



FACOLTÀ DI ECONOMIA
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
SEDE DI FORLÌ

**Corso di Laurea in Economia
delle Imprese Cooperative
e delle Organizzazioni Nonprofit**

Perchè esiste il settore non profit?

Pier Luigi Sacco e Luca Zarri

**Working Paper n. 29
Febbraio 2006**

in collaborazione con



Pier Luigi Sacco

DADI, IUAV, Venezia

Luca Zarri

DSE, Università di Verona

Informazioni :

Facoltà di Economia di Forlì - Corso di Laurea in Economia delle Imprese Cooperative e delle ONP

Tel. 0543-374620 – Fax 0543-374618 e-mail: nonprofit@spfo.unibo.it website: www.ecofo.unibo.it

1. Introduzione¹

Perché, nelle economie di mercato occidentali, esiste uno spazio socio-economicamente rilevante che viene occupato dal cosiddetto ‘settore non profit’? L’obiettivo di questo contributo di riflessione è quello di illustrare alcune delle principali ragioni argomentative che, adottando come punto di vista l’angolo visuale proprio della teoria economica, possono a nostro avviso essere avanzate al fine di giustificare l’esistenza degli enti non lucrativi all’interno delle maggiori economie ‘di primo mondo’ contemporanee. In particolare, ci soffermeremo inizialmente su alcune delle teorie che ormai è possibile qualificare come ‘spiegazioni classiche’ dell’esistenza di tale ambito socio-economico, per poi presentare invece alcune argomentazioni imperniate su recenti sviluppi della letteratura economica e sociologica sul tema del capitale sociale (della fiducia in particolare). A tale riguardo, riteniamo fondamentale chiarire fin da subito, in via preliminare, che in quella parte del lavoro focalizziamo selettivamente l’attenzione solamente su alcune delle principali motivazioni che consideriamo potenzialmente alla base di un’ipotetica strategia giustificativa articolata e di ampio respiro in ordine al ruolo delle organizzazioni non profit nelle economie avanzate contemporanee². Siamo, in altri termini, del tutto consapevoli della parzialità delle argomentazioni che verranno esposte, in quanto è nostra convinzione che sia possibile, come in parte è già avvenuto e sta avvenendo, imboccare fruttuosamente ulteriori (e in larga misura complementari) piste di riflessione non inquadrabili come approcci di tipo classico al problema, ad esempio sottolineando la capacità degli enti senza scopo di lucro di contribuire alla selezione sociale di *motivazioni comportamentali non individualistiche*, alla soluzione di problemi di *equità sociale*, all’accumulazione di *capitale simbolico-identitario*, nonché alla promozione ed espansione degli spazi di *libertà positiva* nella società.

¹ Benché questo lavoro sia frutto di lunghe conversazioni tra i due autori, Pier Luigi Sacco ha curato i paragrafi 1 e 2, Luca Zarrì i paragrafi 3 e 4. Per proficui scambi di idee sull’argomento, desideriamo ringraziare Paolo Corazza, Giulio Ecchia, Ingrid Salvatore, Stefano Zamagni e gli studenti del corso di laurea in Economia delle Imprese Cooperative e delle Organizzazioni Non Profit di Forlì (corso di laurea che nel 2006 festeggia il proprio decimo anno di vita), il cui contributo si è rivelato quanto mai prezioso nel consentire agli autori di perfezionare il proprio percorso di riflessione congiunta sul tema nel corso degli ultimi anni.

² Per quanto ci riguarda, l’elaborazione di tale strategia giustificativa di ampio respiro è ancora *in fieri* e per questo nel presente saggio ci parrebbe prematuro – non solo per ragioni di spazio – entrare nel merito di linee di riflessione tra loro distinte ma compatibili, che potranno in futuro essere affinate e ricondotte ad unità in seno ad un disegno esplicativo organico ed internamente coerente.

2. Le spiegazioni classiche dell'esistenza del settore non profit. Le teorie di Weisbrod e Hansmann

2.1. La teoria del 'fallimento dello Stato': il modello dell'elettore mediano di Weisbrod

La riflessione sviluppata da Burton Weisbrod³ verte sulle modalità di fornitura e finanziamento di beni (e servizi) pubblici⁴ da parte dell'attore statale. Nel suo modello, egli formula specifiche ipotesi relativamente alle modalità di finanziamento della spesa pubblica, assumendo, in particolare, che per nessun cittadino-consumatore possa esservi uguaglianza tra contributo marginale e beneficio marginale ottenibile dalla fruizione di un dato bene pubblico. Inoltre, risulta decisiva nella sua formalizzazione l'ulteriore ipotesi in forza della quale le decisioni pubbliche dipendono crucialmente dall'esito di processi politici guidati da meccanismi elettorali di tipo maggioritario, in cui quantità e qualità dei diversi beni sono funzione dell'esito del voto a maggioranza. All'interno di un modello economico di competizione elettorale di questo tipo, saranno allora le preferenze dell'*elettore mediano* a rivelarsi determinanti, dal momento che risulterà vincitore il candidato che riuscirà a conquistare il 50% + 1 dei consensi (per questo il suo modello è noto anche come 'modello dell'elettore mediano'). Data l'impossibilità pratica di eguagliare, per ogni singolo cittadino che esercita il proprio diritto di elettorato attivo, contributo marginale e beneficio marginale associati al bene o servizio da produrre, si assisterà quindi, in equilibrio, ad un livello di fornitura del bene pubblico inevitabilmente valutato come *troppo alto* da alcuni (che saranno *over-satisfied*) e come *troppo basso* da altri (che risulteranno *under-satisfied*). Con un voto a maggioranza, solo l'elettore mediano sarebbe perfettamente soddisfatto del livello di fornitura deliberato dal Governo. In un sistema politico-elettorale che elegge i suoi candidati a maggioranza semplice, la vittoria elettorale si consegue dunque attraverso programmi politici il più possibile in linea con le preferenze dell'elettore mediano⁵. Per quanto riguarda il resto della popolazione, invece, risulta

³ I riferimenti fondamentali sono Weisbrod (1977) e Weisbrod (1988).

⁴ Ricordiamo che, dal punto di vista della teoria economica, un bene (o servizio) è pubblico quando possiede simultaneamente i due noti attributi di *non rivalità* nel consumo e *non escludibilità* dalla fruizione (cfr su questo il pionieristico lavoro di Samuelson 1954). Con riferimento al gruppo di agenti A, B, C e D, un bene è non rivale nel consumo quando il contemporaneo consumo del bene da parte di B, C e D non riduce l'utilità che dal consumo del medesimo trae il consumatore A (e lo stesso vale per gli altri tre individui, sempre nell'ipotesi di fruizione simultanea del bene). Un bene è non escludibile quando non risulta tecnicamente possibile e/o economicamente conveniente escludere determinati soggetti dall'accesso al bene stesso.

⁵ Non è quindi casuale che, all'interno di sistemi politici di tipo bipolare, con competizione diretta, i programmi dei due schieramenti tendano a convergere in misura significativa, anziché a differenziarsi nettamente. I contendenti presuppongono infatti che i cittadini chiamati a votare vivano ormai all'interno di società 'post-ideologiche' in cui la distribuzione delle preferenze è tale da rendere determinante un posizionamento programmatico ispirato dalle preferenze dell'elettore mediano. La conseguenza più immediata di ciò è quindi identificabile in una sempre più affannosa e malcelata 'corsa verso il centro'

fondamentale capire se la società in esame è internamente omogenea o eterogenea dal punto di vista culturale, etnico, religioso e socio-economico: quanto più una popolazione è eterogenea sotto tali profili, tanto maggiore sarà l'insoddisfazione dei cittadini elettori rispetto alla quantità e alla qualità del bene fornito a livello statale (cfr Mancinelli 2004). Da questo punto di vista, la teoria weisbrodiana appare di particolare attualità, dal momento che numerose società economicamente avanzate sono oggi sempre più connotate in senso *multiculturale*, a seguito di intensi e significativi flussi migratori, ed è plausibile ritenere che tale crescente complessità interna sul piano socio-economico, etnico, religioso e culturale si traduca in un sempre più alto grado di eterogeneità anche in ordine alle preferenze individuali in merito a qualità e quantità dei beni pubblici da produrre (cfr anche Musella e D'Acunto 2004).

Come è possibile, dunque, dare risposta alle minoranze insoddisfatte dal livello di offerta del bene pubblico deciso dallo Stato? Secondo Weisbrod, l'alternativa rappresentata dal ricorso alle imprese orientate al profitto e operanti sul mercato non costituisce una soluzione vincente, dal momento che i beni privati prodotti dalle imprese for-profit non sono sostituti perfetti dei beni forniti dall'attore statale, poiché presentano costi di fruizione per consumatore di gran lunga più elevati (pur presentando il vantaggio di consentire al proprietario l'esercizio di un controllo personalizzato sulle modalità di fruizione dei beni). Viceversa, l'esistenza di organizzazioni non profit (d'ora in poi ONP) come soggetti di offerta dei beni pubblici richiesti dai consumatori insoddisfatti delle scelte politiche in materia rappresenta, secondo l'autore, una via di gran lunga più promettente. Nel suo ragionamento, infatti, le ONP entrano in gioco proprio a seguito del 'fallimento dello Stato' (*government failure*) messo in luce dal modello dell'elettore mediano, in virtù della loro capacità di consentire un'organizzazione delle minoranze insoddisfatte finalizzata a produrre 'dal basso' i beni pubblici desiderati a livelli quantitativi e qualitativi adeguati.

