

Contents

Σύντομη περιγραφή	1
Στόχοι Ενότητας	2
Μαθησιακά αποτελέσματα	2
Προαπαιτούμενα (εάν υπάρχουν).....	2
Διάρκεια	3
5. Στρατηγικές επικοινωνίας, συνειδητή κατανάλωση και προοπτικές	3
5.1 Κατανόηση των σύγχρονων στρατηγικών επικοινωνίας, συμπεριλαμβανομένης της αφήγησης ιστοριών και των ψηφιακών εκστρατειών.....	3
5.1.1 Κατανόηση των αρχών και των στόχων της στρατηγικής επικοινωνίας στην υδατοκαλλιέργεια και των ψηφιακών εκστρατειών	3
5.1.2 Αξιοποίηση τεχνικών αφήγησης για τη σύνδεση των περιβαλλοντικών οφελών με ανθρώπινες ιστορίες (υδατοκαλλιεργητές, παράκτιες παραδόσεις). Αναγνώριση των βασικών στοιχείων μιας αποτελεσματικής αφήγησης (αυθεντικότητα, συναίσθημα, ροή αφήγησης, κοινό-στόχος).....	5
5.1.3 Κατανόηση του τρόπου δημιουργίας μιας συνεκτικής ταυτότητας επωνυμίας και ενός συνεκτικού μηνύματος σε πολλαπλά κανάλια επικοινωνίας	6
5.2 Ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τα διατροφικά οφέλη των δίθυρων μαλακίων8	
5.2.1 Κατανόηση του διατροφικού προφίλ των δίθυρων μαλακίων (πρωτεΐνες υψηλής ποιότητας, ωμέγα-3, βιταμίνες, μέταλλα, χαμηλή περιεκτικότητα σε λιπαρά)	8
5.2.2 Ικανότητα μετάφρασης της επιστημονικής διατροφικής πληροφορίας σε σαφή, προσιτή γλώσσα για το ευρύ κοινό (οικογένειες, νέους ενήλικες, πολίτες και καταναλωτές με ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την υγεία).....	10
5.3 Επικοινωνία της σημασίας των οικοσυστημικών υπηρεσιών, του χαμηλού αποτυπώματος άνθρακα και του οικολογικού και κοινωνικού ρόλου των δίθυρων: ικανότητα μετάδοσης σύνθετων ιδεών στο καταναλωτικό κοινό χρησιμοποιώντας προσβάσιμη γλώσσα και πλατφόρμες	11
5.3.1 Επεξήγηση του χαμηλού περιβαλλοντικού αντίκτυπου και του αποτυπώματος άνθρακα της παραγωγής δίθυρων μαλακίων σε σύγκριση με άλλες πηγές πρωτεϊνών ...	11
5.3.2 Μετάφραση επιστημονικών και περιβαλλοντικών πληροφοριών σε προσιτά, ελκυστικά και θετικά μηνύματα για τους καταναλωτές.....	13
5.3.3 Επιλογή κατάλληλων πλατφορμών επικοινωνίας (κοινωνικά δίκτυα, ιστότοποι, εκδηλώσεις, εκπαιδευτικές εκστρατείες) για διαφορετικά ακροατήρια	15

Σύντομη περιγραφή

Αυτή η ενότητα επικεντρώνεται στη στρατηγική επικοινωνία και την «αφήγηση» ως βασικά εργαλεία για την ενίσχυση της αξίας των θαλασσινών, με ιδιαίτερη έμφαση στην

υδατοκαλλιέργεια δίθυρων μαλακίων. Οι συμμετέχοντες θα εξετάσουν πώς δημιουργούν μια ισχυρή και συνεκτική ταυτότητα επωνυμίας που συνδέει με αυθεντικό τρόπο την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, τις ανθρώπινες αξίες και τις πρακτικές παραγωγής μέσω πολλαπλών καναλιών επικοινωνίας.

Η ενότητα παρέχει βασικές γνώσεις σχετικά με τη διατροφική αξία των δίθυρων μαλακίων και βοηθά τους συμμετέχοντες να μετατρέψουν σύνθετες επιστημονικές πληροφορίες σε σαφή και ελκυστικά μηνύματα προσαρμοσμένα σε διαφορετικές ομάδες καταναλωτών. Δίνεται έμφαση στη γνωστοποίηση του χαμηλού περιβαλλοντικού αντίκτυπου και των μειωμένων εκπομπών άνθρακα της καλλιέργειας δίθυρων μαλακίων. Συνδυάζοντας τη στρατηγική επικοινωνίας, τις γνώσεις σχετικά με τη συμπεριφορά των καταναλωτών και τα ψηφιακά εργαλεία, η ενότητα επιτρέπει στους συμμετέχοντες να σχεδιάζουν αποτελεσματικές προωθητικές ενέργειες, να ενισχύουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών και να εντοπίζουν νέες ευκαιρίες για καινοτομία και επιχειρηματική διαφοροποίηση στον τομέα της υδατοκαλλιέργειας δίθυρων μαλακίων.

Στόχοι Ενότητας

- Κατανόηση και εφαρμογή των αρχών της στρατηγικής επικοινωνίας και της «αφήγησης» στους τομείς της υδατοκαλλιέργειας δίθυρων μαλακίων για τη δημιουργία μιας συνεκτικής ταυτότητας επωνυμίας που συνδέει με αυθεντικό τρόπο τις οικολογικές και ανθρώπινες αξίες μέσω πολλαπλών καναλιών επικοινωνίας.
- Κατανόηση της διατροφικής αξίας των δίθυρων μαλακίων και αποτελεσματική μετατροπή των επιστημονικών πληροφοριών σε σαφή μηνύματα προσαρμοσμένα στις διάφορες ομάδες καταναλωτών.
- Αποτελεσματική επικοινωνία του χαμηλού περιβαλλοντικού αντίκτυπου και του αποτυπώματος άνθρακα της παραγωγής δίθυρων, μετατρέποντας τις επιστημονικές πληροφορίες σε ελκυστικά μηνύματα και μεταδίδοντάς τα μέσω κατάλληλων πλατφορμών, προσαρμοσμένων σε διαφορετικές ομάδες κοινού.

Μαθησιακά αποτελέσματα

Οι συμμετέχοντες θα είναι σε θέση να αναπτύξουν και να εφαρμόσουν αποτελεσματικές στρατηγικές επικοινωνίας για την προώθηση των προϊόντων τους και της συνολικής αξίας της καλλιέργειας δίθυρων μαλακίων. Θα κατανοήσουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών, θα χρησιμοποιήσουν ψηφιακά εργαλεία για την προώθηση, θα εντοπίσουν μηνύματα για την ενίσχυση της κατανόησης των καταναλωτών σχετικά με την ποιότητα των καλλιεργούμενων δίθυρων μαλακίων και θα εντοπίσουν ευκαιρίες για επιχειρηματική διαφοροποίηση/καινοτομία.

Προαπαιτούμενα (εάν υπάρχουν)

Δεν ισχύει

Διάρκεια

240 λεπτά (180 σύγχρονης διαδικτυακής εκπαίδευσης με παρουσία εκπαιδευτή,
60 λεπτά διαδικτυακής ασύγχρονης μάθησης)

5. Στρατηγικές επικοινωνίας, συνειδητή κατανάλωση και προοπτικές

5.1 Κατανόηση των σύγχρονων στρατηγικών επικοινωνίας, συμπεριλαμβανομένης της αφήγησης ιστοριών και των ψηφιακών εκστρατειών

5.1.1 Κατανόηση των αρχών και των στόχων της στρατηγικής επικοινωνίας στην υδατοκαλλιέργεια και των ψηφιακών εκστρατειών

Στρατηγική επικοινωνία είναι η σκόπιμη και προσανατολισμένη σε στόχους αξιοποίηση της πληροφορίας με σκοπό την επιρροή των στάσεων, την οικοδόμηση εμπιστοσύνης και τη διαμόρφωση της δημόσιας αντίληψης για έναν κλάδο ή ένα προϊόν.

Στους τομείς της υδατοκαλλιέργειας και των θαλασσινών, η αποτελεσματική επικοινωνία υπερβαίνει κατά πολύ το μάρκετινγκ: συνδέει την επιστήμη, τον πολιτισμό, τις περιβαλλοντικές αξίες και την οικονομική βιωσιμότητα σε μια συνεκτική αφήγηση που απευθύνεται στους καταναλωτές, τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και τα ενδιαφερόμενα μέρη εν γένει.

