

SLOW FOOD AND SUSTAINABLE LOCAL SUPPLY CHAINS IN PIEDMONT: BUILDING TRUST THROUGH SHORT NETWORKS

SLOW FOOD I ZRÓWNOWAŻONE LOKALNE ŁAŃCUCHY DOSTAW W PIEMONCIE: BUDOWANIE ZAUFANIA POPRZECZ KRÓTKIE SIECI

MARTINA ARSIĆ
ALEKSANDRA VUJKO
DRAGO CVIJANOVIĆ

Citation: Arsić, M., Vujko, A., & Cvijanović, D. (2026). Slow Food and Sustainable Local Supply Chains in Piedmont: Building Trust Through Short Networks / Slow food i zrównoważone lokalne łańcuchy dostaw w Pemoncie: budowanie zaufania poprzez krótkie sieci. *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej / Problems of Agricultural Economics*, 388(3), 1–27. <https://doi.org/10.30858/zer/216952>

Abstract

Aim: This study explores consumer perceptions of slow food and sustainable local supply chains, using the event “Terra Madre – Salone del Gusto 2024” in Piedmont, Italy, as a case study. The objective was to identify motivational factors shaping consumer trust in short supply networks and to position the Piedmont configuration as a conceptual reference for future comparative research in Serbia and Southeast Europe, where traditional products strongly align with the principles of slow food.

Material and methods: A structured questionnaire containing 32 Likert-scale items was distributed to 448 fair visitors. The measurement model, developed from the literature, was validated through exploratory and confirmatory factor analysis using SEM–AMOS. Reliability, convergent validity, and discriminant validity were assessed with CR, AVE, Fornell–Larcker, and HTMT criteria.

Results: Four latent constructs were supported – Health Quality, Price Premium, Green Responsibility, and Local Trust – with strong psychometric properties. Structural paths among domains were small and not statistically significant (≈ -0.04 to $+0.02$), indicating parallel rather than sequential causal relations. Local Trust did not mediate the other domains.

Conclusions: Findings suggest that support for short supply chains stems from coexisting, independent motivations. Managerial implications should therefore target each domain separately (quality and traceability cues, fair-price narratives, visible environmental practices, producer identity and transparency). The Piedmont configuration serves as a conceptual reference whose potential transferability to Serbia and Southeast Europe represents a promising avenue for future comparative research.

Keywords: slow food, local supply chains, consumer trust, sustainable consumption, price premium.

JEL: Q13, Q18, Q01, Z32.

Martina Arsić, PhD, Singidunum University, Faculty of Tourism and Hospitality Management; Danijelova 32, 11000 Belgrade, Serbia. (martina.arsic.23@singimail.rs).  <https://orcid.org/0009-0004-5709-1561>

Aleksandra Vujko, PhD, Singidunum University, Faculty of Tourism and Hospitality Management; Danijelova 32, 11010 Belgrad, Serbia. (aleksandravujko@yahoo.com).  <https://orcid.org/0000-0001-8684-4228>

Drago Cvijanović, PhD, University of Kragujevac, Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjačka Banja; Vojvođanska 5a, 36210 Vrnjačka Banja, Serbia. (dvcmmv@gmail.com).  <https://orcid.org/0000-0002-4037-327X>

Abstrakt

Cel: W niniejszym badaniu analizuje się postrzeganie przez konsumentów nurtu *slow food* oraz zrównoważonych lokalnych łańcuchów dostaw, wykorzystując jako studium przypadku wydarzenie „Terra Madre – Salone del Gusto 2024” w Pemoncie we Włoszech. Celem badania było zidentyfikowanie czynników motywacyjnych, kształtujących zaufanie konsumentów do sieci opartych na ograniczonej podaży, oraz przedstawienie modelu z Piemontu jako punktu odniesienia dla przyszłych badań porównawczych w Serbii i Europie Południowo-Wschodniej, gdzie tradycyjne produkty są silnie powiązane z zasadami nurtu *slow food*.

Materiał i metody: Wśród 448 odwiedzających targi rozdano ustrukturyzowany kwestionariusz zawierający 32 pytania w skali Likerta. Model pomiarowy, opracowany na podstawie dotychczasowej literatury, został zweryfikowany za pomocą eksploracyjnej i potwierdzającej analizy czynnikowej z wykorzystaniem programu SEM-AMOS. Niezawodność, trafność zbieżną oraz trafność rozróżniającą oceniono przy użyciu kryteriów CR, AVE, Fornella–Larckera oraz HTMT.

Wyniki: Potwierdzono istnienie czterech konstruktów ukrytych – jakości zdrowotnej, premii cenowej, odpowiedzialności ekologicznej oraz zaufania do lokalnych podmiotów – charakteryzujących się dobrymi właściwościami psychometrycznymi. Ścieżki strukturalne między domenami były niewielkie i nieistotne statystycznie ($\approx$ od $-0,04$ do $+0,02$), co wskazuje raczej na równoległe niż sekwencyjne związki przyczynowo-skutkowe. Zaufanie do lokalnych podmiotów nie pełniło roli pośrednika między pozostałymi domenami.

Wnioski: Wyniki badań wskazują, że poparcie dla krótkich łańcuchów dostaw wynika ze współistniejących, niezależnych motywacji. W związku z tym działania zarządcze powinny skupiać się na każdym z tych obszarów z osobna (wskazówki dotyczące jakości i identyfikowalności, komunikaty dotyczące uczciwych cen, widoczne działania na rzecz ochrony środowiska, tożsamość producentów oraz przejrzystość). Piemontski system stanowi punkt odniesienia koncepcyjnego, którego możliwość przeniesienia na grunt Serbii i Europy Południowo-Wschodniej otwiera obiecujące perspektywy dla przyszłych badań porównawczych.

Słowa kluczowe: *slow food*, lokalne łańcuchy dostaw, zaufanie konsumentów, zrównoważona konsumpcja, premia cenowa.

Kody JEL: Q13, Q18, Q01, Z32.

Introduction

According to Rab et al. (2024, as cited in: Caveen et al., 2025), the transformation of global food systems has become one of the defining issues of contemporary agricultural economics and rural development. Industrialized agriculture, the standardization of diets, and the dominance of multinational food corporations have contributed to growing consumer concerns about health (Califano et al., 2025), sustainability (Eunike, 2025), and trust (Yim & Yoon, 2025). At the same time, climate change, biodiversity loss, and the increasing distance between production and consumption have generated widespread calls for more localized, transparent, and sustainable alternatives (Zhou et al., 2025). Within this context, the concept of short food supply chains has gained significant academic and policy attention, as these networks promise to reduce intermediaries (Pinto et al., 2025), enhance producer visibility (Jia et al., 2025), and restore consumer confidence in food systems (Benos et al., 2022).

Among the most influential initiatives in this field is the Slow Food Movement, founded in 1989 in Bra, Piedmont, Italy (Xu & Chia, 2025).

Wstęp

Według Raba i in. (2024, cyt. za: Caveen i in., 2025) transformacja globalnych systemów żywnościowych stała się jedną z kluczowych kwestii współczesnej ekonomii rolnej i rozwoju obszarów wiejskich (Caveen i in., 2025). Przemysłowe rolnictwo, standaryzacja diety oraz dominacja międzynarodowych korporacji spożywczych przyczyniły się do wzrostu obaw konsumentów dotyczących zdrowia (Califano i in., 2025), zrównoważonego rozwoju (Eunike, 2025) oraz zaufania (Yim i Yoon, 2025). Jednocześnie zmiany klimatyczne, utrata różnorodności biologicznej oraz rosnąca odległość między miejscem produkcji a miejscem konsumpcji spowodowały powszechne apele o bardziej lokalne, przejrzyste i zrównoważone rozwiązania (Zhou i in., 2025). W tym kontekście koncepcja krótkich łańcuchów dostaw żywności zyskała duże zainteresowanie zarówno w środowisku akademickim, jak i wśród decydentów, ponieważ sieci te mogą przyczynić się do ograniczenia liczby pośredników (Pinto i in., 2025), zwiększenia widoczności producentów (Jia i in., 2025) oraz przywrócenia zaufania konsumentów do systemów żywnościowych (Benos i in., 2022).

Originally launched as a cultural response to the homogenization of diets and the spread of fast food, it has since developed into a global network with thousands of affiliated communities and events (Klarin et al., 2023). Slow food promotes food that is “good, clean and fair”, highlighting taste and quality, environmental sustainability, and social equity as guiding principles (van Bommel & Spicer, 2015). Through its emphasis on artisanal production and short supply chains, the movement integrates gastronomy, sustainability, and local development within a socially embedded food system (Hendrikx & Lagendijk, 2020; Manthiou et al., 2022; Amo, 2024).

The empirical setting of this study is “Terra Madre – Salone del Gusto”, a biennial gastronomic event organized in Turin since 1996. This event has become the largest European manifestation of sustainable food, bringing together hundreds of thousands of visitors and thousands of small producers from around the world (Fassio et al., 2022). It functions as a living laboratory in which consumers can directly engage with producers, learn about traditional products, and experience firsthand the values of the slow food philosophy (Amo, 2023). The 2024 edition, held in Parco Dora, provided an opportunity to examine how consumers evaluate authenticity, health, sustainability, and trust when interacting with short supply networks.

The study examines consumer trust in slow food and sustainable local supply chains, focusing on the dimensions that shape consumer perceptions and explain how these collectively generate supportive behaviors. Trust is treated as a central mechanism that reduces information asymmetry in food markets and underpins consumer preferences for authentic, local, and sustainable products (Agyei & Khataza, 2025; Agamagomedova & Gamidullaeva, 2025). By investigating trust in the context of slow food, the research seeks to illuminate how quality, authenticity, responsibility and social relations interact to create resilient food systems. The central aim of the study is to provide an empirically grounded understanding of consumer motivations for supporting slow food practices and to assess the transferability of these insights to other regions, with a specific focus on Serbia and Southeast Europe. This region possesses a rich gastronomic tradition and a variety of high-quality artisanal products, including cheese, kaymak, and cured meats, which naturally align with the slow food philosophy (Cvijanović et al., 2025). However, the institutional and market structures necessary for building trust in short supply chains are still underdeveloped. The choice of Serbia as a reference context is deliberate: among Southeast

Do najbardziej wpływowych inicjatyw w tej dziedzinie należy ruch Slow Food, założony w 1989 r. w Bra w Piemontie we Włoszech (Xu i Chia, 2025). Początkowo inicjatywa ta powstała jako kulturowa reakcja na ujednolicenie diety i upowszechnienie się fast foodów, a od tego czasu przekształciła się w globalną sieć obejmującą tysiące powiązanych ze sobą społeczności i wydarzeń (Klarin i in., 2023). Nurt slow food promuje żywność, która jest „dobra, czysta i sprawiedliwa”, kładąc nacisk na smak i jakość, zrównoważony rozwój środowiskowy oraz sprawiedliwość społeczną jako zasady przewodnie (van Bommel i Spicer, 2015). Kładąc nacisk na produkcję rzemieślniczą i krótkie łańcuchy dostaw, ruch ten łączy gastronomię, zrównoważony rozwój i rozwój lokalny w ramach systemu żywnościowego osadzonego w kontekście społecznym (Hendrikx i Lagendijk, 2020; Manthiou i in., 2022; Amo, 2024).

Ramy empiryczne niniejszego badania stanowi „Terra Madre – Salone del Gusto”, odbywająca się co dwa lata impreza gastronomiczna organizowana w Turynie od 1996 r. Wydarzenie to stało się największą europejską imprezą poświęconą zrównoważonej żywności, gromadzącą setki tysięcy odwiedzających oraz tysiące małych producentów z całego świata (Fassio i in., 2022). Pełni ono rolę żywego laboratorium, w którym konsumenci mogą nawiązać bezpośredni kontakt z producentami, poznać tradycyjne produkty oraz na własnej skórze doświadczyć wartości nurtu slow food (Amo, 2023). Edycja z 2024 r., która odbyła się w Parco Dora, stanowiła okazję do przeanalizowania, w jaki sposób konsumenci oceniają autentyczność, zdrowie, zrównoważony rozwój i zaufanie w kontekście interakcji z sieciami opartymi na lokalnych dostawach.

W badaniu przeanalizowano zaufanie konsumentów do slow food oraz zrównoważonych lokalnych łańcuchów dostaw, skupiając się na aspektach, które kształtują postrzeganie tych zjawisk przez konsumentów, oraz wyjaśnieniu, w jaki sposób aspekty te łącznie przyczyniają się do powstawania zachowań wspierających te inicjatywy. Zaufanie traktuje się jako kluczowy mechanizm, który zmniejsza asymetrię informacyjną na rynkach spożywczych i stanowi podstawę preferencji konsumentów dotyczących autentycznych, lokalnych i zrównoważonych produktów (Agyei i Khataza, 2025; Agamagomedova i Gamidullaeva, 2025). Poprzez analizę kwestii zaufania w kontekście slow food, badanie ma na celu wyjaśnienie, w jaki sposób jakość, autentyczność, odpowiedzialność i relacje społeczne współdziałają i tworzą odporne systemy żywnościowe. Głównym celem badania jest przedstawienie opartego na danych empirycznych obrazu motywacji konsumentów do

European countries with strong culinary traditions, Serbia exemplifies a transitional agri-food economy where cultural potential is high but institutional frameworks for transparency and producer–consumer trust remain limited. This duality – rich intangible heritage coupled with weak governance capacity – makes Serbia both analytically representative and practically relevant for testing the transferability of the Piedmont model. At the same time, the insights derived from this comparison are not confined to Serbia alone but are potentially applicable to other post-transition contexts across Southeast Europe, facing similar structural challenges.

