



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata

Corso di Laurea in Scienze Psicologiche Sociali e del Lavoro

Elaborato finale

Il ruolo della self-identity nella Teoria del comportamento pianificato.

Uno studio sullo spreco alimentare

The role of self-identity in the Theory of planned behavior.

A study on food waste

Relatrice:

Prof.ssa Luigina Canova

Laureanda: Maria Costanza Filippini

Matricola: 1230190

Anno Accademico 2022-2023

INDICE

INTRODUZIONE	1
CAPITOLO I: I MODELLI TEORICI DI RIFERIMENTO	4
1.1 <i>La Teoria dell’Azione Ragionata</i>	4
1.2 <i>La Teoria del Comportamento Pianificato</i>	6
1.3 <i>La self-identity</i>	8
1.4 <i>Prevedere la riduzione dello spreco domestico di cibo grazie alla TPB estesa</i>	11
CAPITOLO II: LA RICERCA	14
2.1 <i>Gli obiettivi</i>	14
2.2 <i>La procedura</i>	14
2.3 <i>Il questionario</i>	14
2.3.1 <i>Prima fase</i>	14
2.3.2 <i>Seconda fase</i>	17
2.4 <i>I partecipanti</i>	18
CAPITOLO III: I RISULTATI	20
3.1 <i>Attendibilità e statistiche descrittive dei costrutti della TPB estesa</i>	20
3.2 <i>Frequenza e tipologia di comportamenti atti a evitare di sprecare il cibo</i>	21
3.3 <i>Le correlazioni</i>	24
3.3.1 <i>Le correlazioni fra i costrutti del modello della TPB estesa</i>	24
3.3.2 <i>Le correlazioni dei costrutti della TPB estesa con il genere e il reddito</i>	24
3.4 <i>La verifica della TPB estesa con la self-identity</i>	25
CONCLUSIONI	30
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA	34

INTRODUZIONE

Il presente elaborato finale vuole indagare il ruolo della *self-identity* nel prevedere l'intenzione e il comportamento di evitare lo spreco domestico di cibo.

Lo spreco di cibo si definisce come cibo, bevande comprese, rimosso dalla filiera alimentare umana, ossia che vede come destinazione la discarica, la combustione controllata, la fognatura, i rifiuti/ scarti, la compostiera o l'applicazione a terra (UNEP, 2021).

Il *Food Waste Index Report* dell'UNEP (2019) si concentra sugli scarti che si verificano a livello domestico, della ristorazione e della vendita al dettaglio. L'UNEP (2019) stima lo spreco di cibo attorno al 17% della produzione alimentare globale. Si tratta di 931 milioni di tonnellate di alimenti che ogni anno vengono sprecati dei quali il 61% proviene dalle famiglie (74 kg pro capite l'anno). Quasi 570 milioni di tonnellate di questi rifiuti hanno origine a livello domestico (UNEP, 2019).

A seguito di questi dati è necessario proporre diverse strategie di acquisto e consumo del cibo che possono combattere lo spreco alimentare domestico.

Nella ricerca che presenteremo sono state considerate dieci azioni volte a evitare di sprecare il cibo, individuate nella ricerca di Benincà et al. (2022): “Acquistare il cibo in base alle necessità”, “Acquistare il cibo prossimo alla scadenza per evitare che venisse gettato e consumarlo subito”, “Conservare bene il cibo e gli avanzi”, “Consumare gli avanzi di cibo”, “Fare attenzione alle scadenze del cibo”, “Cucinare la quantità di cibo che si pensava di consumare”, “Dare ad altri il cibo preparato in eccesso”, “Servirsi nel piatto o ordinare la porzione di cibo che si pensava di consumare e finirla”, “Preparare il cibo cercando di produrre meno scarto possibile”, “Scegliere il cibo in base ai propri gusti e ai propri bisogni”.

La ricerca che presenteremo si propone di analizzare le determinanti di questi comportamenti, anche in vista dell'elaborazione di strategie applicative di intervento volte a sensibilizzare le

persone e ridurre lo spreco di cibo.

Di seguito nel primo capitolo verranno esposti i modelli teorici di riferimento, con particolare attenzione alla Teoria dell'Azione Ragionata (*Theory of Reasoned Action*, TRA; Fishbein e Ajzen, 1975; Ajzen e Fishbein, 1980) e alla Teoria del Comportamento Pianificato (*Theory of Planned Behavior*, TPB; Ajzen e Madden, 1986; Ajzen, 1991); è incluso, inoltre, un approfondimento sul costrutto della *self-identity* che sarà impiegato nel nostro lavoro che presenteremo per estendere la TPB. All'interno del secondo capitolo verranno descritti nello specifico gli obiettivi, la procedura, il questionario applicato e le caratteristiche dei partecipanti. I risultati dello studio saranno analizzati e commentati nel terzo capitolo, a cui seguiranno infine le conclusioni che è possibile trarre dalla ricerca condotta.

CAPITOLO I

I MODELLI TEORICI DI RIFERIMENTO

1.1 La Teoria dell’Azione Ragionata

La Teoria dell’Azione Ragionata (*Theory of Reasoned Action*; TRA) è un semplice modello teorico che ipotizza un legame fra atteggiamento e comportamento. Formulato da Fishbein e Ajzen nel 1975, individua l’intenzione soggettiva come causa principale del comportamento e definisce una serie di fattori che agiscono su di essa, come visualizzato nella figura 1.1.

L’approccio considera l’essere umano che ragiona, non necessariamente in modo razionale, ma secondo una logica coerente con le credenze e informazioni a lui disponibili, che possono essere quindi anche non veritiere, incomplete o irrazionali. La Teoria dell’Azione Ragionata è stata infatti elaborata per prevedere comportamenti volontari sui quali l’individuo può esercitare un controllo completo e la cui esecuzione risulta facile. Non è in grado, di conseguenza, di prevedere la messa in atto di azioni che dipendono dall'esistenza di opportunità o dal possesso di risorse e requisiti specifici.

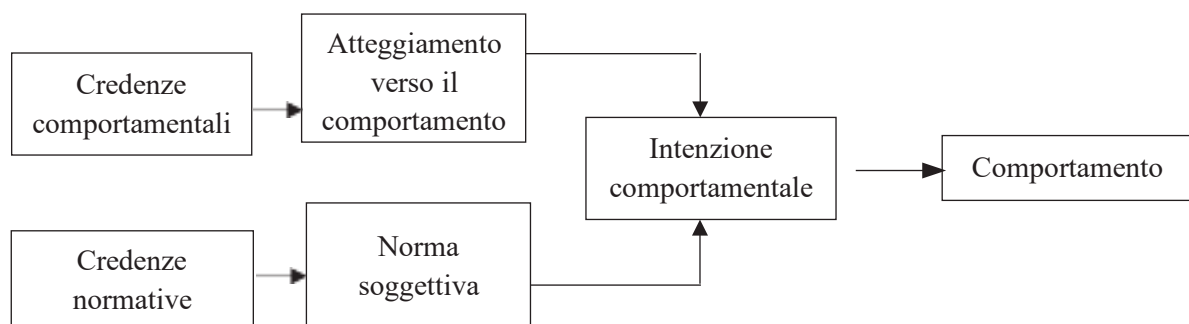


Figura 1.1 Schema della Teoria dell’Azione Ragionata

Come si nota dalla figura 1.1, l’intenzione comportamentale è l’unico fattore in grado di influenzare il comportamento; essa si configura come una decisione soggettiva di intraprendere

una data azione e contempla la pianificazione. Si tratta della motivazione che può essere determinata dall'atteggiamento (la valutazione globale favorevole o sfavorevole che il singolo ha nei confronti dell'azione in questione) e dalla percezione della pressione sociale esercitata da altri significativi a mettere in atto il comportamento (norma soggettiva).