Ο τομέας της υδατοκαλλιέργειας δίθυρων μαλακίων αντιμετωπίζει ιδιαίτερες προκλήσεις επικοινωνίας. Παρά τα ορθά τεκμηριωμένα περιβαλλοντικά οφέλη του, όπως η διήθηση του νερού, οι χαμηλές εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου και η απουσία ανάγκης για εξωτερικές εισροές τροφής, η ευαισθητοποίηση των καταναλωτών παραμένει περιορισμένη.

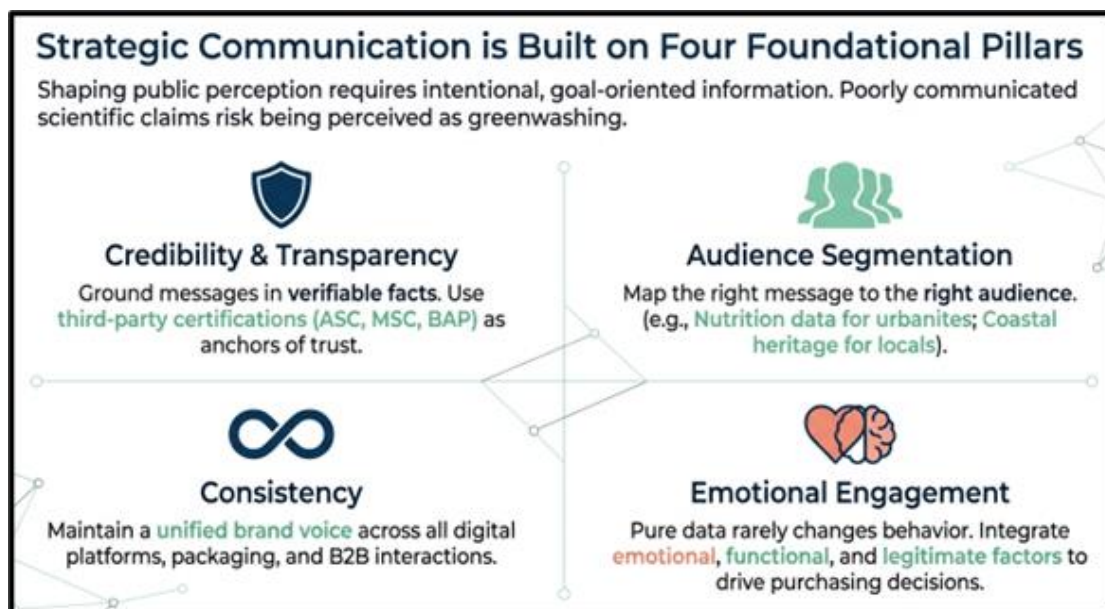
Οι έρευνες επιβεβαιώνουν ότι η επικοινωνία σχετικά με τη βιώσιμη υδατοκαλλιέργεια αντιμετωπίζει πρόσθετες προκλήσεις, ιδιαίτερα καθώς οι καταναλωτές παραμένουν σε μεγάλο βαθμό μη ενημερωμένοι σχετικά με τα συστήματα παραγωγής. Επίσης, η ανεπαρκής επικοινωνία ενδεχομένως να οδηγήσει το κοινό στην αντίληψη ότι οι ισχυρισμοί περί βιωσιμότητας αποτελούν πρακτικές greenwashing και όχι μορφή διαφανούς ενημέρωσης και γνωστοποίησης στοιχείων (Kaimakoudi, 2024· Landazuri-Tveteraas et al., 2023). Αυτό θέτει έναν διαρθρωτικό κίνδυνο: οι επιστημονικά τεκμηριωμένοι ισχυρισμοί, όταν δεν γνωστοποιούνται σωστά, μπορούν να υπονομεύσουν την εμπιστοσύνη αντί να την ενισχύσουν.

Ως εκ τούτου, η στρατηγική επικοινωνία στον τομέα των θαλασσινών καθοδηγείται από διάφορες βασικές αρχές:

- **Αξιοπιστία και διαφάνεια:** τα μηνύματα πρέπει να βασίζονται σε επαληθεύσιμα γεγονότα. Οι αβάσιμοι περιβαλλοντικοί ισχυρισμοί βλάπτουν την αξιοπιστία και την εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Οι πιστοποιήσεις από τρίτους φορείς (ASC, MSC, BAP) λειτουργούν ως άγκυρες αξιοπιστίας, καθώς υποδεικνύουν τη συμμόρφωση με ανεξάρτητα επαληθευμένα πρότυπα.

- **Τμηματοποίηση του κοινού:** Οι διαφορετικές ομάδες ενδιαφερομένων απαιτούν διαφορετικά μηνύματα και μορφές επικοινωνίας. Οι καταναλωτές των αστικών περιοχών που δίνουν έμφαση στην υγεία ανταποκρίνονται σε διατροφικά στοιχεία και τεκμηριωμένες πληροφορίες για τη θρεπτική αξία των προϊόντων, οι παράκτιες κοινότητες συνδέονται περισσότερο με οικονομικές και πολιτισμικές αφηγήσεις, ενώ οι ρυθμιστικές αρχές απαιτούν αυστηρά επιστημονικά τεκμήρια.
- **Συνέπεια σε όλα τα κανάλια:** πρέπει να διατηρείται μια συνεπής ταυτότητα επωνυμίας σε όλες τις ψηφιακές πλατφόρμες, τις συσκευασίες, τις εκδηλώσεις και την επικοινωνία B2B. Η ασυνέπεια υποβαθμίζει την εμπιστοσύνη και δημιουργεί ευκαιρίες για παραπληροφόρηση.
- **Συναισθηματική σύνδεση σε συνδυασμό με τεκμηριωμένο περιεχόμενο:** η εμπιστοσύνη ενισχύεται μέσω βελτιωμένων στρατηγικών επικοινωνίας οι οποίες ενσωματώνουν συναισθηματικούς, λειτουργικούς και παράγοντες νομιμοποίησης, συμβάλλοντας στην αποκατάσταση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών (Wang κ.ά., 2020). Η αποκλειστική επικοινωνία βασισμένη σε δεδομένα και τεχνικές πληροφορίες σπάνια επιφέρει αλλαγή στη συμπεριφορά· η συναισθηματική σύνδεση αποτελεί καθοριστικό παράγοντα που επηρεάζει τις αγοραστικές αποφάσεις.

Για τους επαγγελματίες της υδατοκαλλιέργειας, η κατανόηση αυτών των αρχών σημαίνει την αναγνώριση της επικοινωνίας ως μια στρατηγική λειτουργία και όχι ως μια ιδέα της τελευταίας στιγμής. Απαιτεί την ίδια συστηματικότητα και αυστηρότητα που εφαρμόζεται στην παραγωγή: καθορισμό σαφών στόχων, προσδιορισμό των ομάδων-στόχων, επιλογή των κατάλληλων καναλιών επικοινωνίας και μέτρηση των αποτελεσμάτων.



Εικ. 28 - Βασικοί πυλώνες της στρατηγικής επικοινωνίας

5.1.2 Αξιοποίηση τεχνικών αφήγησης για τη σύνδεση των περιβαλλοντικών οφελών με ανθρώπινες ιστορίες (υδατοκαλλιεργητές, παράκτιες παραδόσεις). Αναγνώριση των βασικών στοιχείων μιας αποτελεσματικής αφήγησης (αυθεντικότητα, συναίσθημα, ροή αφήγησης, κοινό-στόχος)