Based on the conceptual framework, it was hypothesized that consum zachowania wspierające w krótkich łańcuchach dostaw er perceptions of slow food – captured through the dimensions of Health Quality, Price Premium, Green Responsibility, and Local Trust – jointly influence trust formation and supportive behaviors in short supply chains. The model developed in Piedmont also served as a reference for exploring its potential applicability to other contexts, such as Serbia, where traditional food heritage aligns with the slow food philosophy. The significance of this research is twofold. From a theoretical perspective, it contributes to the growing body of literature on agri-food systems, consumer trust, and sustainable consumption by validating a multidimensional framework in the unique empirical context of Piedmont. It highlights Local Trust as a distinct motivational domain that coexists with health, price, and responsibility considerations. From a practical perspective, the study offers valuable insights for policy makers, producers, and regional stakeholders. For Serbia and similar regions, the findings highlight the need to strengthen trust-oriented infrastructures – such as transparent labeling, credible certification schemes (Protected Designation of Origin / Protected Geographical Indication – PDO/PGI), and direct producer–consumer linkages through farmers’ markets and agrotourism. Lessons from Piedmont provide a valuable conceptual framework for advancing rural development, preserving cultural heritage, and fostering sustainable, resilient, and trust-based food systems.

wspierania praktyk slow food oraz ocena możliwości przeniesienia tych wniosków na inne regiony, ze szczególnym uwzględnieniem Serbii i Europy Południowo-Wschodniej. Region ten szczyci się bogatą tradycją kulinarną oraz szeroką gamą wysokiej jakości produktów rzemieślniczych, w tym serów, kajmaku i wędlin, które w naturalny sposób wpisują się w idee slow food (Cvijanović i in., 2025). Jednak struktury instytucjonalne i rynkowe niezbędne do budowania zaufania w krótkich łańcuchach dostaw są nadal słabo rozwinięte. Wybór Serbii jako odniesienia jest celowy: spośród krajów Europy Południowo-Wschodniej o silnych tradycjach kulinarnych Serbia stanowi przykład gospodarki rolno-spożywczej w stadium przejściowym, w której potencjał kulturowy jest wysoki, ale ramy instytucjonalne zapewniające przejrzystość oraz zaufanie między producentami a konsumentami pozostają ograniczone. Ta dwoistość – bogate dziedzictwo niematerialne w połączeniu ze słabymi zdolnościami w zakresie zarządzania – sprawia, że Serbia jest zarówno reprezentatywnym przypadkiem z analitycznego punktu widzenia, jak i istotnym z perspektywy praktycznej przy sprawdzaniu możliwości przeniesienia modelu Piemontu. Jednocześnie wnioski płynące z tego porównania nie ograniczają się wyłącznie do Serbii, lecz mogą mieć zastosowanie również w innych krajach Europy Południowo-Wschodniej, które przeszły proces transformacji i borykają się z podobnymi wyzwaniami strukturalnymi.

W oparciu o ramy koncepcyjne postawiono hipotezę, że postrzeganie nurtu slow food przez konsumentów – ujęte w wymiarach jakości zdrowotnej, premii cenowej, odpowiedzialności ekologicznej oraz zaufania do lokalnych podmiotów – wspólnie wpływa na budowanie zaufania i zachowania wspierające w krótkich łańcuchach dostaw. Model opracowany w Piemoncie posłużył również jako punkt odniesienia do zbadania możliwości jego zastosowania w innych kontekstach, takich jak Serbia, gdzie tradycyjne dziedzictwo kulinarne wpisuje się w idee slow food. Znaczenie tych badań jest dwojakie. Z teoretycznego punktu widzenia przyczynia się do poszerzenia dorobku naukowego dotyczącego systemów rolno-spożywczych, zaufania konsumentów i zrównoważonej konsumpcji poprzez weryfikację wielowymiarowych ram analitycznych w specyficznym kontekście empirycznym regionu Piemontu. Podkreśla, że zaufanie do lokalnych podmiotów stanowi odrębną domenę motywacyjną współwystępującą z uwarunkowaniami zdrowotnymi, cenowymi i związanymi z odpowiedzialnością. Z praktycznej perspektywy badanie dostarcza cennych informacji dla decydentów, producentów i regionalnych interesariuszy. W przypadku Serbii i podobnych regionów wyniki badań wskazują na potrzebę

wzmocnienia struktur opartych na budowaniu zaufania – takich jak przejrzyste oznakowanie produktów, wiarygodne systemy certyfikacji (chronione nazwy pochodzenia / chronione oznaczenia geograficzne – ChNP/ChOG) oraz bezpośrednie powiązania między producentami a konsumentami poprzez targi rolnicze i agroturystykę. Doświadczenia z Piemontu stanowią cenne ramy koncepcyjne dla wspierania rozwoju obszarów wiejskich, ochrony dziedzictwa kulturowego oraz budowania zrównoważonych, odpornych i opartych na zaufaniu systemów żywnościowych.

Literature Review

The Slow Food Movement, founded in 1989 in Bra, Piedmont, Italy, emerged as a cultural and political reaction against the homogenization of diets and the expansion of industrial food systems (Mayda, 2005; Simonetti, 2012). It promotes food that is “good, clean, and fair,” with an emphasis on taste, ecological sustainability, and social justice (Lee et al., 2014). A central component of this philosophy is the reinforcement of short food supply chains, understood as direct or minimally mediated connections between producers and consumers (Renting et al., 2003; Manthiou et al., 2022). These supply chains reduce information asymmetry, enhance product traceability, and strengthen rural–urban linkages, while also generating socio-economic benefits by retaining added value within local communities (Chiffolleau, 2009; Frías-Jamilena et al., 2024). Within this framework, the Terra Madre network and the “Salone del Gusto” fair serve as practical demonstrations of how slow food principles operate globally while remaining deeply rooted in local contexts.

Such networks cannot function effectively without a strong basis of consumer trust. Since food products often belong to the category of credence goods that cannot be fully evaluated before or even after consumption, trust in producers and supply systems becomes essential (Gifford & Bernard, 2011; Vujko et al., 2024). Transparency, reputation, and proximity are repeatedly identified as fundamental determinants of consumer confidence in local food systems (Janssen & Hamm, 2012; Tadesse et al., 2025). Direct interactions with producers, credible certification schemes, and visible quality-control mechanisms reduce perceived risks and foster repeated transactions. Trust here functions as a form of social capital (de Klerk & Harmse, 2020; Deng et al., 2025): once established, it not only supports loyalty but also stimulates word-of-mouth promotion and reinforces perceptions of local products as authentic and reliable (Xie et al., 2025).

Przegląd literatury

Ruch Slow Food, założony w 1989 r. w Bra w regionie Piemont we Włoszech, powstał jako kulturowa i polityczna reakcja na ujednolicenie diety oraz ekspansję przemysłowych systemów żywnościowych (Mayda, 2005; Simonetti, 2012). Promuje on żywność, która jest „dobra, czysta i sprawiedliwa”, kładąc nacisk na smak, zrównoważony rozwój ekologiczny oraz sprawiedliwość społeczną (Lee i in., 2014). Kluczowym elementem tego nurtu jest wzmacnianie krótkich łańcuchów dostaw żywności, rozumianych jako bezpośrednie lub minimalnie pośrednie powiązania między producentami a konsumentami (Renting i in., 2003; Manthiou i in., 2022). Te łańcuchy dostaw zmniejszają asymetrię informacyjną, poprawiają identyfikowalność produktów oraz wzmacniają powiązania między obszarami wiejskimi a miejskimi, przynosząc jednocześnie korzyści społeczno-gospodarcze dzięki zatrzymywaniu wartości dodanej w lokalnych społecznościach (Chiffolleau, 2009; Frías-Jamilena i in., 2024). W tym kontekście sieć Terra Madre oraz targi „Salone del Gusto” stanowią praktyczne przykłady tego, jak zasady slow food funkcjonują na skalę globalną, pozostając jednocześnie głęboko zakorzenione w lokalnych realiach.

Sieci tego typu nie mogą skutecznie funkcjonować bez solidnej podstawy w postaci zaufania konsumentów. Ponieważ produkty spożywcze często należą do kategorii towarów opartych na zaufaniu, których nie da się w pełni ocenić przed spożyciem, a nawet po nim, zaufanie do producentów i systemów dostaw staje się niezbędne (Gifford i Bernard, 2011; Vujko i in., 2024). Przejrzystość, reputacja i bliskość są wielokrotnie wskazywane jako podstawowe czynniki decydujące o zaufaniu konsumentów do lokalnych systemów żywnościowych (Janssen i Hamm, 2012; Tadesse i in., 2025). Bezpośrednie kontakty z producentami, wiarygodne systemy certyfikacji oraz przejrzyste mechanizmy kontroli jakości zmniejszają postrzegane ryzyko i sprzyjają dokonywaniu powtarzających się transakcji. Zaufanie pełni tu rolę kapitału społecznego (de Klerk i Harmse, 2020; Deng i in., 2025): po jego

Trust, however, is closely tied to the economic valuation of food (Stanford et al., 2025). According to Zeithaml's (1988) model of price, quality, and value, consumers evaluate products holistically, balancing functional, symbolic, and social attributes. In the case of local and traditional foods, willingness to pay a price premium is strongly linked to assurances of authenticity, origin, and traceability (McCluskey & Loureiro, 2003; Lee & Chen-Yu, 2018). Consumers frequently perceive the premium not as a mere economic cost but as an investment in fairness and reciprocity, whereby their spending supports small-scale farmers and helps preserve local traditions (Loureiro & Umberger, 2007; Correa et al., 2025). This redefinition of value transforms the act of purchase into a social statement, reinforcing the sustainability of short supply networks.

The logic of reciprocity and fairness also resonates with rising concerns about sustainability and green responsibility (Hanaysha et al., 2025). While the well-documented attitude-behavior gap shows that positive environmental attitudes do not always translate into consistent purchasing (Vermeir & Verbeke, 2006; Ries & Rese, 2025), this gap narrows when environmental and social benefits are made concrete and visible. Short transport distances, recyclable packaging, biodiversity preservation, and fair labor practices provide tangible evidence of responsible production and consumption (Grunert et al., 2014). Within the slow food philosophy, such practices align with the idea of Green Responsibility, where purchases are perceived as contributing to ecological protection and community development, thus embedding consumer choice in a broader moral and cultural framework (Aish et al., 2025).

Finally, these ethical and social considerations are inseparable from the perception of health and quality (Kumar et al., 2025). Food quality remains one of the strongest determinants of consumer choice, with research highlighting naturalness, nutritional benefits, taste, and avoidance of additives as central motivations (Saba & Messina, 2003; Bahraseman et al., 2025). Local and traditional foods are often seen as fresher, healthier, and more authentic, and these perceptions substantially increase consumer willingness to support local systems (Meng et al., 2025). Within slow food, such Health Quality signals extend beyond individual well-being, serving also as markers of producer integrity and authenticity of the gastronomic experience. In this way, perceptions of quality consolidate the links among trust, willingness to pay, responsibility, and sustainability,

zbudowaniu nie tylko wspiera lojalność, ale także stymuluje promocję poprzez polecenia z ust do ust oraz wzmacnia postrzeganie lokalnych produktów jako autentycznych i godnych zaufania (Xie i in., 2025).

Zaufanie jest jednak ściśle powiązane z ekonomiczną wyceną żywności (Stanford i in., 2025). Zgodnie z modelem ceny, jakości i wartości opracowanym przez Zeithamla (1988) konsumenci oceniają produkty w sposób całościowy, biorąc pod uwagę zarówno cechy funkcjonalne, symboliczne, jak i społeczne. W przypadku lokalnych i tradycyjnych produktów spożywczych gotowość do zapłacenia premii cenowej jest silnie powiązana z gwarancjami autentyczności, pochodzenia i identyfikowalności (McCluskey i Loureiro, 2003; Lee i Chen-Yu, 2018). Konsumenci często postrzegają tę premię nie jako zwykły koszt ekonomiczny, ale jako inwestycję w sprawiedliwość i wzajemność, dzięki której ich wydatki wspierają drobnych rolników i pomagają zachować lokalne tradycje (Loureiro i Umberger, 2007; Correa i in., 2025). To nowe rozumienie wartości przekształca akt zakupu w społeczną deklarację i wzmacnia zrównoważony charakter sieci opartych na lokalnych dostawach.

Logika wzajemności i sprawiedliwości znajduje również odzwierciedlenie w rosnących obawach dotyczących zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności ekologicznej (Hanaysha i in., 2025). Choć dobrze udokumentowana rozbieżność między postawą a zachowaniem wskazuje, że pozytywne postawy wobec środowiska nie zawsze przekładają się na spójne zachowania zakupowe (Vermeir i Verbeke, 2006; Ries i Rese, 2025), rozbieżność ta zmniejsza się, gdy korzyści środowiskowe i społeczne stają się konkretne i widoczne. Krótkie odległości transportowe, opakowania nadające się do recyklingu, ochrona różnorodności biologicznej oraz sprawiedliwe praktyki pracy stanowią namacalny dowód odpowiedzialnej produkcji i konsumpcji (Grunert i in., 2014). W ramach nurtu slow food praktyki te wpisują się w ideę odpowiedzialności ekologicznej, zgodnie z którą zakupy postrzegane są jako wkład w ochronę środowiska i rozwój społeczności, co pozwala osadzić wybory konsumentów w szerszych ramach moralnych i kulturowych (Aish i in., 2025).

Wreszcie wspomniane kwestie etyczne i społeczne są nierozdzielnie związane z postrzeganiem zdrowia i jakości (Kumar i in., 2025). Jakość żywności pozostaje jednym z najważniejszych czynników determinujących wybory konsumentów, a badania wskazują, że głównymi motywacjami są naturalność, wartości odżywcze, smak oraz unikanie sztucznych dodatków (Saba i Messina, 2003; Bahraseman i in., 2025). Lokalne i tradycyjne produkty spożywcze są często postrzegane jako świeższe, zdrowsze

completing the interconnected framework through which the slow food philosophy promotes a more just, ecological, and health-conscious food culture (Misleh, 2025).

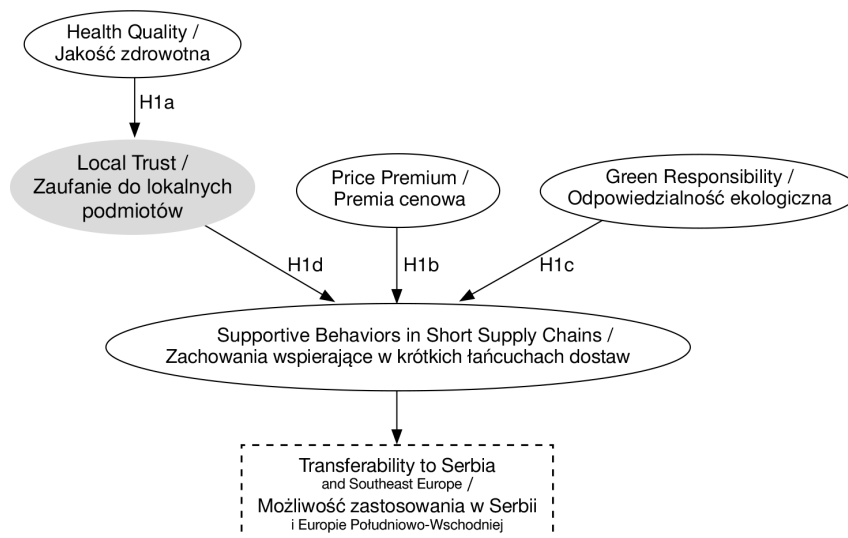
Taken together, the literature indicates that consumer engagement with slow food systems is inherently multidimensional. Trust is a relational foundation, willingness to pay reflects both economic and social considerations, sustainability and responsibility provide moral legitimacy, and health quality delivers immediate and personal value. These four domains – Local Trust, Price Premium, Green Responsibility, and Health Quality – form the conceptual backbone of the present study and guided the development of the measurement instrument and research hypotheses. Based on the literature and theoretical foundations, we developed the following model and hypotheses (Figure 1). The model comprises four latent constructs mentioned where Health Quality, Price Premium, and Green Responsibility are expected to influence consumer support for slow food practices, while Local Trust is treated as a distinct motivational domain potentially linked to supportive behaviors. Finally, a comparative hypothesis assumes that the Piedmont experience can serve as a transferable model in the context of Serbia and similar regions.