Inoltre, secondo Peak (1955) l'atteggiamento verso il comportamento è determinato dall'insieme delle credenze comportamentali circa le conseguenze previste dall'individuo, relativamente alla messa in atto di quel comportamento, moltiplicate per la valutazione che egli attribuisce a ognuna di queste conseguenze. Allo stesso modo, la norma soggettiva è definita dall'insieme delle credenze normative salienti, cioè dalla percezione delle preferenze di persone importanti per l'individuo relativamente alla sua messa in atto dello specifico comportamento, moltiplicate per la motivazione personale di compiacere ciò che questi referenti vogliono che l'individuo faccia (Cavazza, 2005). La definizione di credenza viene data nel Modello Aspettativa-Valore (Peak, 1955; Fishbein, 1963, 1967; Fishbein e Ajzen, 1975; Ajzen e Fishbein, 1980), secondo il quale le credenze corrispondono alla probabilità soggettiva che un dato oggetto o atto abbia certi attributi e conseguenze. Tali credenze possono formarsi a seguito di un'esperienza diretta, indiretta o tramite altre fonti di informazioni esterne; possono anche variare, sommarsi o venire dimenticate nel corso del tempo.

Sempre nella figura 1.1 si può osservare che l'atteggiamento verso il comportamento e la norma soggettiva non hanno effetti diretti sul comportamento, in quanto la loro influenza su di esso viene mediata completamente dall'intenzione comportamentale. Ne consegue che più forte sarà l'intenzione nel mettere in atto un dato comportamento, più probabile sarà la sua effettiva esecuzione (Fishbein e Ajzen, 1975).

Nel definire il modello della TRA, secondo Fishbein e Ajzen (1975), l'atteggiamento verso il comportamento viene distinto dall'atteggiamento verso l'oggetto: la valutazione dell'oggetto è destinata ad essere una variabile esterna al modello, poiché ritenuta non influenzare

direttamente la decisione relativa alla messa in atto di uno specifico comportamento. Inoltre, essendo un modello che prevede che i comportamenti siano preceduti da una profonda elaborazione cognitiva rappresentata dall'analisi delle credenze moltiplicate per la loro valutazione, tale modello non può essere applicato per spiegare comportamenti abituali, compulsivi o al di fuori del controllo dell'individuo (Liska, 1984).

1.2 La Teoria del Comportamento Pianificato

Tenendo in considerazione queste limitazioni dell'applicazione della Teoria dell'Azione Ragionata, Ajzen (1991) la estende comprendendo fra i suoi costrutti la percezione del controllo che l'individuo pensa di avere sul comportamento, al fine di ampliare la predittività del modello della TRA stessa anche ai comportamenti che non sono completamente sotto il controllo. Tenendo come base la TRA, nella Teoria del Comportamento Pianificato (*Theory of Planned Behaviour*, TPB; Ajzen, 1991) (Figura 1.2) si aggiunge quindi il costrutto di controllo comportamentale percepito, definito come la percezione del livello di controllo che si ritiene di avere sull'esecuzione di un determinato comportamento (Ajzen, 1991).

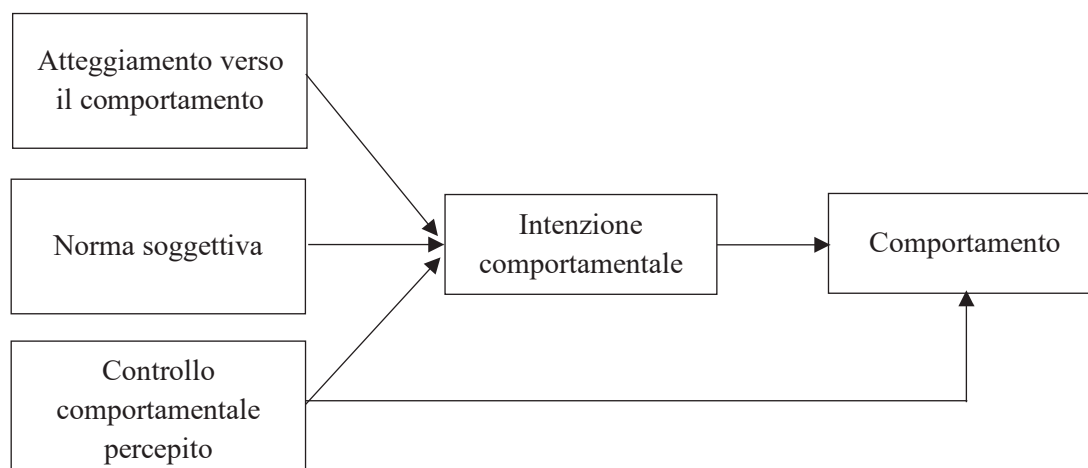


Figura 1.2 Schema della Teoria del Comportamento Pianificato

Il controllo comportamentale percepito corrisponde alla percezione del controllo che la persona pensa di esercitare su un dato comportamento e riflette l'esperienza passata relativa agli impedimenti, agli ostacoli o ai fattori facilitanti che si possono incontrare quando si mette in atto un dato comportamento; quindi, si può definire come la percezione relativa alla facilità o difficoltà dell'esecuzione di uno specifico atto comportamentale (Ajzen, 1991). Il livello di controllo comportamentale percepito può essere compreso come un continuum ai cui estremi si trovano da un lato gli atti pienamente controllabili, dall'altro azioni sulle quali si ha un controllo nullo. Il livello di controllo percepito è influenzato da una serie di fattori personali interni quali informazioni, abilità, credenze personali, emozioni (le forti emozioni possono indurre ad azioni sulle quali si ha scarso controllo) e da fattori situazionali esterni alla persona come opportunità, risorse dell'ambiente o interventi di altri individui. Secondo Ajzen (1988), l'attuazione di molti comportamenti può dunque essere concepita come una meta il cui il raggiungimento presuppone un certo grado di incertezza. Le intenzioni soggettive diventano piani di azione: nel caso di comportamenti non pienamente sotto il controllo individuale si deve parlare di intenzione a provare ad attuare quella data azione (Cavazza, 2005).

Nella Teoria del Comportamento Pianificato i fattori che determinano il comportamento sono come si osserva nella Figura 1.2 due: l'intenzione comportamentale e il controllo comportamentale percepito. Quest'ultimo ha un effetto diretto sul comportamento, ed uno indiretto mediato dall'intenzione.

Esistono diverse somiglianze fra il costrutto di controllo comportamentale percepito e il concetto di *self-efficacy* di Bandura (1986), che si riferisce alla convinzione di avere la capacità di organizzare e realizzare il corso di azioni necessario per raggiungere i risultati prefissati.

Nel modello più recente della TPB, il controllo comportamentale percepito risulta quindi costituito da una componente relativa alla controllabilità percepita e dalla *self-efficacy* percepita (Ajzen, 2002).