Caratterizzando le ONP come soggetti di offerta alternativi allo Stato – con riferimento alla fornitura di beni pubblici a favore delle minoranze che il meccanismo di scelta descritto lascia insoddisfatte –, Weisbrod si spinge coerentemente a ritenere che l'ampiezza relativa del settore non lucrativo sarà funzione del grado di insoddisfazione dei consumatori e quindi del grado di eterogeneità delle preferenze degli stessi, dal lato della domanda. Come rilevato in precedenza, tale eterogeneità delle preferenze, a propria volta, dipenderà crucialmente da un complesso intreccio di fattori di ordine socio-economico, etnico, religioso e culturale. Il modello di Weisbrod, pertanto, prevede che, all'interno di un determinato Paese, le dimensioni del settore non

dell'elettorato, nella convinzione che proprio nella conquista di tale fascia di elettori risieda la vera e decisiva chiave del successo sullo schieramento avversario. A ben guardare, la struttura del problema è riconducibile, *mutatis mutandis*, a quella già studiata lucidamente da Hotelling (1929), nell'ambito del suo noto e ormai classico modello di differenziazione orizzontale (modello che non a caso continua ad ispirare numerosi lavori teorici centrati sull'analisi delle principali modalità di competizione politico-elettorale in seno alle democrazie liberali contemporanee).

profit siano tanto maggiori quanto più eterogenea risulta la popolazione di riferimento, sotto i profili precedentemente richiamati. In quest'ottica, come rileva Mancinelli (2004),

“il vantaggio delle imprese *non profit* rispetto al settore pubblico nel soddisfare la domanda dei consumatori è tanto maggiore quanto più la domanda è specifica nel contenuto e limitata ad una particolare sezione della popolazione. Lo Stato, basando le sue decisioni di produzione sulle preferenze dell'elettore mediano, lascia insoddisfatta la domanda di alcuni sottogruppi della popolazione. Si creano, così, delle nicchie di sotto offerta all'interno delle quali l'impresa *non profit* può stabilirsi e comportarsi come offerente alternativo o addizionale di beni pubblici”.

A tale riguardo, Musella e D'Acunto (2004) osservano che nell'ambito del modello interpretativo weisbrodiano le dimensioni atipiche assunte dal settore non profit negli Stati Uniti vengono spiegate alla luce dell'elevato grado di eterogeneità etnica, culturale e religiosa tipica di quel Paese.

Ma quali sono, allora, i più seri limiti esplicativi del contributo classico di Weisbrod? Vediamo di considerare in primo luogo, ancorché sinteticamente, due critiche mirate che possono essere rivolte al merito della teoria del *government failure*, lasciando per il momento da parte quella che, invece, nel paragrafo 3 indicheremo come la lacuna (metodologicamente) più grave che a nostro avviso affligge l'approccio weisbrodiano (ma anche, come chiariremo in seguito, quello hansmanniano nonché l'impianto argomentativo di altre spiegazioni classiche dell'esistenza delle ONP all'interno di economie di mercato sviluppate) al tema in oggetto.

Una prima ragione di insoddisfazione, nei confronti della strategia esplicativa richiamata, riguarda il fatto che le ONP vengono riduzionisticamente presentate, di fatto, come organizzazioni preposte alla fornitura di un'unica categoria di beni economici (ancorché si tratti di beni aventi di norma grande rilevanza per una collettività): i beni pubblici. Viceversa, come è noto, le ONP sono potenzialmente in grado di impegnarsi sul versante della produzione di *beni privati* e quindi di agire con successo anche *all'interno del mercato*, finanziando (quanto meno in una certa misura) le proprie attività collegate alla *mission* organizzativa mediante la vendita diretta di beni e/o servizi agli utenti⁶. Naturalmente, è opportuno precisare che un impegno diretto sul mercato, da parte di un'ONP, pur essendo del tutto compatibile, in linea di principio, con il mantenimento di un'identità autenticamente *mission* (e non *profit*)-*oriented* da parte della stessa, potrebbe, come è noto, dare vita a seri rischi di 'commercializzazione' (*commercialization*, cfr Weisbrod 1998) che rischierebbero di portare

⁶ Di ciò Hansmann è perfettamente consapevole, dato che, come ricordiamo nel paragrafo 2.2., a questo studioso va attribuita la distinzione tra ONP 'dipendenti da donatori' (*donative*) e ONP 'commerciali' (*commercial*), istituita proprio sulla base della fonte di finanziamento prevalente all'interno di ogni singola organizzazione.

l'organizzazione verso derive isomorfe letali dal punto di vista identitario⁷. Spesso appare in effetti particolarmente problematico, per un'ONP, coniugare efficacemente 'identità' e 'servizio', ovvero "lo svolgimento di un compito di servizio (che deve essere assicurato attraverso un livello accettabile della *performance* organizzativa) con il mantenimento e la continua rivitalizzazione della loro identità originaria (che viene garantito dall'elevata adesione del personale e dei soci alla missione associativa)" (Ranci 1999, citato in Bonetti e Mellano 2004)⁸.

Tornando alla questione precedente, occorre osservare come resti aperto il problema di una teoria – quella di Weisbrod – che non tiene conto della capacità delle ONP di proporsi anche come produttrici di beni diversi dai classici beni pubblici. Non si può quindi non rilevare, innanzi tutto, come quella esposta costituisca una spiegazione quanto mai parziale dell'esistenza delle ONP, che finisce per dare conto, al massimo, del ruolo di un segmento molto specifico dell'universo non profit: quello, certamente significativo, rappresentato da enti non lucrativi che sembrano effettivamente sorti nel tentativo di dare voce ad esigenze specifiche di fasce di cittadini e gruppi sociali non rispecchiate nelle (decisive) preferenze dell'elettore mediano su cui si impernia l'intera riflessione weisbrodiana⁹. D'altra parte, non appare sostenibile la tesi di chi intendesse circoscrivere a questi fronti di impegno l'intero raggio di operatività delle realtà non profit all'interno delle economie avanzate contemporanee. La teoria di Hansmann, come vedremo nel paragrafo 2.2., mostra ad esempio come, a certe condizioni, sia possibile attribuire un vantaggio comparato alle ONP rispetto alle imprese for-profit nella fornitura di beni non pubblici ma privati.

Una seconda, ancor più forte, critica alla teoria del fallimento dello Stato è poi rappresentata dalla lucida obiezione formulata da Weiss (1985; 1986). Nella sua analisi, gli agenti economici, non essendo ingenui, sono in grado di prevedere le conseguenze delle proprie scelte: nella fattispecie, gli elettori che preferiscono godere di un livello modesto del bene pubblico sono

⁷ Per una riflessione specifica su tali aspetti, si veda il saggio di Ecchia e Zarri (2005), dove si mostra come il rischio maggiore per le ONP risieda in un 'passaggio del Rubicone' che trasformi un isomorfismo di tipo organizzativo in quello che gli autori qualificano come *isomorfismo teleologico*: "il vero pericolo risiede infatti in un'imitazione che parte sì dalla sfera organizzativa, ma finisce poi per coinvolgere anche quella teleologica e identitaria, rischiando di dare origine ad un vero e proprio *mission displacement* (cfr Weisbrod, 1998), ovvero di innescare un processo, difficilmente reversibile, di più o meno graduale alterazione dell'identità dell'organizzazione non lucrativa" (Ecchia e Zarri 2005).

⁸ In maniera del tutto analoga, Bassi (2005) afferma che "Una tensione interna che caratterizza, dal punto di vista della gestione organizzativa, i soggetti di terzo settore è quella tra *rafforzamento dell'associazione* e *sviluppo delle strutture che erogano servizi* (Colozzi e Bassi, 2003). Tutti gli attori del terzo settore si trovano prima o poi – in una certa fase del loro ciclo di vita – di fronte ad un impasse, cioè a dover trovare le modalità operative che garantiscano il giusto equilibrio tra il mantenimento e la rivitalizzazione continua dell'associazione, del movimento, da un lato, e la dimensione dei servizi, delle 'opere', dall'altro. Non si tratta di un 'aut aut' ma piuttosto di un 'et et', cioè di un dilemma costitutivo di questa tipologia organizzativa rispetto al quale non sono possibili soluzioni 'definitive', una volta per tutte, ma solo l'individuazione di aggiustamenti continui che consentano di raggiungere 'stati di equilibrio temporanei'".

⁹ Si pensi, ad esempio, ad organizzazioni che perseguono finalità di tutela ambientale o a comitati per la ricerca su malattie ad oggi non curabili.

consapevoli del fatto che, rivelando in modo veritiero le proprie preferenze in materia, la scelta collettiva si assesterà su un livello di erogazione del bene non distante da quello desiderato dall'elettore mediano. Per questo, prosegue Weiss, tali elettori finiranno per *sottorappresentare* strategicamente le proprie preferenze per il bene pubblico, anticipando il successivo intervento 'riparatore' delle ONP, finalizzato a rispondere alle esigenze delle minoranze insoddisfatte della scelta effettuata dal decisore pubblico. In altri termini, la presenza del settore non profit determinerebbe una *distorsione strategica delle preferenze* dei soggetti più opportunisti ed interessati a livelli bassi del bene pubblico, con la conseguenza di aggravare in misura potenzialmente significativa l'onere contributivo per coloro che più desiderano disporre di quantità elevate del bene stesso.

2.2. La spiegazione di Hansmann: asimmetria informativa e fallimento del contratto

Secondo Henry Hansmann¹⁰, un ente non profit è essenzialmente un'organizzazione caratterizzata dal vincolo di non distribuzione dei 'guadagni netti' agli individui che esercitano il controllo su di essa. L'autore, con il termine 'guadagni netti', si riferisce ai profitti puri, cioè alla differenza tra i guadagni complessivi (somma di ricavi derivanti dalla vendita dell'*output* prodotto, sussidi e donazioni) e l'ammontare necessario a remunerare gli *input* impiegati nell'ambito del processo produttivo; in generale un'impresa senza scopo di lucro è libera di ricompensare secondo criteri di 'ragionevolezza' ogni persona per il lavoro e il capitale prestati, a prescindere dal fatto che questa eserciti qualche forma di controllo sull'organizzazione. Ad un'impresa non profit non è infatti preclusa la possibilità di realizzare un profitto (molte ONP godono di un consistente *surplus* contabile annuale); è soltanto la distribuzione dei profitti che è vietata: gli eventuali guadagni netti devono essere impiegati per finanziare la produzione di ulteriori quantitativi di beni e servizi. All'interno di questa concettualizzazione, un'ONP si differenzerebbe da un'impresa for-profit principalmente per l'assenza di azioni o altri certificati di proprietà che conferiscano a chi li possiede una quota di partecipazione nei profitti e una quota nel controllo. Per il resto, i loro statuti si avvicinano significativamente a quelli delle imprese for-profit.

