

Aumentare le conoscenze dei consumatori sull'acquacoltura europea

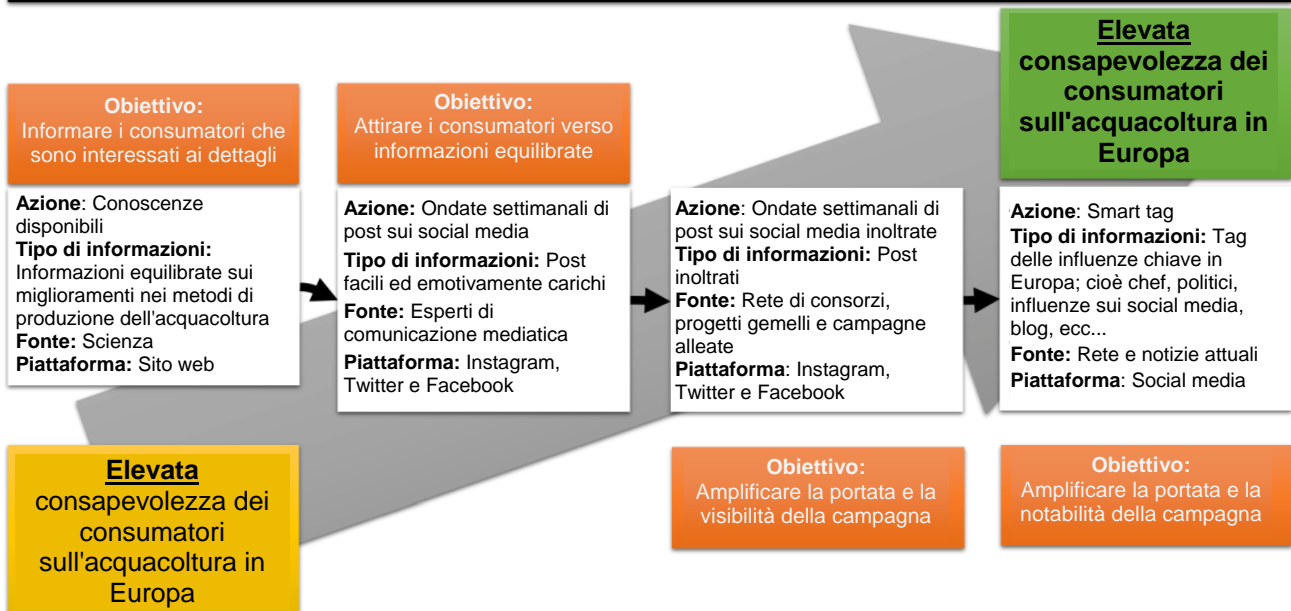
Aumentare la consapevolezza sull'acquacoltura europea può essere una sfida. L'acquacoltura è qualcosa di tecnico, con processi complessi e dettagli importanti come i componenti chiave, che rendono difficile semplificare la comunicazione. Tutto ciò rende necessaria una strategia su come aumentare la consapevolezza, la percezione e l'accettazione dell'acquacoltura europea da parte dei consumatori.

Comprendere le percezioni dei consumatori e la loro risposta alle informazioni nelle varie strategie di

comunicazione contribuirà significativamente allo sviluppo di una comunicazione efficace, mirata ed equilibrata.

I giovani consumatori sono un gruppo impegnativo, perché nel loro caso è stato rilevato un calo nel consumo di pesce. I social media sono i canali più appropriati per raggiungere questa fascia di età e dovrebbero quindi essere utilizzati per sensibilizzare sull'acquacoltura europea. Leggi la nostra guida su come raggiungere i follower sui social media!

Strategia di comunicazione per una maggiore consapevolezza dei consumatori sull'acquacoltura in Europa



Checklist per i social media

- ✓ Campagna con post ripetitivi settimanali
- ✓ Inizia con una spiegazione sull'acquacoltura in generale, quindi specifica i sistemi di produzione e l'effetto sugli ambienti, eccetera
- ✓ Concentrati sulle emozioni ed evita dettagli che possono confondere
- ✓ Aggiungi immagini scelte con cura che corrispondano al testo
- ✓ Prediligi uno stato emotivo rispetto alla comunicazione fattuale, ma ricorda che i consumatori tedeschi preferiscono la comunicazione fattuale rispetto ai cittadini degli altri Paesi.
- ✓ Usa bei colori, immagini di cibo e lascia che sia semplice e informativo
- ✓ Aggiungi emoji, ma assicurati di adattare al gruppo target
- ✓ Rivolgerti alle consumatrici, in quanto sono in generale più positive
- ✓ Una parte della campagna dovrebbe essere rivolta alla popolazione più giovane, perché predilige i post senza immagini
- ✓ Comunica i benefici economici dell'acquacoltura nelle comunità locali
- ✓ Evita di affrontare questioni delicate, come il benessere degli animali e dei pesci e l'inquinamento ambientale
- ✓ Concentrati sul lato positivo per quanto riguarda le questioni sensibili, come la bassa impronta di CO₂

Riassumendo i nostri risultati, i progetti europei di acquacoltura dovrebbero utilizzare post sui social media brevi, visivamente attraenti ed emotivamente coinvolgenti. Ciò attirerà i consumatori europei verso informazioni equilibrate e migliorerà la percezione, la consapevolezza e l'accettazione dell'acquacoltura in Europa.



Continua a leggere su www.futureeuqua.eu

Contatti:



Themistoklis Altintzoglou
Ricercatore senior
themis.altintzoglou@nofima.no
+47 476 54 471



Oda Bjørnsborg
EU Communication Officer
oda.bjornsborg@nofima.no
+47 404 84 930

Finanziato da:



Questo progetto ha ricevuto finanziamenti dal programma di ricerca e innovazione Horizon 2020 dell'Unione Europea nell'ambito dell'accordo di sovvenzione n. 817737