A questo proposito, nuovi sviluppi dell'approccio ragionato suggeriscono che i costrutti della TPB possano essere scomposti in due sotto-dimensioni. Nello specifico, l'atteggiamento verso il comportamento viene distinto in atteggiamento strumentale/cognitivo, definito come le conseguenze anticipate positive o negative relative alla messa in atto del comportamento, e atteggiamento sperimentale/affettivo, definito come la percezione di esperienze positive o negative associate all'esecuzione del comportamento (Ajzen, 2002). La norma soggettiva, invece, può essere suddivisa in una componente ingiuntiva e in una descrittiva, rispettivamente definite come ciò che gli altri significativi pensano che l'individuo debba fare e ciò che essi sono percepiti fare, rispetto al comportamento in questione (Cialdini, Reno, & Kallgren, 1990). L'approccio ragionato è stato inoltre recentemente esteso, inserendo nella TPB nuovi costrutti, non presenti nella formulazione originaria, al fine di migliorare la capacità predittiva del modello originale.

1.3 La *self-identity*

Il costrutto della *self-identity* è stato considerato nella letteratura sulla TPB come un fattore esterno al modello capace di migliorare il potere predittivo della TPB (Ajzen, 1991). Essa si definisce come un aspetto rilevante della propria percezione di sé e si applica in modo particolare ai comportamenti relativi alla salute e quelli pro-ambientali (Brouwer e Mosack, 2015). Conner e Armitage (1998) parlano di *self-identity* come la parte saliente del sé dell'attore che si riferisce a un determinato comportamento. Essa coincide con l'insieme di caratteristiche durature che le persone attribuiscono a sé stesse, ad esempio, "penso a me stesso come un consumatore verde" (Sparks, 2000). Secondo Conner e Armitage (2002), la *self-identity* è un costrutto di natura motivazionale che sembra migliorare il potere predittivo della TPB. Infatti, alcuni autori (Graham-Rowe, Jessop e Sparks, 2015) hanno aggiunto questa variabile al modello originale.

Secondo Fishbein (1997), la *self-identity* potrebbe, invece, corrispondere ad una misura del comportamento passato, poiché le persone potrebbero inferire le loro identità, esaminando il loro comportamento tenuto nel passato. Identità legate ad aspetti specifici relativi all'ambiente sono risultate essere predittori indipendenti dell'intenzione di comprare prodotti biologici (Sparks and Shepherd, 1992) e di riciclare (e.g. Nigbur et al., 2010; Terry et al., 1999). Una generica *self-identity* pro-ambientale è risultata essere invece un predittore indipendente dell'intenzione di attuare comportamenti riguardanti la salvaguardia dell'ambiente in alcune ricerche inerenti all'intenzione di compensare le emissioni di carbonio (Whitmarsh e O'Neill, 2010).

Di seguito mostreremo alcune ricerche che testano gli effetti della *self-identity* nella TPB.

La prima ricerca che presenteremo, svolta da Carfora, Caso e Conner (2016), parte dalle conclusioni raggiunte da Brouwer e Mosack (2015): la *self-identity* come persona che mangia sano è una determinante significativa delle intenzioni e dei comportamenti di mangiar sano. Dalla meta-analisi di Rise et al. (2010), emerge infatti che la *self-identity* incrementa la quota di varianza spiegata delle intenzioni e che i suoi effetti sono indipendenti sia dal comportamento passato che dalle altre variabili della TPB.

Lo studio in questione si pone l'obiettivo di testare gli effetti della *self-identity* all'interno della TPB, controllando anche il comportamento passato, al fine di mostrare che i suoi effetti sono indipendenti rispetto al comportamento passato.

La ricerca di Carfora, Caso e Conner (2016) si è svolta somministrando un questionario *online* ad un campione di studenti universitari in un tempo 1 e un tempo 2. Nel primo questionario sono state incluse le misure dei costrutti base della TPB, con l'aggiunta del comportamento passato relativo al consumo di frutta e verdura e della *self-identity* come persona che mangia sano. Nel secondo, a distanza di un mese, è stato rilevato il comportamento futuro auto-riferito. I risultati mostrano che il modello esteso spiega il 49% della varianza dell'intenzione e il 22%

del comportamento. Questi risultati, quindi, sono in linea con la letteratura: la *self-identity* influenza il comportamento sia in modo diretto che indiretto, tramite l'intenzione; di conseguenza è una variabile in grado di spiegare il consumo di frutta e verdura dei giovani, almeno, nel caso del campione di riferimento.

Il secondo studio, condotto da Canova, Bobbio, Manganelli (2020), testa la TPB estesa con il comportamento passato e la *self-identity* come persona che mangia sano, applicata al consumo di tre porzioni di frutta fresca al giorno. Lo studio si pone due obiettivi principali: in primo luogo, verificare la validità del modello della TPB estesa con il comportamento passato e la *self-identity*, e in secondo luogo, indagare la generalità dei processi che portano alla formazione dell'intenzione e quindi alla messa in atto del comportamento in diverse categorie di individui. In primo luogo, è stato somministrato ad un campione di studenti e uno di adulti un questionario strutturato: al tempo 1 si rilevano i costrutti antecedenti l'intenzione, il comportamento passato e la *self-identity* come persona che mangia sano; al tempo 2 si è rilevato il comportamento con misure *self-report*. Dai risultati emerge che il modello originale della TPB ha un forte valore predittivo: negli adulti spiega il 79% della varianza dell'intenzione e il 49% della varianza del comportamento; mentre nei giovani rispettivamente il 73% e il 56%. L'aggiunta del comportamento passato comporta un miglioramento della quota di varianza del comportamento in entrambe i campioni del 13%; mentre l'aumento della quota della varianza spiegata dall'intenzione risulta essere solamente del 1% e 4% rispettivamente per gli adulti e gli studenti. Infine, l'inclusione della *self-identity* come persona che mangia sano non ha aumentato la quota di varianza spiegata del comportamento in entrambi i campioni. È necessario sottolineare che il comportamento è misurato attraverso item *self-report*, i quali probabilmente sono soggetti a effetti di desiderabilità sociale o di imprecisione nel recupero dei ricordi.

Quindi si può concludere che una misura generale della *self-identity* come persona che mangia sano può non essere in grado di prevedere il consumo di una specifica quantità di certi alimenti;

mentre l'utilizzo di misure che rilevano specifiche identità, legate a certi tipi di alimenti, potrebbero portare a previsioni più accurate dell'intenzione e del comportamento.

1.4 Prevedere la riduzione dello spreco domestico di cibo grazie alla TPB estesa

Nella letteratura scientifica non sono molti gli esempi di ricerche che hanno applicato la TPB per prevedere comportamenti nell'ambito dello spreco di cibo domestico. Stefan et al. (2013) hanno applicato il modello TPB con i costrutti di base per testare se l'atteggiamento, la norma soggettiva e il controllo comportamentale percepito influenzino l'intenzione di ridurre lo spreco di cibo nelle famiglie e se l'intenzione preveda a sua volta il comportamento di riduzione dello spreco. I risultati di questo studio mostrarono che l'atteggiamento, considerato come scomponibile in atteggiamento morale e mancanza di preoccupazione di sentire rimpianto, era l'unico predittore dell'intenzione di non sprecare cibo. In aggiunta gli autori trovarono che l'intenzione di non sprecare cibo non era significativamente associata ad una misura *self-report* del comportamento sullo spreco alimentare.