La flessibilità degli statuti di impresa permette ai soggetti non profit di assumere una gamma potenzialmente ampia di forme. Hansmann ne propone pertanto una tassonomia, adottando come criterio classificatorio le modalità di

¹⁰ Cfr in particolare Hansmann (1980).

*finanziamento e di controllo delle stesse*¹¹. Per quanto concerne la fonte di finanziamento prevalente, l'autore distingue tra ONP *donative* e *commercial*: si definiscono *donative nonprofits* quelle imprese non profit che ricevono la maggior parte o la totalità del proprio reddito sotto forma di sovvenzioni o donazioni; dall'altra parte, a quelle società senza scopo di lucro che invece si finanziano essenzialmente grazie alla vendita dei servizi prodotti viene attribuita la qualifica di *commercial nonprofits*¹². Nel primo caso, i principali finanziatori (*patrons*) saranno quindi i donatori dell'ente beneficiario, mentre nel secondo si tratterà dei clienti/utenti dello stesso. Dal punto di vista del controllo, Hansmann distingue poi tra *mutual* e *entrepreneurial nonprofits*: le prime sono le imprese subordinate al controllo dei loro *patrons*, mentre le seconde ne sono essenzialmente svincolate; sul piano formale queste ultime vengono solitamente controllate da un *board of directors*. Attraverso l'intersezione delle due dicotomie illustrate, vale a dire costruendo una matrice in cui si considerino congiuntamente la dimensione del finanziamento e quella del controllo, emergono quindi quattro categorie di soggetti non profit: *donative mutual*; *donative entrepreneurial*; *commercial mutual*; *commercial entrepreneurial*.

¹¹ Naturalmente, è bene tenere conto del fatto che l'intera riflessione teorica di Hansmann è essenzialmente centrata sulla realtà socio-economica statunitense e che quindi la portata delle sue argomentazioni va in larga misura circoscritta al contesto di analisi di riferimento.

¹² A scanso di equivoci, è bene precisare che non tutte le organizzazioni non profit rientrano in una delle due definizioni introdotte: per questa ragione le *donative* e le *commercial nonprofits* dovrebbero essere caratterizzate come 'idealtipi' piuttosto che come categorie esaustive con riferimento all'universo organizzativo delle realtà non lucrative.

Riflettendo comparativamente sul ruolo economico delle ONP e delle imprese orientate al profitto, Hansmann si domanda se esista una risposta di carattere generale al quesito seguente: che cosa rende una determinata attività più adatta ad un'organizzazione non orientata al profitto piuttosto che ad un'impresa for-profit? A volte, a causa delle circostanze in cui il prodotto viene acquistato e consumato o della natura del prodotto stesso, i consumatori potrebbero non essere in grado di valutarne in modo accurato le caratteristiche e quindi trovarsi in una situazione di chiara *asimmetria informativa* rispetto ai produttori. In tali circostanze, questi ultimi potrebbero allora finire per introdurre prezzi molto elevati per beni di scarsa qualità, con conseguenze estremamente negative per il benessere dei consumatori. È allora proprio in frangenti di questo tipo che essi potrebbero migliorare la propria condizione se avessero come interlocutore un ente non lucrativo piuttosto che un'impresa for-profit. Infatti, il vantaggio assicurato da un produttore non profit è che alla disciplina di mercato si aggiunge un ulteriore strumento di protezione a favore del consumatore, riconducibile ad un'altra e più significativa forma di 'contratto': *l'impegno legale dell'organizzazione a devolvere per intero i guadagni realizzati alla produzione di servizi*. In sintesi, ciò che Hansmann suggerisce è che l'impresa non profit rappresenterebbe una risposta ragionevole ad un particolare tipo di fallimento di mercato, ovvero all'impossibilità di controllare i produttori attraverso gli ordinari meccanismi di mercato: è la tesi del 'fallimento del contratto' (*contract failure*). Egli infatti riconosce che in linea di principio anche il fornitore non profit, al pari di quello *profit-oriented*, potrebbe alzare i prezzi e ridurre la qualità del bene prodotto o del servizio erogato; il punto è che il primo non sarà incentivato a farlo grazie al vincolo alla non distribuzione degli utili (cfr anche Mancinelli 2004).

Può essere interessante guardare alla posizione teorica di Hansmann tenendo esplicitamente conto del già illustrato approccio di Weisbrod e richiamando il pensiero del primo al riguardo: Hansmann concorda sul fatto che le imprese non profit giochino un ruolo significativo nella produzione di beni pubblici, ma ritiene che Weisbrod ne sovrastimi l'importanza: egli è viceversa propenso ad interpretare i beni pubblici come un caso particolare della sua più generale teoria del fallimento del contratto. In effetti, la teoria di Hansmann appare possedere una portata più generale rispetto a quella di Weisbrod, che, come si è rilevato in precedenza, sembra applicarsi tutt'al più a segmenti specifici del settore non profit.

Tuttavia, neppure l'approccio hansmanniano è esente da critiche. In primo luogo, l'evidenza empirica mostra numerose situazioni nelle quali imprese for-profit e ONP coesistono stabilmente all'interno degli stessi mercati, nonostante vi sia un significativo grado di asimmetria informativa tra domanda e offerta (a tutto vantaggio dei soggetti di offerta). In casi di questo tipo, la tesi in esame sembrerebbe dunque non trovare riscontro, dato che essa prevederebbe una più o meno rapida estinzione dei soggetti di offerta che, essendo *profit-oriented*, verranno percepiti come meno affidabili da parte dei consumatori. Una seconda obiezione che può essere formulata nei confronti della teoria del *contract failure* è la seguente: se la ragione di inaffidabilità di un'organizzazione che vende un bene o un servizio in un contesto di distribuzione asimmetrica di informazioni rilevanti

risiede nel rischio che essa si avvalga di tale vantaggio informativo per conseguire maggiori profitti, perché la risposta al problema dovrebbe necessariamente essere identificata in un ricorso ad ONP e non, ad esempio, ad organizzazioni di tipo pubblico-statale? Anche queste ultime, infatti, condividono con le ONP l'assenza di un obiettivo di lucro alla base della propria azione – ancorché non si tratti di enti non profit in senso stretto, ovviamente: per questo, a rigor di logica, anche tali enti dovrebbero godere di quei requisiti di maggiore affidabilità che Hansmann assegna invece alle sole ONP. In altri termini, questa seconda critica alla spiegazione sopra illustrata evidenzia come la tesi descritta non individui una risposta che rimanda univocamente al settore non profit, limitandosi a cogliere un problema che riguarda specificamente le imprese for-profit ma lasciando sostanzialmente aperto l'interrogativo relativo alla soluzione del problema stesso.

Una terza critica che può essere rivolta alla teoria del 'fallimento del contratto' è sintetizzabile nel modo seguente: siamo certi che il vincolo alla non distribuzione degli utili, che nella spiegazione hansmanniana costituisce il vero spartiacque tra ONP e organizzazioni orientate al profitto, costituisca una sufficiente garanzia di affidabilità per l'ente che se ne avvale? Al riguardo, occorre innanzi tutto rilevare che Hansmann è consapevole del fatto che, quando è assente il movente-profitto, se ne debba pagare il prezzo in termini di effetti-incentivo: per esempio, ci si può aspettare che le imprese non profit siano più lente nel rispondere ad aumenti nella domanda e meno efficienti delle imprese for-profit nell'uso degli input. In quest'ottica, Bonetti e Mellano (2004) osservano:

“Appare eccessivo (...) enfatizzare la funzione di meccanismo di garanzia del vincolo di non distribuzione degli utili, per sostenere che le organizzazioni senza scopo di lucro, non dovendo redistribuire gli utili, non avrebbero alcun incentivo a defraudare gli utenti. Tali organizzazioni, infatti, devono comunque rispettare dei vincoli di pareggio del bilancio o di profitto minimo per alimentare un processo di autofinanziamento che ne garantisca la sopravvivenza, vincoli che potrebbero far diventare preponderanti le finalità economiche. È intuitivo che il semplice obiettivo di conseguire elevati livelli di autofinanziamento per alimentare l'attività produttiva, potrebbe spingere una organizzazione del terzo settore a seguire uno stile gestionale in senso lato analogo a quello delle imprese di mercato, il che dimostra chiaramente come il '*non distribution constraint*' di per sé costituisca un meccanismo di garanzia degli utenti ben poco efficace”¹³.

Anche un'ONP, quindi, per garantirsi sufficienti livelli di autofinanziamento, potrebbe cedere alla tentazione di sfruttare a proprio favore situazioni di asimmetria informativa nei confronti degli utenti. Inoltre, Hansmann stesso si rende conto dell'impossibilità di escludere che il vincolo alla non distribuzione degli utili venga utilizzato strumentalmente ed aggirato per perseguire finalità di altra natura (e anzi riconosce che spesso comportamenti di questa natura hanno innegabilmente avuto luogo, ad esempio nell'ambito delle cliniche private statunitensi, in cui non di rado è accaduto che diversi operatori abbiano carpito rilevanti vantaggi materiali grazie all'adozione di una veste formale non profit da

¹³ È anche con riferimento a rischi di questa natura che oggi da più parti si sottolinea l'opportunità, anche per soggetti non lucrativi, di un'adozione seria e sistematica, in chiave di *governance* organizzativa, di strumenti di rendicontazione sociale come il cosiddetto 'bilancio di missione' (cfr Villani e Zarri 2005).

parte dell'istituzione in cui lavoravano¹⁴). Egli, tuttavia, a differenza di altri autori, non ritiene che questa constatazione depriva di significato gli argomenti razionali a favore del settore non profit, nel senso che, al di là di tutto, le persone riporrebbero una fiducia maggiore nei confronti delle istituzioni non lucrative piuttosto che delle imprese private for-profit.