Figure 1 presents the conceptual framework illustrating the multidimensional structure of consumer perceptions of slow food. Health Quality, Price Premium, and Green Responsibility are outlined as motivational dimensions associated with supportive behaviors in short supply chains, while Local Trust represents a distinct yet complementary domain reflecting confidence in local producers. The dashed box indicates a conceptual extension toward Serbia and Southeast Europe, positioning the Piedmont configuration as a reference for future comparative research.

i bardziej autentyczne, co znacznie zwiększa gotowość konsumentów do wspierania lokalnych systemów (Meng i in., 2025). W ramach ruchu Slow Food takie sygnały dotyczące jakości zdrowotnej wykraczają poza kwestię indywidualnego dobrostanu, stanowią również wyznaczniki uczciwości producentów oraz autentyczności doznań kulinarnych. W ten sposób postrzeganie jakości umacnia powiązania między zaufaniem, gotowością do płacenia, odpowiedzialnością i zrównoważonym rozwojem, dopełniając wzajemnie powiązaną strukturę, poprzez którą nurt slow food promuje bardziej sprawiedliwą, ekologiczną i prozdrowotną kulturę żywieniową (Misleh, 2025).

Podsumowując, z literatury wynika, że zaangażowanie konsumentów w systemy slow food ma z natury wielowymiarowy charakter. Zaufanie jest fundamentem relacji, gotowość do płacenia wynika zarówno z czynników ekonomicznych, jak i społecznych, zrównoważony rozwój i odpowiedzialność stanowią przesłanki moralne, a jakość zdrowotna dostarcza bezpośredniej i osobistej wartości. Te cztery obszary – zaufanie do lokalnych podmiotów, premia cenowa, odpowiedzialność ekologiczna oraz jakość zdrowotna – stanowią koncepcyjną podstawę niniejszego badania i wyznaczyły kierunek opracowania narzędzia pomiarowego oraz sformułowania hipotez badawczych. W oparciu o literaturę i podstawy teoretyczne opracowaliśmy poniższy model oraz hipotezy (rys. 1). Model obejmuje cztery konstrukty ukryte, przy czym oczekuje się, że jakość zdrowotna, premia cenowa i odpowiedzialność ekologiczna będą miały wpływ na poparcie konsumentów dla praktyk slow food, natomiast zaufanie do lokalnych podmiotów traktowane jest jako odrębna sfera motywacyjna, potencjalnie powiązana z zachowaniami wspierającymi. Wreszcie hipoteza porównawcza zakłada, że doświadczenia z Piemontu mogą posłużyć jako model, który można przenieść na realia Serbii i podobnych regionów.

Na rysunku 1 przedstawiono schemat koncepcyjny ilustrujący wielowymiarową strukturę postrzegania nurtu slow food przez konsumentów. Jako czynniki motywacyjne związane z zachowaniami wspierającymi w krótkich łańcuchach dostaw wskazano jakość zdrowotną, premię cenową oraz odpowiedzialność ekologiczną, natomiast zaufanie do lokalnych producentów stanowi odrębną, ale uzupełniającą te wymiary dziedzinę, odzwierciedlającą zaufanie do lokalnych producentów. Ramka z linią przerywaną sygnalizuje rozszerzenie koncepcji na Serbię i Europę Południowo-Wschodnią, związaną z traktowaniem piemonckiego systemu jako punktu odniesienia dla przyszłych badań porównawczych.

Figure 1. Conceptual framework of consumer perceptions of slow food**Rysunek 1. Ramy koncepcyjne postrzegania nurtu slow food przez konsumentów**

Source: authors' own elaboration.

Źródło: opracowanie własne autorów.

Research Methodology

The empirical research was conducted during the international event “Terra Madre – Salone del Gusto”, held in Turin from September 26 to 30, 2024. This biennial gastronomic fair represents the most important European manifestation of sustainable food and provides a unique context for examining consumer perceptions of authenticity, trust, and local food systems. The event was first organized in 1996 and has since developed into a global meeting point for small-scale farmers, artisanal producers, researchers, activists, and consumers. It is organized by the Slow Food Movement in collaboration with the Piedmont Region and the City of Turin. Every edition attracts hundreds of thousands of visitors and gathers several thousand producers from across the world, with a particular focus on local supply chains and protected origin products from Italy. The 2024 edition was hosted in Parco Dora and confirmed its status as a platform where producers and consumers meet directly, exchange knowledge, and strengthen the visibility of sustainable agricultural practices.

Data collection for this study took place during the five days of the event, yielding 448 completed questionnaires. This number of respondents represents a statistically valid sample size at the 5% margin of error and 95% confidence level, consistent with established recommendations (Ahmed, 2024). Italy, the birthplace of the Slow Food Movement, continues to serve as its symbolic and organizational

Metodyka badań

Badania empiryczne przeprowadzono podczas międzynarodowej imprezy „Terra Madre – Salone del Gusto”, która odbyła się w Turynie w dniach 26–30 września 2024 r. Te odbywające się co dwa lata targi gastronomiczne stanowią najważniejsze europejskie wydarzenie poświęcone zrównoważonej żywności i oferują wyjątkową okazję do zbadania, jak konsumenci postrzegają autentyczność, zaufanie oraz lokalne systemy żywnościowe. Wydarzenie to zorganizowano po raz pierwszy w 1996 r. i od tego czasu stało się ono globalnym miejscem spotkań drobnych rolników, rzemieślników, naukowców, aktywistów i konsumentów. Organizatorem wydarzenia jest ruch Slow Food we współpracy z regionem Piemontu i miastem Turyn. Każda edycja przyciąga setki tysięcy odwiedzających i gromadzi kilka tysięcy producentów z całego świata, ze szczególnym naciskiem na lokalne łańcuchy dostaw oraz produkty z chronionym oznaczeniem pochodzenia z Włoch. Edycja z 2024 r. odbyła się w Parco Dora i potwierdziła swój status forum, gdzie producenci i konsumenci spotykają się bezpośrednio, wymieniają się wiedzą oraz zwiększają rozpoznawalność zrównoważonych praktyk rolniczych.

Zebranie danych na potrzeby niniejszego badania odbyło się w ciągu pięciu dni trwania wydarzenia, w wyniku czego uzyskano 448 wypełnionych kwestionariuszy. Liczba ta stanowi statystycznie reprezentatywną próbę przy pięcioprocentowym

center. The Terra Madre network, which developed out of this initiative, gathers thousands of small-scale producers, farmers, and local communities from all continents, yet at the same time emphasizes the importance of strengthening short supply chains and localized markets in Piedmont itself. The event provides a living laboratory where direct relationships between producers and consumers can be observed. Farmers' markets, Slow Food Presidia programs dedicated to safeguarding traditional products such as robiola di Roccaverano or rasteghin, as well as restaurants and agritourism facilities, exemplify how transparent exchange and product traceability build consumer trust. From the perspective of economic sustainability, the fair highlights how small farms survive and thrive by joining together, using quality and origin certifications, and developing niche products that reinforce their competitiveness in the market. Equally important is the role of social capital: consumers in Turin and the surrounding region purchase from farmers they personally know, and this interaction generates trust, loyalty, and the perception of local food as a status symbol of sustainable and ethical consumption.

“Salone del Gusto” also demonstrates how the slow food philosophy operates in practice. The event integrates rural and urban spheres, as farmers from remote areas directly supply urban consumers, thereby minimizing intermediaries and ensuring that the economic benefits remain with the producers. It strengthens regional branding and international visibility by connecting typical products with the cultural identity of Piedmont and its gastronomic tourism, while also benefitting from a strong political framework in Italy that supports geographical indications such as PDO and PGI. Taken together, these elements justify the use of “Terra Madre – Salone del Gusto” as a good practice example and an appropriate empirical setting for examining consumer trust, willingness to pay a premium, perceptions of sustainability, and the health value associated with slow food products.

The demographic profile of the respondents provides important context for interpreting the results of this study. The sample was nearly gender-balanced, comprising 50.2% male and 49.8% female participants, which ensures that the perspectives of both groups were equally represented. In terms of age structure, the majority of respondents fell within the 25–44 age bracket (52.2%), reflecting a predominantly younger and middle-aged consumer base, while older cohorts above 55 years accounted for nearly one quarter of the sample. This distribution suggests that the analysis captures views from both more dynamic, health-conscious consumer segments

marginesie błędu i wynoszącym 95% poziomie ufności, co jest zgodne z przyjętymi zaleceniami (Ahmed, 2024). Włochy, miejsce narodzin ruchu Slow Food, nadal pełnią rolę jego symbolicznego i organizacyjnego centrum. Sieć Terra Madre, która powstała w wyniku tej inicjatywy, zrzesza tysiące drobnych producentów, rolników i społeczności lokalnych ze wszystkich kontynentów, a jednocześnie podkreśla znaczenie wzmacniania krótkich łańcuchów dostaw i lokalnych rynków w samym Piemoncie. Organizowane przez tę sieć wydarzenia stanowią swego rodzaju „żywe laboratorium”, w którym można zaobserwować bezpośrednie relacje między producentami a konsumentami. Targi rolnicze oraz programy Slow Food Presidia, mające na celu ochronę tradycyjnych produktów takich jak robiola di Roccaverano lub rasteghin, a także restauracje i gospodarstwa agroturystyczne stanowią przykład tego, jak przejrzysta wymiana i identyfikowalność produktów budują zaufanie konsumentów. Z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju gospodarczego targi te pokazują, w jaki sposób małe gospodarstwa rolne radzą sobie i prosperują dzięki współpracy, certyfikatowi jakości i pochodzenia oraz opracowywaniu produktów niszowych, które wzmacniają ich konkurencyjność na rynku. Równie ważna jest rola kapitału społecznego: konsumenci w Turynie i okolicznych regionach kupują produkty od rolników, których osobiście znają, a ta interakcja buduje zaufanie, lojalność oraz postrzeganie lokalnej żywności jako symbolu zrównoważonej i etycznej konsumpcji.

„Salone del Gusto” pokazuje również, jak idee slow food sprawdzają się w praktyce. Inicjatywa ta łączy środowisko wiejskie z miejskim, ponieważ rolnicy z odległych obszarów dostarczają produkty bezpośrednio do konsumentów w miastach, co pozwala ograniczyć do minimum liczbę pośredników i gwarantuje, że korzyści ekonomiczne pozostają w rękach producentów. Wzmacnia to wizerunek regionu i jego rozpoznawalność na arenie międzynarodowej poprzez powiązanie typowych produktów z tożsamością kulturową Piemontu i jego turystyką gastronomiczną, a jednocześnie korzysta z silnych ram politycznych we Włoszech, które wspierają oznaczenia geograficzne, takie jak ChNP i ChOG. W ujęciu całościowym elementy te uzasadniają wykorzystanie wydarzenia „Terra Madre – Salone del Gusto” jako przykładu dobrych praktyk oraz odpowiedniego środowiska empirycznego do badania zaufania konsumentów, ich gotowości do płacenia wyższej ceny, postrzegania zrównoważonego rozwoju oraz wartości zdrowotnej związanych z produktami slow food.

Profil demograficzny respondentów stanowi ważny kontekst dla interpretacji wyników niniejszego badania.

and older consumers who may be more attentive to tradition and authenticity.

Education levels indicate that the sample was highly educated: more than 70% of respondents had completed college or university studies, and an additional 6% held postgraduate degrees. This profile corresponds with findings from earlier studies showing that slow food events tend to attract visitors with higher levels of cultural capital and awareness of sustainability issues. At the same time, the presence of participants with only elementary or secondary education (23%) ensures that the study does not exclusively reflect elite perspectives.

The international composition of the sample reflects the cosmopolitan character of “Terra Madre – Salone del Gusto”. While Italy was the most represented country of origin (42.2%), significant shares of respondents came from Germany and the USA (9.8% each), as well as from Spain, France, the United Kingdom, China, and neighboring Central and Southeastern European countries, including ex-Yugoslavian states and Hungary. This diversity reinforces the external validity of the study, demonstrating that consumer attitudes toward slow food transcend national boundaries, even though the event remains deeply rooted in its Italian origins. Finally, the place of residence further highlights the relevance of the research context. A majority of participants were urban dwellers (60.7%), followed by suburban residents (34.4%), while only 4.9% came from rural areas. This pattern indicates that slow food consumption is strongly embedded in urban and peri-urban demand, even though it is supplied by rural producers. The demographic profile therefore illustrates the intersection of diverse cultural backgrounds, educational levels, and residential contexts, providing a solid basis for analyzing consumer trust, willingness to pay, and sustainability values within short supply chains.

The measurement instrument was developed following a theory-driven process. The initial pool of 40 Likert-scale items was generated from prior research on food consumption, consumer trust, and sustainable gastronomy. Specifically, the constructs were grounded in theories of perceived quality and health benefits in food consumption (Saba & Messina, 2003; Mesnage et al., 2020), willingness to pay and price–quality trade-offs (Zeithaml, 1988; Loureiro & Umberger, 2007), sustainability and consumer responsibility (Vermeir & Verbeke, 2006), and trust in local food networks (Janssen & Hamm, 2012; Frimpong Boamah et al., 2024). From this theoretical background, the four latent factors were conceptualized as the most relevant to

Próba była niemal zrównoważona pod względem płci – składała się w 50,2% z mężczyzn i w 49,8% z kobiet, co gwarantuje, że punkty widzenia obu grup zostały równomiernie uwzględnione. Jeśli chodzi o strukturę wiekową, większość respondentów należała do grupy 25–44 lata (52,2%), co odzwierciedla fakt, że baza konsumentów składa się głównie z osób młodszych i w średnim wieku, podczas gdy osoby starsze, powyżej 55 lat, stanowiły prawie jedną czwartą badanej grupy. Rozkład ten sugeruje, że analiza uwzględnia opinie zarówno bardziej dynamicznych, dbających o zdrowie segmentów konsumentów, jak i starszych, którzy mogą przykładać większą wagę do tradycji i autentyczności.

Poziom wykształcenia wskazuje, że badana grupa charakteryzowała się wysokim poziomem wykształcenia: ponad 70% respondentów ukończyło studia wyższe, a kolejne 6% posiadało tytuły naukowe uzyskane na studiach podyplomowych. Profil ten pokrywa się z wynikami wcześniejszych badań, z których wynika, że imprezy z nurtu slow food przyciągają zazwyczaj gości o wyższym poziomie kapitału kulturowego i większej świadomości w kwestiach zrównoważonego rozwoju. Jednocześnie obecność uczestników posiadających jedynie wykształcenie podstawowe lub średnie (23%) gwarantuje, że badanie nie odzwierciedla wyłącznie poglądów elit.