Un altro lavoro più recente di Graham-Rowe, Jessop e Sparks (2015) testa la TPB estesa con la *self-identity* applicata al comportamento di ridurre lo spreco di frutta e verdura. Il costrutto di *self-identity* è qui definito come gli aspetti salienti e duraturi relativi alla percezione di sé ed è operazionalizzato come il grado in cui l'individuo considera sé stesso come una persona che è disposta a mettere in atto il comportamento considerato.

Il campione della ricerca di Graham-Rowe, Jessop e Sparks (2015) comprende 279 cittadini britannici, con un'età compresa tra i 18 e i 79 anni, per la maggior parte donne (79.78%).

Nel questionario, oltre a rilevare i costrutti della TPB, tre item rilevarono la *self-identity*, ad esempio "Sono il tipo di persona che ridurrebbe la quantità di frutta e verdura sprecata dalla mia famiglia nei prossimi sette giorni". Dopo una settimana, è presentato un altro questionario per rilevare lo spreco di frutta e verdura effettuato dalla famiglia.

L'analisi di regressione multipla è stata impiegata per testare se il modello della TPB esteso possa prevedere l'intenzione comportamentale. Al primo step, sono state introdotte alcune variabili demografiche, come il genere, l'età, lo stato civile, il numero di componenti della famiglia, l'essere responsabile della spesa della famiglia e della gestione della cucina. Queste variabili di *background* spiegano il 9% della varianza dell'intenzione di ridurre lo spreco di frutta e verdura, in particolare solo il genere si è rivelato un predittore significativo: le partecipanti donne hanno riportato un'intenzione più positiva di ridurre lo spreco di frutta e verdura. Includendo nell'analisi l'atteggiamento, la norma soggettiva e il controllo comportamentale percepito, i risultati mostrano che tutti gli antecedenti sono predittori significativi dell'intenzione di ridurre lo spreco di frutta e verdura. Introducendo, infine, il rimpianto anticipato, la norma descrittiva e la *self-identity*, la quota di varianza spiegata dell'intenzione migliora in modo significativo del 10% e tale variabile risulta essere un predittore significativo dell'intenzione. Complessivamente, il modello finale spiega il 74% della varianza dell'intenzione di ridurre lo spreco di frutta e verdura.

Questi risultati forniscono sostegno all'ipotesi che l'inclusione di altri predittori nella TPB possa aumentare la quota di varianza dell'intenzione, in modo particolare la *self-identity*. Tale evidenza suggerisce che il costrutto di *self-identity* sia da tenere in considerazione se si vuole promuovere nelle persone una motivazione a ridurre lo spreco di alimenti. Anche i risultati dello studio di Graham-Rowe, Jessop e Sparks (2015) evidenziano l'importanza di considerare come predittore aggiuntivo la *self-identity* insieme ai costrutti di base della TPB nell'ambito dei comportamenti volti a ridurre o eliminare lo spreco di cibo.

CAPITOLO II

LA RICERCA

2.1 Gli obiettivi

La ricerca che presenteremo si propone di analizzare le determinanti di uno specifico comportamento pro-ambientale ossia quello di evitare lo spreco di cibo e le bevande quando sono ancora buoni. Il modello teorico preso come riferimento è la Teoria del Comportamento Pianificato (Ajzen, 1991). Ci proponiamo di testare gli effetti sull'intenzione e sul comportamento di un ulteriore predittore non presente nel modello originale della TPB, ossia la *self-identity* come persona che evita di sprecare cibo. In particolare, analizzeremo gli effetti della *self-identity* sull'intenzione e sul comportamento di un gruppo di studenti universitari italiani.

2.2 La procedura

La ricerca, di tipo longitudinale, si è svolta in due fasi in un periodo compreso fra marzo e aprile 2022. Sia nella prima che nella seconda fase è stato somministrato ai partecipanti un questionario *online* attraverso la piattaforma Qualtrics. Il tempo intercorso fra la prima e la seconda somministrazione è stato di circa un mese. I questionari sono stati somministrati prevalentemente in aula durante una lezione.

2.3 Il questionario

2.3.1 Prima fase

Al tempo 1 (T1) i partecipanti hanno ricevuto un link al questionario online tramite una e-mail. Nel testo di questa e-mail sono state inserite diverse informazioni. In primo luogo, i partecipanti sono stati informati riguardo all'obiettivo della ricerca, ovvero studiare come si formano le

intenzioni di eseguire alcuni comportamenti; è stato specificato che il comportamento considerato è lo spreco di cibo e bevande, cioè buttare via questi alimenti quando sono ancora in buono stato. Si è anche ricordato ai partecipanti che non ci sono risposte giuste o sbagliate ed è stato chiesto di rispondere personalmente al questionario. Il tempo previsto di compilazione era di circa 10-15 minuti e ogni soggetto poteva interrompere la compilazione in qualsiasi momento, senza che i suoi dati venissero utilizzati. Infine, si è specificato che le informazioni fornite sarebbero state mantenute confidenziali e usate in modo aggregato con quelle di altri soggetti nelle analisi statistiche dei dati, secondo il Codice in materia di protezione dei dati personali (D. Lgs. 196/2003). Dopo aver preso visione dell'e-mail il partecipante poteva iniziare la compilazione del questionario, previa dichiarazione di essere maggiorenne e di essere stato informato sulla procedura.

Riportiamo di seguito le misure dei costrutti che analizzeremo in questo lavoro nell'ordine in cui apparivano nel questionario online relativo alla prima fase.

L'atteggiamento verso il comportamento è stato indagato tramite 6 aggettivi di significato opposto (spiacevole/piacevole, inutile/utile, negativo/positivo, stupido/intelligente, benefico/nocivo, desiderabile/indesiderabile). Il concetto da valutare era "Evitare di sprecare cibo nel prossimo mese" tramite una scala di risposta a 7 punti: ad esempio, nel caso della prima coppia di aggettivi, 1 corrispondeva a "molto spiacevole" e 7 a "molto piacevole.

La norma soggettiva, invece, è stata misurata attraverso 3 item: "La maggior parte delle persone importanti per me (familiari, amici, conoscenti, partner) pensa che dovrei evitare di sprecare il cibo nel prossimo mese", "La maggior parte delle persone importanti per me (familiari, amici, conoscenti, partner) vorrebbe che io evitassi di sprecare il cibo nel prossimo mese", "La maggior parte delle persone importanti per me (familiari, amici, conoscenti, partner) mi incoraggia a evitare di sprecare il cibo nel prossimo mese". Per tutti gli item la scala di risposta era a 5 punti da 1 "molto in disaccordo" a 5 "molto d'accordo".

Per quanto riguarda il controllo comportamentale percepito, il rispondente doveva indicare il grado di accordo con tre item di cui i primi due erano associati ad una scala di risposta a 5 punti da 1 “molto in disaccordo” a 5 “molto d’accordo”: “Evitare di sprecare il cibo nel prossimo mese è per me un comportamento facile da realizzare” e “Evitare di sprecare il cibo nel prossimo mese è un comportamento sotto il mio controllo”. Il terzo item “Quanto controllo pensa di avere sul comportamento di evitare di sprecare il cibo nel prossimo mese?”, invece, aveva una diversa scala di risposta a 5 punti in cui 1 rappresentava “controllo completo” e 5 rappresentava “nessun controllo”.

