



PERCORSI DI CIRCOLARITÀ, TRA DIRITTO ED ECONOMIA

a cura di Silia Gardini

Il diritto dell'economia

numero speciale - aprile 2023

ISSN 1123-3036



STEM Mucchi Editore



Università degli Studi
Mediterranea
di Reggio Calabria

Dipartimento di Giurisprudenza, Economia e Scienze umane



PERCORSI DI CIRCOLARITÀ, TRA DIRITTO ED ECONOMIA

a cura di Silia Gardini

Il diritto dell'economia

numero speciale - aprile 2023

ISSN 1123-3036



STEM Mucchi Editore



Università degli Studi
Mediterranea
di Reggio Calabria

Dipartimento di Giurisprudenza, Economia e Scienze umane



Università degli Studi
“Magna Graecia” di Catanzaro



Dipartimento di Giurisprudenza,
Economia e Sociologia

Il volume è stato pubblicato con il contributo del Centro di Ricerca “La Dottrina della giurisprudenza” del Dipartimento di Giurisprudenza, Economia e Sociologia dell’Università Magna Graecia di Catanzaro

Direttore Responsabile: Prof. Fabrizio Fracchia - Università Commerciale “Luigi Bocconi” di Milano, Via Röentgen, 1 - 20136 - Milano - tel. 02.583.652.25.

La rivista «Il diritto dell’economia», fondata e diretta dal 1954 al 1987 da Mario Longo, ha continuato la pubblicazione, dal 1987, su iniziativa di Elio Casetta e Gustavo Vignocchi.

issn 1123-3036

© STEM Mucchi Editore, via Jugoslavia, 14, 41122, Modena

info@mucchieditore.it

info@pec.mucchieditore.it

www.mucchieditore.it

facebook.com/mucchieditore

twitter.com/mucchieditore

instagram.com/mucchi_editore

www.ildirittodelleconomia.it



Creative Commons (CC BY-NC-ND 4.0 IT)

Consentite la consultazione e la condivisione. Vietate la vendita e la modifica.

Grafica, impaginazione, gestione sito web: STEM Mucchi Editore Srl - Modena
Pubblicato nel mese di aprile 2023

Comitato di direzione

Carlos Botassi	(Universidad de La Plata - Argentina)
Daniele M. Cananzi	(Università Mediterranea di Reggio Calabria)
Omar Chessa	(Università degli Studi di Sassari)
Andrea Comba	(† Università di Torino)
Daniel Farber	(University of Berkeley)
Vittorio Gasparini Casari	(Università di Modena e Reggio Emilia)
Guido Greco	(Università Statale - Milano)
Estanislao Garcia Arana	(Università di Granada - Spagna)
Neville Harris	(University of Manchester)
Francesco Manganaro	(Università Mediterranea di Reggio Calabria)
Massimo Occhiena	(Università di Sassari)
Aristide Police	(Università Luiss di Roma)
Michel Prieur	(Université de Limoges)

Comitato scientifico

Laura Ammannati	(Università Statale - Milano)
Sandro Amoroso	(Università La Sapienza - Roma)
Carla Barbati	(Università IULM)
Mario Bertolissi	(Università di Padova)
Cristina Campiglio	(Università di Pavia)
Giovanni Cordini	(Università di Pavia)
Alessandro Crosetti	(Università di Torino)
Gabriella de Giorgi	(Università del Salento)
Marco Dugato	(Università di Bologna)
Rosario Ferrara	(Università di Torino)
Denis Galligan	(University of Oxford)
Carlo E. Gallo	(Università di Torino)
Marco Gestri	(Università di Modena e Reggio E.)
Francesco Marani	(Università di Modena e Reggio E.)
Anna Marzanati	(Università Bicocca - Milano)
Giuseppe Morbidelli	(Università La Sapienza - Roma)
Fabio Merusi	(Università di Pisa)
Giuseppe Pericu	(Università degli Studi di Milano)
Ornella Porchia	(Università di Torino)
Pierluigi Portaluri	(Università di Lecce)
Margherita Ramajoli	(Università Bicocca - Milano)
Giuseppe Restuccia	(Università di Messina)
Franco Gaetano Scoca	(Università La Sapienza - Roma)
Domenico Siclari †	(Università per stranieri "D. Alighieri" di R. Calabria)
Antonello Tancredi	(Università di Palermo)
Sara Tommasi	(Università del Salento)
Francesco Vetrò	(Università di Parma)

Comitato editoriale

Miriam Allena (pres.)	Annalaura Giannelli	Andrea Primerano
Giovanni Barozzi Reggiani	Rosamaria Iera	Elisabetta Romani
Lorenzo Bimbi	Alberto Marcovecchio	Giuseppe Carlo Ricciardi
Lorenzo Caruccio	Calogero Micciché	Susanna Quadri
Elisabetta Codazzi	Viviana Molaschi	Francesco Scalia
Michela Colapinto	Saul Monzani	Mauro Silvestri
Mariaconcetta D'Arienzo	Clara Napolitano	Scilla Vernile (deleg. dal Direttore)
Letterio Donato	Pasquale Pantalone (deleg. dal Direttore)	Alice Villari
Silia Gardini (deleg. dal Direttore)	Michela Petrachi	Patrizia Vipiana
		Francesco Zammartino

Indice numero speciale

<i>Geremia Romano</i> , L'economia circolare in una prova di dialogo tra giuristi ed economisti	7
<i>Fabrizio Fracchia</i> , Decider(ci) per la morte: interpretare il presente con il paradigma delle relazioni intergenerazionali nutrite di solidarietà.....	» 11
<i>Antonio Bartolini</i> , Innovazione e diritto ambientale: il caso dell' <i>End of Waste</i> (EoW)	» 27
<i>Monica Cocconi</i> , La transizione europea verso la circolarità economica nel nuovo quadro geopolitico.....	» 45
<i>Silia Gardini</i> , Valorizzazione e riuso del patrimonio archeologico industriale. Un'ipotesi di relazione tra economia circolare e beni culturali	» 63
<i>Nicola Lucifero</i> , Economia circolare e prodotti alimentari: l'etichettatura ambientale nel sistema delle fonti del diritto europeo ed interno.....	» 91
<i>Maria Carlotta Rizzuto</i> , La sostenibilità come chiave di sintesi dell'economia circolare: prospettive e criticità nella filiera agroalimentare	» 125
<i>Tiziana Russo Spina, Cristina Mele, Stefano Paolo Russo</i> , Economia circolare e approccio ecosistemico.....	» 149
<i>Chiara Scrimieri, Maria Colurcio, Alberto Pastore</i> , Sostenibilità e ristorazione: una nuova prospettiva per combattere gli sprechi alimentari.....	» 171
<i>Alessandra De Chiara, Anna D'Auria</i> , Traiettorie di ricerca manageriale sul consumatore nell'economia circolare	» 187
<i>Monia Melia</i> , Circolarità e traiettorie di Marketing esperienziale	» 205
NOTE SUI COLLABORATORI	227