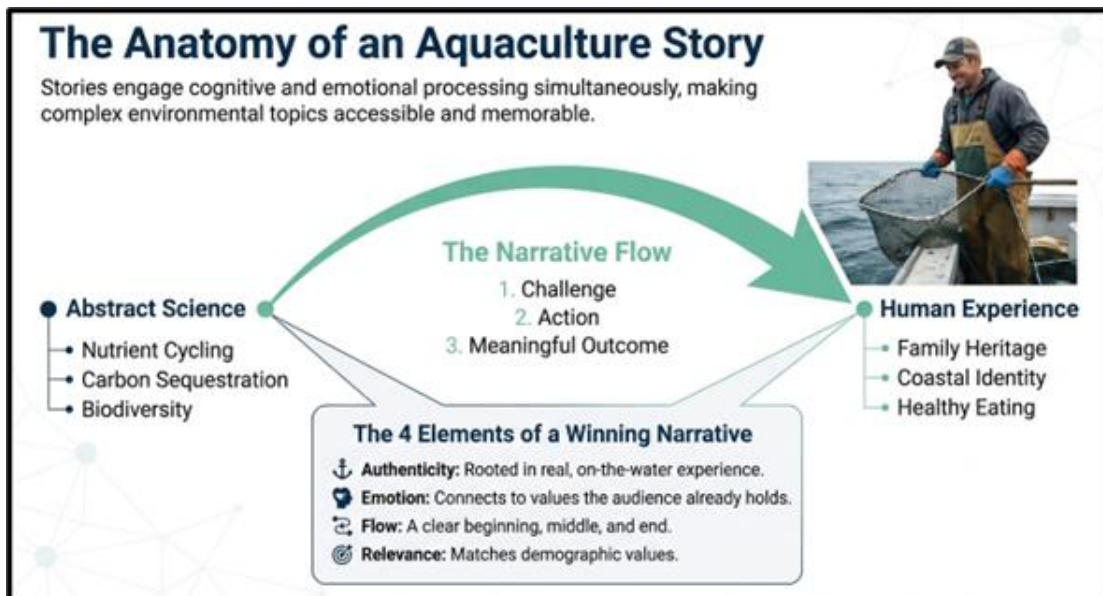
Η «αφήγηση» είναι ένα από τα πιο αποτελεσματικά διαθέσιμα εργαλεία για την επικοινωνία περίπλοκων θεμάτων που προσδίδουν αξία, όπως η περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Σε αντίθεση με τα δελτία δεδομένων ή τις τεχνικές εκθέσεις, οι ιστορίες ενεργοποιούν ταυτόχρονα τη γνωστική και τη συναισθηματική επεξεργασία: εντυπώνονται στο μυαλό για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, εμπνέουν μεγαλύτερη εμπιστοσύνη και είναι πιο πιθανό να αποτελέσουν κίνητρο για δράση.

Στο πλαίσιο της υδατοκαλλιέργειας, η αφήγηση γεφυρώνει τις αφηρημένες οικολογικές έννοιες (κύκλος θρεπτικών ουσιών, δέσμευση άνθρακα, υποστήριξη της βιοποικιλότητας) με την απτή ανθρώπινη εμπειρία όσων καλλιεργούν, συλλέγουν και καταναλώνουν δίθυρα μαλάκια.

Η έρευνα όσον αφορά την εφαρμοσμένη επικοινωνία επιβεβαιώνει ότι, για αναδυόμενα ζητήματα όπως η υδατοκαλλιέργεια, τα οποία έχουν επιπτώσεις τόσο στο περιβάλλον όσο και στην ανθρώπινη υγεία, τα στρατηγικά μηνύματα, ειδικά όταν συνοδεύονται από ζωντανές εικόνες, επιτρέπουν στο κοινό να αλληλεπιδράσει καλύτερα όσον αφορά σύνθετα και αμφιλεγόμενα θέματα (Chen και Eriksson, 2019· Yang et al., 2022).

Τα βασικά στοιχεία μιας αποτελεσματικής αφήγησης σε αυτόν τον τομέα είναι τα ακόλουθα (Zimand-Sheiner, 2024):

- **Αυθεντικότητα:** οι πιο πειστικές ιστορίες βασίζονται σε πραγματικές εμπειρίες. Ένας οστρακοκαλλιεργητής τέταρτης γενιάς, ο οποίος περιγράφει πώς η ποιότητα του νερού επηρεάζει άμεσα την παραγωγή του, μεταδίδει τους περιβαλλοντικούς κινδύνους της ρύπανσης με πολύ πιο αποτελεσματικό τρόπο από μια απλή επιστημονική περίληψη.
- **Συναισθηματική απήχηση:** οι αποτελεσματικές αφηγήσεις συνδέονται με τις αξίες που ήδη υιοθετεί το κοινό: οικογενειακή κληρονομιά, παράκτια ταυτότητα, προστασία της θάλασσας, υγιεινή διατροφή. Οι ιστορίες επιτυγχάνουν τον στόχο τους όταν προσκαλούν το κοινό να δει τον εαυτό του στην αφήγηση.
- **Ροή αφήγησης:** μια σαφής δομή - αρχή (μια πρόκληση ή ένα σκηνικό), κεντρικό σημείο (πραγματοποιημένη δράση ή επεξήγηση μιας πρακτικής), κατάληξη (αποτέλεσμα και νόημα) – εντυπώνεται πιο εύκολα στη μνήμη συγκριτικά με μία απλή απαρίθμηση γεγονότων. Ο πρωταγωνιστής μπορεί να είναι ο καλλιεργητής, το οικοσύστημα ή ακόμα και το ίδιο το προϊόν.
- **Συνάφεια με το κοινό-στόχο:** οι ιστορίες παράκτιας παράδοσης έχουν απήχηση στο τοπικό και περιφερειακό κοινό. Οι ιστορίες διατροφικού και περιβαλλοντικού αντίκτυπου έχουν μεγαλύτερη απήχηση στους καταναλωτές των αστικών κέντρων που ενδιαφέρονται για την υγεία και στις νεότερες δημογραφικές ομάδες (τους Millennial και τη Γενιά Z, που συνδέουν την προσωπική υγεία με την υγεία των ωκεανών, σύμφωνα με την Global Seafood Alliance, 2021).



Εικ. 29 - Αφήγηση ιστοριών για την υδατοκαλλιέργεια: η επιτυχημένη αφήγηση

Στην πράξη, η αφήγηση στον τομέα των δίθυρων μαλακίων μπορεί να λάβει διάφορες μορφές: σύντομα βίντεο ντοκιμαντέρ για τις δραστηριότητες καλλιέργειας, προφίλ των παραγωγών στους ιστότοπους των εταιρειών, σειρές στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που ακολουθούν τον κύκλο παραγωγής από τον σπόρο μέχρι το πιάτο ή γραπτές αφηγήσεις στις συσκευασίες.

Οι τομείς της βιοτεχνικής ζυθοποιίας και του εξειδικευμένου καφέ προσφέρουν χρήσιμα παραδείγματα προς μελέτη· και οι δύο μετέτρεψαν βασικά προϊόντα σε διαφοροποιημένα εμπορικά σήματα που βασίζονται σε αξίες μέσω μιας συνεκτικής και αυθεντικής αφήγησης. Η υδατοκαλλιέργεια μπορεί να ακολουθήσει μια παρόμοια πορεία (Thorsen, The Fish Site, 2019).

5.1.3 Κατανόηση του τρόπου δημιουργίας μιας συνεκτικής ταυτότητας επωνυμίας και ενός συνεκτικού μηνύματος σε πολλαπλά κανάλια επικοινωνίας

Η ταυτότητα της επωνυμίας είναι το άθροισμα των αξιών, των οπτικών στοιχείων, του ύφους και της αφήγησης που ένας οργανισμός προβάλλει με συνεκτικό τρόπο στο κοινό του.

Στον τομέα των θαλασσινών προϊόντων - όπου η πλειοψηφία των προϊόντων διαχρονικά διατίθεται στην αγορά ως μη διαφοροποιημένα εμπορεύματα - η ανάπτυξη μιας συνεκτικής ταυτότητας εμπορικού σήματος αποτελεί άμεσο ανταγωνιστικό και εμπορικό πλεονέκτημα.

Η έρευνα για τη διαχείριση της επωνυμίας επιβεβαιώνει ότι η «αφήγηση» της επωνυμίας λειτουργεί ως σημαντικός διαμεσολαβητικός παράγοντας μεταξύ της ταυτότητας επωνυμίας και της απόδοσης του στην αγορά, ιδίως για τις μικρές και

μεσαίες επιχειρήσεις, που αποτελούν την κυρίαρχη δομή στην υδατοκαλλιέργεια δίθυρων μαλακίων (Springer Nature, 2025, Journal of Brand Management).

