

# Αύξηση των γνώσεων των καταναλωτών σχετικά με την ευρωπαϊκή υδατοκαλλιέργεια

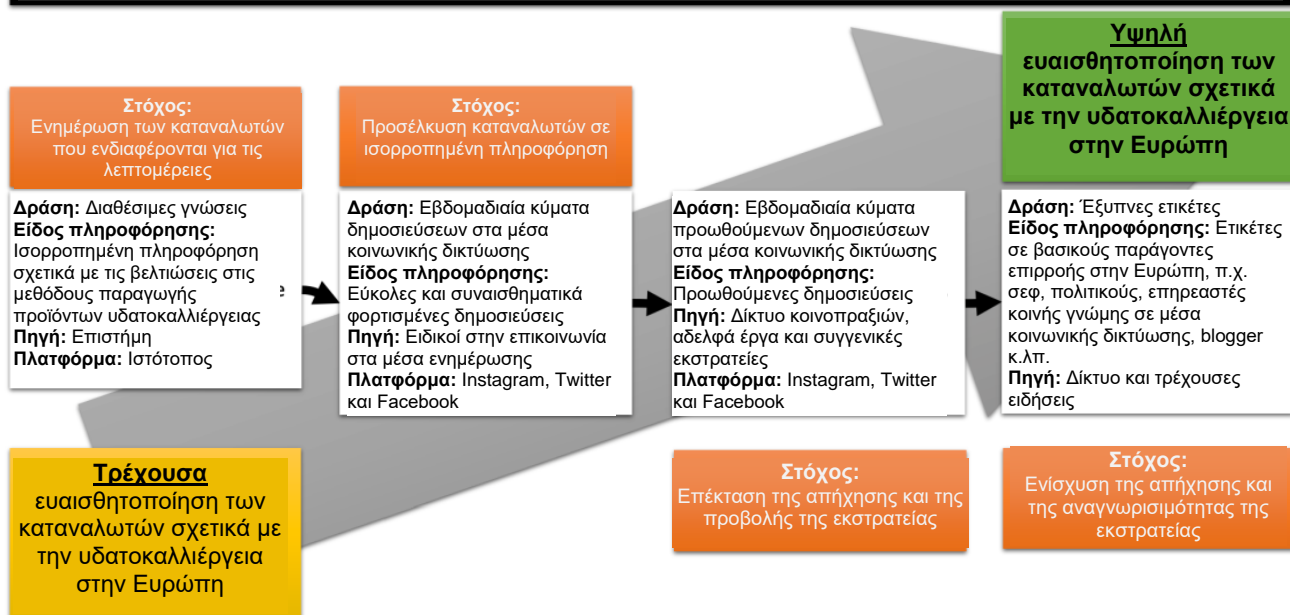
Η αύξηση της ευαισθητοποίησης σχετικά με την ευρωπαϊκή υδατοκαλλιέργεια μπορεί να αποτελέσει πρόκληση. Οι βασικές πληροφορίες για την υδατοκαλλιέργεια μπορεί να αφορούν τεχνικά στοιχεία, πολύπλοκες διαδικασίες και σημαντικές λεπτομέρειες που καθιστούν δύσκολη την απλοποίηση του μηνύματος. Όλα αυτά καθιστούν αναγκαία την ύπαρξη μιας στρατηγικής για τον τρόπο αύξησης της ευαισθητοποίησης των καταναλωτών για την ευρωπαϊκή υδατοκαλλιέργεια, της αντίληψης που έχουν για αυτήν και της αποδοχής της.

Η κατανόηση των αντιλήψεων των καταναλωτών και της ανταπόκρισής τους στις πληροφορίες σε διάφορες στρατηγικές

επικοινωνίας θα συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη αποτελεσματικής, στοχευμένης και ισορροπημένης επικοινωνίας.

Οι νέοι καταναλωτές είναι μια απαιτητική ομάδα, καθώς καταγράφουν μειούμενη κατανάλωση θαλασσιών. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι οι καταλληλότεροι δίαυλοι για την προσέγγιση αυτής της ηλικιακής ομάδας και, ως εκ τούτου, θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν για την ευαισθητοποίηση σχετικά με την ευρωπαϊκή υδατοκαλλιέργεια. Διαβάστε τον οδηγό μας για το πώς να προσεγγίζετε ακολούθους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης!