Sostenibilità e ristorazione: una nuova prospettiva per combattere gli sprechi alimentari

Chiara Scrimieri, Maria Colurcio, Alberto Pastore

SOMMARIO: 1. Introduzione. – 2. Inquadramento teorico. – 2.1 Lo spreco alimentare nei ristoranti. – 3. La teoria dell'attribuzione. – 3.1 Le attribuzioni nei comportamenti di acquisto. – 4. Il quadro interpretativo. – 5. Principali conclusioni e ricerche future.

1. *Introduzione*

Il contrasto allo spreco alimentare, identificato dalle Nazioni Unite come obiettivo di Sviluppo Sostenibile (SDGs) ¹ da raggiungere entro il 2030, rappresenta oggi un tema sensibile a livello internazionale, sia sotto il profilo etico e sociale che sotto il profilo economico. Lo spreco, infatti, non si limita alle sole fasi di produzione e consumo alimentare, ma riguarda, con intensità e scala variabile, tutte le fasi della filiera, dalla raccolta fino al consumo domestico. In relazione allo stadio di filiera di riferimento e al tipo di prodotto sprecato, si distinguono quindi due categorie di spreco alimentare: i) *food losses* – perdite che si determinano a monte della filiera agroalimentare, principalmente in fase di semina, coltivazione, raccolto, trattamento, conservazione e prima trasformazione agricola; e ii) *food waste* per indicare lo spreco che avviene durante la trasformazione industriale, la distribuzione e il consumo finale, questo studio fa riferimento a questo tipo di spreco alimentare.

Secondo la FAO, un terzo (circa 90 milioni di tonnellate) di tutto il cibo prodotto sulla Terra ogni anno viene perso o sprecato, comportando uno spreco di acqua potabile di 253 km³ (dati FAO, 2021). Inoltre, i rifiuti alimentari destinati alle discariche incidono sui gas climalteranti (3%) e il 6% delle emissioni globali di gas serra è connesso ai rifiuti alimentari (dati EC, 2021).

L'emergenza espressa da tali dati ha determinato la priorità del contrasto allo spreco alimentare nelle agende di policy maker e responsabili politici indu-

¹ Goal 12 "Responsible Consumption and Production", target 12.3: «By 2030, halve per capita global food waste at the retail and consumer levels and reduce food losses along production and supply chains, including post-harvest losses» (<https://www.undp.org/sustainable-development-goals> - Gennaio 2023).

cendo allo sviluppo di analisi delle cause del fenomeno per l'individuazione di soluzioni finalizzate ad orientare il comportamento di consumo verso modelli virtuosi, in ambito domestico ma anche in relazione al consumo fuori casa ², soprattutto in considerazione degli effetti sullo spreco alimentare ³ della tendenza incrementale al consumo di pasti fuori casa.

La priorità del tema è confermata dall'analisi della letteratura che mostra come nell'ultimo decennio i contributi sullo spreco alimentare siano aumentati in maniera esponenziale estendendosi dal dominio tecnico e merceologico al campo del management e del marketing. In relazione al comportamento del consumatore, particolare attenzione è stata dedicata alle motivazioni dello spreco alimentare ⁴. Al riguardo sono stati sviluppati quadri sinottici di sistematizzazione di molteplici variabili ⁵ mappate in relazione alle diverse fasi della gestione alimentare dei consumatori e dei ristoratori per identificare le attività di mitigazione dei processi di generazione degli sprechi stessi ⁶.

Ad oggi i contributi appaiono concentrati principalmente sulle cause che inducono gli individui a sprecare cibo; poco è stato detto circa le conseguenze cognitive del comportamento di spreco alimentare; ovvero sulla comprensione degli effetti relativi ai comportamenti di spreco. Nello specifico, non risultano analisi teoriche ed empiriche che si focalizzino sulle reazioni dei consumatori a seguito di un comportamento di spreco compiuto da loro stessi oppure a seguito dell'osservazione di un comportamento di spreco da parte di terzi.

Al meglio della conoscenza acquisita, nessuno studio ha indagato la percezione di responsabilità associata ai comportamenti di *food waste*. Considerato che la percezione della responsabilità in relazione ad un'azione compiuta è il più forte controllo personale ⁷, comprendere il processo cognitivo del consumatore legato al senso di responsabilità dopo aver compiuto o dopo aver assistito ad un comportamento di *food waste* può aiutare a comprendere l'intenzione a ripetere tale comportamento. È opinione degli autori, infatti, che la comprensione della rea-

² S. Stöckli, E. Niklaus, M. Dorn, *Call for testing interventions to prevent consumer food waste*, in *Resources, Conservation and Recycling*, 2018, 136, 445-462.

³ K.L. Thyberg, D.J. Tonjes, *Drivers of food waste and their implications for sustainable policy development*, in *Resources, Conservation and Recycling*, 2016, 106, 110-123.

⁴ E. Graham-Rowe, D.C. Jessop, P. Sparks, *Self-affirmation theory and pro-environmental behaviour: Promoting a reduction in household food waste*, in *Journal of Environmental Psychology*, 2019, 62, 124-132; M. Hebrok, N. Heidenström, *Contextualising food waste prevention - Decisive moments within everyday practices*, in *Journal of Cleaner Production*, 2019, 210; V.H. Visschers, N. Wickli, M. Siegrist, *Sorting out food waste behaviour: A survey on the motivators and barriers of self-reported amounts of food waste in households*, in *Journal of Environmental Psychology*, 2016, 45, 66-78.

⁵ M. Boulet, *Love food hate waste: Literature and practice review*, Retrieved from Melbourne, 2021.