Międzynarodowy skład uczestników odzwierciedla kosmopolityczny charakter imprezy „Terra Madre – Salone del Gusto”. Choć Włochy były najliczniej reprezentowanym krajem (42,2%), znaczna część respondentów pochodziła z Niemiec i Stanów Zjednoczonych (po 9,8%), a także z Hiszpanii, Francji, Wielkiej Brytanii, Chin oraz sąsiednich krajów Europy Środkowej i Południowo-Wschodniej, w tym z państw byłej Jugosławii i Węgier. Ta różnorodność wzmacnia zewnętrzną trafność badania, jako że pokazuje, że postawy konsumentów wobec nurtu slow food wykraczają poza granice państwowe, mimo że ruch ten pozostaje głęboko zakorzeniony we włoskiej tradycji. Wreszcie miejsce zamieszkania dodatkowo podkreśla znaczenie kontekstu badawczego. Większość uczestników stanowili mieszkańcy miast (60,7%), następnie mieszkańcy przedmieść (34,4%), natomiast tylko 4,9% respondentów pochodziło z obszarów wiejskich. Ta tendencja wskazuje, że konsumpcja produktów slow food jest silnie zakorzeniona w popycie miejskim i podmiejskim, mimo że żywność ta pochodzi od producentów wiejskich. Profil demograficzny odzwierciedla zatem wzajemne przenikanie się różnorodnych środowisk kulturowych, poziomów wykształcenia i warunków mieszkaniowych, stanowiąc solidną podstawę do analizy zaufania konsumentów, ich gotowości do

understanding consumer attitudes in the context of slow food. During the empirical refinement process, eight items were excluded from the original 40. This exclusion is theoretically and methodologically justified, as scale purification commonly reveals items that do not adequately represent the latent construct due to low communalities, weak loadings (< 0.50), or high cross-loadings (Hair et al., 2019). By eliminating such items, the scale gains stronger internal consistency and validity, leaving 32 items that best represent the theoretical constructs. The final set of 32 items thus represents a theoretically coherent and empirically validated instrument.

The four constructs – Health Quality, Price Premium, Green Responsibility, and Local Trust – were retained because they directly reflect core dimensions identified in the literature on food quality, sustainability, and consumer trust. Their theoretical meaning has been extensively discussed in previous research, and here they serve as latent variables operationalized through validated measurement items (Steptoe et al., 1995; Loureiro & McCluskey, 2000; Vermeir & Verbeke, 2006; Janssen & Hamm, 2012; Grunert et al., 2014; Lee et al., 2025; Alam et al., 2025; Bahraseman et al., 2025).

Based on the theoretical background and the empirical focus of this study, it was hypothesized that consumer experiences with slow food and sustainable local supply chains in Piedmont are positively associated with the development of trust in short networks. Perceptions of health quality, willingness to pay, and sustainability responsibility were assumed to jointly strengthen trust in local food systems, which in turn mediates supportive behaviors within short supply chains. The analysis further explored the potential transferability of this model to other contexts, particularly Serbia and Southeast Europe, where traditional food heritage aligns with the slow food philosophy.

The psychometric properties of the instrument were evaluated through a multi-step procedure. Prior to factor extraction, sampling adequacy was examined using the Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) measure and Bartlett's test of sphericity. The KMO statistic should exceed 0.60 to be considered acceptable, with values above 0.80 typically regarded as very good. Bartlett's test is expected to be significant ($p < 0.05$), indicating that the correlation matrix is not an identity matrix and is therefore suitable for factor analysis. Exploratory factor analysis (EFA) was first performed to explore the latent structure of the measurement instrument. The maximum likelihood extraction method was applied in combination with Varimax rotation in order to obtain a simple

płaceniu oraz wartości związanych ze zrównoważonym rozwojem w ramach krótkich łańcuchów dostaw.

Narzędzie pomiarowe zostało opracowane na podstawie procesu opartego na teorii. Początkowy zbiór 40 pytań w skali Likerta został opracowany na podstawie wcześniejszych badań dotyczących spożycia żywności, zaufania konsumentów oraz zrównoważonej gastronomii. W szczególności konstrukty te opierały się na teoriach dotyczących postrzeganej jakości i korzyści zdrowotnych wynikających ze spożycia żywności (Saba i Messina, 2003; Mesnage i in., 2020), gotowości do płacenia oraz kompromisów między ceną a jakością (Zeithaml, 1988; Loureiro i Umberger, 2007), zrównoważonym rozwojem i odpowiedzialności konsumentów (Vermeir i Verbeke, 2006) oraz zaufaniu do lokalnych sieci żywnościowych (Janssen i Hamm, 2012; Frimpong Boamah i in., 2024). W oparciu o te teoretyczne założenia cztery czynniki ukryte uznano za najbardziej istotne dla zrozumienia postaw konsumentów w kontekście nurtu slow food. W trakcie procesu empirycznego udoskonalenia z pierwotnej liczby 40 pozycji wykluczono osiem. Wykluczenie to jest uzasadnione zarówno teoretycznie, jak i metodologicznie, ponieważ w procesie oczyszczania skali często ujawniają się pozycje, które nie odzwierciedlają w odpowiedni sposób konstrukt ukrytego ze względu na niskie współczynniki wspólności, słabe współczynniki obciążenia (< 0.50) lub wysokie współczynniki obciążenia krzyżowego (Hair i in., 2019). Dzięki wyeliminowaniu tych pozycji skala zyskuje większą spójność wewnętrzną i trafność, pozostawiając 32 pozycje, które najlepiej odzwierciedlają konstrukty teoretyczne. Ostateczny zestaw 32 pozycji stanowi zatem narzędzie spójne pod względem teoretycznym i potwierdzone empirycznie.

Cztery konstrukty – jakość zdrowotna, premia cenowa, odpowiedzialność ekologiczna oraz zaufanie do lokalnych podmiotów – zostały zachowane, ponieważ bezpośrednio odzwierciedlają one kluczowe wymiary wskazane w literaturze poświęconej jakości żywności, zrównoważonemu rozwojowi oraz zaufaniu konsumentów. Ich znaczenie teoretyczne było szeroko omawiane w dotychczasowych badaniach, a w niniejszej pracy pełnią one rolę zmiennych ukrytych, operacjonalizowanych za pomocą zweryfikowanych pozycji pomiarowych (Steptoe i in., 1995; Loureiro i McCluskey, 2000; Vermeir i Verbeke, 2006; Janssen i Hamm, 2012; Grunert i in., 2014; Lee i in., 2025; Alam i in., 2025; Bahraseman i in., 2025).

W oparciu o podstawy teoretyczne i empiryczny zakres niniejszego badania postawiono hipotezę, że doświadczenia konsumentów związane z nurtem slow food oraz zrównoważonymi lokalnymi łańcuchami

and interpretable solution. The number of retained factors was determined by the Kaiser criterion (eigenvalues greater than 1), the percentage of total variance explained, and inspection of the scree plot. In behavioral and social sciences, cumulative variance explained above 50% is considered acceptable. Items were expected to exhibit standardized loadings of at least 0.50 on their respective factors, with minimal cross-loadings, to ensure adequate convergent representation of the construct.

Confirmatory factor analysis (CFA) was subsequently conducted within the framework of structural equation modeling (SEM) using the AMOS software package and maximum likelihood estimation. This step served to validate the measurement model derived from EFA. Several absolute, incremental, and parsimony-adjusted indices were used to evaluate model fit. A non-significant chi-square statistic is desirable, although given its sensitivity to sample size, the χ^2/df ratio is considered more reliable, with values below 3.0 typically accepted as indicating adequate fit. Incremental fit indices, including the Comparative Fit Index (CFI), Tucker–Lewis Index (TLI), Incremental Fit Index (IFI), and Normed Fit Index (NFI), should exceed 0.90 to indicate acceptable fit and 0.95 to reflect excellent fit. Absolute fit was further evaluated using the root mean square error of approximation (RMSEA); values below 0.08 represent reasonable fit, and values below 0.05 denote close fit, with the associated p -value for the test of close fit (PCLOSE) statistic greater than 0.05 confirming that the RMSEA does not differ significantly from zero. Parsimony-adjusted indices, such as the Parsimonious Normed Fit Index (PNFI) and Parsimonious Comparative Fit Index (PCFI), should surpass 0.50 to demonstrate that the model provides a good balance between fit and complexity. Finally, the Hoelter critical N was used to assess whether the sample size was sufficient for the model, with values above 200 considered indicative of sample adequacy for SEM.

Construct reliability and convergent validity were then examined. Composite reliability (CR) was calculated for each construct, with values greater than 0.70 indicating satisfactory internal consistency. Average variance extracted (AVE) was also computed, with values above 0.50 confirming that constructs capture more than half of the variance of their observed indicators. Standardized regression weights were further inspected, and values above 0.60 were taken as evidence of acceptable convergent validity. Discriminant validity was assessed through the Fornell–Larcker criterion and the heterotrait–monotrait ratio

dostaw w Piemontcie mają pozytywny wpływ na budowanie zaufania do krótkich sieci. Założono, że sposoby postrzegania jakości zdrowotnej, gotowości do ponoszenia kosztów oraz odpowiedzialności za zrównoważony rozwój wspólnie wzmacniają zaufanie do lokalnych systemów żywnościowych, co z kolei sprzyja zachowaniom wspierającym w ramach krótkich łańcuchów dostaw. W ramach analizy zbadano ponadto możliwość zastosowania tego modelu w innych kontekstach, zwłaszcza w Serbii i Europie Południowo-Wschodniej, gdzie tradycyjne dziedzictwo kulinarne pokrywa się z ideami *slow food*.

Właściwości psychometryczne narzędzia oceniono w ramach wieloetapowej procedury. Przed przeprowadzeniem ekstrakcji czynników sprawdzono adekwatność próby za pomocą wskaźnika Kaisera–Meyera–Olkina (KMO) oraz testu sferyczności Bartletta. Aby statystyka KMO została uznana za akceptowalną, powinna przekraczać 0,60, przy czym wartości powyżej 0,80 są zazwyczaj uznawane za bardzo dobre. Oczekuje się, że test Bartletta wykaże istotność ($p < 0,05$), co będzie oznaczało, że macierz korelacji nie jest macierzą tożsamościową i w związku z tym nadaje się do analizy czynnikowej. W pierwszej kolejności przeprowadzono eksploracyjną analizę czynnikową (EFA) w celu zbadania struktury ukrytej narzędzia pomiarowego. W celu uzyskania prostego i łatwego do interpretacji rozwiązania zastosowano metodę ekstrakcji metodą największego prawdopodobieństwa w połączeniu z rotacją Varimax. Liczbę zachowanych czynników ustalono na podstawie kryterium Kaisera (wartości własne większe od 1), odsetka całkowitej wariancji wyjaśnionej oraz analizy wykresu osypiska (ang. *scree plot*). W naukach behawioralnych i społecznych za akceptowalną uznaje się skumulowaną wariancję wyjaśnioną na poziomie powyżej 50%. Oczekiwano, że pozycje będą wykazywały znormalizowane współczynniki obciążenia wynoszące co najmniej 0,50 w odniesieniu do poszczególnych czynników, przy minimalnych współczynnikach obciążenia krzyżowego, aby zapewnić odpowiednią konwergentną reprezentację konstruktów.

Następnie przeprowadzono potwierdzającą analizę czynnikową (CFA) w ramach modelowania równań strukturalnych (SEM) z wykorzystaniem pakietu oprogramowania AMOS oraz estymacji metodą największej wiarygodności. Ten etap służył weryfikacji modelu pomiarowego wywiedzionego z eksploracyjnej analizy czynnikowej (EFA). Do oceny dopasowania modelu wykorzystano kilka wskaźników dopasowania bezwzględnego, przyrostowego oraz skorygowanych o parsymonię. Nieistotna statystyka chi-kwadrat jest pożądana, jednak ze względu

of correlations (HTMT). The Fornell–Larcker criterion requires that the square root of AVE for each construct is greater than its correlations with all other constructs. HTMT was applied as a more stringent test, with recommended values below 0.85 under conservative criteria and below 0.90 under more liberal ones. These thresholds indicate whether constructs are empirically distinct from one another. By combining EFA, CFA within SEM in AMOS, reliability and validity checks, and model fit evaluation, the analysis ensured a rigorous assessment of the dimensionality, internal consistency, and discriminant power of the measurement instrument.

The sampling procedure followed a convenience sampling approach, as respondents were recruited directly among visitors to “Terra Madre – Salone del Gusto”. This type of sampling is common in event-based research, particularly in large-scale fairs where the target population consists of consumers already engaged with sustainable food practices. While convenience sampling may introduce certain biases, such as a higher representation of individuals who are more educated, environmentally aware, or gastronomically engaged, it provides valuable insights into the perceptions of consumers who are most relevant to the slow food context. Data collection was conducted on-site during the five days of the event. Questionnaires were distributed in printed form by trained researchers and completed in a self-administered format, with interviewers available to provide clarifications if needed. On average, the completion time did not exceed 15 minutes. Participation was voluntary, and no monetary or material incentives were offered. To ensure research integrity, respondents were informed about the purpose of the study and provided with assurances of confidentiality and anonymity. The study complied with standard ethical research principles, including informed consent and the right to withdraw at any point. All statistical analyses were carried out using SPSS 28.0 for preliminary testing and exploratory factor analysis, and AMOS 28.0 for confirmatory factor analysis and structural equation modeling.

na jej wrażliwość na liczebność próby za bardziej wiarygodny uznaje się stosunek χ^2/df , przy czym wartości poniżej 3,0 są zazwyczaj przyjmowane jako wskazujące na odpowiednie dopasowanie modelu. Wskaźniki dopasowania przyrostowego, w tym wskaźnik dopasowania porównawczego (CFI), wskaźnik Tuckera–Lewisa (TLI), wskaźnik dopasowania przyrostowego (IFI) oraz wskaźnik dopasowania modelu (NFI), powinny przekraczać wartość 0,90, aby wskazywać na akceptowalne dopasowanie, lub 0,95, aby odzwierciedlać doskonałe dopasowanie. Dopasowanie bezwzględne oceniono dodatkowo za pomocą wskaźnika średniego błędu kwadratowego aproksymacji (RMSEA); wartości poniżej 0,08 wskazują na rozsądne dopasowanie, a wartości poniżej 0,05 – na ścisłe dopasowanie, przy czym wartość p dla testu ścisłego dopasowania (PCLOSE) większa niż 0,05 potwierdza, że wskaźnik RMSEA nie różni się istotnie od zera. Wskaźniki skorygowane pod kątem parsymonii, takie jak wskaźnik oszczędnego dopasowania znormalizowanego (PNFI) oraz wskaźnik oszczędnego dopasowania porównawczego (PCFI), powinny przekraczać wartość 0,50, aby wykazać, że model zapewnia dobrą równowagę między dopasowaniem a złożonością. Wreszcie aby ocenić, czy wielkość próby była wystarczająca dla danego modelu, wykorzystano krytyczną wartość N według Hoeltera, przy czym wartości powyżej 200 uznano za wskazujące na adekwatność próby dla modelu SEM.