## Επικοινωνιακή στρατηγική για την αύξηση της ευαισθητοποίησης των καταναλωτών σχετικά με την υδατοκαλλιέργεια στην Ευρώπη



### Λίστες ελέγχου για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

- ✓ Εκστρατεία με εβδομαδιαίες επαναλαμβανόμενες δημοσιεύσεις
- ✓ Ξεκινήστε επεξηγώντας τι είναι η υδατοκαλλιέργεια γενικά και, στη συνέχεια, προσδιορίζοντας τα συστήματα παραγωγής και τις ειδικές επιπτώσεις στο περιβάλλον κ.λπ.
- ✓ Εστιάστε στα συναισθήματα και αποφύγετε λεπτομέρειες που μπορεί να προκαλέσουν σύγχυση
- ✓ Προσθέστε προσεκτικά επιλεγμένες εικόνες που ταιριάζουν με το κείμενο
- ✓ Χρησιμοποιήστε τη συναισθηματική κατάσταση έναντι της επικοινωνίας βάσει πραγματικών στοιχείων, αλλά να θυμάστε ότι οι Γερμανοί καταναλωτές προτιμούν την επικοινωνία βάσει πραγματικών στοιχείων περισσότερο από άλλες χώρες.
- ✓ Χρησιμοποιήστε ωραία χρώματα, εικόνες φαγητού και αφήστε το μήνυμα να είναι απλό και ενημερωτικό
- ✓ Προσθέστε emoji, αλλά φροντίστε να τα προσαρμόσετε στην ομάδα-στόχο
- ✓ Στοχεύστε στις γυναίκες καταναλωτές, καθώς είναι γενικά πιο θετικές
- ✓ Ένα μέρος της εκστρατείας θα πρέπει να στοχεύει στον νεότερο πληθυσμό, καθώς οι νέοι προτιμούν δημοσιεύσεις χωρίς εικόνες
- ✓ Παρουσιάστε τα οικονομικά οφέλη της υδατοκαλλιέργειας στις τοπικές κοινωνίες
- ✓ Αποφύγετε να θίξετε ευαίσθητα ζητήματα όπως η καλή μεταχείριση των ζώων/ψαριών και η μόλυνση του περιβάλλοντος
- ✓ Εστιάστε στα θετικά όσον αφορά ευαίσθητα ζητήματα, όπως το χαμηλό αποτύπωμα CO<sub>2</sub>

Συνοψίζοντας τα αποτελέσματά μας, τα ευρωπαϊκά έργα υδατοκαλλιέργειας θα πρέπει να χρησιμοποιούν σύντομες, οπτικά ελκυστικές και συγκινητικές αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό θα προσελκύσει τους καταναλωτές στην Ευρώπη προς την κατεύθυνση της ισορροπημένης πληροφόρησης και θα βελτιώσει την αντίληψη, την ευαισθητοποίηση και την αποδοχή της υδατοκαλλιέργειας στην Ευρώπη.



Διαβάστε περισσότερα στον ιστότοπο [www.futureeuaqua.eu](http://www.futureeuaqua.eu)

#### Υπεύθυνοι επικοινωνίας:



**Θεμιστοκλής Αλτιντζόγλου**  
Ανώτερος ερευνητής  
[themis.altintzoglou@nofima.no](mailto:themis.altintzoglou@nofima.no)  
+47 476 54 471



Oda Bjørnsborg  
Υπεύθυνη επικοινωνίας στην ΕΕ  
[oda.bjornsborg@nofima.no](mailto:oda.bjornsborg@nofima.no)  
+47 404 84 930

#### Χρηματοδότηση:



Αυτό το έργο έχει λάβει χρηματοδότηση από το πρόγραμμα έρευνας και καινοτομίας «Ορίζων 2020» της Ευρωπαϊκής Ένωσης βάσει της συμφωνίας επιχορήγησης αριθ. 817737