⁶ L. Principato, G. Mattia, A. Di Leo, C.A. Pratesi, *The household wasteful behaviour framework: a systematic review of consumer food waste*, in *Industrial Marketing Management*, 2021, Vol. 93, 641-649.

⁷ A. Bandura, *Self-efficacy: the exercise of control*, W.H. Freeman and Company, New York, 1997.

zione a seguito di un comportamento di *food waste*, possa essere un'importante indicatore dei comportamenti futuri.

A tal fine lo studio si avvale della teoria dell'attribuzione ⁸, consolidata negli studi di psicologia sociale e negli studi sul *consumer behavior*, ad oggi non ancora utilizzata in relazione ai comportamenti di spreco alimentare.

Obiettivo del presente lavoro è lo sviluppo di un modello per l'interpretazione della percezione di responsabilità in relazione ad un comportamento di spreco alimentare nel consumo extra-domestico, sia esso compiuto o solo osservato, al fine di comprendere l'intenzione a reiterare comportamenti di spreco da parte dei consumatori.

Come dimostrato da alcuni studi ⁹, all'interno del ristorante si definiscono norme sociali e i ristoratori possono influenzare le stesse norme sociali promuovendo comportamenti anti-spreco, ad esempio chiedendo alle persone di portare via gli avanzi.

Riteniamo, infatti, che una migliore comprensione del comportamento dei consumatori nei ristoranti in relazione allo spreco alimentare possa fornire spunti utili per definire strategie e azioni chiare per i ristoratori, per affrontare il comportamento anti-spreco degli alimenti.

Lo studio contribuisce alla teoria ampliando la conoscenza dei modelli interpretativi del comportamento di spreco alimentare e offrendo una nuova prospettiva. Tale modello fornisce approfondimenti e linee guida per individuare gli aspetti chiave che devono essere enfatizzati al fine di innescare comportamenti virtuosi di approvvigionamento e consumo per affrontare il tema dello spreco alimentare nella ristorazione.

Il documento è strutturato come segue. Nella seconda sezione viene fornita una rassegna della letteratura sullo spreco alimentare e sul comportamento dei consumatori con un focus sullo spreco alimentare nei ristoranti. Nella terza sezione viene approfondita la teoria dell'attribuzione con particolare applicazione ai comportamenti di consumo. La quarta sezione presenta la proposta di un quadro concettuale e di un modello interpretativo. La quinta ed ultima sezione trae le principali conclusioni, evidenziando le principali implicazioni e le ulteriori ricerche.

⁸F. Heider, *The Psychology of Interpersonal Relations*, New York, 1958; B. Weiner, *A theory of motivation for some classroom experiences*, in *Journal of Educational Psychology*, 1979 71(1), 3-25; E.E. Jones, D. McGillis, *Correspondent inferences and the attribution cube: A comparative reappraisal*, in J.H. Harvey, W. Ickes, R.F. Kidd (eds.), *New directions in attribution research*, Vol. 1, 389-420, Erlbaum, 1979; B. Weiner, *Attributional thoughts about consumer behavior*, in *Journal of Consumer Research*, 2000, 27 (3), 382-387; B. Weiner, *An attribution theory of motivation*, in *Handbook of theories of social psychology*, 2012, 1, 135-155.

⁹E.M. Templeton, M.V. Stanton, J. Zaki, *Social Norms Shift Preferences for Healthy and Unhealthy Foods*, *PLoS One*, 2016, 11(11).

2. Inquadramento teorico

In virtù della maggiore consapevolezza rispetto a problemi universali quali la sbilanciata distribuzione delle risorse sul pianeta e l'emergenza ambientale, maturata grazie alle *policy* sovranazionali in materia di sostenibilità e inclusione, l'attenzione allo spreco alimentare, e al comportamento dei consumatori rispetto a tale problema, è aumentata costantemente nell'ultimo decennio¹⁰. Le cause dei comportamenti di spreco alimentare, domestico e non domestico, sono state oggetto di studio di discipline¹¹ e metodologie diverse¹² che hanno privilegiato prospettive differenti¹³.

In particolare, diversi fattori sono stati identificati come determinanti del comportamento degli sprechi alimentari: fattori psicologici, sociali, situazionali, demografici e socio-economici¹⁴, ma anche fattori tecnologici e normativi. Tali fattori influenzano il comportamento di consumo in tutte le fasi del percorso di spreco alimentare (pianificazione, stoccaggio, preparazione, consumo, smaltimento e acquisto)¹⁵.

Sebbene il tema si presti ad un approccio di ricerca multidisciplinare, gli studi sul *food waste* rivelano una matrice principalmente di natura sociologica e psicologica¹⁶ laddove le teorie maggiormente consolidate appaiono la *Social Practice Theory* e la *Theory of Planned Behaviour* (TPB), quest'ultima utilizzata in maniera massiva per la sua adattabilità e flessibilità anche per l'analisi di concetti emergenti e non inclusi nel modello originale (si veda Collins and Mullan, 2011)¹⁷.

La tabella 1.1 riassume i principali approcci teorici che sono stati utilizzati per identificare i fattori che influenzano il comportamento degli sprechi alimentari e i principali risultati in termini di fattori determinanti il *food waste*.

¹⁰ K. Schanes, K. Dobernig, B. Gözet, *Food waste matters - A systematic review of house hold food waste practices and their policy implications*, in *Journal of Cleaner Production*, 2018, 182, 978-991; M. Boulet, op. cit.; L. Principato, G. Mattia, A. Di Leo, C.A. Pratesi, op. cit.

¹¹ T. Quested, R. Ingle, *West London food waste prevention campaign evaluation report*. Retrieved from United Kingdom, 2013.

¹² M. Boulet, op. cit.

¹³ L. Principato, *Food waste at the consumer level: A comprehensive review*, Cham, 2018.

¹⁴ L. Principato, G. Mattia, A. Di Leo, C. A. Pratesi, op. cit.

¹⁵ L. Principato, op. cit.; L. Principato, G. Mattia, A. Di Leo, C. A. Pratesi, op. cit.

¹⁶ D.M.A. Roodhuyzen, P.A. Luning, V. Fogliano, L.P.A. Steenbekkers, *Putting together the puzzle of consumer food waste: towards an integral perspective*, in *Trends Food Sci. Technol.*, 2017, 68, 37-50; K. Schanes, K. Dobernig, B. Gözet, op. cit.

