | Persone fino a 69 anni che vedono la madre tutti i giorni per 100 persone della stessa zona. | 1998 | Istat (2001) | 17,075 | 3,253 |

| Etichetta | Descrizione | Anno | Fonte | Media | Dev.St. |
|-----------|---|------|---------------|--------|---------|
| ASSPORT | Associazioni sportive non profit ogni 10.000 abitanti | 2002 | Istat (2002d) | 11,440 | 4,829 |
| BAR2S | Persone di 6 anni e più che frequentano bar, centri di incontro, circoli e altri locali una o più volte la settimana per 100 persone della stessa zona. | 2000 | Istat (2002b) | 21,500 | 4,076 |
| CENAF2S | Persone di 6 anni e più che pranzano o cenano fuori casa più volte la settimana per 100 persone della stessa zona. | 2000 | Istat (2002b) | 5,045 | 1,198 |
| INCAMI2S | Persone di 6 anni e più che incontrano gli amici più di una volta alla settimana per 100 persone della stessa zona. | 2002 | Istat (2004) | 28,735 | 1,485 |
| MUBAR | Persone di 14 anni e più che frequentano pub, bar e locali generici per ascoltare musica, per 100 persone della stessa zona. | 2000 | Istat (2002b) | 18,620 | 2,411 |
| NOBAR | Persone di 6 anni e più che non frequentano mai bar, centri di incontro, circoli e altri locali per 100 persone della stessa zona. | 2000 | Istat (2002b) | 47,865 | 6,513 |
| NOCENF | Persone di 6 anni e più che non pranzano o cenano mai fuori casa per 100 persone della stessa zona. | 2000 | Istat (2002b) | 17,265 | 4,954 |
| NOPARLCO | Persone di 6 anni e più che non parlano mai con dei conoscenti per 100 persone della stessa zona. | 2000 | Istat (2002b) | 8,510 | 1,269 |
| NOPARVIC | Persone di 6 anni e più che non si intrattengono mai con i vicini di casa per 100 persone della stessa zona. | 2000 | Istat (2002b) | 25,585 | 3,314 |
| PARCON2S | Persone di 6 anni e più che parlano con dei conoscenti una o più volte alla settimana per 100 persone della stessa zona. | 2000 | Istat (2002b) | 46,965 | 6,074 |
| PARVIC2S | Persone di 6 anni e più che si intrattengono con i vicini di casa una o più volte la settimana per 100 persone della stessa zona. | 2000 | Istat (2002b) | 22,940 | 3,328 |

| Name | Description | Year | Source | Mean | St. Dev. |
|----------|---|------|---------------|--------|----------|
| AIUTOVOL | Persone di 14 anni e più che hanno dato almeno un aiuto come volontari per 100 persone della stessa zona che hanno dato un aiuto. | 1998 | ISTAT (2001) | 5,080 | 1,407 |
| AMIVOL | Persone di 6 anni e più che, quando vedono gli amici, svolgono attività di impegno civile, per 100 persone della stessa zona che vedono gli amici. | 2002 | ISTAT (2004a) | 3,920 | 1,287 |
| ORGANIZ | Organizzazioni di volontariato iscritte ai registri regionali ogni 100.000 abitanti | 2001 | ISTAT (2004b) | 4,195 | 3,284 |
| RIUASCU | Persone di 14 anni e più che hanno svolto almeno una riunione presso una associazione culturale nei 12 mesi precedenti l'intervista, per 100 persone della stessa zona. | 2002 | ISTAT (2004) | 8,485 | 3,862 |
| RIUASEC | Persone di 14 anni e più che hanno svolto almeno una riunione presso una associazione ecologica negli ultimi 12 mesi, per 100 persone della stessa zona. | 2002 | ISTAT (2004) | 1,755 | 0,458 |
| SOLDASS | Persone di 14 anni e più che hanno versato soldi a una associazione almeno una volta l'anno per 100 persone della stessa zona. | 2002 | ISTAT (2004) | 15,635 | 6,250 |