Następnie zbadano rzetelność konstrukcyjną oraz trafność zbieżną. Dla każdego konstruktów obliczono wskaźnik rzetelności złożonej (CR), przy czym wartości powyżej 0,70 wskazują na zadowalającą spójność wewnętrzną. Obliczono również średnią wariancję wyodrębnioną (AVE), przy czym wartości powyżej 0,50 potwierdzają, że konstrukty wyjaśniają ponad połowę wariancji obserwowanych wskaźników. Następnie poddano dalszej analizie znormalizowane współczynniki regresji, a wartości powyżej 0,60 uznano za dowód akceptowalnej trafności zbieżnej. Trafność różnicową oceniono za pomocą kryterium Fornella–Larckera oraz wskaźnika korelacji Heterotrait–Monotrait (HTMT). Kryterium Fornella–Larckera wymaga, aby pierwiastek kwadratowy z AVE dla każdego konstruktów był większy niż jego korelacje ze wszystkimi pozostałymi konstruktami. Jako bardziej rygorystyczny test zastosowano HTMT, przy czym zalecane wartości wynosiły poniżej 0,85 przy konserwatywnych kryteriach oraz poniżej 0,90 przy bardziej liberalnych. Progi te wskazują, czy konstrukty różnią się od siebie empirycznie. Dzięki połączeniu analizy czynnikowej (EFA) i analizy czynnikowej potwierdzającej (CFA) w ramach modelu SEM w programie AMOS, kontroli rzetelności i trafności oraz oceny dopasowania modelu,

analiza zapewniła rygorystyczną ocenę wymiarowości, spójności wewnętrznej i mocy różnicowej narzędzia pomiarowego.

W procedurze doboru próby zastosowano metodę doboru wygodnego, ponieważ respondentów rekrutowano bezpośrednio spośród odwiedzających targi „Terra Madre – Salone del Gusto”. Ten rodzaj doboru próby jest powszechnie stosowany w badaniu wydarzeń, zwłaszcza dużych targów, gdzie populacja docelowa składa się z konsumentów już zaangażowanych w zrównoważone praktyki żywieniowe. Chociaż dobór wygodny może powodować pewne odchylenia, takie jak większy udział osób lepiej wykształconych, bardziej świadomych ekologicznie lub zainteresowanych gastronomią, dostarcza on cennych informacji na temat percepcji konsumentów najbardziej znamienych dla słów food. Zbieranie danych odbywało się na miejscu przez pięć dni trwania imprezy. Kwestionariusze zostały rozdane w formie drukowanej przez przeszkolonych badaczy i wypełnione samodzielnie przez respondentów, przy czym ankieterzy byli gotowi udzielić wyjaśnień w razie potrzeby. Średnio czas wykonania zadania nie przekraczał 15 minut. Udział w badaniu miał charakter dobrowolny i nie oferowano żadnych zachęt finansowych ani rzeczowych. Aby zapewnić rzetelność badań, respondenci zostali poinformowani o celu badania oraz otrzymali gwarancje poufności i anonimowości. Badanie przeprowadzono zgodnie ze standardowymi zasadami etyki badawczej, w tym z zasadą świadomej zgody oraz prawem do wycofania się z udziału w dowolnym momencie. Wszystkie analizy statystyczne wykonano przy użyciu programu SPSS 28.0, służącego przeprowadzeniu wstępnych testów i eksploracyjnej analizy czynnikowej, oraz programu AMOS 28.0, by przeprowadzić potwierdzającą analizę czynnikową i modelowanie równań strukturalnych.

Results

To verify the suitability of the data for factor analysis, the Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) measure and Bartlett’s test of sphericity were performed. The KMO value was 0.930, indicating excellent sampling adequacy (Hair et al., 2019). Bartlett’s test of sphericity was significant, $\chi^2(496) = 8296.28$, $p < 0.001$, confirming that correlations among items were sufficiently large for exploratory factor analysis (Table 1).

Exploratory factor analysis (EFA) was conducted using the maximum likelihood extraction method with Varimax rotation. The analysis identified four factors with eigenvalues greater than 1, jointly explaining 63.82% of the total variance. Each factor contributed between 13.9% and 15.2%

Wyniki

W celu sprawdzenia, czy dane nadają się do analizy czynnikowej, zastosowano miarę Kaisera–Meyera–Olkina (KMO) oraz test sferyczności Bartletta. Wartość KMO wyniosła 0,930, co wskazuje na doskonałą adekwatność próby (Hair i in., 2019). Test sferyczności Bartletta wykazał istotność statystyczną: $\chi^2(496) = 8296,28$; $p < 0,001$, co potwierdza, że korelacje między pozycjami były wystarczająco duże, aby przeprowadzić eksploracyjną analizę czynnikową (tab. 1).

Przeprowadzono eksploracyjną analizę czynnikową (EFA) z wykorzystaniem metody ekstrakcji największego prawdopodobieństwa oraz rotacji Varimax. W wyniku analizy zidentyfikowano cztery czynniki o wartościach własnych większych od 1, które łącznie

of the variance, indicating a balanced latent structure without one factor dominating the explained variance. The results are presented in Table 2.

wyjaśniają 63,82% całkowitej wariancji. Każdy czynnik wyjaśniał od 13,9 do 15,2% wariancji, co wskazuje na zrównoważoną strukturę ukrytą, w której żaden z czynników nie dominuje pod względem wyjaśnianej wariancji. Wyniki przedstawiono w tabeli 2.

Table 1. KMO and Bartlett's Test

Tabela 1. KMO i test Bartletta

Test	Value / Wartość
Kaiser–Meyer–Olkin measure of sampling adequacy / Wskaźnik adekwatności próby Kaisera–Meyera–Olkina	0.930
Bartlett's test of sphericity – approx. chi-square / Test sferyczności Bartletta – przybliżona wartość chi-kwadrat	8,296.275
Bartlett's test of sphericity – df / Test sferyczności Bartletta – df	496
Bartlett's test of sphericity – sig. / Test sferyczności Bartletta – sig.	0.000

Source: authors' own elaboration.

Źródło: opracowanie własne autorów.

Table 2. Total variance explained by the four extracted factors*

Tabela 2. Całkowita wariancja wyjaśniona przez cztery wyodrębnione czynniki*

Factor / Czynnik	Initial eigenvalues / Wartości własne początkowe	Extraction sums of squared loadings / Suma kwadratów obciążeń ekstrakcyjnych	Rotation sums of squared loadings / Suma kwadratów obciążeń w rotacji
	Total / Razem	% of variance / % wariancji	Cumulative % / % skumulowany
1	5.363	16.76	16.76
2	5.202	16.26	33.01
3	5.076	15.86	48.88
4	4.781	14.94	63.82
Total / Razem	–	–	63.82

* Note: Extraction method – maximum likelihood; rotation – Varimax /

* Uwaga: metoda ekstrakcji: największe prawdopodobieństwo; rotacja: Varimax

Source: authors' own elaboration.

Źródło: opracowanie własne autorów.

The rotated factor matrix (Table 3) confirmed the expected four-dimensional structure. All items loaded strongly (> 0.75) on their intended factors, with minimal cross-loadings. Factor 1 (Health Quality) captured perceptions of nutritional value, freshness, and authenticity. Factor 2 (Price Premium) reflected willingness to pay more when origin, labeling, and community benefits were clear. Factor 3 (Green Responsibility) grouped items related to biodiversity, social responsibility, and sustainable practices. Finally, Factor 4 (Local Trust) represented consumer confidence in local producers, cooperatives, and transparent supply chains.

Obrócona macierz czynników (tab. 3) potwierdziła oczekiwaną strukturę czterowymiarową. Wszystkie zmienne wykazały silną ($> 0,75$) korelację z przypisanymi im czynnikami, przy minimalnych korelacjach krzyżowych. Czynnik 1 (jakość zdrowotna) odzwierciedlał postrzeganie wartości odżywczej, świeżości i autentyczności. Czynnik 2 (premia cenowa) odzwierciedlał gotowość do zapłacenia wyższej ceny, gdy pochodzenie, oznakowanie i korzyści dla społeczności były jasno określone. Czynnik 3 (odpowiedzialność ekologiczna) obejmował pozycje związane z różnorodnością biologiczną, odpowiedzialnością społeczną i zrównoważonymi praktykami. Wreszcie czynnik 4 (zaufanie do lokalnych podmiotów) odzwierciedlał zaufanie konsumentów do lokalnych producentów, spółdzielni oraz przejrzystych łańcuchów dostaw.

Table 3. Rotated factor loadings for the four extracted factors***Tabela 3. Obrócone ładunki czynnikowe dla czterech wyodrębnionych czynników***

	Factor / Czynniki			
	Health Quality / Jakość zdrowotna	Price Premium / Premia cenowa	Green Responsibility / Odpowiedzialność ekologiczna	Local Trust / Zaufanie do lokalnych podmiotów
Traditional methods / Metody tradycyjne	.048	-.013	.049	.756
Chain trust / Zaufanie do łańcucha	-.001	-.021	-.025	.758
Info access / Dostęp do informacji	-.044	.061	-.024	.783
Market trust / Zaufanie do rynku	-.004	-.082	-.030	.772
Origin premium / Premia za pochodzenie	-.018	.780	-.036	-.040
Producer support / Wsparcie dla producentów	.031	.772	.005	-.062
Local justification / Uzasadnienie lokalne	.004	.761	-.005	-.008
Community spending / Wydatki społeczności	.013	.768	.036	-.016
Health choice / Wybór zdrowotny	.004	.798	-.032	.053
Label premium / Premia za etykietę	-.016	.795	-.018	-.051
Direct support / Bezpośrednie wsparcie	.000	.768	.030	-.019
Eco impact / Wpływ na środowisko	.014	-.069	.781	-.024
Biodiversity value / Wartość różnorodności biologicznej	.003	.028	.752	-.041
Social influence / Wpływ społeczny	.050	.029	.766	-.026
Short transport / Transport na krótkich trasach	.039	.057	.769	.014
Sustainability priority / Priorytet w zakresie zrównoważonego rozwoju	-.001	-.036	.779	-.011
Green practices / Ekologiczne praktyki	-.040	.016	.770	-.008
Nutritional value / Wartość odżywcza	.790	-.011	.004	.012
Natural flavor / Naturalny smak	.778	.004	.027	-.036
Additive avoidance / Unikanie dodatków	.775	-.025	-.023	-.013
Health benefit / Korzyści zdrowotne	.778	.040	-.005	-.023
Authentic experience / Autentyczne doświadczenie	.746	.047	.001	.023
Quality consistency / Stała jakość	.762	-.028	.032	.052
Freshness belief / Przekonanie o świeżości	.817	.013	-.049	-.028
Brand loyalty / Lojalność wobec marki	.771	.011	.048	.004

* Note: Extraction method – maximum likelihood; rotation – Varimax Only loadings ≥ 0.40 are displayed. /

* Uwaga: metoda ekstrakcji: największe prawdopodobieństwo; rotacja: Varimax. Wyświetlane są wyłącznie współczynniki obciążenia $\geq 0,40$.

Source: authors' own elaboration.

Źródło: opracowanie własne autorów.

Table 3 presents the rotated factor loadings obtained through maximum likelihood extraction and Varimax rotation. The four columns correspond to the extracted latent factors: Health Quality, Price Premium, Green Responsibility, and Local Trust. Each column lists the observed variables with loadings above 0.40, indicating their strong association with the respective factor. Loadings above 0.70 highlight highly representative items that define the conceptual meaning of each construct. The results confirm that consumer perceptions of slow food

W tabeli 3 przedstawiono obrócone obciążenia czynnikowe uzyskane poprzez ekstrakcję metodą największego prawdopodobieństwa oraz rotację Varimax. Cztery kolumny odpowiadają wyodrębnionym czynnikom ukrytym: jakości zdrowotnej, premii cenowej, odpowiedzialności ekologicznej i zaufaniu do lokalnych podmiotów. W każdej kolumnie wymieniono zmienne obserwowane o współczynnikach obciążenia powyżej 0,40, co wskazuje na ich silny związek z danym czynnikiem. Współczynniki obciążenia powyżej 0,70 wskazują

cluster into four coherent dimensions that jointly explain trust formation in short supply chains.

The confirmatory factor analysis confirmed the four-factor structure of the measurement model, as presented in Figure 2. All items loaded strongly and significantly on their intended constructs, with standardized loadings ranging from 0.75 to 0.81 for Health Quality, from 0.76 to 0.79 for Price Premium, from 0.76 to 0.78 for Green Responsibility, and from 0.75 to 0.79 for Local Trust. These values are well above the recommended threshold of 0.60, demonstrating solid convergent validity of the measurement scales. The error terms were within acceptable ranges, and no cross-loadings were observed. Furthermore, the correlations among the four latent constructs were extremely low (ranging between -0.04 to $+0.02$), which indicates that each factor captures a distinct dimension of consumer perceptions. The CFA results therefore confirm that the final measurement model adequately represents the multidimensional structure of consumer trust and support for slow food practices.

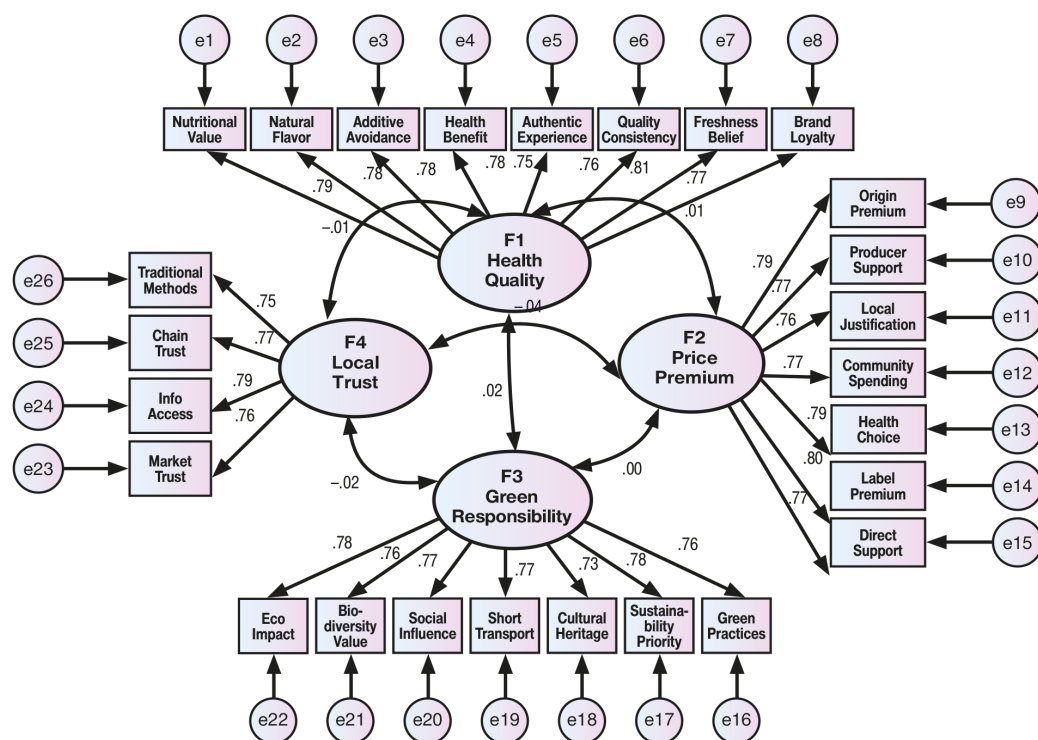
The confirmatory factor analysis (CFA) indicated an excellent overall model fit. The χ^2 statistic was non-significant, $\chi^2(293) = 272.56$, $p = .799$, with a χ^2/df ratio of 0.93, which is well below the recommended cutoff of 3.0 (Hair et al., 2019). Incremental fit indices also confirmed a good fit: $CFI = 1.000$, $IFI = 1.000$, $TLI = 1.000$, and $NFI = 0.959$, all exceeding the recommended threshold of 0.90. The RMSEA was 0.000, with a 90% confidence interval of 0.000–0.013 and $PCLOSE = 1.000$, further supporting a close model fit. Parsimony-adjusted indices were also satisfactory ($PNFI = 0.865$; $PCFI = 0.902$). The Hoelter critical N was 548 ($p < 0.05$) and 578 ($p < 0.01$), suggesting that the sample size of 448 respondents was more than adequate for the complexity of the model. Collectively, these fit indices provide strong evidence that the proposed four-factor measurement model exhibits an excellent fit to the data.

na wysoce reprezentatywne pozycje, które określają znaczenie pojęciowe każdego konstruktów. Wyniki potwierdzają, że postrzeganie slow food przez konsumentów można podzielić na cztery spójne wymiary, które łącznie wyjaśniają proces budowania zaufania w krótkich łańcuchach dostaw.