¹⁷ A. Collins, B. Mullan, *An extension of the theory of planned behavior to predict immediate hedonic behaviors and distal benefit behaviors*, in *Food Quality and Preference*, 2011, 22, 638-646.

Tabella 1.1 – I principali approcci teorici al comportamento dello spreco alimentare

Fattori che influenzano i comportamenti di spreco alimentare (fw)	Approccio teorico	Autori
Atteggiamenti sul valore del cibo e dello spreco alimentare sono associati negativamente al fw e, positivamente alle preoccupazioni sulla sicurezza alimentare e al desiderio di mangiare sano e "fresco".	Teoria del comportamento pianificato (TPB); Teoria dell'autoaffermazione	Graham-Rowe, Jessop, Sparks 2015; 2019; Visschers <i>et al.</i> , 2016; Aschemann-Witzel, Hooge, Almli, Oostindjer 2018;
Norme percepite sul valore del cibo e sulla necessità di ridurre gli sprechi alimentari sono generalmente associate a livelli più bassi di spreco alimentare.	Norme sociali; TPB	Parizeau <i>et al.</i> , 2015; Aschemann-Witzel <i>et al.</i> , 2015; Stancu <i>et al.</i> , 2016; Nikolaus <i>et al.</i> , 2018; Principato 2018;
Valori personali e identità , il punto di vista morale di un individuo nei confronti degli sprechi, e le sue ideologie più ampie, sono associati al fw, tuttavia, la relazione è spesso descritta in generale, senza l'evidenza di una direzione.	Teoria del valore; TPB	Secondi, Principato, Laureti 2015; Graham-Rowe <i>et al.</i> , 2015; Hebrok, Boks 2017;
Consapevolezza di un individuo del fw come problema, insieme alle conseguenze ambientali e sociali sono generalmente associate negativamente agli sprechi.	Teoria della dissonanza cognitiva	Neff, Spiker, Truant 2015; Principato 2018; Giordano, Alboni, Falasconi 2019;
Controllo percepito sul cibo è solitamente associato a quantità ridotte di fw.	TPB	Russell <i>et al.</i> , 2017
Intenzione a ridurre il fw è solitamente associata a minori quantità di spreco alimentare.	TPB	Stefan <i>et al.</i> , 2013; Toma, Costa Font, Thompson 2017
Abitudini ed emozioni , sebbene generalmente poco studiate, prove suggeriscono che i comportamenti legati al cibo hanno una significativa componente abituale ed emotiva.	TPB esteso; Teoria della pratica sociale	Watson, Meah 2012; Russell <i>et al.</i> , 2017; Hebrok, Heidenstrøm 2019; Pineda Revilla, Salet 2018;

Competenze e conoscenze , abilità e fiducia nella conservazione degli alimenti, nella cottura, nella comprensione delle etichette e nella pianificazione dei pasti (lista della spesa) sono associate a livelli più bassi di fw.	Teoria non specifica	Barr 2007; Qusted, Ingle 2013; Parry, LeRoux, Qusted, Parfitt 2014; Boulet 2018;
Demografia (sesso, età, livello di istruzione, livello di reddito), nonostante gli studi presentino risultati contraddittori su età e genere, evidenze mostrano come alti livelli di reddito e di istruzione siano associati a bassi livelli di fw.	TPB	Thyberg, Tonjes 2016; Hebrok, Box 2017;
Marketing : pubblicità, promozioni e prezzi di vendita degli alimenti; così come le campagne di sensibilizzazione, sono correlati al fw.	Teoria non specifica	Williams, Wikström, Otte-rbring, Löfgren, Gustafsson 2012; Aschemann-Witzel <i>et al.</i> , 2016.

Fonte: elaborazione a cura degli autori

2.1. Lo spreco alimentare nei ristoranti

Negli ultimi anni lo spreco alimentare fuori casa è in crescita esponenziale e rappresenta un'importante dato al centro dell'attenzione. L'industria alimentare produce 10,5 milioni di tonnellate di rifiuti alimentari (equivalenti a 21 kg per persona) ogni anno in Europa. Il settore della ristorazione contribuisce per il 12-14% dello spreco alimentare totale nell'UE (FUSIONS, 2016; ADEME, 2013; Waste Watcher Report, 2015; Ministero de Agricoltura, Alimentazione e Medio Ambiente, 2013). Secondo uno studio realizzato nel Regno Unito (WRAP, 2013), il *food waste* nei ristoranti è rinvenibile in diverse fasi: preparazione (45%), deterioramento degli alimenti (21%), avanzi del cliente (34%).

Seppur il consumo finale non è la principale fonte di spreco alimentare nei ristoranti, esso rappresenta una parte consistente degli sprechi totali nella ristorazione, inoltre diventa, sempre di più, una sfida per gli operatori dell'ospitalità e della ristorazione.

La tendenza nel combattere gli sprechi alimentari è confermata sia dalla pratica che dalla teoria.

In termini di pratica, le organizzazioni e le aziende della catena di approvvigionamento alimentare e della ristorazione stanno lavorando duramente per

ridurre l'uso delle risorse nel settore e per sensibilizzare i consumatori su comportamenti di spreco alimentare più consapevoli. Molte organizzazioni e accordi stanno emergendo in tutto il mondo con l'obiettivo di combattere lo spreco e la perdita di cibo nell'industria alimentare (ad esempio The Courtauld Commitment 2030; WRAP, The Australian Food Pact ecc.). L'UNEP, il programma delle Nazioni Unite per l'ambiente 2021, ha prodotto il rapporto annuale sull'indice dei rifiuti per supportare gli obiettivi dell'SDG 12.3 fornendo ai paesi una metodologia per misurare lo spreco alimentare (a livello domestico, di ristorazione e di vendita al dettaglio) per tracciare il percorso delle nazioni verso il raggiungimento dell'obiettivo SDG. La recente campagna "Guardians of Grub - RISE UP AGAINST FOOD WASTE", lanciata da WRAP - Waste and Resources Action Programme (<https://guardiansofgrub.com>), esprime un forte impegno per la prevenzione dello spreco alimentare e coinvolge diversi attori come "guardiani" (catering, pub, università, ecc.). La campagna ha l'obiettivo di sensibilizzare gli attori del settore *Hospitality and Food Service* rispetto al tema dello spreco alimentare e di collegare comportamenti virtuosi alla creazione di valore (economico, ambientale e sociale) per gli stakeholder e tutti i loro gruppi di interesse. Inoltre, molti ristoranti piccoli, medi e grandi offrono un servizio che favorisce lo smaltimento dei rifiuti alimentari. Tuttavia, dobbiamo notare che lo spreco alimentare nel settore dei servizi dipende da varie cause, come preparazione eccessiva, porzioni eccessive, difficoltà nel prevedere il numero, le preferenze e la dieta dei clienti, quindi la campagna per promuovere la consapevolezza del cliente è una delle strategie possibili e necessarie.