Μια συνεκτική ταυτότητα επωνυμίας για μια εκμετάλλευση καλλιέργειας δίθυρων μαλακίων συνήθως περιλαμβάνει τα εξής (Zimand-Sheiner, 2024):

- **Μια σαφή πρόταση αξίας:** τι καθιστά αυτό το προϊόν διαφορετικό; Η προέλευση, η μέθοδος παραγωγής, τα περιβαλλοντικά διαπιστευτήρια, το προφίλ γεύσης, ο κοινωνικός αντίκτυπος ή ένας συνδυασμός αυτών.
- **Οπτική συνοχή:** το λογότυπο, η χρωματική παλέτα, το φωτογραφικό ύφος και η τυπογραφία πρέπει να είναι εναρμονισμένα σε όλα τα σημεία επαφής: στις συσκευασίες, στην ιστοσελίδα, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στα εκθεσιακά περίπτερα και στα συνοδευτικά έγγραφα εξαγωγών.
- **Ένας συνεπής τόνος φωνής:** είτε ο τόνος φωνής είναι επίσημος και τεχνικός (για επικοινωνία B2B και επικοινωνία με φορείς) είτε οικείος και προσωπικός (για άμεση επικοινωνία με τον καταναλωτή), ο τόνος πρέπει να είναι αναγνωρίσιμος και προβλέψιμος.
- **Ειδική προσαρμογή για κάθε κανάλι επικοινωνίας:** το ίδιο κεντρικό μήνυμα πρέπει να προσαρμόζεται σε κάθε κανάλι χωρίς να αλλοιώνεται. Μια δημοσίευση στο LinkedIn για ενδιαφερόμενους επαγγελματίες, ένα reel στο Instagram για καταναλωτές και ένα φυλλάδιο προϊόντος για έναν αγοραστή εστιατορίου απαιτούν διαφορετικές μορφές, μήκη και έμφαση, αλλά η υποκείμενη ιστορία πρέπει να είναι συνεπής.
- Για τους επαγγελματίες που διαχειρίζονται την επικοινωνία σε μια επιχείρηση υδατοκαλλιέργειας, η πρακτική εφαρμογή είναι ένα **έγγραφο στρατηγικής επικοινωνίας:** μια σύντομη εσωτερική αναφορά που καθορίζει το κοινό-στόχο, τα βασικά μηνύματα, τον τόνο, τις προτεραιότητες των καναλιών και το χρονοδιάγραμμα. Χωρίς αυτή τη δομή, οι προσπάθειες επικοινωνίας τείνουν να είναι αντιδραστικές, ασυνεπείς και αναποτελεσματικές.

Τα ψηφιακά εργαλεία – τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου, οι πλατφόρμες προγραμματισμού και οι πίνακες ανάλυσης - υποστηρίζουν αυτήν την προσπάθεια, επιτρέποντας τον συστηματικό σχεδιασμό και τη μέτρηση της απόδοσης.

- **Βασική επισήμανση:** η συνοχή δεν πρέπει να μετατραπεί σε αυστηρότητα. Οι προσδοκίες των καταναλωτών εξελίσσονται και οι στρατηγικές επικοινωνίας πρέπει να επανεξετάζονται περιοδικά.

Η ερευνητική βιβλιογραφία σχετικά με το «greenwashing» στον τομέα των θαλασσινών υποδεικνύει ότι οι υπερβολικοί ισχυρισμοί για περιβαλλοντικές επιδόσεις χωρίς αιτιολόγηση ενέχουν τον κίνδυνο σημαντικής ζημίας στη φήμη (Devitt, 2024· Lu et al., 2022). Οι πιο ανθεκτικές επωνυμίες του κλάδου κοινοποιούν την πρόοδο και τη δέσμευση με ειλικρίνεια, αντί να προβαίνουν σε απόλυτους ισχυρισμούς που δεν μπορούν να υποστηρίξουν.

5.2 Ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τα διατροφικά οφέλη των δίθυρων μαλακίων

5.2.1 Κατανόηση του διατροφικού προφίλ των δίθυρων μαλακίων (πρωτεΐνες υψηλής ποιότητας, ωμέγα-3, βιταμίνες, μέταλλα, χαμηλή περιεκτικότητα σε λιπαρά)

Τα δίθουρα μαλάκια, όπως τα στρείδια, τα μύδια, τα κυδώνια, τα χτένια και οι αχιβάδες, συγκαταλέγονται στις πιο θρεπτικά πλούσιες πηγές ζωικής πρωτεΐνης που υπάρχουν. Η λεπτομερής γνώση των διατροφικών χαρακτηριστικών τους αποτελεί βασική προϋπόθεση για τους επαγγελματίες που καλούνται να μεταφέρουν την αξία τους στο κοινό με σαφήνεια, επιστημονική τεκμηρίωση και αξιοπιστία.

- **Πρωτεΐνες και αμινοξέα:** τα δίθουρα μαλάκια παρέχουν πλήρεις ζωικές πρωτεΐνες υψηλής ποιότητας με ένα καλά ισορροπημένο προφίλ απαραίτητων αμινοξέων (AAE).

Οι Wright et al. (2018) επιβεβαιώνουν ότι τα δίθουρα μαλάκια ως τρόφιμα παρέχουν σημαντικές ποσότητες πρωτεΐνης υψηλής διατροφικής αξίας και επισημαίνουν ότι η ποιότητα και η πεπτικότητα των πρωτεϊνών των οστρακοειδών μπορούν να συγκριθούν ή είναι ανώτερες από εκείνες πολλών άλλων πηγών ζωικής προέλευσης.

Η Βάση Δεδομένων Θρεπτικών Συστατικών της FAO για Ψάρια και Θαλασσινά (FAO Ufish, 2016) τεκμηριώνει τη σύσταση αμινοξέων των κυριότερων ειδών που καλλιεργούνται εμπορικά - μύδια, στρείδια, κυδώνια και χτένια - τα οποία διαθέτουν πλήρη προφίλ απαραίτητων αμινοξέων (AAA), κατάλληλα για την κάλυψη των διατροφικών αναγκών του ανθρώπου.

Για τους επαγγελματίες της υδατοκαλλιέργειας, αυτό είναι ένα βασικό διαφοροποιητικό μήνυμα: τα δίθουρα μαλάκια δεν είναι μια δευτερεύουσα ή συμπληρωματική πηγή πρωτεΐνης, αλλά μια πρωτεύουσα και διατροφικά πλήρης πηγή.

- **Λιπαρά οξέα ωμέγα-3 (EPA και DHA):** τα δίθουρα μαλάκια συγκαταλέγονται μεταξύ των σημαντικότερων διατροφικών πηγών πολυακόρεστων λιπαρών οξέων ωμέγα-3 μακράς αλύσου (EPA και DHA), τα οποία μετριάζουν τον κίνδυνο καρδιαγγειακών παθήσεων, βελτιώνουν τη γνωστική λειτουργία και τις αντιφλεγμονώδεις επιδράσεις.

Η ανασκόπηση του Mozaffarian σχετικά με τα οφέλη των θαλασσινών για την υγεία (2006) τεκμηριώνει ισχυρά στοιχεία ότι η τακτική κατανάλωση θαλασσινών, κυρίως λόγω της υψηλής περιεκτικότητάς τους σε λιπαρά οξέα ωμέγα-3, μειώνει την καρδιαγγειακή θνησιμότητα, γεγονός που επιβεβαιώνεται σε πολλές μελέτες μεγάλης κλίμακας.

Τα δίθουρα μαλάκια λαμβάνουν αυτά τα λιπαρά οξέα απευθείας από το φυτοπλαγκτόν, γεγονός που καθιστά τη σύνθεσή τους σε ωμέγα-3 ένα φυσικό προϊόν του θαλάσσιου περιβάλλοντος και όχι ένα πρόσθετο τροφίμων.

Οι Bianchi et al. (2022) αποδεικνύουν επίσης ότι τα καλλιεργούμενα δίθουρα οστρακοειδή, όπως τα μύδια και τα στρείδια, επιτυγχάνουν μερικές από τις υψηλότερες βαθμολογίες σε πυκνότητα θρεπτικών ουσιών με τις χαμηλότερες εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου από οποιοδήποτε οστρακοειδές ή ζωική πρωτεΐνη, ένα διπλό πλεονέκτημα (διατροφικό και περιβαλλοντικό) που είναι θεμελιώδες για την πρόταση αξίας του κλάδου.

- **Βιταμίνες και μέταλλα:** τα δίθυρα μαλάκια είναι μια ιδιαίτερα πλούσια πηγή μικροθρεπτικών συστατικών που συνήθως λείπουν από τη διατροφή σε παγκόσμιο επίπεδο.

Οι Venugopal και Gorakumar (2017) αναφέρουν ότι τα οστρακοειδή είναι εξαιρετικές πηγές ψευδαργύρου, σιδήρου, βιταμίνης B12, σεληνίου, ιωδίου και χαλκού, μικροθρεπτικών συστατικών που είναι απαραίτητα για τη λειτουργία του ανοσοποιητικού, τη νευρολογική ανάπτυξη, τη ρύθμιση του θυρεοειδούς και την παραγωγή ερυθρών αιμοσφαιρίων. Τα στρείδια, συγκεκριμένα, περιέχουν μία από τις υψηλότερες συγκεντρώσεις ψευδαργύρου από οποιοδήποτε τρόφιμο.