Villani e Zarri (2005) aggiungono un terzo motivo che evidenzia come il vincolo formale alla non distribuzione degli utili possa non costituire una sufficiente garanzia di affidabilità dell'organizzazione che se ne avvale, rilevando come nel corso del tempo potrebbe verificarsi un'involuzione nei rapporti che l'ONP intrattiene con i propri *stakeholder* primari (ad esempio, per effetto di dinamiche di affievolimento delle motivazioni intrinseche di lavoratori retribuiti, volontari e/o donatori esterni). Vi è inoltre chi ravvisa un'ulteriore ragione di preoccupazione relativamente all'equazione "rispetto del vincolo alla non distribuzione degli utili uguale piena affidabilità organizzativa". Secondo Montebugnoli (2001), infatti, tale vincolo non è in grado, di per sé, di preservare l'ONP dal rischio di imboccare derive autoreferenziali, ovvero di rappresentarsi unilateralmente gli interessi di una sola categoria di *stakeholder*¹⁵.

3. Verso una spiegazione non residualistica dell'esistenza delle ONP: settore non profit e produzione di fiducia generalizzata

3.1. I principali limiti delle due spiegazioni classiche

Al di là delle critiche richiamate nel paragrafo precedente, riteniamo che uno dei principali limiti comuni alle prospettive interpretative di Hansmann e Weisbrod sia quello individuato da Zamagni (2002):

“Che si tratti dell'approccio dell'eterogeneità della domanda di beni pubblici proposto da Weisbrod; oppure dell'approccio dei fallimenti del contratto dovuti a specifiche asimmetrie informative sviluppato per primo da Hansmann; oppure ancora dell'approccio di Ben-Ner e van Hoomissen basato sul desiderio dei consumatori di massimizzare il controllo sull'output (...), ci troviamo di fronte a linee di ricerca di indubbia raffinatezza tecnica e di sicuro interesse conoscitivo che, tuttavia, danno per scontato, ciò che invece andrebbe spiegato *ab imis*: perché mai l'esistenza di una domanda non soddisfatta di beni pubblici o di beni meritori dovrebbe costituire incentivo sufficiente a far nascere soggetti d'offerta capaci di soddisfare quella domanda? Infatti, James (1989) e Rose-Ackerman (1987) sembrano cogliere la rilevanza di questa critica, salvo poi offrire risposte, a dir poco, inadeguate (James ricorre al grado di competizione religiosa esistente in un dato contesto per spiegare come possa emergere un'imprenditorialità sociale capace di soddisfare la domanda inevasa; Rose-Ackerman, invece, chiama in causa l'esistenza di gruppi sociali motivati ideologicamente)”.

¹⁴ Cfr su questo problema anche Gui (1997), Musella e D'Acunto (2004), Pestoff (1998) e Weisbrod (1988; 1998).

¹⁵ Come osservano Ecchia e Zarri (2005), “Il lavoro di Glaeser (2002) rende conto empiricamente proprio di un processo di questo tipo, mostrando come ONP quali ospedali, musei e università, sorte con l'intento di massimizzare gli interessi dei fondatori (che tipicamente erano rappresentati da donatori), abbiano poi imboccato percorsi involutivi che le hanno portate a concentrarsi sulla massimizzazione degli interessi dei lavoratori, aumentando così in maniera sostanziale il proprio grado di autoreferenzialità (cfr Zamagni, 2002)”.

In altri termini, le spiegazioni classiche esaminate nei paragrafi 2.1. e 2.2. sembrano configurarsi per lo più come spiegazioni *demand-based* ma non *supply-based* dell'esistenza delle ONP all'interno delle economie avanzate contemporanee. Anche supponendo di condividere tali teorie nel merito della loro proposta esplicativa, che riguarda il versante della domanda, resterebbe infatti totalmente senza risposta un interrogativo come quello seguente: perché mai dovrebbero sorgere spontaneamente *organizzazioni private non lucrative* finalizzate a fornire risposte *soddisfacenti* ai bisogni individuati grazie a quelle teorie? Questo problema di fondo emerge tanto nel caso dei bisogni delle minoranze insoddisfatte rispetto al livello di fornitura un determinato bene pubblico (modello di Weisbrod), quanto nel caso delle esigenze di affidabilità e trasparenza nelle transazioni da parte dei consumatori relativamente a dati beni privati (teoria di Hansmann)¹⁶.

Appare allora particolarmente urgente compiere lo sforzo di addentrarsi nella 'black box' costituita dal lato dell'*offerta*, cogliendo le autentiche specificità comportamentali proprie delle ONP. È infatti importante evidenziare come tanto il modello dell'elettore mediano quanto la teoria del 'fallimento del contratto', pur possedendo indubbi meriti (come si è rilevato nei paragrafi precedenti), si caratterizzano tuttavia per un approccio di tipo *residualistico* al tema affrontato: l'esistenza del settore non profit viene spiegata solo a partire dal riconoscimento di un 'fallimento' da parte di uno dei due soggetti economici implicitamente ritenuti gli attori primari, lo Stato (nella teoria weisbrodiana) o il mercato (nella proposta esplicativa di Hansmann). Il che equivale a sostenere che se non si registrassero tali 'fallimenti' nell'azione statale e nel meccanismo di mercato, non vi sarebbero ragioni serie per giustificare l'esistenza delle ONP all'interno delle moderne economie di mercato¹⁷. In altri termini, all'interno di cornici interpretative di questo tipo il settore non profit viene a tutti gli effetti concepito come un soggetto 'terzo' rispetto a Stato e mercato¹⁸, rischiando così di essere configurato come una sorta di 'anomalia istituzionale' il cui ruolo sarebbe da ricondursi esclusivamente alle specifiche difficoltà di funzionamento incontrate da un sistema imperniato sul 'duopolio' Stato-mercato.

Partendo da tale dicotomia, infatti, non si riconosce che il settore non profit possa emergere in ragione di motivazioni profonde che, a loro volta, rispondono ad esigenze funzionali della società di natura paragonabile a quelle che motivano l'esistenza sia delle imprese for-profit che dello Stato. All'interno delle teorie

¹⁶ Come sottolinea ancora Zamagni (2002), i contributi di Rose-Ackerman (1987) e James (1989) (come pure, aggiungiamo, quello di Ben-Ner (1986), in cui si considera sia il versante della domanda che quello dell'offerta) sfuggono a questo tipo di critica, ma la loro strategia esplicativa dal lato dell'offerta appare decisamente poco convincente e quindi sostanzialmente incapace di colmare la lacuna rilevata con riferimento alle tesi di Weisbrod e Hansmann.

¹⁷ Un ragionamento analogo viene sviluppato da Roberts (1984), secondo il quale non si capisce perché (come nel modello di Weisbrod) si giustifichi l'esistenza delle ONP a partire dalla constatazione di difficoltà di funzionamento nell'azione governativa e non si cerchi, ad esempio, di fare il contrario, prendendo le mosse da un'analisi del settore non profit anziché dello Stato.

¹⁸ Per queste ragioni è nostra convinzione che un'espressione come 'terzo settore', benché di uso comune e quindi oggi difficilmente evitabile, a rigore sia riduttiva e fuorviante: essa infatti veicola implicitamente una visione residualistica del settore non profit, identificato come 'terzo' rispetto a Stato e mercato. D'altra parte, anche l'espressione 'settore non profit' veicola una qualificazione 'per differenza' delle ONP, nascendo al fine di differenziare lo spazio socio-economico degli enti non lucrativi dal mercato, inteso come l'ambito di operatività tipico delle imprese for-profit.

richiamate, infatti, Stato e mercato esistono per assolvere a compiti di estremo rilievo e non rappresentano affatto realtà transitorie, costituendo al contrario i due cardini fondamentali di un sistema economico moderno ed equilibrato (al di là di più o meno significative divergenze che possono emergere tra i diversi studiosi in merito al peso relativo nonché alle funzioni specifiche assegnabili ai due attori in un'ottica sistemica). Ecco che allora, portando alle estreme conseguenze uno schema di ragionamento di questo tipo, si finirebbe per accogliere quello che a noi pare costituire un vero e proprio 'argomento evolutivo ingenuo': se in futuro Stato e mercato troveranno il modo di colmare le lacune rilevate (mettendo a disposizione della collettività beni pubblici la cui qualità e/o quantità non generi minoranze insoddisfatte e beni privati in merito alle cui caratteristiche domanda ed offerta possiedano lo stesso patrimonio informativo), il settore non profit sarà destinato a scomparire. Siamo invece convinti del fatto che una visione residualistica del settore non lucrativo non sia in grado di rendere giustizia alla complessità interna a tale ambito socio-economico nonché alla sua capacità di contribuire stabilmente alla creazione di benessere per la collettività attraverso molteplici canali diretti e indiretti e, al limite, anche in assenza di limiti di funzionamento dello Stato e/o del mercato come quelli riscontrati nella letteratura tradizionale sopra richiamata¹⁹. Di conseguenza, ci pare esistano seri motivi per respingere le implicazioni evolutive delle teorie sopra richiamate. Ma, per farlo, è necessario tentare di spiegare il settore non profit a partire dal settore non profit stesso, non dallo schema Stato-mercato.