Dal punto di vista teorico, una ricerca sul Web of Science (ottobre 2022) per le parole chiave food-waste e restaurant(*) ha prodotto 315 articoli in inglese a partire significativamente dall'anno 2006 (contiamo 5 articoli negli anni precedenti). La Figura 1 e la Figura 2 mostrano rispettivamente l'andamento delle pubblicazioni sullo spreco alimentare nei ristoranti e nella rivista in cui sono stati pubblicati gli articoli scientifici. Negli ultimi cinque anni è aumentato il numero di pubblicazioni sullo spreco alimentare e l'interesse degli studiosi di management; infatti, le riviste classificate come riviste di management (*Journal of Cleaner production, Journal of Hospitality Management, British Food Journal, Journal of Food Products marketing, Journal of Sustainable Tourism, Sustainability*) contengono gran parte delle pubblicazioni. La maggior parte degli articoli si concentra sulla gestione dei rifiuti alimentari nei ristoranti e i fattori che determinano il comportamento dei consumatori, nonché l'impegno per un comportamento di spreco alimentare favorevole ai consumatori nei ristoranti.

Queste evidenze dimostrano che c'è bisogno di ricerca per approfondire il processo di sensibilizzazione che sta alla base di un comportamento virtuoso rispet-

to allo spreco alimentare nei ristoranti. Crediamo che l'applicazione della lente della teoria dell'attribuzione aiuterà a esplorare le conseguenze del comportamento dei consumatori nei ristoranti e pertanto gli antecedenti dell'intenzione a sprecare.

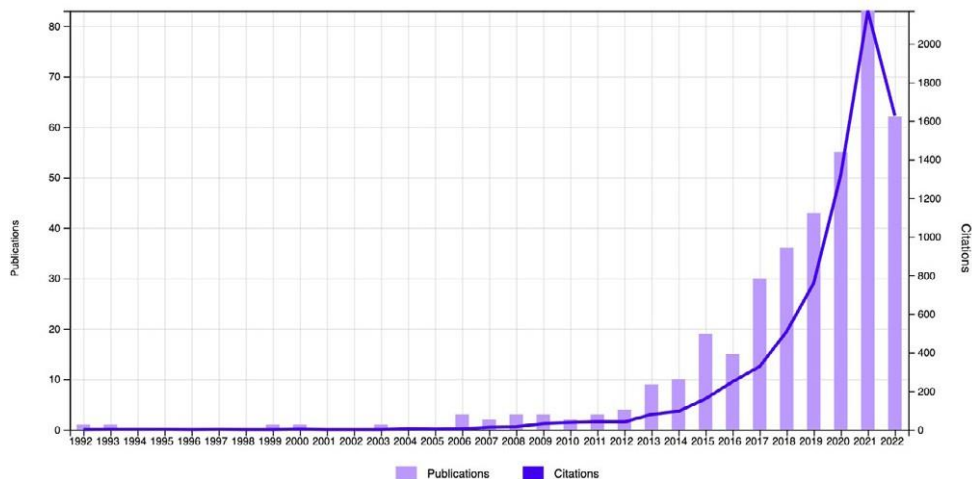


Figura 1 – Pubblicazioni su *food waste* nel tempo

Fonte: Clarivate Analytics - 10/22



Figura 2 – Pubblicazioni su *food waste* per titolo della pubblicazione

Fonte: Clarivate Analytics - 10/22

3. La teoria dell'attribuzione

Lo studio del processo di attribuzione si sviluppa a partire da una serie di teorie riguardanti le inferenze causali operate dagli individui, in relazione a determinati eventi che possono verificarsi, e l'influenza di queste interpretazioni sulle loro valutazioni e sui loro comportamenti futuri.

Pioniere della teoria dell'attribuzione è Fritz Heider che definisce gli individui come *naïve scientists* (scienziati ingenui), poiché tentano continuamente di comprendere il mondo che li circonda, nella speranza di tenerlo "sotto controllo". L'obiettivo della teoria è proprio quello di capire come le persone spieghino il proprio comportamento e quello altrui, in risposta a circostanze specifiche. Si tratta di un insieme di schemi e processi cognitivi utilizzati per motivare le cause all'origine dei diversi modi di agire.

L'*attribution theory* parte da un'iniziale analisi delle informazioni prese in considerazione per spiegare un determinato evento e studia le conseguenze di tale spiegazione. Questo schema è risultato valido anche nell'ottica del comportamento del consumatore, infatti il modello è ampiamente utilizzato per analizzare le reazioni dei consumatori in risposta ad un acquisto e le intenzioni di acquisto e riacquisto.

In generale, il processo di attribuzione, entra in gioco nel momento in cui si verifica un evento imprevisto o negativo, per fare un esempio, se pensiamo ad un individuo che ha appena partecipato ad un concorso, egli sarà sicuramente spinto a cercare le cause del suo fallimento piuttosto che le ragioni del suo successo. Infatti, davanti al mancato superamento della sua prova di concorso si interrogherà su quali siano state le cause del suo insuccesso ed in primis cercherà di chiarire su chi o cosa ricade la responsabilità circa il risultato dell'evento: attribuirà a sé stesso la causa dell'insuccesso oppure attribuirà a cause esterne il risultato ottenuto.

Heider racchiude questi due tipi di attribuzione nel concetto di *locus of control*, che differenzia in interno ed esterno. Con il primo (*internal locus of control*) si fa riferimento ad attribuzioni disposizionali che ricercano le cause dei comportamenti in tutti quei fattori interni alla persona, come la motivazione, la personalità e la predisposizione. Con il secondo (*external locus of control*) si fa riferimento ad attribuzioni di tipo situazionale, provenienti da fattori ambientali e di contesto.