Οι Wright et al. (2018) επιβεβαιώνουν επίσης την πληθώρα σε μικροθρεπτικά συστατικά των δίθυρων μαλακίων και τη συμβολή τους στην αντιμετώπιση των διατροφικών ελλείψεων. Για την επικοινωνία που απευθύνεται στον καταναλωτή, αυτή η πληθώρα μικροθρεπτικών συστατικών είναι ένα πειστικό και ανεπαρκώς αξιοποιημένο μήνυμα, ειδικά για το κοινό που ενδιαφέρεται για την υγεία, τους γονείς και τους ηλικιωμένους.

- **Χαμηλή περιεκτικότητα σε λιπαρά και θερμίδες:** τα δίθυρα μαλάκια έχουν χαμηλή συνολική περιεκτικότητα σε λιπαρά και θερμίδες σε σχέση με την περιεκτικότητά τους σε πρωτεΐνες και μικροθρεπτικά συστατικά, γεγονός που τα καθιστά κατάλληλα για ένα ευρύ φάσμα διατροφικών προτύπων: περιορισμό θερμίδων, έλεγχο της καρδιαγγειακής υγείας και δίαιτες υψηλής περιεκτικότητας σε πρωτεΐνες.

Η Βάση Δεδομένων FAO Ufish παρέχει στοιχεία για τη σύσταση των μακροθρεπτικών συστατικών σε επίπεδο είδους, επιβεβαιώνοντας ότι τα μύδια, τα κυδώνια, τα στρείδια και τα χτένια αποτελούν τρόφιμα χαμηλής περιεκτικότητας σε λιπαρά, με τη συνολική περιεκτικότητα σε λίπος να κυμαίνεται συνήθως από 1 έως 3 g ανά 100 g νωπού προϊόντος.

- **Βιοδραστικές ενώσεις και επιδράσεις στην υγεία:** πέρα από τα συμβατικά μακροθρεπτικά και μικροθρεπτικά συστατικά, οι Venugopal και Gorakumar (2017) τεκμηριώνουν ότι τα οστρακοειδή περιέχουν βιοδραστικές ενώσεις με αποδεδειγμένες αντιμικροβιακές, αντιοξειδωτικές, αντιφλεγμονώδεις, καρδιοπροστατευτικές και νευροπροστατευτικές ιδιότητες. Οι εν λόγω ενώσεις περιέχουν ταυρίνη, βηταΐνη, ειδικά πεπτίδια και στερόλες. Παρόλο που πολλές από αυτές τις ιδιότητες εξακολουθούν να αποτελούν ενεργό αντικείμενο έρευνας και δεν θα πρέπει χρησιμοποιούνται ως τεκμήρια για αβάσιμους ισχυρισμούς σχετικά με τα προϊόντα, συνιστούν μια νόμιμη οδό διαφοροποίησης των προϊόντων σε αγορές υψηλής προστιθέμενης αξίας και στις αγορές που επικεντρώνονται στην υγεία.

Οι Bianchi et al. (2022) θεωρούν τα δίθυρα μαλάκια υγιεινά τρόφιμα, αλλά και στρατηγικής σημασίας για τη βιώσιμη διατροφική μετάβαση, ένα μήνυμα αυξανόμενης σημασίας για τους θεσμικούς αγοραστές, τις αρχές δημόσιας υγείας και τους καταναλωτές που προσανατολίζονται στη βιωσιμότητα.

5.2.2 Ικανότητα μετάφρασης της επιστημονικής διατροφικής πληροφορίας σε σαφή, προσιτή γλώσσα για το ευρύ κοινό (οικογένειες, νέους ενήλικες, πολίτες και καταναλωτές με ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την υγεία)

Οι ακριβείς επιστημονικές πληροφορίες είναι η βασική προϋπόθεση για την επικοινωνία σχετικά με τη διατροφή, αλλά η ακρίβεια από μόνη της δεν επαρκεί. Για τους επαγγελματίες της υδατοκαλλιέργειας δίθυρων μαλακίων που απευθύνονται σε οικογένειες, νέους ενήλικες, καταναλωτές που ενδιαφέρονται για την υγεία ή πολίτες χωρίς γνώσεις επιστημονικής διατροφής, η μετάδοση του τεχνικού περιεχομένου σε προσιτή γλώσσα είναι εξίσου σημαντική με το ίδιο το περιεχόμενο. Η εν λόγω μετατροπή καθοδηγείται από τα εξής στοιχεία (Kaimakoudi, 2024):

- **Ξεκινήστε με τα οφέλη, όχι με τους μηχανισμούς:** αντί να πείτε «τα δίθυρα μαλάκια περιέχουν EPA και DHA», πείτε «η κατανάλωση μυδιών δύο φορές την εβδομάδα ωφελεί την υγεία της καρδιάς και τη λειτουργία του εγκεφάλου».

Το κοινό θέλει να μάθει τι προσφέρει το προϊόν σε αυτούς, όχι πώς λειτουργεί βιοχημικά. Ο μηχανισμός μπορεί να ακολουθήσει αργότερα ως δευτερεύον στοιχείο για όσους θέλουν να μάθουν περισσότερα.

- **Συγκρίνετε με σημεία αναφοράς:** η σύγκριση της περιεκτικότητας σε θρεπτικά συστατικά των δίθυρων μαλακίων με γνωστά τρόφιμα (μοσχάρι, κοτόπουλο, σολομό, αυγά) καθιστά τα δεδομένα σημαντικά. Η φράση «Μια μερίδα στρείδια 100 g περιέχει περισσότερο ψευδάργυρο από ένα φιλέτο κοτόπουλο και περισσότερα ωμέγα-3 από τα περισσότερα ψάρια στο σούπερ μάρκετ» ενισχύει το ενδιαφέρον συγκριτικά με έναν απλό πίνακα θρεπτικών συστατικών.
- **Αποφύγετε τον εντυπωσιασμό και τους υπερβολικούς ισχυρισμούς:** φράσεις όπως «υπερτροφή» ή «θαύμα θρεπτικών ουσιών» δημιουργούν αμφιβολίες, ειδικά στους καταρτισμένους καταναλωτές. Η ερευνητική βιβλιογραφία βασίζεται σε ακριβείς και τεκμηριωμένους ισχυρισμούς: τα δίθυρα μαλάκια είναι «μια πλούσια φυσική πηγή EPA και DHA» ή «μία από τις πλουσιότερες σε θρεπτικά συστατικά πηγές πρωτεΐνης με χαμηλή θερμιδική αξία». Αυτοί οι ισχυρισμοί είναι επιστημονικά ακριβείς και αναδεικνύουν το προϊόν, χωρίς υπερβολή.
- **Χρησιμοποιήστε περιεχόμενο σε οπτική μορφή για να μεταδώσετε τα δεδομένα:** τα πληροφοριακά γραφήματα, τα συγκριτικά γραφήματα και τα εικονίδια στις συσκευασίες μεταδίδουν τις διατροφικές πληροφορίες πιο γρήγορα και με πιο αξιοσημείωτο τρόπο από ό,τι το κείμενο. Η έρευνα στο πεδίο της επικοινωνίας επιβεβαιώνει ότι τα βίντεο με πληροφοριακά γραφήματα δημιουργούν μεγαλύτερη συμμετοχή και μεταφορά του κοινού από τις καθαρά αφηγηματικές μορφές για θέματα υγείας και περιβάλλοντος (Yang et al., 2022).
- **Διαχωρίστε το κοινό-στόχο:** οι οικογένειες με μικρά παιδιά ανταποκρίνονται στα μηνύματα σχετικά με τον σίδηρο και την ανάπτυξη του εγκεφάλου· οι ηλικιωμένοι ενδιαφέρονται για τα οφέλη που σχετίζονται με την καρδιαγγειακή υγεία και τις αντιφλεγμονώδεις ιδιότητες· οι αθλητές δίνουν έμφαση στη

βιοδιαθεσιμότητα των πρωτεϊνών και στην αποκατάσταση μετά την άσκηση. Η ίδια διατροφική πληροφορία μεταδίδεται με διαφορετικό τρόπο στα διάφορα τμήματα.

Μια πρακτική άσκηση για τους επαγγελματίες της υδατοκαλλιέργειας είναι η επιλογή ενός επιστημονικά τεκμηριωμένου διατροφικού ισχυρισμού και να δημιουργήσουν τρεις διαφορετικές εκδοχές: μία για επιστημονική αφίσα, μία για ένθετο σε μενού εστιατορίου και μία για ανάρτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτή η άσκηση καθιστά ορατό το χάσμα μεταξύ της επιστημονικής γλώσσας και της γλώσσας προσιτής στον καταναλωτή και αναπτύσσει τη δεξιότητα της μετάφρασης με συστηματικό τρόπο.