L’intenzione comportamentale è stata rilevata grazie a 3 item. Il primo, “Intendo evitare di sprecare cibo nel prossimo mese”, era associato ad una scala di risposta a 5 punti da 1 “molto in disaccordo” a 5 “molto d’accordo”. I restanti item, “Quanto è probabile che, nel prossimo mese, Lei maturi l’intenzione di evitare di sprecare cibo?” e “Quanto è probabile che Lei effettivamente eviti di sprecare cibo nel prossimo mese?”, venivano giudicati su una scala di risposta a 5 punti in cui 1 indicava “molto probabile” e 5 indicava “molto improbabile”.

Per quanto concerne la self-identity come persona che evita di sprecare cibo, il partecipante doveva indicare il grado di accordo con 4 item attraverso una scala di risposta a 5 punti da “molto in disaccordo” a “molto d’accordo”: “Mi definirei una persona che è interessata a evitare di sprecare cibo”, “Penso a me stesso/a come una persona che evita di sprecare cibo”, “Evitare di sprecare il cibo è una parte importante dell’idea che ho di me stesso/a”, “Sono il tipo di persona che evita di sprecare cibo”.

Sono state rilevate infine alcune variabili socio-demografiche cioè genere, età (in anni compiuti), con chi si risiede abitualmente, provincia di residenza e reddito mensile netto della famiglia. Giunto al termine del questionario, ogni partecipante doveva generare un codice (formato dalle prime tre lettere del nome e dal giorno e mese di nascita) per facilitare la raccolta dei dati nella seconda fase della ricerca.

2.3.2 Seconda fase

Al tempo 2 (T2), dopo circa un mese, i soggetti che avevano partecipato alla prima fase sono stati ricontattati per completare il secondo ed ultimo questionario. La procedura è rimasta invariata: ognuno ha ricevuto il link al questionario tramite e-mail. Nel testo era nuovamente incluso il riferimento al comportamento considerato, ovvero evitare di sprecare il cibo e le bevande cioè evitare di gettarli via quando sono ancora buoni. Si specificava, inoltre, che le domande poste avrebbero riguardato l'evitamento di spreco di cibo nel corso del mese precedente, cioè da quando è stato compilato il primo questionario. Infine, si ricordava che i dati sarebbero rimasti anonimi, nel rispetto del Codice in materia di protezione dei dati personali (D.Lgs. 196/2003), usati assieme a quelli di altri per le analisi statistiche e che la partecipazione allo studio, essendo volontaria, poteva essere interrotta in ogni momento.

In primo luogo, per facilitare la raccolta dei dati, veniva chiesto al rispondente di indicare in una casella le prime tre lettere del nome seguite dal giorno e dal mese di nascita in cifre. Per rilevare il comportamento messo in atto nell'ultimo mese sono stati utilizzati 10 item, identificati nella ricerca Benincà et al. (2022), riguardanti azioni volte a ridurre lo spreco “Nell'ultimo mese, quanto spesso Le è capitato di mettere in atto i seguenti comportamenti in occasioni diverse (a casa, durante pranzi o cene con familiari e amici, in mensa, al ristorante...)? : “Acquistare il cibo in base alle necessità”, “Acquistare il cibo prossimo alla scadenza per evitare che venisse gettato e consumarlo subito”, “Conservare bene il cibo e gli avanzi”, “Consumare gli avanzi di cibo”, “Fare attenzione alle scadenze del cibo”, “Cucinare la quantità di cibo che si pensava di consumare”, “Dare ad altri il cibo preparato in eccesso”, “Servirsi nel piatto o ordinare la porzione di cibo che si pensava di consumare e finirla”, “Preparare il cibo cercando di produrre meno scarto possibile”, “Scegliere il cibo in base ai propri gusti e ai propri bisogni” (scala di risposta a 5 punti da 1 “Mai” a 5 “Sì, Molto spesso”).

2.4 I partecipanti

I partecipanti che hanno ricevuto via e-mail entrambi i questionari online sono 390, ma di questi solo 279 hanno risposto al primo, con un tasso di risposta del 71.5%. Abbiamo deciso di tenere in considerazione per le analisi dei dati solo i soggetti che hanno completato entrambi i questionari; il campione di convenienza, quindi, risulta costituito da 279 studenti universitari italiani e composto da 65 uomini (23.3%) e 212 donne (76.0%) e 2 persone non hanno risposto (0.7%). L'età media dei partecipanti oscilla fra i 19 e i 35 anni, con una media di 20.9 anni e deviazione standard 2.13.

Tra i 279 studenti, 49.8% (N=139) studia all'Università degli Studi di Padova, mentre il restante 50.2% (N=140) frequenta l'Istituto Universitario Salesiano di Venezia. Il 99.6% (N=278) frequenta un corso di studi triennale, lo 0.4% (N=1) un corso magistrale.

Il 77.4% (N=216) dei partecipanti risiede in Veneto, il 6.8% (N=19) nel Friuli-Venezia Giulia, il 3.2% (N=9) in Trentino-Alto Adige, il 5.0% (N=14) in Emilia-Romagna, il 3.2% (N=9) in Lombardia, il 0.7% (N=2) in Toscana, lo 0.4% (N=1) in Piemonte, lo 0.7% (N=2) in Lazio, lo 0.7% (N=2) nelle Marche, l'1.1% (N=3) in Sardegna, lo 0.4% (N=1) in Sicilia, lo 0.4% (N=1) in Umbria.

Relativamente alla residenza dei rispondenti, il 72.4% (N=202) vive in casa dello studente, il 22.2% (N=62) con il coniuge, il 2.2% (N=6) con amici, l'1.8% (N=5) da solo e l'1.4% (N=4) risiede con i familiari.

Per quanto riguarda il reddito mensile netto della famiglia, il 22.6% (N=63) dichiara di percepire da 2501 a 3000 euro, il 20.1% (N=56) da 2001 a 2500 euro, il 15.1% (N=42) percepisce più di 4000 euro, il 14.3% (N=40) da 3001 a 4000 euro, il 13.3% (N=37) da 1501 a 2000 euro, il 9.3% (N=26) da 1001 a 1500 euro, il 3.6% (N=10) dichiara di percepire da 501 a 1000 euro, l'1.8% (N=5) non ha risposto.

CAPITOLO III

I RISULTATI

3.1 Attendibilità e statistiche descrittive dei costrutti della TPB estesa

Per prima cosa è stata testata l'attendibilità delle misure mediante il calcolo del coefficiente Alpha di Cronbach (Tabella 3.1). Gli indici di attendibilità trovati variano tra .70 e .87. Tutte le misure dei costrutti considerati risultano quindi affidabili e mostrano un buon grado di coerenza interna. È stato quindi possibile procedere con il calcolo dei punteggi compositi. È stato poi condotto il t test per campione unico al fine di testare la differenza dei punteggi medi dei costrutti dal punto delle rispettive scale di risposta: tutti i punteggi medi considerati si discostano significativamente dal punto centrale della scala di risposta.

Dalle medie dei costrutti si evince che i partecipanti hanno un atteggiamento molto positivo verso l'evitare di sprecare cibo e percepiscono una moderata pressione sociale da parte delle persone per loro significative ad effettuare questo comportamento. Inoltre, in media i partecipanti dichiarano di avere un buon controllo comportamentale percepito e un'elevata intenzione a evitare di sprecare il cibo, riconoscendosi tendenzialmente come delle persone che si identificano con gli individui che evitano di sprecare gli alimenti.