Il *locus of control* ha un forte impatto sull'autostima e sulla motivazione, così come sulla capacità di predire i comportamenti futuri.

Bernard Weiner (1979), incrementa la teoria dell'attribuzione con due altri fattori che si aggiungono al locus della causalità: la stabilità dell'azione, ovvero la sua durata nel tempo (l'individuo si interroga su quante volte si sia ripetuto lo stesso risultato), e la sua controllabilità (quanto il soggetto ritenuto responsabile

sarebbe stato in grado di cambiare il risultato), quindi la capacità di determinare o prevedere la specifica situazione.

Dalla combinazione dei tre parametri di attribuzione, lo stesso Weiner individua tutti i possibili tipi di attribuzione:

1) Interna-Stabile-Controllabile 2) Interna-Stabile-Incontrollabile 3) Interna-Instabile-Controllabile 4) Interna-Instabile-Incontrollabile 5) Esterna-Stabile-Controllabile 6) Esterna-Stabile-Incontrollabile 7) Esterna-Instabile-Controllabile 8) Esterna-Instabile-Incontrollabile.

3.1. *Le attribuzioni nei comportamenti di acquisto*

La teoria dell'attribuzione è stata ampiamente utilizzata per indagare il comportamento del consumatore, il suo processo decisionale e la sua relazione con l'azienda, i prodotti e i servizi. Nel momento in cui il consumatore acquista un prodotto/servizio si verificherà un risultato, positivo o negativo, il quale porterà il soggetto a ricercare una conclusione di attribuzione riguardo il risultato e che, al termine influenzerà il comportamento futuro, ovvero il riacquisto.

In generale, questa teoria è risultata utile molto quando ci si trova di fronte al fallimento rispetto all'acquisto, ad esempio quando il prodotto non funziona o non soddisfa il consumatore oppure in situazioni di crisi. Ciò è spiegabile perché, normalmente, gli individui si aspettano che i loro acquisti siano buoni, pertanto davanti ad un buon acquisto è meno probabile che l'individuo si interroghi sul perché di quel risultato; al contrario, invece, se il prodotto non lo soddisfa, analizzerà una serie di variabili per determinare se la causa dipende da lui o meno (*locus of causality*), se la causa è stabile o temporanea (*locus of stability*) e se la causa è controllabile o incontrollabile da parte del soggetto (*locus of controllability*), il risultato dell'attribuzione è spesso sintetizzato in termini di determinazione della colpa o responsabilità percepita (Weiner, 2000).

L'appagamento che ci si aspetta di conseguire, però, non ha a che fare solo con aspetti attribuzionali, ci sono degli antecedenti alla sua base: valori etici, emozioni, idee pregresse. Si potrebbe scegliere, ad esempio, di comprare un determinato prodotto perché viene consigliato da una rivista, perché se ne sente parlare, perché si viene convinti da una pubblicità e per moltissime altre ragioni che non hanno a che vedere con la teoria dell'attribuzione.

La letteratura sul processo di attribuzione ha individuato tre macrocategorie di determinanti all'origine dell'attribuzione e anche della soddisfazione: motivazioni, informazioni e opinioni preesistenti. Solo in un secondo momento del processo decisionale l'attribuzione gioca un ruolo rilevante.

La letteratura sul *food waste* ha individuato diversi fattori che possono essere considerati come antecedenti il processo di attribuzione, come valori e identità, norme percepite, consapevolezza (vedi tabella 1.1). Questi fattori, quindi, intervengono con diversa intensità nel processo di attribuzione quando si tratta di un risultato di *food waste* al ristorante, a maggior ragione se il consumatore ne trae insoddisfazione. Infatti, se questa condizione si verifica, il consumatore attiverà sicuramente il processo mentale di attribuzione, ricercando le cause per il comportamento di spreco compiuto o assistito.

Questa prospettiva, ancora non indagata, ci permette di ipotizzare una serie di scenari da testare per comprendere quale siano i fattori che maggiormente determinano l'insoddisfazione per un risultato di avanzi al ristorante. La ricerca delle cause del fallimento, e quindi dell'insoddisfazione da parte del consumatore, saranno in grado di generare delle emozioni, come per esempio colpevolezza (se la causa di insoddisfazione è interna) o rabbia (se il risultato negativo dipende dall'operato di un agente esterno come il ristorante che ha fornito il servizio), e di influenzare i futuri comportamenti e le future decisioni di acquisto che a loro volta determineranno o meno comportamenti di spreco.

4. *Il quadro interpretativo*

In questo studio, come detto, ci proponiamo di indagare le cause del comportamento di spreco alimentare, attraverso la spiegazione che lo stesso consumatore si dà quando è messo di fronte ad un comportamento di *food waste* posto in essere da lui o da un'altra persona. Lo scopo è quello di ricercare antecedenti e conseguenti del comportamento di *food waste* al fine di prevedere il reiterarsi del comportamento di spreco alimentare.

Come visto in precedenza, nel caso di un acquisto, il consumatore cerca sempre di trovare un'attribuzione causale per ciò che è accaduto, specialmente quando si verifica un effetto negativo. Infatti, il consumatore è portato a chiedersi il perché si sia raggiunto un risultato e non un altro, le risposte che riceve dal suo "modello" di esegesi dei fatti, influenzano la scelta del suo comportamento futuro.

Il processo che porta all'individuazione di un prodotto è in parte legato alla soddisfazione attesa che può derivare dal suo consumo. L'assegnazione ha quindi precondizioni relative alla soddisfazione attesa, vale a dire: valori etici, emozioni, credenze precedenti, ecc. Ad esempio, si può scegliere un determinato ristorante perché è consigliato in una rivista, perché se ne è sentito parlare molto da un amico, perché si è convinti dalle recensioni su determinate piattaforme (ad esempio Tripadvisor, The Fork, ecc.) e per molti altri motivi, compresa l'attenzione

allo spreco da parte del ristorante. Dopo l'esperienza, soprattutto se non è soddisfacente, il consumatore cercherà di capire il motivo di questa insoddisfazione. Infatti, le attribuzioni giocano un ruolo nel processo decisionale dopo il primo esito e prima della scelta successiva (ripetizione comportamentale).