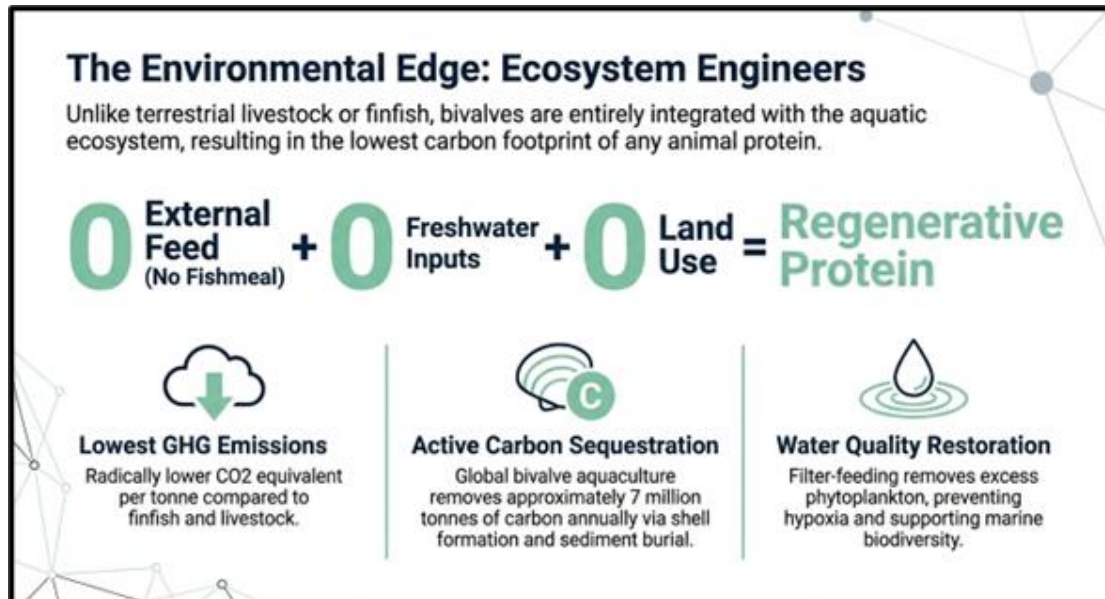
Αξίζει να σημειωθεί ότι η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στους διατροφικούς ισχυρισμούς που υποστηρίζουν οι παραγωγοί είναι γενικά χαμηλότερη σε σύγκριση με την εμπιστοσύνη που δείχνουν σε ισχυρισμούς από ανεξάρτητες υγειονομικές αρχές ή πιστοποιημένους τρίτους φορείς. Όποτε είναι δυνατόν, η αναφορά σε έγκριση από υγειονομικό φορέα (EFSA, εθνικές διατροφικές οδηγίες) ή η παραπομπή των καταναλωτών σε ανεξάρτητες πηγές ενισχύει την αξιοπιστία.

5.3 Επικοινωνία της σημασίας των οικοσυστημικών υπηρεσιών, του χαμηλού αποτυπώματος άνθρακα και του οικολογικού και κοινωνικού ρόλου των δίθυρων: ικανότητα μετάδοσης σύνθετων ιδεών στο καταναλωτικό κοινό χρησιμοποιώντας προσβάσιμη γλώσσα και πλατφόρμες

5.3.1 Επεξήγηση του χαμηλού περιβαλλοντικού αντίκτυπου και του αποτυπώματος άνθρακα της παραγωγής δίθυρων μαλακίων σε σύγκριση με άλλες πηγές πρωτεϊνών

Η υδατοκαλλιέργεια δίθυρων μαλακίων κατέχει μια εξαιρετικά ευνοϊκή θέση στο παγκόσμιο σύστημα τροφίμων από περιβαλλοντική άποψη.

Σε αντίθεση με την ιχθυοκαλλιέργεια, την παραγωγή πουλερικών ή την κτηνοτροφία, η καλλιέργεια δίθυρων δεν χρειάζεται ζωοτροφές από εξωτερική πηγή, παροχή γλυκού νερού, λιπάσματα και χώμα. Τα δίθυρα μαλάκια διηθούν το φυτοπλαγκτόν και την αιωρούμενη οργανική ύλη απευθείας από τη στήλη νερού, γεγονός που τα καθιστά πλήρως εξαρτημένα από το υδάτινο οικοσύστημα και στενά ενσωματωμένα σε αυτό.



Εικ. 30 - Σύγκριση μεταξύ των εντατικών χερσαίων και θαλάσσιων εκμεταλλεύσεων και των εκμεταλλεύσεων θαλάσσιων μαλακίων

Εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου

Οι μελέτες αξιολόγησης του κύκλου ζωής (LCA) δείχνουν συστηματικά ότι η υδατοκαλλιέργεια δίθυρων μαλακίων παράγει σημαντικά χαμηλότερες εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου ανά τόνο πρωτεΐνης σε σύγκριση με τα περισσότερα άλλα συστήματα ζωικής παραγωγής.

Σύμφωνα με έρευνα που δημοσιεύθηκε στο BioScience (2022), οι εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου σε επίπεδο εκμετάλλευσης για τα συστήματα παραγωγής ιχθύων έχουν μέσο όρο περίπου 1040 kg ισοδύναμου CO₂ ανά τόνο νωπού βάρους, σε σύγκριση με το σημαντικά μικρότερο συνολικό αποτύπωμα αερίων του θερμοκηπίου της καλλιέργειας δίθυρων μαλακίων.

Ένας βασικός παράγοντας είναι η απουσία ιχθυαλεύρου στον κύκλο παραγωγής: οι LCA των μαλακίων διαφέρουν σημαντικά από τους LCA άλλων δραστηριοτήτων υδατοκαλλιέργειας, επειδή η παραγωγή δίθυρων μαλακίων αποφεύγει πλήρως τις περιβαλλοντικές επιβαρύνσεις που σχετίζονται με την παραγωγή ιχθυαλεύρου (Vélez-Henao et al., 2021).

Δέσμευση Άνθρακα

Η σχέση μεταξύ της καλλιέργειας δίθυρων μαλακίων και του άνθρακα είναι πιο περίπλοκη από μια απλή διχοτόμηση του τύπου «δεξαμενή αποθήκευσης άνθρακα ή πηγή εκπομπών».

Μία πρόσφατη έρευνα που δημοσιεύτηκε στο Science of the Total Environment (Song et al., 2024), εξέτασε τα στοιχεία που αποδεικνύουν ότι η παγκόσμια υδατοκαλλιέργεια δίθυρων μαλακίων αναμένεται ότι απορροφά περίπου 7 εκατομμύρια τόνους άνθρακα ετησίως

μέσω του σχηματισμού κελύφους. Επιπλέον, η καλλιέργεια δίθυρων μαλακίων σε μέτριες πυκνότητες καλλιέργειας μεταβάλλει τη δομή των κοινοτήτων φυτοπλαγκτού, ευνοώντας μικρότερα είδη με υψηλή περιεκτικότητα σε άνθρακα, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση της συνολικής αποθήκευσης άνθρακα στη στήλη νερού. Η υδατοκαλλιέργεια δίθυρων μαλακίων αυξάνει επίσης τον ρυθμό καθίζησης των αιωρούμενων σωματιδίων, γεγονός που ευνοεί την ταφή του άνθρακα σε παράκτια περιβάλλοντα χαμηλής ενέργειας (Song et al., 2024).

Να σημειωθεί ότι η επιστημονική συναίνεση σχετικά με το καθαρό ισοζύγιο άνθρακα της υδατοκαλλιέργειας δίθυρων μαλακίων βρίσκεται ακόμη σε εξέλιξη και οι επαγγελματίες πρέπει να το παρουσιάσουν ως έναν τομέα με μεγάλες προοπτικές, αναγνωρίζοντας παράλληλα την έρευνα που βρίσκεται σε εξέλιξη.

Σύγκριση με τις χερσαίες πηγές πρωτεΐνης

Η αντικατάσταση μέρους της πρωτεΐνης της διατροφής που προέρχεται από το βόειο κρέας, το χοιρινό ή τα πουλερικά με πρωτεΐνη δίθυρων μαλακίων είναι μία από τις διαθέσιμες διατροφικές αντικαταστάσεις με τη χαμηλότερη περιεκτικότητα σε άνθρακα.