Occorre d'altra parte riconoscere, come si è fatto in precedenza, che le giustificazioni teoriche dell'esistenza delle ONP basate su argomentazioni di carattere residualistico appaiono certamente in grado, in una certa misura, di aiutarci a comprendere perché, in determinati contesti, ci siano organizzazioni non lucrative e non soggetti for-profit come soggetti di offerta. Tali spiegazioni, tuttavia, non appaiono esaustive né capaci di contribuire direttamente alla costruzione di una meta-teoria economico-sociale che ambisca a dare conto in modo *non residualistico* del ruolo delle ONP, come pure di Stato e mercato, nonché della loro *coesistenza* nel tempo, all'interno dei sistemi economici post-industriali. In quest'ottica, appare pertanto essenziale capire quali siano le reali cifre distintive delle ONP, individuando

¹⁹ È importante riconoscere, per la verità, che tra le teorie classiche deve essere annoverata anche una proposta esplicativa che, a differenza delle altre, non si contraddistingue per un approccio residualistico al tema dell'esistenza delle ONP all'interno di economie di mercato avanzate. Si tratta della cosiddetta *teoria dei costi di transazione* di cui Krashinsky costituisce uno dei più autorevoli esponenti (cfr in particolare Krashinsky 1986). In tale impostazione, infatti, non si parte dalla constatazione di 'fallimenti' cui rischiano di andare incontro quelli che implicitamente vengono identificati, a priori, come gli attori economici primari (Stato e mercato), ma si persegue l'obiettivo di analizzare comparativamente le diverse forme istituzionali disponibili nel tentativo di individuarne la migliore in termini di contenimento di costi di transazione di diversa natura (cfr Mancinelli 2004). Specificamente, la teoria dei costi di transazione ravvisa in quella non lucrativa la forma istituzionale più idonea a contenere tanto i costi di transazione *tra produttori e consumatori* (ovvero i costi di definizione e stesura del contratto e di monitoraggio del prodotto) quanto i costi di transazione *tra consumatori* (ovvero i costi riconducibili alla possibilità di assistere a comportamenti improntati a *free riding* da parte di alcuni consumatori, nell'ambito della fruizione di determinati beni pubblici). Tuttavia, benché l'approccio dei costi di transazione non sia affetto da uno sguardo residualistico al problema in esame, riteniamo che, nel merito, anche tale proposta esplicativa costituisca una spiegazione quanto mai parziale dell'esistenza delle ONP, in grado di dare conto al massimo del ruolo di segmenti limitati del settore non lucrativo ma non di creare le premesse alla costruzione di una teoria generale delle diverse forme istituzionali presenti all'interno delle economie di mercato contemporanee. Più specificamente, è nostra convinzione che tale parzialità esplicativa sia da ricondurre all'assenza (implicita ma evidente) di un 'salto di paradigma', di una 'complicazione' delle coordinate antropologiche di riferimento senza la quale la portata di qualunque spiegazione del fenomeno in oggetto finisce inesorabilmente per rivelarsi quanto mai ridotta (si veda, su questo punto, il paragrafo 4).

ragioni di esistenza di tale modello organizzativo che, a differenza di quanto avviene nel contesto delle teorie classiche sopra esaminate, restino valide anche in assenza di specifici *failures* dello Stato o del mercato.

3.2. Il settore non profit come antidoto al ‘paradosso della fiducia’

Con riferimento alla possibilità di giustificare l’esistenza delle ONP sulla base di spiegazioni di tipo non residualistico, è nostra convinzione che l’universo non profit, in quanto costituito da soggetti organizzati che, ancorché eterogenei tra loro sotto diversi profili, sono accomunati dall’assegnazione di priorità alla *mission* rispetto al profitto (cfr su questo Young 1999²⁰), disponga delle potenzialità necessarie a promuovere ed accelerare processi di selezione sociale di motivazioni comportamentali non auto-interessate in senso materiale (e quindi non individualistiche in senso stretto) e, anche per questa ragione, a favorire l’accumulazione di quella essenziale forma di capitale sociale che è costituita dalla cosiddetta *fiducia generalizzata*. In questo lavoro, abbiamo deciso di concentrarci su quest’ultima, rilevante funzione assegnabile ONP all’interno di un’economia di mercato, tralasciando, per ragioni di spazio, le distinte – ancorché strettamente collegate – questioni riguardanti la capacità di tale forma organizzativa di favorire la diffusione di strutture motivazionali non individualistiche²¹ come pure il nesso esistente tra l’assenza di finalità lucrative tipica delle ONP e la fornitura di beni relazionali²².

Come è noto, la nozione di capitale sociale ha registrato recentemente una rilevante convergenza di sforzi analitici da parte di economisti e sociologi. Il *social capital* è identificabile, in prima approssimazione, con l’insieme dei valori, degli stili di vita, delle norme di comportamento che, in situazioni di non coincidenza tra interesse privato e interesse collettivo, orientano le scelte individuali in direzioni coerenti con la promozione del bene comune della società (o comunque del gruppo sociale di riferimento; Ecchia e Zarri 2005). Entrando più specificamente nel merito

²⁰ Young (1999) osserva infatti che “La differenza essenziale tra organizzazioni non profit e for-profit risiede nella priorità della *mission* rispetto al profitto. Un’organizzazione non profit esiste al fine di perseguire una *mission* sociale. Le sue decisioni economiche devono essere guidate da quella *mission*. Se un’organizzazione non profit vende servizi, si finanzia attraverso il mercato dei capitali, assume lavoratori remunerandoli ai salari fissati dal mercato, intraprende attività commerciali o genera profitti, ciò deve essere fatto nella convinzione che si tratti del modo migliore di perseguire la propria *mission*. Nell’ambito di iniziative imprenditoriali for-profit, la logica è essenzialmente rovesciata” (traduzione nostra).

²¹ Per quanto concerne il rapporto tra settore non lucrativo e selezione di motivazioni economiche non auto-interessate in senso stretto, rimandiamo a Borzaga e Depedri (2002), in cui si getta luce sulla capacità delle cooperative sociali di tipo *multistakeholder* di attrarre lavoratori giovani e guidati in ampia misura da motivazioni intrinseche tali da indurli a rinunciare a salari più elevati pur di operare all’interno di contesti organizzativi percepiti come gratificanti. Cfr anche Solari (1999).

²² In ordine alle potenzialità delle ONP nella fornitura di beni relazionali, si vedano, ad esempio, Gui (1997) e Zamagni (2005), che si sofferma sulla dimensione relazionale nelle organizzazioni di volontariato. Si veda inoltre il lavoro di Borzaga, Depedri e Tortia (2004), i quali osservano attraverso un’indagine empirica come il livello di beni relazionali appaia maggiore nelle ONP che all’interno delle altre forme organizzative (pubbliche e private for-profit) prese in esame.

di tale importante quanto controversa categoria analitica, è interessante rilevare che numerosi tentativi di inquadramento concettuale della stessa chiamano direttamente in causa il ruolo di ‘collante sociale’ della fiducia e delle disposizioni fiduciarie. Ad esempio, Putnam, Leonardi e Nanetti (1993) affermano che “il capitale sociale (...) si riferisce a caratteristiche dell’organizzazione sociale come la *fiducia*, le norme e le reti, che possono incrementare l’efficienza della società” (traduzione nostra; corsivo aggiunto). Mutti (1998) definisce il capitale sociale come “una struttura di relazioni tra persone, relativamente durevole nel tempo, atta a favorire la cooperazione e perciò a produrre, come altre forme di capitale, valori materiali e simbolici. Tale struttura di relazioni consiste di *reti fiduciarie* formali e informali che stimolano reciprocità e cooperazione” (corsivo aggiunto). Analogamente, Paldam e Svendsen (2002) identificano il capitale sociale come “la densità di *fiducia* all’interno di un gruppo” (traduzione nostra; corsivo aggiunto).

Ai fini di un’analisi attenta delle implicazioni sociali ed economiche riconducibili alla presenza di un dato *stock* di fiducia all’interno di un gruppo sociale o di una determinata area territoriale, uno dei problemi più rilevanti da affrontare riguarda il fatto che, a priori, non si è in grado di stabilire se ci si trovi di fronte ad una forma di capitale sociale di tipo *bridging* oppure di tipo *bonding*. Occorre infatti “evitare di cadere nella trappola logica che indurrebbe a considerare un livello *elevato* di capitale sociale sempre e comunque preferibile ad un livello *basso* della stessa forma di capitale, a prescindere dalla natura e dal ruolo nella società del gruppo sociale in esame, ovvero a prescindere dalle modalità di distribuzione dello *stock* complessivo di capitale sociale presente nella società” (Ecchia e Zarri 2005). Il capitale sociale di tipo *bridging* – o capitale sociale ‘intergruppo’ – è quello che, letteralmente, ‘crea ponti’ tra chi fa parte di un determinato gruppo sociale e altri individui che invece non fanno parte del gruppo di soggetti che ha favorito l’accumulazione di tale forma di capitale. Al contrario, la produzione di esternalità positive di questo tipo non è ascrivibile al capitale sociale di tipo *bonding* – o capitale sociale ‘intragruppo’ –, che si caratterizza per la presenza di una netta linea di demarcazione tra gli *insider* e gli *outsider*, tra chi appartiene al gruppo e chi invece ne è escluso²³. Putnam (2004) annovera tra le realtà sociali che producono capitale sociale ‘che serra’ le confraternite su base etnica, i gruppi di lettura femminili confessionali e i club alla moda, mentre come esempi di capitale sociale ‘che apre’ menziona i movimenti per i diritti civili, i gruppi giovanili di volontariato e le organizzazioni religiose ecumeniche. Peraltro, è indispensabile chiarire che il problema è in realtà ancora più complesso per il fatto che spesso sarebbe riduttivo supporre, come negli esempi sopra citati, che capitale sociale ‘intergruppo’ e capitale sociale ‘intragruppo’ abbiano sistematicamente referenti empirici nettamente distinguibili tra loro: “Molti gruppi si chiudono in se stessi per quanto concerne certe dimensioni sociali ma, allo stesso tempo, si aprono rispetto ad altre. La chiesa nera, ad esempio, unisce gente della stessa razza e religione ma di classe sociale diversa. (...) In sostanza, quelle di *capitale sociale che apre* e di *capitale sociale che serra* non sono categorie mutuamente esclusive, i cui reticoli sociali possono essere

²³ Il capitale sociale ‘intragruppo’ costituisce quindi un *bene di club* per i soggetti che condividono l’appartenenza al gruppo stesso, avendo in comune con i classici beni pubblici puri (cfr Samuelson 1954) l’attributo della non rivalità ma non quello della non escludibilità.

nettamente divisi, ma dimensioni su cui è possibile paragonare le diverse forme di capitale sociale” (Putnam 2004, citato in Ecchia e Zarri 2005).