Potwierdzająca analiza czynnikowa wykazała czteroczynnikową strukturę modelu pomiarowego, przedstawioną na rysunku 2. Wszystkie pozycje potwierdziły silne i istotne obciążenia na przypisanych im konstruktach, przy czym znormalizowane obciążenia wahały się od 0,75 do 0,81 dla jakości zdrowotnej, od 0,76 do 0,79 dla premii cenowej, od 0,76 do 0,78 dla odpowiedzialności ekologicznej oraz od 0,75 do 0,79 dla zaufania do lokalnych podmiotów. Wartości te znacznie przewyższają zalecany próg wynoszący 0,60, co świadczy o solidnej trafności zbieżnej skal pomiarowych. Wartości błędów mieściły się w dopuszczalnych granicach i nie zaobserwowano żadnych obciążeń krzyżowych. Ponadto korelacje między czterema konstruktami ukrytymi były niezwykle niskie (wahające się w przedziale od $-0,04$ do $+0,02$), co wskazuje, że każdy czynnik odzwierciedla odrębny wymiar postrzegania przez konsumentów. Wyniki analizy CFA potwierdzają zatem, że ostateczny model pomiarowy odpowiednio odzwierciedla wielowymiarową strukturę zaufania konsumentów i poparcia dla praktyk slow food.

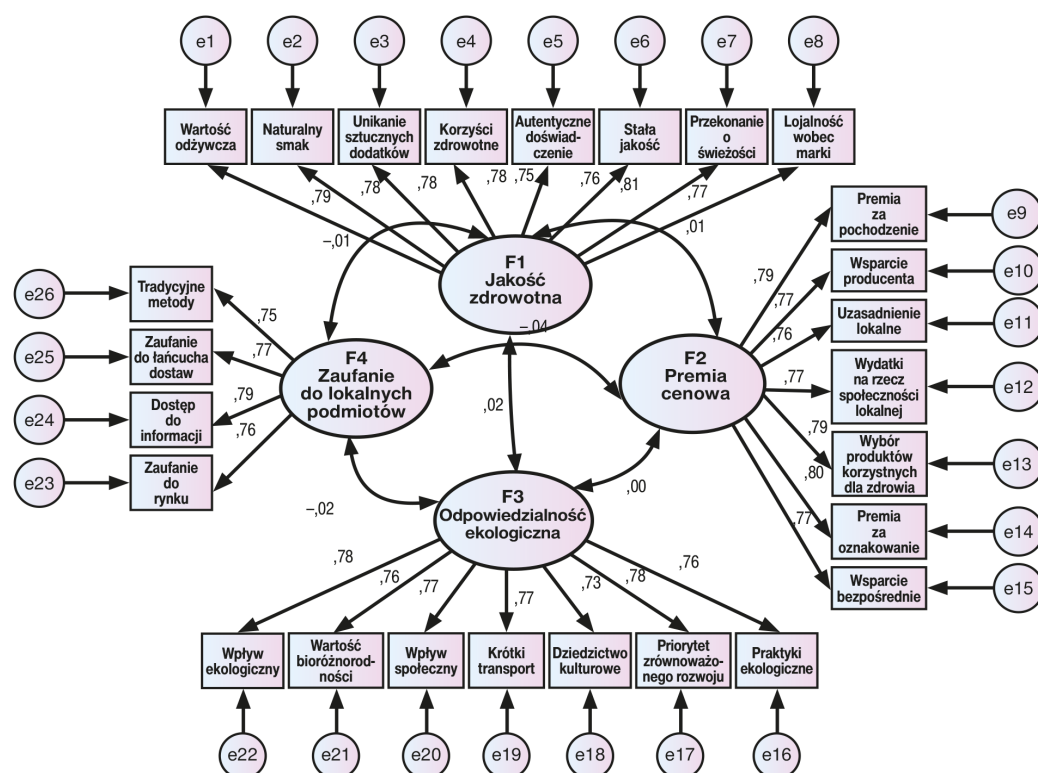
Analiza czynnikowa potwierdzająca (CFA) wykazała doskonałe ogólne dopasowanie modelu. Statystyka χ^2 nie była istotna statystycznie: $\chi^2(293) = 272,56$; $p = 0,799$, przy współczynniku χ^2/df wynoszącym 0,93, co znacznie odbiega od zalecanej wartości granicznej wynoszącej 3,0 (Hair i in., 2019). Wskaźniki dopasowania przyrostowego również potwierdziły dobre dopasowanie: Wskaźniki: $CFI = 1,000$; $IFI = 1,000$; $TLI = 1,000$ oraz $NFI = 0,959$ – wszystkie przekraczają zalecany próg wynoszący 0,90. Wskaźnik RMSEA wyniósł 0,000, przy wynoszącym 90% przedziale ufności liczącym [0,000–0,013] oraz wartości $PCLOSE = 1,000$, co dodatkowo potwierdza dobre dopasowanie modelu. Wskaźniki skorygowane pod kątem parsymonii również były zadowalające ($PNFI = 0,865$; $PCFI = 0,902$). Wartość krytyczna N według Hoeltera wyniosła 548 ($p < 0,05$) oraz 578 ($p < 0,01$), co wskazuje, że próba licząca 448 respondentów była więcej niż wystarczająca, biorąc pod uwagę złożoność modelu. W sumie wskaźniki dopasowania dostarczają mocnych dowodów na to, że proponowany czteroczynnikowy model pomiarowy wykazuje doskonałe dopasowanie do danych.

Figure 2. Structural equation modelling (SEM)



Source: authors' own elaboration.

Rysunek 2. Modelowanie równań strukturalnych (SEM)



Źródło: opracowanie własne autorów.

Table 4. Construct reliability and convergent validity***Tabela 4. Rzetelność konstruktów i trafność zbieżna***

Construct / Konstrukt	Items (N) / Pozycje (N)	Composite reliability (CR) / Rzetelność złożona (CR)	Average variance extracted (AVE) / Średnia wariancja wyodrębniona (AVE)
Health Quality / Jakość zdrowotna	8	0.924	0.603
Price Premium / Premia cenowa	7	0.915	0.603
Green Responsibility / Odpowiedzialność ekologiczna	7	0.908	0.587
Local Trust / Zaufanie do lokalnych podmiotów	4	0.851	0.588

* Note: All CR values exceed the recommended threshold of 0.70, indicating good internal consistency. AVE values are above the 0.50 benchmark, confirming convergent validity (Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 2019). /

* Uwaga: wszystkie wartości CR przekraczają zalecany próg wynoszący 0,70, co wskazuje na dobrą spójność wewnętrzną. Wartości AVE przekraczają poziom odniesienia wynoszący 0,50, co potwierdza trafność zbieżną (Fornell i Larcker, 1981; Hair i in., 2019).

Source: authors' own elaboration.

Źródło: opracowanie własne autorów.

As presented in Table 4, the composite reliability (CR) of all constructs ranged between 0.85 and 0.92, comfortably exceeding the recommended 0.70 threshold. Average variance extracted (AVE) values varied between 0.587 and 0.603, all above the 0.50 benchmark, thereby confirming the convergent validity of the measurement model.

Jak przedstawiono w tabeli 4, wskaźnik rzetelności złożonej (CR) wszystkich konstruktów mieścił się w przedziale od 0,85 do 0,92, znacznie przekraczając zalecany próg 0,70. Wartości średniej wariancji wyodrębnionej (AVE) wahały się od 0,587 do 0,603, a wszystkie przekraczały próg 0,50, co potwierdza trafność zbieżną modelu pomiarowego.

Table 5. Fornell–Larcker discriminant validity***Tabela 5. Trafność różnicowa Fornella–Larckera***

Construct / Konstrukt	F1 Health Quality / C1 – Jakość zdrowotna	F2 Price Premium / C2 – Premia cenowa	F3 Green Responsibility / C3 – Odpowiedzialność ekologiczna	F4 Local Trust / C4 – Zaufanie do lokalnych podmiotów
F1 Health Quality / C1 – Jakość zdrowotna	0.776	0.01	–0.02	–0.01
F2 Price Premium / C2 – Premia cenowa	0.01	0.776	0.00	0.02
F3 Green Responsibility / C3 – Odpowiedzialność ekologiczna	–0.02	0.00	0.766	–0.02
F4 Local Trust / C4 – Zaufanie do lokalnych podmiotów	–0.01	0.02	–0.02	0.767

* Note: Diagonal values represent $\sqrt{\text{AVE}}$. Off-diagonal values are inter-construct correlations. In all cases, $\sqrt{\text{AVE}} >$ inter-construct correlations, confirming discriminant validity. /

* Uwaga: wartości na przekątnych odpowiadają $\sqrt{\text{AVE}}$. Wartości poza przekątną to korelacje między konstruktami. We wszystkich przypadkach $\sqrt{\text{AVE}} >$ korelacje między konstruktami, co potwierdza trafność różnicową.

Source: authors' own elaboration.

Źródło: opracowanie własne autorów.

As shown in Table 5, the square root of AVE values (ranging between 0.766 and 0.776) were higher than the corresponding inter-construct correlations. This demonstrates that each latent construct shares more variance with its indicators than with other constructs, thereby confirming discriminant validity according to the Fornell–Larcker criterion.

Jak pokazano w tabeli 5, wartości pierwiastka kwadratowego z AVE (wahające się w przedziale od 0,766 do 0,776) były wyższe niż odpowiadające im korelacje między poszczególnymi konstruktami. Wynika z tego, że każdy konstrukt ukryty wykazuje większą wariancję ze swoimi wskaźnikami niż z innymi konstruktami, co potwierdza trafność różnicową zgodnie z kryterium Fornella–Larckera.

Discriminant validity was further assessed using the HTMT (heterotrait–monotrait) ratio. The results (Table 6) show that all HTMT values were substantially below the conservative threshold of 0.85, confirming clear discriminant validity among the four constructs. These findings are consistent with the Fornell–Larcker criterion (Table 5), which already demonstrated that the square root of AVE for each construct exceeded the inter-construct correlations.

Trafność różnicową oceniono dodatkowo za pomocą wskaźnika HTMT (Heterotrait–Monotrait). Wyniki (tab. 6) wskazują, że wszystkie wartości HTMT były znacznie niższe od konserwatywnego progu wynoszącego 0,85, co potwierdza wyraźną trafność różnicową między czterema konstruktami. Wyniki te są zgodne z kryterium Fornella–Larckera (tab. 5), które już wcześniej wykazało, że pierwiastek kwadratowy z AVE dla każdego konstruktu przewyższał korelacje między poszczególnymi konstruktami.

Table 6. HTMT (heterotrait–monotrait)*

Tabela 6. HTMT (Heterotrait–Monotrait)*

Constructs / Konstrukty	F1 Health Quality / C1 – Jakość zdrowotna	F2 Price Premium / C2 – Premia cenowa	F3 Green Responsibility / C3 – Odpowiedzialność ekologiczna	F4 Local Trust / C4 – Zaufanie do lokalnych podmiotów
F1 Health Quality / C1 – Jakość zdrowotna	–	0.010	0.020	0.010
F2 Price Premium / C2 – Premia cenowa	0.010	–	0.000	0.020
F3 Green Responsibility / C3 – Odpowiedzialność ekologiczna	0.020	0.000	–	0.020
F4 Local Trust / C4 – Zaufanie do lokalnych podmiotów	0.010	0.020	0.020	–

* Note: All HTMT ratios are far below 0.85 (Henseler et al., 2015), indicating satisfactory discriminant validity. /

* Uwaga: wszystkie wskaźniki HTMT są znacznie niższe od 0,85 (Henseler i in., 2015), co wskazuje na zadowalającą trafność różnicową.

Source: authors' own elaboration.

Źródło: opracowanie własne autorów.

All structural paths among the four latent domains were small and statistically non-significant ($\beta \approx -0.04$ to $+0.02$; $p > .05$), supporting a configurational rather than causal interpretation of the model. Given these nonsignificant paths, the structural model should be interpreted as descriptive rather than causal. Its primary contribution lies in illustrating the independence of the four motivational domains, rather than in identifying directional relationships among them. Rather than reflecting weak associations, these results indicate that the four constructs – Health Quality, Price Premium, Green Responsibility, and Local Trust – function as distinct yet complementary motivational dimensions. In this sense, consumer perceptions of slow food appear to be structured around independent evaluative criteria, rather than forming a single linear causal sequence. This multidimensional configuration reinforces the discriminant validity confirmed in Tables 5 and 6 and substantiates the theoretical proposition that trust formation in slow food systems emerges from multiple, parallel motivations rather than from any dominant causal pathway. Collectively, these findings affirm that the measurement model exhibits strong

Wszystkie ścieżki strukturalne między czterema domenami utajonymi były niewielkie i statystycznie nieistotne ($\beta \approx$ od $-0,04$ do $+0,02$; $p > 0,05$), co przemawia za interpretacją modelu jako konfiguracyjnego, a nie przyczynowego. Biorąc pod uwagę te nieistotne statystycznie ścieżki, model strukturalny należy interpretować raczej jako opisowy, a nie przyczynowo-skutkowy. Jego główny wkład polega raczej na zilustrowaniu niezależności czterech obszarów motywacyjnych, a nie na wskazaniu relacji kierunkowych między nimi. Wyniki te nie wskazują na słabe powiązania, lecz sugerują, że cztery konstrukty – jakość zdrowotna, premia cenowa, odpowiedzialność ekologiczna i zaufanie do lokalnych podmiotów – funkcjonują jako odrębne, ale uzupełniające się wymiary motywacyjne. W tym sensie postrzeganie slow food przez konsumentów wydaje się opierać na niezależnych kryteriach oceny, a nie tworzyć jedną liniową sekwencję przyczynowo-skutkową. Ta wielowymiarowa konfiguracja wzmacnia trafność różnicową przedstawioną w tabelach 5 i 6 oraz potwierdza tezę teoretyczną, że budowanie zaufania w systemach slow food wynika z wielu równoległych

reliability and validity, providing a sound empirical foundation for the ensuing theoretical discussion. Accordingly, the insights from the SEM should be viewed as supportive and descriptive, reinforcing the validated measurement structure rather than offering strong causal inferences.