Οι Zhang et al. (2025) εξετάζουν τα στοιχεία που αποδεικνύουν ότι τα δίθυρα μαλάκια είναι πηγές ζωικής πρωτεΐνης φιλικές προς το κλίμα, πολύ υψηλής διατροφικής αξίας. Υποστηρίζουν πως τέτοιες αντικαταστάσεις σε ευρεία κλίμακα θα συνέβαλαν σημαντικά στις στρατηγικές μετριασμού της κλιματικής αλλαγής.

Ποιότητα νερού και οικοσυστημικές υπηρεσίες

Τα δίθυρα μαλάκια είναι οι μηχανικοί των οικοσυστημάτων. Οι πληθυσμοί που τρέφονται με διήθηση βελτιώνουν τη διαύγεια του νερού εξαλείφοντας το υπερβολικό φυτοπλαγκτόν και τα αιωρούμενα σωματίδια, γεγονός που μειώνει τον κίνδυνο υποξίας και ευνοεί την ανάκαμψη της βυθισμένης υδρόβιας βλάστησης. Η βιοαπόθεσή τους συμβάλλει στον κύκλο των θρεπτικών ουσιών και οι σκληρές δομές υποστρώματός τους αποτελούν ενδιαίτημα για άλλους θαλάσσιους οργανισμούς (Filgueira et al., 2019).

Αυτές οι υπηρεσίες έχουν μετρήσιμη οικονομική αξία, αν και σ εμεγάλο βαθμό δεν αποτυπώνονται στις τιμές της αγοράς, ένα κενό πολιτικής που οι επαγγελματίες της υδατοκαλλιέργειας και οι φορείς του κλάδου μπορούν να αναδείξουν ενεργά προς τις ρυθμιστικές αρχές και τους φορείς σχεδιασμού πολιτικής.

5.3.2 Μετάφραση επιστημονικών και περιβαλλοντικών πληροφοριών σε προσιτά, ελκυστικά και θετικά μηνύματα για τους καταναλωτές

Η περιβαλλοντική επικοινωνία είναι ένας διαφοροποιημένος κλάδος με τη δική του βάση τεκμηρίωσης. Οι ακριβείς δηλώσεις δεν αρκούν: το πλαίσιο, ο τόνος και η μορφή επηρεάζουν σημαντικά την αντίληψη, την κατανόηση και τη δράση σε σχέση με ένα μήνυμα.

Για τους επαγγελματίες της υδατοκαλλιέργειας, η γνώση της περιβαλλοντικής επικοινωνίας συνεπάγεται την κατανόηση ορισμένων βασικών αρχών που προέρχονται από την επιστήμη της επικοινωνίας και την έρευνα της συμπεριφοράς των καταναλωτών (Wang et al., 2020· Lu et al., 2022· Yang et al., 2022· Kaimakoudi, 2024).

- **Η θετική πλαισίωση είναι πιο αποτελεσματική από την επικοινωνία που βασίζεται στην ανάδειξη ελλείψεων ή προβλημάτων.**: η έρευνα στην περιβαλλοντική επικοινωνία δείχνει συστηματικά ότι τα μηνύματα που δίνουν έμφαση σε όσα γίνονται ήδη σωστά -και σε ό,τι μπορεί να βελτιωθεί- δημιουργούν πιο θετικές στάσεις και ισχυρότερη προθέσεις αγοράς σε σχέση με τα μηνύματα που επικεντρώνονται στα προβλήματα και τις αποτυχίες. Η επικοινωνία σχετικά με την υδατοκαλλιέργεια δίθυρων μαλακίων ως αποδεδειγμένη και λειτουργική λύση στις προκλήσεις βιωσιμότητας του συστήματος τροφίμων είναι πιο αποτελεσματική σε σχέση με την καταγραφή των περιβαλλοντικών επιβαρύνσεων άλλων πηγών πρωτεΐνης. Το μήνυμα θα πρέπει να είναι: «Αυτό είναι ένα παράδειγμα αναγεννητικής παραγωγής τροφίμων» αντί για «Οι άλλες πηγές πρωτεΐνης επιβαρύνουν το περιβάλλον».

Communicating Sustainability Without Greenwashing

Framing environmental data properly is critical. Specificity and honesty inspire trust, while vague or overly aggressive claims erode it.



Rule 1: Positive Framing	
✗ Don't: Use deficit messaging (e.g., Beef destroys the planet).	✓ Do: Focus on the solution (e.g., This is what regenerative food production looks like).
Rule 2: Specificity Beats Generality	
✗ Don't: Use vague, unverifiable terms (e.g., Eco-friendly, Natural).	✓ Do: Quantify the impact (e.g., Our mussels filter up to 150 liters of water per animal, per day).
Rule 3: Handle Complexity Honestly	
✗ Don't: Overclaim on debated science (e.g., declaring absolute zero-carbon without context).	✓ Do: Acknowledge ongoing research while highlighting proven benefits.
Rule 4: Connect to Identity	
✗ Don't: Assume raw data changes minds.	✓ Do: Frame your product as a choice for ocean-lovers and supporters of coastal communities.

Εικ. 31 – Γνωστοποίηση της βιωσιμότητας χωρίς αναφορά στο «greenwashing»

- **Η εξειδίκευση είναι καλύτερη από ένα γενικό μήνυμα:** οι καταναλωτές, έχοντας επίγνωση του «greenwashing», είναι όλο και πιο δύσπιστοι απέναντι σε ασαφείς ισχυρισμούς σχετικά με τη βιωσιμότητα (όπως «φιλικό προς το περιβάλλον», «πράσινο» ή «φυσικό»). Οι σαφείς και τεκμηριωμένοι ισχυρισμοί, όπως «τα μύδια μας δεν απαιτούν εξωτερικές εισροές και φιλτράρουν έως και 150 λίτρα θαλασσινού νερού ανά μαλάκιο ημερησίως», ενισχύουν την αξιοπιστία του μηνύματος και παρέχουν ουσιαστικό πλεονέκτημα διαφοροποίησης του προϊόντος

στην αγορά. Όποτε είναι δυνατόν, αυτοί οι ισχυρισμοί πρέπει να συνδέονται με πιστοποιήσεις, δεδομένα τρίτων ή επιστημονικές πηγές.

- **Ο ρόλος του συναισθήματος και της ταυτότητας:** τα μηνύματα για το περιβάλλον που συνδέονται με την αίσθηση της ταυτότητας ενός καταναλωτή - όπως κάποιος που φροντίζει τον ωκεανό, υποστηρίζει τους τοπικούς παραγωγούς ή λαμβάνει συνειδητές διατροφικές αποφάσεις - είναι πιο πιθανό να επηρεάσουν τη συμπεριφορά. Οι καταναλωτές δεν αγοράζουν μόνο ένα προϊόν, αγοράζουν τη συμφωνία με τις αξίες που έχουν για τον εαυτό τους.

Η καλλιέργεια δίθυρων μαλακίων αποτελεί εδώ και πολύ καιρό μέρος των παράκτιων κοινοτήτων, έχει μεταδοθεί από γενιά σε γενιά και συνδέεται στενά με την προστασία του περιβάλλοντος, γεγονός που την καθιστά ένα ισχυρό και σημαντικό θέμα για την επικοινωνία που επικεντρώνεται στην ταυτότητα.

- **Διαχείριση της πολυπλοκότητας με ειλικρίνεια:** η συζήτηση σχετικά με τη δέσμευση άνθρακα είναι ένα πεδίο επιστημονικής αβεβαιότητας και οι επαγγελματίες συστήνεται να αποφεύγουν τους υπερβολικούς ισχυρισμούς.

Ένα μήνυμα όπως «η καλλιέργεια δίθυρων μαλακίων έχει ένα από τα χαμηλότερα αποτυπώματα άνθρακα συγκριτικά με οποιαδήποτε ζωική πρωτεΐνη, και η πρόσφατη έρευνα υποδεικνύει σημαντικά οφέλη στη δέσμευση άνθρακα, έναν τομέα στον οποίο συμμετέχουμε ενεργά» είναι ακριβές και εκφράζει μια εικόνα προόδου.

Η αναγνώριση της αβεβαιότητας δεν μειώνει την αξιοπιστία. Στην πραγματικότητα, συχνά την ενισχύει όταν πρόκειται για ενημερωμένο κοινό.

- **Η εκπαίδευση των καταναλωτών ως μακροπρόθεσμη επένδυση:** πολλοί καταναλωτές εξακολουθούν να μην κατανοούν τι είναι η υδατοκαλλιέργεια, από πού προέρχονται τα δίθυρα μαλάκια ή γιατί είναι σημαντικά από οικολογική άποψη.