Come si vede, il tema relativo all’individuazione della specifica forma di capitale sociale che determinate interazioni sociali finiscono per generare e accumulare nel tempo è estremamente delicato e problematico. Di tutto ciò occorre ovviamente tenere conto nel momento in cui si focalizza l’attenzione sulle relazioni esistenti tra logica non profit e generazione di capitale sociale. Non si può infatti escludere, alla luce delle considerazioni di cui sopra, che se il settore non profit favorisce l’accumulazione di capitale sociale, questo sia in parte di tipo *bridging* (come accadrebbe se si trattasse effettivamente di ‘fiducia generalizzata’) e in parte di tipo *bonding*. A tale riguardo, Ecchia e Zarri (2005) si domandano

“se il capitale sociale generato da una determinata ONP appartenga alla prima o alla seconda categoria, configurandosi cioè come un bene pubblico anche per gruppi esterni all’ONP o solamente agli occhi di gruppi sociali interni all’organizzazione stessa: nel primo caso saremo di fronte ad un’organizzazione autenticamente *public benefit*, in cui la categoria ‘beneficiaria’ non coincide con la categoria ‘dominante’ (cfr Gui 1997); nel secondo, invece, ad un soggetto prevalentemente *mutual benefit* (in cui le due categorie coincidono). Il problema si pone quando un’ONP tende all’autoreferenzialità, ovvero ad un assetto *singlestakeholder* in cui la categoria degli *stakeholder* di riferimento è costituita da chi opera nell’organizzazione. Abbiamo sottolineato in precedenza che proprio questa tendenza mette in pericolo l’identità dell’organizzazione. Con riferimento alle categorie concettuali introdotte in questo paragrafo, lo stesso problema può essere riformulato evidenziando il rischio che l’ente, nato per produrre una forma di capitale sociale ‘che apre’, finisca poi per accumulare solamente capitale sociale ‘che serra’, ripiegandosi su se stesso in modo sempre più autoreferenziale: (...) tali traiettorie involutive sono destinate a determinare un esito di *mission displacement*”.

In quella riflessione, la possibilità che un’ONP favorisca l’accumulazione di capitale sociale ‘intergruppo’ anziché ‘intragruppo’ viene successivamente ricondotta alla natura del sistema di *governance* della stessa e, più specificamente, al suo grado di *multistakeholdership*, nonché alle modalità di utilizzo di uno strumento di rendicontazione sociale come il cosiddetto ‘bilancio di missione’. È chiaro comunque che la questione del nesso tra logica non profit e produzione di fiducia generalizzata è quanto mai aperta, sia dal punto di vista della direzione causale che della significatività di tale correlazione. Come sappiamo, infatti, l’ambito degli enti non lucrativi costituisce un universo quanto mai articolato ed eterogeneo: ciò rende possibile che componenti distinte di tale mondo incidano in maniera disforme sulle dinamiche di accumulazione di tale forma di capitale sociale di tipo *bridging*. A tale proposito, Prandini (2005) opportunamente osserva come troppo disinvoltamente si dia per scontata l’esistenza di un legame chiaro e positivo tra associazionismo e generazione di disposizioni pro-sociali nella collettività: nel farlo, si tende a confondere tra disposizioni molto diverse tra loro, come il civismo, la fiducia, la cooperazione e così via. In effetti, “anche ammesso (e non concesso previa verifica empirica) che l’esperienza associativa generi Cs (capitale sociale, n.d.aa.), nulla è detto sulla logica di trasmissione di queste disposizioni in contesti diversi da quelli associativi”. Egli ricorda inoltre, riferendosi al lavoro di Mutti (2004), che da numerose ricerche emergono (a) deboli correlazioni positive tra fiducia personale focalizzata e fiducia interpersonale generalizzata, nonché (b) l’assenza di correlazioni tra fiducia (interpersonale generalizzata e istituzionale focalizzata) e

associazionismo²⁴. Dalla riflessione di Tronca (2004), citata dallo stesso Prandini, emerge una maggiore fiducia (sia istituzionale che generalizzata) da parte dei membri di associazioni civili rispetto ai non associati. L'autore ipotizza allora che le organizzazioni di terzo settore selezionino di fatto proprio quei soggetti che già hanno sviluppato (altrove) livelli elevati di fiducia²⁵. Un'ipotesi di questo tipo è chiaramente in linea con quella compatibilità di fondo tra adozione di una logica autenticamente non profit – e dunque simultaneamente *mission-oriented* e *public benefit* – e creazione di fiducia generalizzata su cui ci pare importante gettare luce in questo saggio, tenendo conto delle potenzialità del settore non profit nella selezione sociale di motivazioni comportamentali non individualistiche.

A questo punto, però, diventa legittimo porsi l'interrogativo seguente (collegato ma distinto dal quesito precedente): esistono ragioni specifiche per auspicare che le ONP favoriscano la creazione di fiducia *generalizzata* e non di altro tipo, ovvero di una forma di capitale sociale *intergruppo* anziché *intragruppo*? A nostro avviso, la risposta ha a che vedere con il rischio che, nelle economie avanzate contemporanee, si assista ad una forma di 'fallimento del mercato' molto più profonda e strutturale (ancorché ad essa collegata) di quella, relativamente specifica, posta da Hansmann al centro della propria spiegazione dell'esistenza delle ONP. Come ha sostenuto il filosofo Martin Hollis, un'economia di mercato potrebbe infatti essere vittima del cosiddetto 'paradosso della fiducia'. Nelle sue parole, "Più forte è il legame della fiducia, più una società può progredire; più essa progredisce, più i suoi membri diventano razionali e quindi più strumentali nel rappresentarsi tra loro. Più strumentali essi sono, meno diventano capaci di dare e ricevere fiducia. Così lo sviluppo della società erode il legame che la rende possibile e di cui ha continuamente bisogno" (Hollis 1998, citato in Bruni e Zamagni 2004). In altri termini, Hollis evidenzia come il progresso economico da un lato si configuri come un 'consumatore' di fiducia (in quanto ne presuppone l'esistenza ad un livello sufficientemente elevato), ma dall'altro non costituisce un efficace 'produttore' di fiducia (nel senso che non appare in grado di generare *endogenamente* lo stock di fiducia di cui necessita costantemente).

D'altra parte, che lo stesso meccanismo di mercato presupponga l'esistenza di uno *stock* elevato di fiducia generalizzata per funzionare in maniera efficiente e stabile appare difficilmente contestabile. Arrow (1972) identifica nell'assenza di fiducia reciproca uno dei principali fattori alla base del ritardo nei processi di sviluppo a livello mondiale: "Si può plausibilmente sostenere che gran parte dell'arretratezza nel mondo possa essere spiegata dalla mancanza di mutua fiducia". Putnam (2004) sottolinea le virtù sociali della fiducia e della reciprocità generalizzata assimilandole a quelle che possiede la moneta nei confronti di una logica di mero baratto: nella sua riflessione, la fiducia si configura come un essenziale lubrificante

²⁴ Indicazioni analoghe sembrerebbero provenire dai contributi di Stolle (2001) e Caiari (2003).

²⁵ Sempre in ordine a questo nesso di causalità, è interessante rilevare come Prandini concluda il suo saggio riprendendo la tesi di Uslaner che, contrariamente alla nota posizione toquevilleiana, sostiene che siano le persone dotate di maggiori livelli di fiducia ad associarsi maggiormente e che invece difficilmente la loro esperienza associativa possa trasformare in modo profondo le loro disposizioni fiduciarie.

della vita economica e sociale²⁶. Sarebbe in effetti del tutto illusorio affermare che, in ordine alla sostenibilità del meccanismo di mercato, il ruolo svolto dalla fiducia diffusa possa essere *alternativamente* ricoperto da un sistema istituzionale fondato su leggi, contratti e strumenti formali di *enforcement* dei medesimi: come osserva Sen (2000), “se le attività sociali e commerciali dovessero basarsi esclusivamente sul ricorso alla legge, esse diverrebbero estremamente costose e penosamente lente”²⁷. Si potrebbe aggiungere che, in un momento come quello attuale, in cui la crescente interdipendenza tra i sistemi economici dei diversi Paesi finisce per ridurre progressivamente gli spazi dell’azione statale nella sfera economica, il ruolo della fiducia, come sostituto funzionale (parziale) della legge e del contratto, è ancora più decisivo. Pelligra (2002) si colloca sulla stessa lunghezza d’onda, sostenendo che

“il rischio di opportunismo si annida tra le pieghe di ogni tipo di interazione sociale. È la consapevolezza di tale rischio che fa scattare la scommessa della fiducia. Se a tale rischio si dovesse rispondere solo in termini contrattualistici si rischierebbe di ottenere un risultato controproducente. La stragrande maggioranza dei contratti, infatti, sono incompleti, vale a dire non possono prevedere e quindi codificare tutte le possibili future contingenze alle quali la relazione potrà dar vita. L’impossibilità di prevedere tali eventi futuri fa sì che anche all’interno di una relazione contrattuale si inseriscano spazi fiduciari, per quanto riguarda l’interpretazione delle norme o sulla scelta di non monitorare il contratto”.

Alla luce di queste considerazioni sull’importanza della generalizzazione della fiducia per la tenuta stessa della società e del sistema economico, diventa allora importante capire se l’argomentazione hollisiana risulti condivisibile in chiave sia esplicativa che previsionale. A tale riguardo, è nostra convinzione che il ragionamento del filosofo inglese sia fondato sul piano esplicativo ma non necessariamente sotto il profilo previsionale. In altri termini, benché l’osservazione di Hollis sia particolarmente rilevante ai fini di un’adeguata comprensione delle principali ‘dinamiche profonde’ dei sistemi socio-economici contemporanei, l’esito di una ‘desertificazione della società’ ad opera del mercato (per mutuare una nota espressione polanyiana) non costituisce, a nostro avviso, un esito ineluttabile dello sviluppo economico. Come sottolineano Bruni e Zamagni (2004), infatti, “il pericolo paventato da autori come Hollis non si applica alle transazioni di mercato in quanto tali, ma *alla componente individualistica e strumentale degli scambi*; ciò che ‘erode’ il legame sociale non è il mercato, ma un mercato ridotto a solo scambio strumentale di equivalenti; non è il mercato civile ma quello ‘incivile’ perché non costruito – come sapevano bene gli umanisti civili – sulle virtù civili” (corsivo aggiunto).