Tabella 3.1 – Attendibilità e statistiche descrittive (n=279)

Costrutti	N. item	α di Cronbach	Media	Dev. Standard	<i>t</i> (278)	<i>p</i><
Atteggiamento**	6	.77	6.62	.56	78.64	.001
Norma soggettiva *	3	.78	3.74	.90	13.64	.001
Controllo Comportamentale Percepito*	3	.73	3.97	.64	25.12	.001
Intenzione*	3	.70	4.37	.56	41.09	.001
<i>Self-identity</i> *	4	.87	4.07	.72	24.95	.001
Comportamento t2*	10	.72	3.95	.47	33.62	.001

* Il valore centrale della scala è 3; **Il valore centrale della scala è 4;

3.2 Frequenza e tipologia di comportamenti atti a evitare di sprecare il cibo

All'interno del secondo questionario gli intervistati hanno indicato la frequenza di 10 comportamenti di evitamento dello spreco di cibo. Come si può vedere in tabella 3.1, nel complesso i comportamenti volti a evitare lo spreco di cibo nell'ultimo mese sono stati messi in atto dai rispondenti con una frequenza moderata, a parte il comportamento di acquistare il cibo prossimo alla scadenza, il cui punteggio medio è significativamente inferiore al punto centrale della scala di risposta ed il comportamento dichiarato di dare ad altri il cibo preparato in eccesso, il cui punteggio medio non si discosta in modo significativo dal punto centrale della scala di risposta.

Nella tabella 3.2 sono anche riportate le frequenze e le percentuali per ogni tipo di

comportamento atto a evitare lo spreco di cibo. Emerge che praticamente tutti i rispondenti dichiarano di acquistare con una qualche frequenza il cibo in base alle necessità, di conservare bene il cibo e gli avanzi, di fare attenzione alle scadenze di questo, di cucinarne la quantità che pensano di consumarne, di servirsi o ordinare il cibo che pensavano di cucinare, di preparare il cibo cercando di produrre meno scarto possibile e di sceglierlo in base ai propri gusti e bisogni. Invece, il 27.8% degli intervistati al T2 dichiarano di non aver mai acquistato cibo prossimo alla scadenza e il 14.7% di non aver mai dato ad altri il cibo in eccesso nel mese trascorso fra la prima e la seconda fase.

Tabella 3.2 Frequenze e percentuali per tipo di comportamento (n=279)

COMPORTAMENTO	MAI	CON QUALCHE FREQUEUNZA (Raramente, Qualche volta, Spesso, Molto spesso)	MEDIA (d.s.)
1. Acquistare il cibo in base alle necessità	2 (0.7%)	277 (99.3%)	4.22* (.76)
2. Acquistare il cibo prossimo alla scadenza	72 (25.8%)	207 (74.21%)	2.49* (1.18)
3. Conservare bene il cibo e gli avanzi	1 (0.4%)	278 (99.6%)	4.26* (.71)
4. Consumare gli avanzi di cibo	4 (1.4%)	275 (98.6%)	4.15* (.88)
5. Fare attenzione alle scadenze del cibo	1 (0.4%)	278 (99.6%)	4.20* (.78)
6. Cucinare la quantità di cibo che si pensava di consumare	1 (0.4%)	278 (99.6%)	4.23* (.71)
7. Dare ad altri il cibo preparato in eccesso	41 (14.7%)	238 (85.3 %)	3.07 (1.30)
8. Servirsi nel piatto o ordinare la porzione di cibo che si pensava di consumare e finirla	3 (1.1%)	276 (98.9%)	4.32* (.80)
9. Preparare il cibo cercando di produrre meno scarto possibile	3 (1.1%)	276 (98.9%)	4.04* (.87)
10. Scegliere il cibo in base ai propri gusti e ai propri bisogni	1 (0.4%)	278 (99.6%)	4.57* (.63)

Il valore centrale della scala di risposta è 3, * $p < .001$

3.3 Le correlazioni

3.3.1 Le correlazioni tra i costrutti del modello della TPB estesa

Tutte le correlazioni tra i costrutti del modello della TPB estesa, come si può vedere in Tabella 3.3 sono significative, a parte quella tra controllo comportamentale percepito e norma soggettiva e tra la stessa variabile e il comportamento al T2. Le correlazioni più elevate sussistono tra l'intenzione e la *self-identity* e tra l'intenzione il controllo comportamentale percepito.

Tabella 3.3 – Correlazioni di Pearson fra i costrutti della TPB estesa (n=279)

Costrutti	Atteggiamento	Norma soggettiva	Controllo comportamentale percepito	Intenzione	<i>Self-identity</i>	Comportamento t2
Atteggiamento	-					
Norma soggettiva	.202**	-				
Controllo comportamentale percepito	.144*	.114	-			
Intenzione	.311**	.127*	.547**	-		
<i>Self-identity</i>	.231**	.160**	.502*	.599**	-	
Comportamento t2	.146*	-.001	.381**	.348*	.342**	-

** $p < .01$; * $p < .05$

3.3.2 Le correlazioni tra i costrutti della TPB estesa e il genere e il reddito

Per eseguire le analisi di correlazione, che sono mostrate in tabella 3.3.2, il genere è stato ricodificato in una variabile dummy (1=donna, 0=uomo). Il genere così ricodificato correla in modo significativo e positivo solo con l'atteggiamento e il comportamento al T2. Le donne rispetto agli uomini mostrano un atteggiamento più favorevole verso il comportamento e dichiarano di aver messo in atto più spesso il comportamento rilevato nella seconda fase.

Tabella 3.3.2 – Correlazioni di Pearson fra i costrutti considerati nel modello esteso e le variabili di genere e reddito (n=279)

Costrutti	Genere (n=277)	Reddito (n=274)
Atteggiamento	.133*	.015
Norma soggettiva	-.065	.177**
PBC	-.017	-.038
Intenzione	.102	.069
<i>Self-identity</i>	.051	-.080
Comportamento t2	.150*	-.077

** $p < .01$; * $p < .05$

Il reddito correla in maniera significativa e positiva solo con la norma soggettiva: chi dichiara di avere un reddito familiare mensile più elevato sente maggiore pressione sociale a evitare di sprecare gli alimenti nel mese successivo.

3.4 Verifica della TPB estesa con la *self-identity*

Sono state condotte due analisi di regressione multipla gerarchica riportate in questo paragrafo al fine di testare il modello della TPB estesa con la *self-identity*.

La prima analisi di regressione considera l'intenzione come variabile dipendente; nella seconda il comportamento è la variabile dipendente. In entrambe le analisi di regressione allo step 1 sono stati inseriti il genere e il reddito; allo step 2 sono stati aggiunti i costrutti della TPB classica (atteggiamento, norma soggettiva e controllo comportamentale percepito); allo step 3, è stata aggiunta la *self-identity*. Nell'analisi con il comportamento come variabile dipendente, al quarto step è stata inserita l'intenzione.