Discussion

The confirmatory factor analysis presented in Figure 2 illustrates the internal configuration of the four latent constructs that shape consumer perceptions of slow food in Piedmont. The model achieved an excellent overall fit ($CFI = 1.00$; $RMSEA = 0.00$), confirming that the measurement structure is statistically robust and theoretically coherent. The structural analysis formally tested the hypothesized relationships derived from the conceptual framework. Although none of the path coefficients reached statistical significance, their directions were consistent with theoretical expectations. This outcome suggests that the hypothesized relationships hold conceptual validity, even if they do not manifest as direct causal effects within the model. The results should therefore be interpreted as evidence of structural coherence and multidimensional stability, rather than as proof of linear causality among constructs. For this reason, the structural model should be viewed primarily as descriptive, serving to illustrate the independence of the constructs rather than to generate causal explanations. The very low standardized path coefficients (-0.04 to $+0.02$) do not indicate model weakness but rather demonstrate that the constructs – Health Quality, Price Premium, Green Responsibility, and Local Trust – function as independent yet complementary motivational domains.

Consumers appear to evaluate these dimensions as distinct but complementary criteria that jointly characterize their support for local and sustainable food systems. This conceptual independence reinforces the discriminant validity demonstrated in the measurement tests and highlights the multidimensional nature of consumer reasoning within the slow food context. Health Quality reflects individual well-being motives; Price Premium expresses fairness and community support; Green Responsibility captures ethical and environmental commitment; and Local Trust embodies social and informational confidence in producers. Together, these dimensions form a stable and theoretically coherent motivational configuration.

motywacji, a nie z jakiegokolwiek dominującej ścieżki przyczynowo-skutkowej. W sumie wyniki te potwierdzają, że model pomiarowy charakteryzuje się wysoką rzetelnością i trafnością, stanowiąc solidną podstawę empiryczną dla dalszej dyskusji teoretycznej. W związku z tym wnioski płynące z analizy SEM należy traktować jako uzupełniające i opisowe, potwierdzające zweryfikowaną strukturę pomiarową, a nie jako wskazujące na silne związki przyczynowo-skutkowe.

Dyskusja

Potwierdzająca analiza czynnikowa przedstawiona na rysunku 2 ilustruje wewnętrzną strukturę czterech konstruktów ukrytych, które kształtują postrzeganie slow food przez konsumentów w Piemontie. Model wykazał doskonałe ogólne dopasowanie ($CFI = 1,00$; $RMSEA = 0,00$), co potwierdza, że struktura pomiarowa jest statystycznie solidna i spójna pod względem teoretycznym. W ramach analizy strukturalnej przeprowadzono formalną weryfikację hipotez dotyczących zależności wywodzących się z ram koncepcyjnych. Chociaż żaden ze współczynników ścieżki nie osiągnął istotności statystycznej, ich kierunki były zgodne z oczekiwaniami teoretycznymi. Wynik ten sugeruje, że hipotezy dotyczące tych zależności są poprawne pod względem koncepcyjnym, nawet jeśli nie przejawiają się one w modelu jako bezpośrednie skutki przyczynowo-skutkowe. Wyniki należy zatem interpretować jako dowód spójności strukturalnej i stabilności wielowymiarowej, a nie jako dowód liniowej zależności przyczynowo-skutkowej między konstruktami. Z tego powodu model strukturalny należy traktować przede wszystkim jako model opisowy, służący raczej zilustrowaniu niezależności konstruktów niż sformułowaniu wyjaśnień przyczynowych. Bardzo niskie znormalizowane współczynniki ścieżek (od $-0,04$ do $+0,02$) nie wskazują na słabość modelu, lecz raczej pokazują, że konstrukty – jakość zdrowotna, premia cenowa, odpowiedzialność ekologiczna i zaufanie do lokalnych podmiotów – funkcjonują jako niezależne, ale uzupełniające się obszary motywacyjne.

Konsumenci wydają się postrzegać te wymiary jako odrębne, lecz komplementarne kryteria, które razem określają ich poparcie dla lokalnych i zrównoważonych systemów żywnościowych. Ta conceptualna niezależność dodatkowo potwierdza trafność różnicową wykazaną w testach pomiarowych oraz uwidacznia wielowymiarowy charakter rozumowania konsumentów w kontekście slow food. Jakość zdrowotna odzwierciedla motywacje związane z indywidualnym dobrostanem; premia cenowa wiąże się ze sprawiedliwością i wsparciem społeczności;

From a theoretical standpoint, the results suggest that trust in short supply chains reflects the coexistence of several motivations embedded within a shared moral and cultural framework. This interpretation aligns with recent perspectives in consumer behavior and sustainable food research that emphasize the multidimensional and configurational nature of decision-making. Practically, strategies aimed at strengthening sustainable local supply chains should therefore address these domains as distinct policy and communication targets by improving product quality signals, justifying price premiums through local fairness, promoting environmental benefits, and increasing transparency to sustain trust. The Piedmont case thus illustrates how multidimensional value structures can coexist in supporting consumer attachment to local food systems. Moreover, this structural stability provides a foundation for examining the model in other contexts, particularly Serbia and Southeast Europe, where traditional food heritage and emerging market mechanisms may similarly interact with trust-based consumer motivations.

Conclusion

This study examined consumer perceptions of slow food and sustainable local supply chains using “Terra Madre – Salone del Gusto” in Piedmont, Italy, as an empirical case. Survey data from 448 visitors confirmed that consumer evaluations of local food systems are multidimensional and organized around four distinct yet complementary constructs: Health Quality, Price Premium, Green Responsibility, and Local Trust. The confirmatory factor analysis demonstrated excellent model fit, indicating that these constructs form a coherent and internally consistent motivational structure. However, the structural analysis showed that the path coefficients among constructs were very low and not statistically significant. This finding suggests that the dimensions operate as independent but interrelated motivational domains, supporting the idea of conceptual coherence rather than direct causality. Thus, the structural component

odpowiedzialność ekologiczna odzwierciedla zaangażowanie etyczne i środowiskowe, natomiast zaufanie do lokalnych podmiotów wyraża społeczną i informacyjną ufność wobec producentów. Wspólnie wymiary te tworzą stabilną i spójną teoretycznie konfigurację motywacji.

Z teoretycznego punktu widzenia wyniki sugerują, że zaufanie do krótkich łańcuchów dostaw odzwierciedla współistnienie wielu motywacji osadzonych we wspólnych ramach moralnych i kulturowych. Interpretacja ta jest zgodna z najnowszymi ujęciami w badaniach nad zachowaniami konsumentów i zrównoważonymi systemami żywnościowymi, gdzie podkreśla się wielowymiarowy i konfiguracyjny charakter procesu decyzyjnego. W praktyce oznacza to, że strategie ukierunkowane na wzmacnianie zrównoważonych lokalnych łańcuchów dostaw powinny traktować te obszary jako odrębne cele polityczne i komunikacyjne, wiążące się z poprawą sygnałów dotyczących jakości produktów, uzasadnianiem premii cenowej poprzez odwoływanie się do lokalnej sprawiedliwości, promowaniem korzyści środowiskowych oraz zwiększaniem przejrzystości w celu utrzymania zaufania. Przypadek Piemontu pokazuje zatem, w jaki sposób wielowymiarowe struktury wartości mogą współistnieć, wzmacniając przywiązanie konsumentów do lokalnych systemów żywnościowych. Ponadto stabilność tej struktury stanowi podstawę do badania modelu w innych kontekstach, w szczególności w Serbii i Europie Południowo-Wschodniej, gdzie tradycyjne dziedzictwo żywnościowe i wyłaniające się mechanizmy rynkowe mogą w podobny sposób współoddziaływać z opartymi na zaufaniu motywacjami konsumentów.

Wnioski

W niniejszym badaniu przeanalizowano postrzeganie nurtu slow food oraz zrównoważonych lokalnych łańcuchów dostaw przez konsumentów, wykorzystując jako przykład empiryczny wydarzenie „Terra Madre – Salone del Gusto” w Pemoncie we Włoszech. Dane z badania przeprowadzonego wśród 448 odwiedzających potwierdziły, że oceny lokalnych systemów żywnościowych przez konsumentów mają charakter wielowymiarowy i skupiają się wokół czterech odrębnych, ale uzupełniających się konstruktów: jakości zdrowotnej, premii cenowej, odpowiedzialności ekologicznej i zaufania do lokalnych podmiotów. Potwierdzająca analiza czynnikowa wykazała doskonałe dopasowanie modelu, co wskazuje, że konstrukty te tworzą spójną strukturę motywacyjną. Analiza strukturalna wykazała jednak, że współczynniki ścieżek między konstruktami były bardzo niskie i nieistotne statystycznie. Wynik ten

of the SEM should be understood as descriptive, offering supportive insight into the independence of the constructs rather than evidence of causal relationships. Accordingly, the model captures the co-existence of parallel consumer motives that jointly sustain trust and authenticity in short supply chains.

The revised interpretation therefore treats the hypotheses as theoretically consistent but not causally confirmed, emphasizing the stability of the multi-dimensional framework rather than the strength of specific predictive paths. In this respect, the analytical value of the model lies primarily in the validated measurement structure, while the structural paths should be interpreted as indicative patterns rather than causal effects. Trust in local food systems appears to emerge from the alignment of health-related, ethical, and economic motivations rather than from a single dominant driver. This highlights the value of examining structural configurations of motivation in sustainable consumption research. The study's limitations should also be noted. The use of a convenience sample of event visitors may bias results toward consumers already engaged in sustainability issues, and the cross-sectional design does not capture dynamic changes in perceptions. Moreover, the analysis was limited to one empirical context – Piedmont – and does not provide comparative evidence for other regions. The potential transferability of the Piedmont model to Serbia and Southeast Europe should therefore be understood as a direction for future research, not as an empirically tested outcome. Future comparative and longitudinal studies could further explore how similar motivational structures evolve in different institutional and cultural environments, especially in post-transition agri-food systems.

From a practical standpoint, the results underscore that policy and managerial interventions should address each motivational domain separately – enhancing product quality and traceability, legitimizing price premiums through community benefits, highlighting environmental responsibility, and strengthening producer visibility to sustain trust. Lessons from Piedmont thus offer a conceptual reference for other regions, where traditional food heritage and emerging sustainability initiatives can be integrated to build trusted, resilient, and locally embedded food networks.

sugeruje, że wymiary te funkcjonują jako niezależne, ale powiązane ze sobą obszary motywacyjne, co potwierdza koncepcję spójności pojęciowej, a nie bezpośredniej przyczynowości. W związku z tym komponent strukturalny modelu SEM należy traktować jako element opisowy, dostarczający dodatkowych informacji na temat niezależności konstruktów, a nie jako dowód na istnienie związków przyczynowych. W związku z tym model ten uwzględnia współistnienie równoległych motywacji konsumentów, które wspólnie podtrzymują zaufanie i autentyczność w krótkich łańcuchach dostaw.

W zrewidowanej interpretacji hipotezy traktuje się zatem jako spójne teoretycznie, ale niepotwierdzone przyczynowo, i kładzie się nacisk raczej na stabilność wielowymiarowych ram analitycznych niż na siłę konkretnych ścieżek prognostycznych. W tym kontekście wartość analityczna modelu wynika przede wszystkim ze zweryfikowanej struktury pomiarowej, natomiast ścieżki strukturalne należy interpretować raczej jako orientacyjne wzorce niż jako skutki przyczynowo-skutkowe. Wydaje się, że zaufanie do lokalnych systemów żywnościowych wynika raczej z połączenia motywacji związanych ze zdrowiem, etyką i ekonomią, a nie z jednego dominującego czynnika. Podkreśla to znaczenie analizy strukturalnych ukształtowań motywacji w badaniach nad zrównoważoną konsumpcją. Należy również zwrócić uwagę na ograniczenia tego badania. Wykorzystanie próby doboru wygodnego, złożonej z osób odwiedzających wydarzenie, może powodować, że wyniki odzwierciedlają głównie opinie konsumentów już zaangażowanych w kwestie zrównoważonego rozwoju, a przekrojowy charakter badania nie pozwala uchwycić dynamicznych zmian w postrzeganiu tych zagadnień. Ponadto analiza ograniczała się do jednego kontekstu empirycznego – Piemontu – i nie dostarcza danych porównawczych dotyczących innych regionów. Możliwość zastosowania modelu z Piemontu w Serbii i Europie Południowo-Wschodniej należy zatem traktować jako kierunek przyszłych badań, a nie jako wynik potwierdzony empirycznie. W przyszłych badaniach porównawczych i podłużnych można by dokładniej zbadać, w jaki sposób podobne struktury motywacyjne ewoluują w różnych środowiskach instytucjonalnych i kulturowych, zwłaszcza w systemach rolno-spożywczych po okresie transformacji.

Z praktycznego punktu widzenia wyniki te podkreślają, że działania polityczne i zarządcze powinny skupiać się oddzielnie na każdej z dziedzin motywacyjnych – poprawie jakości produktów i ich identyfikowalności, uzasadnianiu premii cenowej poprzez korzyści dla społeczności, podkreślan

odpowiedzialności za środowisko oraz zwiększaniu widoczności producentów w celu utrzymania zaufania. Doświadczenia z Piemontu stanowią zatem punkt odniesienia dla innych regionów, w których tradycyjne dziedzictwo kulinarne i powstające inicjatywy na rzecz zrównoważonego rozwoju można połączyć w celu stworzenia godnych zaufania, odpornych i zakorzenionych w lokalnej społeczności sieci zaopatrzenia w żywność.