²⁶ Come abbiamo evidenziato in un nostro precedente saggio, “Difficilmente si potrebbe negare che le economie di mercato possiedano le potenzialità necessarie al conseguimento di risultati di grande rilevanza sul piano dell’*efficienza*, nonché alla creazione di istituzioni economiche *sostenibili* nel tempo. D’altra parte, nessuno di questi due attributi (efficienza e stabilità) si presta ad essere esaminato in una prospettiva puramente *astorica*, dato che, al contrario, entrambi dipendono in maniera cruciale da processi evolutivi strettamente correlati allo specifico contesto culturale di riferimento. I sistemi economici non crescono in una sorta di ‘vuoto pneumatico’ impermeabile ad ogni influenza extraeconomica, ma, al contrario, risultano incorporati (*embedded*) all’interno di dense reti sociali in cui si intrecciano relazioni interpersonali, valori e istituzioni che ne condizionano profondamente tanto le caratteristiche strutturali quanto i livelli di *performance* raggiungibili” (Sacco e Zarri 2002).

²⁷ Egli rileva infatti che il meccanismo di mercato “ha bisogno di sistemi che lo facciano funzionare in modo effettivo e impediscano ai contraenti di piantare in asso le controparti; e questo lo possono fare la legge e la sua applicazione o, in alternativa, la fiducia reciproca e il sentirsi implicitamente obbligati. Ora, poiché in tal campo l’azione effettiva dello stato può essere limitata e lenta, molte transazioni economiche si basano sulla fiducia e sull’onore” (Sen 2000).

Come può, dunque, un'economia di mercato che intenda crescere e preservare la propria sostenibilità, evitare di danneggiare se stessa con le proprie mani, creando – involontariamente ma inesorabilmente – le condizioni per la propria estinzione nel tempo? In altre parole, quale può essere un antidoto efficace alla suggestiva quanto inquietante tesi del *paradox of trust* così efficacemente illustrata da Hollis? Una possibile risposta 'di sistema' consiste, a nostro avviso, proprio in un'accurata analisi delle potenzialità e delle funzioni assegnabili al settore non profit all'interno delle economie post-industriali contemporanee. È infatti chiaro che se in seno ad un'economia di mercato complessa trova spazio, accanto al classico 'pilastro' rappresentato dalle imprese che operano perseguendo un obiettivo lucrativo, un'ampia e solida dimensione socio-economica dotata di una chiara fisionomia *mission-oriented*, anziché *profit-oriented*, il problema in esame si presenta in termini nettamente differenti e decisamente meno preoccupanti. Abbiamo infatti sottolineato in precedenza che le ONP, in quanto soggetti orientati alla *mission*, anziché al *profitto*, sono in grado di selezionare e di alimentare nella società motivazioni comportamentali di natura non strumentale, nonché di contribuire all'accumulazione di fiducia generalizzata. Pertanto, in assenza di pericolose (e per la verità tutt'altro che improbabili) derive isomorfiche²⁸ che attentino all'identità di tali organizzazioni – e quindi in assenza di patologici fenomeni di *alterazione identitaria* di una quota rilevante di soggetti non lucrativi²⁹ – un sistema economico dotato, al proprio interno, di una quota rilevante di ONP sarà potenzialmente in grado di fronteggiare con successo il problema di un paradossale (e più o meno rapido) crollo del proprio stock di 'capitale fiduciario'. In altri termini, il settore non profit possiede tutti i pre-requisiti necessari per candidarsi autorevolmente ad assolvere al delicato e cruciale compito di 'antidoto di sistema' rispetto al verificarsi di un esito funesto per la tenuta dell'intero ordine economico e sociale come quello preconizzato da Hollis³⁰.

Peraltro, sempre ragionando in un'ottica sistemica, è importante aggiungere che il contributo strutturale che il settore non profit può fornire alla generazione di fiducia a favore dell'intero sistema socio-economico è riconducibile non solo all'attività non lucrativa propria delle ONP, ma anche ad importanti effetti positivi di *contaminazione* su altre sfere dell'economia prodotti da tali soggetti. In particolare, sotto questo profilo, riteniamo che il contributo del settore non lucrativo alla recente, progressiva crescita di interesse e sensibilità, sia dal lato della domanda che sul versante dell'offerta, per il tema della *responsabilità sociale di impresa* (RSI) in ambito for-profit³¹, possa essere letto come un fondamentale impulso indirettamente fornito dalle ONP alla produzione di fiducia per il tramite di soggetti che, pur alterando significativamente il proprio profilo identitario, mantengono un assetto organizzativo in ultima analisi *profit-oriented*. È infatti anche puntando strategicamente sulla RSI che, a nostro avviso, una moderna economia di mercato di tipo post-industriale può riuscire a creare al proprio interno i presupposti per la

²⁸ Cfr Ecchia e Zarri (2005). Si veda anche la riflessione sul tema contenuta nel paragrafo 2.1. in questo saggio.

²⁹ Cfr Weisbrod (1998).

³⁰ Un approccio di questo tipo ai rapporti tra Stato, mercato e settore non profit all'interno di economie 'di primo mondo' è in linea con la prospettiva dell'*economia civile* illustrata da Bruni e Zamagni (2004).

³¹ Cfr Becchetti e Paganetto (2003).

generazione endogena di fiducia nel corso del tempo, tutelando così la propria sostenibilità e scongiurando il rischio lucidamente individuato da Hollis³².

Ancora più specificamente, possiamo allora cogliere anche un legame tra questo ordine di considerazioni, relative al rapporto tra non profit e for-profit dal punto di vista della generazione di fiducia, e il problema del ‘fallimento del mercato’ che si trova al cuore della teoria di Hansmann illustrata nel paragrafo 2.2. Se, infatti, il settore non profit è in grado di contribuire significativamente alla produzione di fiducia generalizzata a favore dell’economia di mercato in cui è inserito, è del tutto probabile che ciò determini come conseguenza anche una maggiore affidabilità, *ceteris paribus*, delle imprese for-profit che operano in contesti caratterizzati da asimmetria informativa nei confronti degli utenti. In altre parole, adottando la prospettiva indicata, che individua una peculiarità delle ONP in chiave sistemica e sulla base di un approccio non residualistico, si può vedere nell’esistenza di un settore non lucrativo identitariamente solido anche un potenziale antidoto al problema del *market failure* al centro della riflessione hansmanniana: quanto maggiore è lo *stock* di fiducia generalizzata presente nel sistema economico, tanto più affidabili risulteranno le imprese for-profit nei confronti dei consumatori, pur in presenza di squilibri informativi tra le parti. Il che in effetti è compatibile con un’evidenza empirica che mostra come vi sia spesso *coesistenza* tra imprese for-profit e ONP all’interno degli stessi mercati (anziché l’estinzione di una forma organizzativa per effetto della presenza dell’altra).

4. Prospettive

In questo contributo di riflessione abbiamo cercato di chiarire che guardare residualisticamente al settore non lucrativo come ad un ‘tertium’ rispetto a Stato e mercato appare quanto mai riduttivo e non rende giustizia alla capacità delle ONP di configurarsi come un attore-chiave dei processi di sviluppo post-industriali all’interno delle economie avanzate contemporanee, in un’ottica di piena compatibilità con l’azione statale e con quella delle imprese for-profit. Naturalmente, perché uno scenario di questo tipo possa realizzarsi, è auspicabile la creazione di un assetto autenticamente poliarchico di tali sistemi socio-economici, in cui Stato, mercato e settore non profit coesistano stabilmente su basi di pari dignità.

Perché, allora, molte delle spiegazioni teoriche elaborate dalla riflessione economica internazionale sul tema negli ultimi decenni non sembrano procedere in questa direzione? Per quale motivo, dunque, molto spesso sembrano mancare riferimenti alle autentiche peculiarità teleologiche, organizzative e motivazionali proprie delle ONP (dalla fornitura di beni relazionali alla produzione di fiducia

³² Cfr Antoci, Galeotti, Russu e Zarri (2006), dove si introduce la nozione di ‘fiducia generalizzata prodotta istituzionalmente’ (*institutionally produced generalized trust*) con specifico riferimento allo *stock* di fiducia generalizzata prodotta dal sistema economico grazie alla simultanea presenza nello stesso di ONP non affette da isomorfismo e di imprese for-profit socialmente responsabili.

generalizzata)? A nostro avviso, la ragione di fondo alla base dei principali limiti delle teorie illustrate nei paragrafi precedenti è identificabile nella debolezza delle loro coordinate antropologiche di riferimento. Ciò di cui più si avverte la mancanza, infatti, è un'esplicita messa in discussione della portata esplicativa del paradigma interpretativo dell'*homo oeconomicus*, in merito alla quale tutt'al più si colgono, tra le righe, brevi ed isolate indicazioni³³. Più specificamente, è come se le spiegazioni classiche *presupponessero* un'antropologia (almeno parzialmente) non individualistica – mostrandosi così consapevoli della necessità di un 'ampliamento di paradigma' a livello fondazionale; nel contempo, tuttavia, gli autori che hanno elaborato le teorie precedentemente richiamate non hanno profuso i propri sforzi in questa direzione, evitando di operare nella realizzazione dell'ampliamento richiesto. Al contrario, negli ultimi anni, diversi studiosi hanno proposto spiegazioni dell'esistenza delle ONP nelle economie avanzate contemporanee che, pur non contestando la rilevanza delle teorie sopra richiamate (e anzi riconoscendone i meriti nel contribuire ad un tentativo di comprensione ad ampio raggio di un fenomeno oggettivamente complesso, articolato e multidimensionale, come è quello della genesi e della sostenibilità delle ONP nelle economie occidentali), procedono oltre, ponendo l'accento sul ruolo determinante di categorie interpretative di natura non individualistica in senso stretto (dai beni relazionali alla fiducia generalizzata). Personalmente, siamo convinti che solo proseguendo in questa direzione sarà possibile individuare lucidamente gli effettivi e fondamentali fattori di vantaggio comparato delle ONP all'interno dei sistemi economici post-industriali.