Relativamente ai risultati della prima analisi di regressione, in tabella 3.4 possiamo notare che allo step 1 le variabili di reddito e genere non sono predittori significativi dell'intenzione. Dallo step 2 emerge che solo atteggiamento e controllo comportamentale percepito hanno un'influenza positiva e significativa sull'intenzione di evitare di sprecare cibo. La norma soggettiva non ha un effetto significativo sull'intenzione. La quota di varianza spiegata in questo secondo step aumenta del 36.1%. Nello step 3, l'inserimento della *self-identity*, incrementa del 13% la quota di varianza spiegata dell'intenzione e i predittori significativi di questa risultano essere l'atteggiamento, il controllo comportamentale percepito e la *self-identity* (il predittore più forte). Nel complesso il modello spiega il 50.3% della varianza dell'intenzione.

Tabella 3.4 – Regressione multipla gerarchica con l'intenzione come variabile dipendente
(n=272)

Modello	β	t	$p <$
Step 1			
Genere	.08	1.41	n. s.
Reddito	-.07	-1.08	n. s.
$R^2 = .012$, n. s.			
Step 2			
Genere	.08	1.53	n. s.
Reddito	-.07	-1.23	n. s.
Atteggiamento	.22	4.25	.001
Norma Soggettiva	.07	1.42	n. s.
PBC	.51	10.31	.001
$\Delta R^2 = .361$, $p < .001$			
Step 3			
Genere	.06	1.27	n. s.
Reddito	-.23	-.62	n. s.
Atteggiamento	.16	3.44	.001
Norma Soggettiva	.03	.69	n. s.
PBC	.30	5.97	.001
<i>Self-identity</i>	.43	8.33	.001
$\Delta R^2 = .130$, $p < .001$			
$R^2 \text{ totale} = .503$, $p < .001$			

La seconda analisi (Tabella 3.5) invece considera il comportamento come variabile dipendente. I risultati mostrano che al primo step il genere e il reddito non sono associati in modo significativo al comportamento indagato. Allo step 2, con l'inserimento dell'atteggiamento, della norma soggettiva e del controllo comportamentale percepito la quota di varianza spiegata aumenta del 17.2%. In questo step, sono predittori significativi del comportamento l'atteggiamento ed il controllo comportamentale percepito. Al terzo step, con l'inserimento della *self-identity* la quota di varianza spiegata migliora dell'2.9%; la *self-identity* e il controllo comportamentale percepito risultano essere predittori significativi del comportamento indagato. Allo step 4, l'intenzione migliora in modo significativo la quota di varianza spiegata del comportamento dell'1.2% e risulta essere un predittore significativo del comportamento, coerentemente da quanto ipotizzato nella TPB. In questo step la *self-identity* come persona che evita di sprecare gli alimenti non è associata in modo significativo al comportamento. Risultano essere predittori significativi di questo solo il controllo comportamentale percepito e l'intenzione. Nel complesso, il modello spiega il 23.1% della varianza del comportamento indagato.

Tabella 3.5 – Regressione multipla gerarchica con il comportamento come variabile dipendente (n=272)

Modello	β	t	$p <$
Step 1			
Genere	.12	1.76	n. s.
Reddito	-.07	-1.15	n. s.
$R^2 = .017$, n.s.			
Step 2			
Genere	.09	1.74	n. s.
Reddito	-.04	-.78	n. s.
Atteggiamento	.13	2.24	.03
Norma Soggettiva	-.08	-1.33	n. s.
PBC	-.38	6.81	.001
$\Delta R^2 = .172$, $p < .001$			
Step 3			
Genere	.09	1.60	n. s.
Reddito	-.03	-.48	n. s.
Atteggiamento	.10	1.77	n. s.
Norma Soggettiva	-.10	-1.68	n. s.
PBC	.28	4.49	.001
<i>Self-identity</i>	.20	3.13	.003
$\Delta R^2 = .029$, $p < .003$			
Step 4			
Genere	.08	1.44	n. s.
Reddito	-.02	-.41	n. s.
Atteggiamento	.08	1.32	n. s.
Norma Soggettiva	-.10	-1.77	n. s.
PBC	.24	3.54	.001
<i>Self-identity</i>	.14	1.87	n. s.
Intenzione	.16	2.05	.05
$\Delta R^2 = .012$, $p < .05$			
$R^2 \text{ totale} = .231$, $p < .001$			

CONCLUSIONI

La presente ricerca ha voluto indagare le determinanti del comportamento di evitare lo spreco di cibo. Per farlo, il modello originale della Teoria del Comportamento Pianificato, preso come riferimento teorico, è stato esteso con la *self-identity* come persona che evita di sprecare il cibo. L'obiettivo dello studio, nello specifico, era testarne gli effetti sull'intenzione e sul comportamento.

Come affermato sopra, il modello teorico di riferimento è stato la Teoria del Comportamento Pianificato (Ajzen, 1991), che rientra all'interno dell'approccio ragionato alla spiegazione e alla previsione del comportamento sociale. Secondo il modello della TPB, il comportamento è determinato dall'intenzione, cioè la motivazione di una persona nel metterlo in atto, e questa risulta esserne, quindi, il predittore prossimale. L'intenzione, poi, può essere influenzata dai costrutti di atteggiamento, ovvero la valutazione globale favorevole o meno del relativo comportamento, di norma soggettiva, cioè la percezione della pressione sociale esercitata dagli altri significativi nell'eseguire l'azione, e di controllo comportamentale percepito, ossia la percezione di controllo che si sente di avere nell'esecuzione del comportamento stesso. Infine, in aggiunta a questi predittori, abbiamo considerato anche il costrutto di *self-identity*, che si riferisce alle caratteristiche durevoli che le persone si attribuiscono.

La ricerca, svoltasi in due fasi a distanza di un mese l'una dall'altra, prevedeva la somministrazione di un questionario *online* ai partecipanti. Nella prima fase sono stati inclusi gli item relativi ai costrutti della TPB classica (atteggiamento, norma soggettiva, controllo comportamentale percepito e intenzione), insieme alla misura di *self-identity* (relativa all'evitare di sprecare cibo). Nella seconda fase, invece, sono stati rilevati dieci comportamenti specifici volti a evitare di sprecare gli alimenti, messi in atto nel mese trascorso tra la prima e la seconda fase della ricerca. Il campione di convenienza è composto da 279 studenti

universitari, di cui 212 donne e 65 uomini con un'età compresa fra i 19 e i 35 anni.

Dai risultati relativi alle medie dei costrutti, è emerso che gli intervistati sono favorevoli al comportamento di evitamento dello spreco di cibo, ritengono di avere controllo su di questo, hanno intenzione di eseguirlo e percepiscono una certa pressione da parte degli altri significativi rispetto all'esecuzione di tale azione. Al tempo 2, i rispondenti dichiarano di aver eseguito i dieci comportamenti rilevati con una frequenza moderata, fatta eccezione per il comportamento di acquisto di cibo prossimo alla scadenza che non è stato mai effettuato da circa un quarto dei partecipanti e per il comportamento di dare ad altri il cibo preparato in eccesso, che non è stato mai messo in atto dal 14.7% dei partecipanti. Dalle analisi di correlazione, è emerso che la *self-identity* come persona che evita di sprecare cibo correla in maniera forte con il controllo comportamentale percepito e con l'intenzione a ridurre lo spreco di cibo. Inoltre, le donne rispetto agli uomini hanno un atteggiamento più favorevole e dichiarano di aver messo in atto più spesso i comportamenti rilevati nella seconda fase. Emerge che chi dichiara avere un reddito familiare mensile più elevato sente maggiore pressione sociale a evitare di sprecare gli alimenti nel mese successivo.