Sulla base di queste premesse, la nostra ricerca si articola come segue.

Abbiamo identificato il processo di attribuzione del consumatore come un antecedente chiave per interpretare il comportamento di *food waste* e per determinare ulteriori comportamenti legati allo spreco alimentare, analizzare, infatti, il processo di attribuzione del consumatore dopo un comportamento di *food waste* al ristorante, è fondamentale per capire quali comportamenti saranno implementati in futuro: se il comportamento di spreco sarà ripetuto o "corretto".

Riteniamo che il consumatore che adotta comportamenti di spreco al ristorante sarà tentato di ripetere lo stesso comportamento se ritiene il ristorante responsabile (*locus* esterno) rafforzato dal fatto che questo comportamento sia considerato stabile e controllabile dal ristorante; in caso contrario, sarà tentato di "correggere" il comportamento di spreco se si ritiene direttamente responsabile (*locus* interno), il che è supportato dall'instabilità e dall'incontrollabilità del comportamento stesso.

Le variabili da considerare per comprendere il processo di attribuzione sono: il *locus* della causalità; la stabilità e la controllabilità del comportamento.

Non possono, inoltre, essere tralasciati una serie di fattori, individuati da studi precedenti (vedi tab. 1.1) che, inevitabilmente, influenzano il processo stesso di attribuzione.

Tuttavia, va specificato che per questo studio, del tutto preliminare, si fa riferimento a consumatori che hanno un certo grado di consapevolezza verso il tema dello spreco alimentare e, si escludono dallo studio tutte quelle variabili che determinano il comportamento di spreco, ponendo l'attenzione a quello che succede dopo aver compiuto o assistito ad un comportamento di spreco alimentare. In questo senso i nostri risultati mostrano come l'intenzione di ripetere l'acquisto del servizio e l'intenzione di ripetere un comportamento di spreco alimentare, siano determinate dalle variabili coinvolte nel processo di attribuzione.

Pertanto, seguendo il quadro proposto (Processo di attribuzione causale - Comportamento di *food waste*. Figura 3), se il consumatore attribuisce a sé stesso la responsabilità (*internal locus of causality*) del comportamento di spreco alimentare, mostrerà una reazione positiva verso lo spreco alimentare in futuro, intesa come bassa propensione a ripetere il comportamento, e verso il ristorante, ad esempio passaparola positivo, intenzione di riacquisto. Questi comportamenti sono moderati dalle variabili stabilità e controllabilità nelle loro due modalità (interna o esterna).

Se invece la responsabilità è attribuita all'esterno (*external locus of causality*), per esempio al ristoratore, la risposta comportamentale è negativa sia per l'intenzione di sprecare sia nei confronti del ristoratore (es. passaparola negativo, intenzione di lamentarsi), moderata dalle variabili: stabilità e controllabilità.

Tutti i fattori citati in letteratura come determinanti del comportamento degli sprechi alimentari sono da considerati possibili antecedenti. Tuttavia, lo studio propone un nuovo *framework* interpretativo che permette di analizzare il processo cognitivo che segue il comportamento di *food waste* e l'intenzione di ripetere il comportamento.

Lo stesso modello è applicabile al processo di attribuzione causale di un comportamento di spreco alimentare, compiuto da altri consumatori o dal ristorante stesso. In questo caso si deve tener conto dell'errore fondamentale di attribuzione o "*bias della corrispondenza*", ovvero la tendenza sistematica alle attribuzioni interne, sottostimando l'influenza che l'ambiente o il contesto possono avere nel determinare un comportamento. Questo effetto aumenta quando il comportamento è osservato. Pertanto, se un consumatore assiste a comportamenti di spreco alimentare, sarà più probabile che reputerà quel gesto come responsabilità diretta dell'attore che lo compie, a fattori quindi interni, come la noncuranza nei confronti degli sprechi.

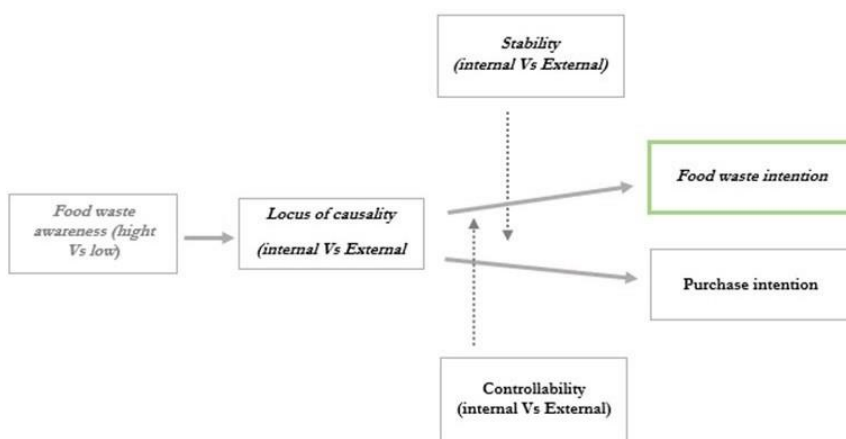


Figura 3 – Processo di attribuzione causale - Comportamento di food waste

Fonte: Autori

5. *Principali conclusioni e ricerche future*

Il nostro sforzo in questo articolo è stato quello di definire un quadro interpretativo per migliorare la comprensione delle conseguenze del comportamento dei consumatori nello spreco alimentare, applicando la prospettiva della teoria dell'attribuzione.

Il quadro emergente è il risultato di un'indagine in corso, compresa una serie di esperimenti nei ristoranti.

Sebbene i nostri risultati siano ancora preliminari e teorici, il documento suggerisce che la ricerca sui comportamenti di consumo in relazione agli sprechi alimentari, ha ancora molta strada da fare.

In primo luogo, lo studio evidenzia l'importanza delle conseguenze del comportamento di spreco alimentare e della relazione tra il processo di attribuzione e l'intenzione a sprecare (*food waste intention*). Inoltre, la relazione tra il processo di attribuzione e comportamenti positivi nei confronti del ristorante (sintetizzati nella variabile *purchase intention*). Ulteriori ricerche dovranno testare il modello tenendo conto dei diversi fattori individuati dagli studi precedenti.