³³ Weisbrod, ad esempio, nel sottolineare le analogie tra ONP e Stato, evidenzia come anche le prime, al pari dell'attore statale, si avvalgano di *coercive and compulsive powers*, "anche se le punizioni non si presentano sotto forma di sanzioni pecuniarie ma sono di tipo sociale. Esistono, infatti, diverse motivazioni che spingono le persone a donare contributi alle imprese *non profit*, sebbene non vi siano leggi o obblighi di alcuna natura. Tra tali motivazioni rientrano la pressione sociale, il beneficio psicologico che si ricava dall'agire per una giusta causa o le manifestazioni di gratitudine da parte degli altri" (Mancinelli 2004). Come è stato osservato, tuttavia, manca, nello schema weisbrodiano, una vera e propria 'teoria della gratuità' che giustifichi il ruolo di benefici psicologici e motivazioni intrinseche alla base dei comportamenti specificamente attribuiti a questa forma organizzativa e non ad altre (cfr su questo Musella e D'Acunto 2004). Lo stesso limite si avverte con riferimento al tipo di beni economici che le ONP sarebbero in grado di produrre: Weisbrod, infatti, ragiona sempre lungo l'asse beni pubblici/beni privati, senza inserire in alcun modo nella riflessione una categoria di beni – i beni relazionali –, che non sono adeguatamente concettualizzabili servendosi soltanto dei criteri tassonomici della rivalità/non rivalità e dell'escludibilità/non escludibilità.

Riferimenti bibliografici

Antoci A., Galeotti M., Russu P., Zarri L., 2006, Generalized Trust and Sustainable Coexistence between Socially Responsible Firms and Non Profit Organizations, *Journal of Chaos, Solitons and Fractals*, in corso di pubblicazione.

Arrow K., 1972, Gifts and exchanges, *Philosophy and Public Affairs*, pp. 351-355.

Bassi A., 2005, Bilancio sociale, bilancio di missione, activities' report. Il settore associativo: tra *accountability* e *publicness*, in Ecchia G., Marangoni G. e Zarri L. (a cura di), Il bilancio sociale e di missione per le organizzazioni non profit, Franco Angeli, Milano.

Becchetti L., Paganetto L., 2003, Finanza Etica Commercio Equo e Solidale, Donzelli editore, Roma.

Ben-Ner A., 1986, Nonprofit Organizations: Why do They Exist in Market Economics, in Rose-Ackerman S. (a cura di), cit.

Bonetti A., Mellano M., 2004, Il mito dei 'vantaggi comparati' delle Organizzazioni del terzo settore, in Schenkel M., Mellano M. (a cura di), cit.

Borzaga C., Depedri S., 2002, Peculiarità e modelli delle cooperative sociali, in Centro studi CGM (a cura di), Comunità cooperative – Terzo rapporto sulla cooperazione sociale in Italia, Edizioni Fondazione Agnelli, Torino.

Borzaga C., Depedri S., Tortia E., 2004, Interpersonal Relations and Job Satisfaction: Some Empirical Results in Social and Community Care Services, Paper presentato al Workshop 'Capitale sociale, motivazioni intrinseche e organizzazioni non profit: problemi e prospettive', 17-18 giugno 2004, Università di Bologna, Facoltà di Economia di Forlì.

Bruni L., Zamagni S., 2004, Economia civile, il Mulino, Bologna.

Caiani M., 2003, Capitale sociale e partecipazione politica: associazioni e attivisti a Firenze, *Polis*, 17, 1, pp. 61-90.

Dollery B., Wallis J., 2002, Economic Theories of the Voluntary Sector: a survey of Government Failure and Market Failure Approaches, University of Otago Economics Discussion Papers N. 0208.

Ecchia G., Zarri L., 2005, Capitale sociale e *accountability*: il ruolo del bilancio di missione nella *governance* delle organizzazioni non profit, in Fazzi L. e Giorgetti G.

(a cura di), *Il bilancio sociale per le organizzazioni nonprofit. Teoria e pratica*, Guerini e Associati, Milano.

Gui B., 1997, *Il ruolo del Terzo Settore: aspetti economici ed etici*, in Gui B. (a cura di), *Il Terzo Settore tra economicità e valori*, Fondazione Lanza, Gregoriana Libreria Editrice, Padova.

Hansmann H.B., 1980, *The Role of Nonprofit Enterprise*, *Yale Law Journal*, 89, pp. 835-901.

Hansmann H.B., 1996, *The Ownership of Enterprise*, Harvard University Press, Cambridge (Mass.).

Hollis M., 1998, *Trust within reason*, Cambridge University Press, Cambridge.

Hotelling H., 1929, *Stability in Competition*, *Economic Journal*, 39, pp. 41-57.

Krashinsky M., 1986, *Transaction Cost and the Theory of The Nonprofit Organizations*, in Rose-Ackerman S. (a cura di), cit.

James E., 1986, *How Nonprofit Grow: a Model*, in Rose-Ackerman S. (a cura di), cit.

Mancinelli S., 2004, *La natura e il ruolo dell'impresa non profit: alcune considerazioni di carattere teorico*, in Schenkel M. e Mellano M. (a cura di), cit.

Montebugnoli A. (a cura di), 2001, *I processi di riproduzione sociale*, Ediesse, Roma.

Musella M., D'Acunto S., 2004, *Economia Politica del Non Profit*, Giappichelli Editore, Torino.

Mutti A., 2003, *La teoria della fiducia nelle ricerche sul capitale sociale*, *Rassegna italiana di sociologia*, 44, 4, pp. 515-536.

Paldam M., Svendsen G.T., 2002, *Missing Social Capital and the Transition From Socialism*, *Journal of Institutional Innovation, Development and Transition*, 5, pp. 21-34.

Pelligra V., 2002, *Le virtù della cooperazione*, *Impresa Sociale*, 63.

Pestoff V.A., 1998, *Beyond the Market and State. Social Enterprises and Civil Democracy in a Welfare Society*, Aldershot, Ashgate.

Prandini R., 2005, *L'associazionismo genera davvero fiducia? Riflessioni sulla concettualizzazione, misurazione e teoria del capitale sociale*, *Non profit*, 6, 3, pp. 577-604.

- Putnam R., Leonardi R., Nanetti R., 1993, *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton.
- Putnam R., 2004, *Capitale sociale e individualismo*, il Mulino, Bologna (ed. orig. *Bowling Alone*, Simon & Schuster, New York, 2000).
- Ranci C., 1999, *La crescita del terzo settore in Italia nell'ultimo ventennio*, in Ascoli U. (a cura di), *Il Welfare futuro. Manuale critico del terzo settore*, Carocci, Roma.
- Roberts R.D., 1984, *A Positive Model of Private Charity and Public Transfers*, *Journal of Political Economy*, 92, 1, pp. 136-148.
- Rose-Ackerman S. (a cura di), 1986, *The Economics of Nonprofit Institutions. Studies in Structure and Policy*, Oxford University Press, New York-Oxford.
- Sacco P.L., Zarri L., 2002, *Dilemmi dell'azione collettiva e norme di ragionevolezza sociale*, *Ars Interpretandi. Annuario di Ermeneutica Giuridica*, 7, pp. 453-482.
- Samuelson P.A., 1954, *The Pure Theory of Public Expenditure*, *Review of Economics and Statistics*, 36, pp. 387-389.
- Schenkel M., Mellano M. (a cura di), 2004, *Le imprese del terzo tipo: economia e etica delle organizzazioni non profit*, Giappichelli Editore, Torino.
- Sen A., 2000, *Codici morali e successo economico*, in Sen A., *La ricchezza della ragione*, il Mulino, Bologna.
- Solari L., 1999, *Equità e soddisfazione: un confronto tra forme organizzative nel Terzo Settore*, Working Paper n. 14, Università degli Studi di Trento.
- Stolle D., 2004, *Communities, Social Capital and Local Government*, in Prakash G. e Selle M. (a cura di), *Investigating Social Capital*, Sage, Londra.
- Tronca L., 2004, *Far parte del terzo settore alimenta la fiducia sociale?*, in Donati P. e Colozzi I. (a cura di), *Il privato sociale che emerge: realtà e dilemmi*, il Mulino, Bologna.
- Villani R., Zarri L., 2005, *Il bilancio di missione come strumento di rafforzamento identitario*, in Ecchia G., Marangoni G., Zarri L. (a cura di), *Il bilancio sociale e di missione per le organizzazioni non profit*, Franco Angeli, Milano.
- Weisbrod B.A., 1977, *Toward a Theory of the Voluntary Nonprofit Sector in a Three Sector Economy*, in Phelps E.S. (a cura di), *Altruism, Morality and Economic Theory*, Sage Foundation, New York (ripubblicato in Rose-Ackerman S. (a cura di), 1986, cit).

Weisbrod B.A., 1988, *The Nonprofit Economy*, Harvard University Press, Cambridge (Mass.).

Weisbrod B.A. (a cura di), 1998, *To Profit or Not to Profit*, Cambridge University Press, Cambridge.

Weiss J.H., 1985, Can Donations Reduce a Donor's Welfare?, *Public Choice*, 47, 2, pp. 337-347.

Weiss J.H., 1986, Donations: Can They Reduce a Donor's Welfare?, in Rose-Ackerman S. (a cura di), cit.

Young D.R., 1986, Entrepreneurship and the Behavior of Nonprofit Organizations: Elements of a Theory, in Rose-Ackerman S. (a cura di), cit.

Young D.R., 1999, Economic Decisionmaking by Nonprofit Organizations in a Market Economy: Tensions between Mission and Market, Paper presentato all'Independent Sector Spring Research Forum, Alexandria, Virginia, marzo 1999.

Zamagni S. (a cura di), 2002, *Il nonprofit italiano al bivio*, Egea, Milano.

Zamagni S., 2005, *Gratuità e agire economico: il senso del volontariato*, Cleonp Working Paper N. 9, Università di Bologna, Facoltà di Economia di Forlì.