Dalle due analisi di regressione multipla gerarchica condotte per verificare la TPB estesa con la *self-identity*, è emerso che la TPB classica (controllando il genere e il reddito) spiega il 36.1% della quota di varianza dell'intenzione. L'aggiunta della *self-identity* come persona che non spreca il cibo ne aumenta significativamente il potere predittivo del 13%; tale *self-identity* è un predittore significativo dell'intenzione. Nel complesso il modello della TPB estesa spiega il 50.3% della varianza dell'intenzione. Dalla seconda analisi di regressione, emerge che l'aggiunta della *self-identity* come persona che evita di sprecare il cibo migliora la quota di varianza spiegata del comportamento del 2.9%. Nel complesso, il modello della TPB esteso con la *self-identity* spiega il 23.1% della varianza del comportamento d'evitamento dello spreco

di cibo in ambito domestico.

Tali risultati sono in linea con la letteratura a riguardo, secondo cui la *self-identity* influenza l'intenzione e forniscono sostegno all'ipotesi che l'inclusione della variabile della *self-identity* nella TPB possa aumentare la quota di varianza spiegata dell'intenzione stessa. I risultati sono anche in linea con quelli dello studio di Graham-Rowe, Jessop e Sparks (2015): la quota di varianza spiegata dell'intenzione, dovuta all'aggiunta della *self-identity*, aumenta di una percentuale simile a quella del nostro studio e la *self-identity* risulta essere un predittore significativo dell'intenzione.

Un punto di forza di questa ricerca risiede nell'aver indagato un tema di attualità e con risvolti pro-ambientali rilevanti. I risultati mostrano che nel caso del campione di convenienza composto da giovani studenti e studentesse universitari, emerge un atteggiamento e un'intenzione positivi verso la riduzione dello spreco di cibo. Tuttavia, possiamo individuare anche i limiti dello studio. Il campione finale risulta composto da 279, in prevalenza donne; questo non consente di generalizzare i risultati all'intera popolazione di studenti universitari italiani. Inoltre, essendo il questionario composto da misure *self-report* del comportamento, i partecipanti potrebbero essere stati influenzati nel dare le loro risposte dalla desiderabilità sociale o da bias rispetto al recupero delle informazioni passate. Infine, dato che la *self-identity* come persona che evita di sprecare il cibo è un forte predittore dell'intenzione, in studi futuri si potrebbero proporre degli interventi volti a incrementare l'identificazione con le persone che evitano di sprecare il cibo dal momento che questa porta a maturare un'intenzione più forte verso i comportamenti indagati in questa ricerca.

BIBLIOGRAFIA

- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Chicago, IL: Dorsey Press.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control and the theory of planned behavior, *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ajzen, I. & Madden, T.J. (1986) Prediction of Goal-Directed Behavior: Attitudes, Intentions and Perceived Behavioral Control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453-474.
- Bandura A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Benincà A., Canova L., Manganelli A.M., Benatti F., Bobbio A. (2022). Lo spreco di cibo. Analisi delle credenze di un gruppo di studenti universitari in base alla teoria del comportamento pianificato. IUSVEDUCATION, vol. 20, 66-85.
- Brouwer & Mosack, (2015) Expanding the theory of planned behavior to predict healthy eating behaviors: Exploring a healthy eater identity, *Nutrition & Food Science*, 45(1), 39-53.
- Canova, L., Bobbio, A., & Manganelli, A.M. (2020). Predicting fruit consumption: A multi-group application of the Theory of Planned Behavior. *Appetite*, 145, 104490. *
- Carfora, V., Caso, D., & Conner, M. (2016). The role of self-identity in predicting fruit and vegetable intake. *Appetite*, 106, 23-29.

Cavazza, N. (2005). *Psicologia degli atteggiamenti e delle opinioni*. Bologna: Il Mulino. *

Cialdini, R.B., Reno, R.R., & Kallgren, C.A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(6), 1015–1026.

Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 1430- 1464.

Conner, M., & Armitage, C. J. (2002). *The social psychology of food*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press

Fishbein, M. (1963). An investigation of the relationship between beliefs about an object and the attitude toward that object. *Human Relations*, 16(3), 233-239.

Fishbein, M. (1967). A behaviour theory approach to the relations between beliefs about an object and the attitude toward the object. In Fishbein, M. (Eds.), *Readings in Attitude Theory and Measurement*, 389-400. New York: Wiley.

Fishbein, M. (1997). Predicting, understanding, and changing socially relevant behaviors: Lessons learned. In C. McGarty & S. A. Haslam (Eds.), *The message of social psychology: Perspectives on mind in society* (pp. 77–91). Blackwell Publishing.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, Massachusetts, MA: Addison-Wesley.

Graham-Rowe, Jessop & Sparks, (2015) Predicting household food waste reduction using an extended theory of planned behaviour, *Resources, Conservation and Recycling* 101, 194-202.*

Liska J.K. (1984). *Introductory Chemistry for Health Professionals*, Englewood Cliffs,

NJ:Prentice Hall

Nigbur D., Lyons E., & Uzzell D., (2010) Attitudes, norms, identity and environmental behavior: Using an expanded theory of planned behaviour to predict participation in a kerbside recycling programme, *British Journal of Social Psychology*, 49, 259-84.

Peak, H. (1955). *Attitude and motivation*. In Jones, M. R., Nebraska Symposium on Motivation. Lincoln, NE: University of Nebraska Press.

Rise, J., Sheeran, P., & Hukkelberg, S. (2010). The role of self-identity in the theory of planned behavior: a meta-analysis. *Journal of Applied Social Psychology*, 40, 1085-1105.

Sparks, P. (2000). Subjective expected utility-based attitude-behavior models: The utility of self-identity. In D. J. Terry, & M. A. Hogg (Eds.). *Attitudes, behavior, and social context: The role of norms and group membership* (pp. 31-46). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Sparks, P. & Shepherd, R. (1992) Self-Identity and the Theory of Planned Behaviour: Assessing the Role of Identification with “Green Consumerism”. *Social Psychology Quarterly*, 55, 388-399.

Stefan V., Erica van Herpen, Tudoran A. A., & Lähteenmäki L., (2013) Avoiding food waste by Romanian consumers: The importance of planning and shopping routines, *Food Quality and Preference*, 28, 375-381.

Terry, D. J., Hogg, M. A., & White, K. M. (1999). The theory of planned behavior: Self-identity, social identity, and group norms. *British Journal of Social Psychology*, 38, 225- 244.

Whitmarsh e O'Neill, (2010) Green identity, green living? The role of pro-environmental self-identity in determining consistency across diverse pro-environmental behaviours, *Journal of*

Environmental Psychology, 30, 305-314.

SITOGRAFIA

Di Stefano D. (2022), Economia Circolare, l'informazione in circolo, Il mondo spreca un terzo del cibo che produce. Italia tra i più virtuosi nella prevenzione

<https://economiecircolare.com/spreco-alimentare-cibo-giornata-prevenzione/> *

UNEP (2021) *Food Waste Index Report*, Full report

<https://www.unep.org/resources/report/unep-food-waste-index-report-2021> *

*fonte consultata direttamente