In secondo luogo, le ricerche successive saranno volte all'individuazione di azioni specifiche che possano incrementare la consapevolezza e la coscienza dei consumatori al fine di raggiungere l'obiettivo 12.3 delle Nazioni Unite dell'Agenda 2030.

In terzo luogo, il quadro proposto andrebbe testato attraverso la ricerca empirica in diversi contesti di consumo e in diversi contesti culturali e geografici.

Lo studio ha diverse implicazioni, le più interessanti riguardano la ricerca futura e lo sviluppo di strategie per la gestione degli sprechi alimentari nel settore dell'ospitalità. Studi precedenti hanno già evidenziato il ruolo normativo del ristorante nel sensibilizzare e incoraggiare i clienti ad adottare comportamenti positivi come, ad esempio, portare via gli sprechi alimentari¹⁸, ma il Processo di attribuzione causale - Comportamento di food waste, sottolinea la complessità del fenomeno e la necessità di agire su più fronti per affrontare i comportamenti dispendiosi. Questo studio offre spunti su come combinare la riduzione degli sprechi alimentari con la soddisfazione dei clienti e fornisce indicazioni ai professionisti della ristorazione.

Studiare le cause ci ha permesso di avere contezza sulle ragioni del comportamento, studiare le conseguenze è fondamentale per correggere comportamenti stabili, evitando la loro ripetizione.

Lo studio ha implicazioni per le istituzioni e i politici che potrebbero incentivare gli sforzi di riduzione degli sprechi alimentari nel settore dell'ospitalità.

¹⁸ S. Stöckli, E. Niklaus, M. Dorn, op. cit.

Il limite principale del documento è la sua natura concettuale e la fase incompiuta: il fenomeno dello spreco alimentare è empirico e il quadro deve essere testato e provato nella pratica. Inoltre, la formulazione del comportamento può essere influenzata da fattori contestuali e variare da un ristorante all'altro, oltre a dipendere dal grado di sollecitazione normativa sul *food waste* che un singolo ristorante pratica.

Sostenibilità e ristorazione: una nuova prospettiva per combattere gli sprechi alimentari

Lo spreco alimentare è oggi uno dei temi più sensibili nel panorama mondiale. Secondo la FAO si spreca circa un terzo di tutto il cibo che viene prodotto al mondo. Nonostante studiosi e policy maker stiano affrontando le cause di tale fenomeno da più punti di vista, poco è stato ancora detto circa le conseguenze dello spreco alimentare sui comportamenti del consumatore. I comportamenti di spreco alimentare sono legati a diversi fattori come la scarsa sensibilità al tema, abitudini di consumo e fattori di natura psicologica e culturale. Applicando la teoria dell'attribuzione, il presente studio analizza i meccanismi psicologici attraverso i quali i consumatori formulano giudizi sulla responsabilità a seguito di un comportamento di spreco alimentare, compiuto o solo assistito, nello specifico contesto della ristorazione. Lo scopo è quello di definire un quadro interpretativo per migliorare la comprensione delle conseguenze del comportamento di spreco alimentare e prevenire comportamenti ripetuti.

Sustainability and catering: a new perspective in the fight against food waste

Food waste is one of the most sensitive issues in the global landscape today. According to the FAO, about one-third of all food produced worldwide is wasted. Although scientists and policy makers are addressing the causes of this phenomenon from different angles, little has been said about the impact of food waste on consumer behavior. Food waste is related to various factors, such as low awareness of the issue, consumption patterns, and psychological and cultural factors. Applying attribution theory, this study analyzes the psychological mechanisms by which consumers make judgments about responsibility for food waste, either committed by themselves or merely observed, in the specific context of food supply. The goal is to provide an interpretive framework to improve understanding of the consequences of food waste and to prevent repeated behavior.

Note sui collaboratori del numero monografico

ANTONIO BARTOLINI, Professore Ordinario di Diritto amministrativo, Università degli Studi di Perugia (antonio.bartolini@icloud.com)

MARIA COLURCIO, Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese, Università degli Studi “Magna Græcia di Catanzaro (mariacolurcio@unicz.it)

ALESSANDRA DE CHIARA, Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese, Università di Napoli “L’Orientale” (adechiara@unior.it)

FABRIZIO FRACCHIA, Professore Ordinario di Diritto amministrativo, Università L. Bocconi di Milano (fabrizio.fracchia@unibocconi.it)

CRISTINA MELE, Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese, Università degli Studi “Federico II” di Napoli (cristina.mele@unina.it)

ALBERTO PASTORE, Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese, Università degli Studi “La Sapienza” di Roma (alberto.pastore@uniroma1.it)

GEREMIA ROMANO, Professore Ordinario di Diritto privato, Direttore del Dipartimento di “Giurisprudenza, Economia e sociologia”, Università degli Studi “Magna Græcia di Catanzaro (g.romano@unicz.it)

TIZIANA RUSSO SPENA, Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese, Università degli Studi “Federico II” di Napoli (tiziana.russospena@unina.it)

MONICA COCCONI, Professore Associato di Diritto amministrativo, Università degli Studi di Parma (monica.cocconi@unipr.it)

NICOLA LUCIFERO, Professore Associato di Diritto agrario, Università degli Studi di Firenze (nicola.lucifero@unifi.it)

ANNA D’AURIA, Ricercatore di Economia e gestione delle imprese, Università di Napoli “L’Orientale” (adauria@unior.it)

SILIA GARDINI, Ricercatore di Diritto Amministrativo, Università degli Studi “Magna Græcia di Catanzaro (silia.gardini@unicz.it)

MONIA MELIA, Ricercatore di Economia e gestione delle imprese, Università degli Studi “Magna Græcia di Catanzaro (monia.melia@unicz.it)

MARIA CARLOTTA RIZZUTO, Ricercatore di Diritto agroalimentare, Università degli Studi “Magna Græcia di Catanzaro (mc.rizzuto@unicz.it)

STEFANO PAOLO RUSSO, Dottorando di ricerca in Management, Università degli Studi “Federico II” di Napoli (stefanopaolo.russo@unina.it)

CHIARA SCRIMIERI, Dottoranda di ricerca in Economia e gestione delle imprese, Università degli Studi “La Sapienza” di Roma (chiara.scrimeri@uniroma1.it)