References / Bibliografia

- Ahmed, K.S. (2024). How to Choose a Sampling Technique and Determine Sample Size for Research: A Simplified Guide for Researchers. *Oral Oncology Reports*, 12, 100662. <https://doi.org/10.1016/j.oor.2024.100662>
- Agamagomedova, S., & Gamidullaeva, L. (2025). Trust Creation as a Factor for the Solidarity of Government, Business, and Society in Regional Innovation Development. *International Journal of Innovation Studies*, 9(1), 60–76. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2024.10.002>
- Agyei, N. K., Khataza, R. R. B. (2025). Will You Pay a Premium Price? Consumer Preferences for Moringa-Based Functional Food Products in Malawi. *Food and Humanity*, 5, 100755. <https://doi.org/10.1016/j.foohum.2025.100755>
- Aish, K., Zaman, Q.U., Ehsan, S., & Zaidi, S.A.H. (2025). Exploring the Nexus Between Environmental Corporate Social Responsibility (ECSR) and Green Dynamic Capabilities: Implications for Green Technological Innovation. *Sustainable Futures*, 9, 100647. <https://doi.org/10.1016/j.sfr.2025.100647>
- Alam, Z.S., Hossain, M.M., & Wang, L. (2025). The Economic and Cultural Motives of Green Price Premium. *The British Accounting Review*, 57(5), 101698. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2025.101698>
- Amo, E. (2023). The Slow Food Movement and the Terra-Madre Project: Food Sovereignty and Translocal Assemblages. *Globalizations*, 20(4), 644–660. <https://doi.org/10.1080/14747731.2022.2149158>
- Amo, E. (2024). Investigating the Slow Food – Place Relation: An Empirical Study of Dairy Communities in Abruzzo. *Journal of Rural Studies*, 111, 103415. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2024.103415>
- Bahraseman, S.E., Dashtabi, M.D., Firoozzare, A., Boccia, F., Pakook, S., & Covino, D. (2025). Understanding Consumer Behavior in the Choice of Healthy Food Retail Outlets: An Examination of Information Types and the Interplay Between Institutional Trust and Social Recommendations. *Economic Analysis and Policy*, 86, 2070–2094. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2025.05.035>
- Benos, T., Burkert, M., Hüttel-Maack, V., & Petropoulou, E. (2022). When Mindful Consumption Meets Short Food Supply Chains: Empirical Evidence on How Higher-Level Motivations Influence Consumers. *Sustainable Production and Consumption*, 33, 520–530. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.07.028>
- Bommel van, K., & Spicer, A. (2015). Slow Food as a Social Movement. In: J.D. Wright (Ed.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (2nd Ed., pp. 94–99). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.64060-6>
- Califano, G., Di Vita, G., Raimondo, M., Spina, D., D'Amico, M., & Caracciolo, F. (2025). Premium Pricing for Zero Residue Certification: The Role of Environmental Concern and Health Consciousness in Consumer Preferences for Eco-Labels on Fresh Tomatoes. *Journal of Cleaner Production*, 518, 145928. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2025.145928>
- Caveen, A.J., Stewart, B.D., Moffat, C., Skerritt, D., Jones, E., Thomas, H., Funk, L., Johnson, M., Cohen, M., Roach, M., Auchterlonie, N.A., Peacock, S., Hussey, S., Gray, T., Pickerell, T., Muawanah, U., Kioupi, V., Sadovy de Mitcheson, Y., Burns, N.M., & Hopkins, C.R. (2025). Globalism, Localism and Blue Food Systems – How can Cross-Scale Tensions be Reduced? A Production Perspective from UK Seafood Stakeholders. *Marine Policy*, 181, 106819. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2025.106819>
- Chiffolleau, Y. (2009). From Politics to Co-Operation: The Dynamics of Embeddedness in Alternative Food Supply Chains. *Sociologia Ruralis*, 49(3), 218–235. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2009.00491.x>
- Correa, A.R., Robayo, A., Llano, F.A., & Niño Soto, A.S. (2025). Local Amphibious Cuisine: Toward the Rediscovery of the Gastronomic Traditions of the Palafito Town of Buenavista, Ciénaga Grande Santa Marta, Colombia. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 41, 101218. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101218>
- Cvijanović, D., Vujko, A., & Cvijanović, D. (2025). Scanning the Future of Rural Tourism Development – Advantages and Limits for Sustainable Indicators Approach / Prognoza rozwoju turystyki wiejskiej w przyszłości – zalety i ograniczenia podejścia opartego na zrównoważonych wskaźnikach. *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej / Problems of Agricultural Economics*, 383(2), 1–23. <https://doi.org/10.30858/zer/199950>
- Deng, X., Wang, Y., & Tao, X. (2025). Social Trust and Health Outcomes: A Theoretical and Empirical Analysis with Income Interactions Using Chinese Microdata. *Finance Research Letters*, 85(Part E), 108198. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2025.108198>
- Eunike, I.J., Silalahi, A.D.K., Do, T.T.P., & Tedjakusuma, A.P. (2025). Towards a Holistic Model of Green Consumerism by Integrating Ethical Obligations, Collective Efficacy, and Environmental Concerns in Sustainable Purchase Behavior. *Sustainable Futures*, 9, 100746. <https://doi.org/10.1016/j.sfr.2025.100746>
- Fassio, F., Bogetti, M., Cortese, D., & Savina, A. (2022). SEEd for Change: The Systemic Event Design Project Applied to Terra Madre Salone del Gusto for the Development of Food Communities. *Sustainability*, 14(24), 17036. <https://doi.org/10.3390/su142417036>
- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Frías-Jamilena, D.M., Polo-Peña, A. I., Peco-Torres, F., & Sabiote-Ortiz, C.M. (2024). Can Co-Creating a “Slow Destination” Image Boost Sustainability? *Journal of Destination Marketing & Management*, 32, 100898. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100898>

- Frimpong Boamah, E., Yin, F., Korosh, Z., Raja, S., Mui, Y., Bohm, M., DeHonney, A., Williams, R., & Ramos-Gerena, C. (2024). Mapping the Invisible: Bridging and Trusting Networks in Sustaining the Urban Food System. *Cities*, 146, 104750. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2023.104750>
- Gifford, K., & Bernard, J.C. (2010). The Effect of Information on Consumers' Willingness to Pay for Natural and Organic Chicken. *International Journal of Consumer Studies*, 35(2), 282–289. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2010.00929.x>
- Grunert, K.G., Hieke, S., & Wills, J. (2014). Sustainability Labels on Food Products: Consumer Motivation, Understanding and use. *Food Policy*, 44, 177–189. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2013.12.001>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th Ed.). Cengage Learning.
- Hanaysha, J.R., Abusharbeh, M., Dwikat, S.Y., Shubita, M.F., Sharif, M.N., & Alshdaifat, S.M. (2025). Impact of Corporate Social Responsibility, Technological Capability, and Green Entrepreneurial Orientation on Green Innovation and Sustainable Performance. *World Development Sustainability*, 7, 100233. <https://doi.org/10.1016/j.wds.2025.100233>
- Hendriks, B., & Lagendijk, A. (2020). Slow Food as One in Many: A Semiotic Network Approach to the Geographical Development of a Social Movement. *Environment and Planning E: Nature and Space*, 5(1), 169–188. <https://doi.org/10.1177/2514848620970923>
- Janssen, M., & Hamm, U. (2012). Product Labelling in the Market for Organic Food: Consumer Preferences and Willingness-to-Pay for Different Organic Certification Logos. *Food Quality and Preference*, 25(1), 9–22. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2011.12.004>
- Jia, F., Shahzadi, G., Bourlakis, M., & John, A. (2024). Promoting Resilient and Sustainable Food Systems: A Systematic Literature Review on Short Food Supply Chains. *Journal of Cleaner Production*, 435, 140364. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.140364>
- Klarin, A., Park, E., Xiao, Q., & Kim, S. (2023). Time to Transform the Way We Travel? A Conceptual Framework for Slow Tourism and Travel Research. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101100. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101100>
- Klerk de, W., & Harmse, E. (2020). Review: Transforming Research Methods in the Social Sciences: Case Studies from South Africa. *African Journal of Psychological Assessment*, 2(a27), 1–2. <https://doi.org/10.4102/ajopa.v2i0.27>
- Kumar, A., Gebremedhin Hailu, G., Xv, M., Qiu, H., Choic, S.-I., Lee, O.-H., Wang, Z., Han, Z., Liu, S., & Wei, S. (2025). Synergistic Integration of High-Pressure Processing, Pulsed Electric Fields, Cold Plasma, and UV Light with Bioactive Compounds for Enhanced Food Safety, Quality, and Shelf-L: New Advances and Mechanisms. *Food and Humanity*, 5, 100757. <https://doi.org/10.1016/j.foohum.2025.100757>
- Lee, J.E., & Chen-Yu, J.H. (2018). Effects of Price Discount on Consumers' Perceptions of Savings, Quality, and Value for Apparel Products: Mediating Effect of Price Discount Affect. *Fashion and Textiles*, 5, 13. <https://doi.org/10.1186/s40691-018-0128-2>
- Lee, J.J., Tan, R.L.-Y., Soh, J.Y., Tham, E.H., Goh, A.E.N., Cheng, Z.R., Chandran, N.S., Tan, S.L., Herdman, M., & Luo, N. (2025). Assessing the Health-Related Quality of Life (HRQoL) of Children with Asthma or Eczema by a Proxy: Does Assessment Perspective Matter? *Value in Health*, 28(10), 1532–1539. <https://doi.org/10.1016/j.jval.2025.07.004>
- Lee, K.-H., Scott, N., & Packer, J. (2014). Habitus and Food Lifestyle: In-Destination Activity Participation of Slow Food Members. *Annals of Tourism Research*, 48, 207–220. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.06.009>
- Loureiro, M.L., & Umberger, W.J. (2007). A Choice Experiment Model for Beef: What US Consumer Responses Tell us About Relative Preferences for Food Safety, Country-of-Origin Labeling, and Traceability. *Food Policy*, 32(4), 496–514. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2006.11.006>
- Manthiou, A., Klaus, P., & Luong, V.H. (2022). Slow Tourism: Conceptualization and Interpretation – A Travel Vloggers' Perspective. *Tourism Management*, 93, 104570. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104570>
- Mayda, C. (2005). A Review of: "Slow Food: The Case for Taste" by Carlo Petrini. New York: Columbia University Press, 2001. *Food and Foodways*, 13(4), 299–301. <https://doi.org/10.1080/07409710500334533>
- McCluskey, J.J., & Loureiro, M.L. (2003). Consumer Preferences and Willingness to Pay for Food Labeling: A Discussion of Empirical Studies. *Journal of Food Distribution Research*, 34(3), 95–102. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.27051>
- Meng, M.D., Atasoy, Ö., & Brendl, C.M. (2025). How Self-Esteem Elevates the Subjective Value of Local Food. *Food Quality and Preference*, 129, 105513. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2025.105513>
- Mesnage, R., Tsakiris, I.N., Antoniou, M.N., & Tsatsakis, A. (2020). Limitations in the Evidential Basis Supporting Health Benefits from a Decreased Exposure to Pesticides Through Organic Food Consumption. *Current Opinion in Toxicology*, 19, 50–55. <https://doi.org/10.1016/j.cotox.2019.11.003>
- Misleh, D. (2025). "Actually Existing Alternatives": The Value Practices of Local Food Business Strategies. *Journal of Rural Studies*, 116, 103629. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2025.103629>
- Pinto, G.D., Cassânego, V.M., Zanon, L.G., Ferraz, D., & Rebelatto, D.A.N. (2025). Strengthening Short Food Supply Chains: Prioritizing Obstacles and Opportunities with PROMETHEE, Fuzzy DEMATEL, and Fuzzy TOPSIS Class. *International Journal of Production Economics*, 289, 109732. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2025.109732>

- Rab, S., Wan, M., Arif, M., & Yadav, S. (2024). Metrology in Global Food System to Achieve the SDGs. *Measurement: Food*, 16, 100206. <https://doi.org/10.1016/j.meafoo.2024.100206>
- Renting, H., Marsden, T.K., & Banks, J. (2003). Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chains in Rural Development. *Environment and Planning*, 35(3), 393–411. <https://doi.org/10.1068/a3510>
- Ries, T., & Rese, A. (2025). Can Information Help Bridge the Attitude–Behavior Gap in Sustainable Clothing Consumption? *Cleaner and Responsible Consumption*, 17, 100278. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2025.100278>
- Saba, A., & Messina, F. (2003). Attitudes Towards Organic Foods and Risk/Benefit Perception Associated with Pesticides. *Food Quality and Preference*, 14(8), 637–645. [https://doi.org/10.1016/S0950-3293\(02\)00188-X](https://doi.org/10.1016/S0950-3293(02)00188-X)
- Simonetti, L. (2012). The Ideology of Slow Food. *Journal of European Studies*, 42(2), 168–189. <https://doi.org/10.1177/0047244112436908>
- Stanford, G.O., Ferreira, S., Landry, C.E., & Blachly, B. (2025). Economic Valuation of Ecosystem Services and Natural Infrastructure: A Quantitative Review of the Literature. *Ecosystem Services*, 75, 101754. <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2025.101754>
- Steptoe, A., Pollard, T.M., & Wardle, J. (1995). Development of a Measure of the Motives Underlying the Selection of Food: The Food Choice Questionnaire. *Appetite*, 25(3), 267–284. <https://doi.org/10.1006/appe.1995.0061>
- Tadesse, T., Ramírez-Rodríguez, S., Rahmani, D., Gezahegn, T.W., Verherbrugghen, H., Vermeulen, A., Skourletis, N., & Gil Roig, J.M. (2025). Healthy but also Traceable: Consumer Choices for Traits of Food Waste-Reducing Innovations. *Journal of Cleaner Production*, 521, 146299. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2025.146299>
- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2006). Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer “Attitude–Behavioral Intention”. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19(2), 169–194. <https://doi.org/10.1007/s10806-005-5485-3>
- Vujko, A., Bojović, R., Nedeljković, D., Jović, M.D., & Todorović, M.J. (2024). Can Organic Farming Contribute on Sustainable Women Entrepreneurship in Rural Tourism? A Nacional Park Evidence. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 57(4spl), 2143–2151. <https://doi.org/10.30892/gtg.574spl28-1381>
- Xie, C., Lai, F., Huang, R., & Shen, S. (2025). Why Recommend? Unlocking the Factors and Configurations Influencing Word-of-Mouth Intentions in Continuing Care Retirement Communities. *International Journal of Hospitality Management*, 125, 104012. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.104012>
- Xu, Q., & Chia, K.W. (2025). Beyond Slowness: Exploring Destination Stimuli and Tourists' Emotional Connections in Slow Tourism. *Acta Psychologica*, 259, 105402. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105402>
- Yim, M.Y.C., & Yoon, S. (2025). Enhancing Consumer Trust in Displayed Information Through Digital Price Tags in Retail Marketing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 86, 104340. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2025.104340>
- Zeithaml, V.A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.2307/1251446>
- Zhou, X., Checco, J., Akber, M.A., & Abdul Aziz, A. (2025). Factors Influencing Consumer Preferences for Sustainably Produced Rice: A Systematic Review. *Cleaner and Responsible Consumption*, 18, 100309. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2025.100309>

Submission date / Data nadesłania: 1.09.2025.

Final revision date / Data ostatniej recenzji 15.11.2025.

Acceptance date / Data akceptacji: 13.01.2026

© 2026 Arsić, M., Vujko, A., & Cvijanović, D. This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Autorskie prawa osobiste: Arsić, M., Vujko, A. i Cvijanović, D. (2026). Niniejszy artykuł został opublikowany w otwartym dostępie na licencji Creative Commons Attribution 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