Το εκπαιδευτικό περιεχόμενο (σύντομα βίντεο, πληροφοριακά γραφήματα, επισκέψεις σε μονάδες, σχολικά προγράμματα) μεταδίδουν βασικές γνώσεις κι ενημερώνουν. Σε αυτά μπορούν να στηριχθούν αποτελεσματικά τα μηνύματα που αφορούν συγκεκριμένα προϊόντα.

Πρόκειται για μια ευθύνη που αφορά τον τομέα στο σύνολό του, που επιμερίζεται μεταξύ των μεμονωμένων παραγωγών, των ενώσεων του τομέα και των ερευνητικών ιδρυμάτων.

5.3.3 Επιλογή κατάλληλων πλατφορμών επικοινωνίας (κοινωνικά δίκτυα, ιστότοποι, εκδηλώσεις, εκπαιδευτικές εκστρατείες) για διαφορετικά ακροατήρια

Η αποτελεσματικότητα μιας στρατηγικής επικοινωνίας δεν εξαρτάται μόνο από το τι λέγεται, αλλά και από το πού και με ποιον τρόπο μεταδίδεται το μήνυμα.

Η επιλογή της πλατφόρμας πρέπει να βασίζεται στην ανάλυση του κοινού: οι διάφοροι πελάτες κινούνται σε διαφορετικούς ψηφιακούς και φυσικούς χώρους, έχουν διαφορετικές ανάγκες πληροφόρησης και ανταποκρίνονται σε διαφορετικές μορφές.

- **Μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Instagram, TikTok, Facebook):** αυτές οι πλατφόρμες είναι ιδανικές για να προσεγγίσετε απευθείας τους καταναλωτές, ιδίως τους νεότερους.

Το περιεχόμενο βίντεο μικρής διάρκειας (15-90 δευτερόλεπτα) που δείχνει τις διαδικασίες συγκομιδής, τις μεθόδους προετοιμασίας ή τις αγροτικές εργασίες στα παρασκήνια επιτυγχάνει υψηλά επίπεδα αλληλεπίδρασης. Το οπτικό περιεχόμενο (φωτογραφία, πληροφοριακά γραφήματα) λειτουργεί καλά για τους ισχυρισμούς σχετικά με τη διατροφή και το περιβάλλον.

Η αλγοριθμική φύση αυτών των πλατφορμών επιβραβεύει τη συνέπεια και την αλληλεπίδραση περισσότερο από τις σποραδικές αναρτήσεις.

Βασικά είδη μηνυμάτων: προέλευση του προϊόντος, αισθητηριακή απήχηση, περιβαλλοντικές επιδόσεις, συνταγές.

- **Ιστότοποι και ψηφιακό περιεχόμενο μεγάλου μήκους:** η εταιρική ιστοσελίδα λειτουργεί ως ο βασικός κόμβος αξιοπιστίας. Σε αυτήν απευθύνονται οι επαγγελματίες αγοραστές, οι δημοσιογράφοι, οι ερευνητές και οι ενδιαφερόμενοι καταναλωτές για να επαληθεύσουν τους ισχυρισμούς που προβάλλονται σε άλλα κανάλια επικοινωνίας.

Το περιεχόμενο μεγάλης έκτασης, όπως προφίλ παραγωγών, εκθέσεις βιωσιμότητας και σύνδεσμοι προς τεκμηριωμένες επιστημονικές δημοσιεύσεις, θα πρέπει να φιλοξενείται στην ιστοσελίδα.

Εδώ πρέπει επίσης να προβάλλονται με εμφανή τρόπο οι οικολογικές πιστοποιήσεις και οι εγκρίσεις τρίτων φορέων.

Μια καλά οργανωμένη και διαρκώς ενημερωμένη ιστοσελίδα, με έγκυρο περιεχόμενο σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιδόσεις και τη διατροφική αξία των προϊόντων, συμβάλλει σημαντικά στην ανάπτυξη των εξαγωγών αγορών και ενισχύει τη σχέση με θεσμικούς φορείς.

- **Εκδηλώσεις, αγορές και κανάλια άμεσης διάθεσης προς τον καταναλωτή:** οι αγορές παραγωγών, τα γαστρονομικά φεστιβάλ, οι συνεργασίες με εστιατόρια και οι επισκέψεις σε μονάδες παραγωγής προσφέρουν αναντικατάστατες ευκαιρίες άμεσης επαφής με τους καταναλωτές.

Οι εμπειρίες γευσιγνωσίας είναι από τα πιο αποτελεσματικά εργαλεία μετατροπής για τα προϊόντα δίθυρων μαλακίων: η αισθητηριακή εμπλοκή αποτρέπει τον σκεπτικισμό και δημιουργεί μια άμεση συναισθηματική σύνδεση με το προϊόν.

Αυτές οι εκδηλώσεις είναι επίσης ιδανικά περιβάλλοντα για την αφήγηση ιστοριών: η προσωπική παρουσία του παραγωγού συνιστά το ισχυρότερο στοιχείο ταυτότητας και διαφοροποίησης της επωνυμίας.

- **Εκπαιδευτικές εκστρατείες και θεσμικά κανάλια επικοινωνίας:** η επικοινωνία που απευθύνεται σε σχολεία, επαγγελματίες υγείας, φορείς χάραξης πολιτικής και θεσμικούς φορείς (όπως νοσοκομεία, σχολικά κυλικεία, δημόσιες συμβάσεις)

απαιτεί διαφορετικό ύφος. Η ακρίβεια των πληροφοριών, η υποστήριξη από θεσμικούς φορείς και το κατάλληλο πλαίσιο για τις πολιτικές είναι απαραίτητα. Οι συνεργασίες με αρχές δημόσιας υγείας, πανεπιστήμια ή περιβαλλοντικούς οργανισμούς προσδίδουν μεγαλύτερη αξιοπιστία και παρέχουν πρόσβαση σε δίκτυα επικοινωνίας που δεν είναι διαθέσιμα μόνο μέσω της εμπορικής προώθησης.

- **Επικοινωνία B2B (εστιατόρια, λιανοπωλητές, διανομείς):** οι επαγγελματίες αγοραστές απαιτούν τεκμηριωμένα δεδομένα σχετικά με την ποιότητα του προϊόντος, την ασφάλεια των τροφίμων, εγγυήσεις για την αξιοπιστία της εφοδιαστικής αλυσίδας και διαπιστευτήρια βιωσιμότητας με τρόπο που ανταποκρίνεται στις εμπορικές τους ανάγκες.

Οι μελέτες περιπτώσεων, τα τεχνικά δελτία προδιαγραφών των προϊόντων και τα έγγραφα ιχνηλασιμότητας υποστηρίζουν τις αποφάσεις αγοράς σε αυτό το επίπεδο.

Οι ψηφιακές πλατφόρμες, όπως το LinkedIn, είναι αποτελεσματικές για τη διατήρηση της προβολής προς το επαγγελματικό κοινό και την τοποθέτηση των φορέων του κλάδου στις συζητήσεις που αφορούν την πολιτική, τη βιομηχανία και τις εξελίξεις του τομέα.

Ένα πρακτικό πλαίσιο για την επιλογή πλατφορμών είναι η χαρτογράφηση κάθε κοινού-στόχου με βάση τρεις βασικές παραμέτρους: (α) πού αναζητά και καταναλώνει πληροφορίες, (β) ποια μορφή περιεχομένου προτιμά και (γ) ποια απόφαση καλείται να λάβει. Η προσέγγιση αυτή οδηγεί στην ιεράρχηση των καναλιών επικοινωνίας με βάση την αποτελεσματικότητά τους, επιτρέποντας τη συγκέντρωση των επικοινωνιακών προσπάθειών στα μέσα που αποφέρουν τη μεγαλύτερη απόδοση, αντί της ομοιόμορφης διασποράς τους σε όλες τις διαθέσιμες πλατφόρμες ανεξάρτητα από την καταλληλότητά τους (Zimand-Sheiner, 2024· Kaimakoudi, 2024).

Platform Selection: Matching Message to Medium			
Effective strategy maps target audiences against where they consume information and what formats they prefer.			
Platform	Target Audience	Best Format	Key Messaging Focus
 Social Media (IG, TikTok)	Direct Consumers, Gen Z, Millennials	Short-form video (15–90s), behind-the-scenes	Sensory appeal, daily farm life, quick eco-facts, recipes
 Website	B2B Buyers, Researchers, Press	Long-form content, sustainability reports	Credibility hub, third-party certifications (ASC/MSC), deep environmental data
 Events & Markets	Local Consumers, Foodies	In-person tasting experiences	Sensory engagement, personal producer storytelling, coastal heritage
 B2B Channels (LinkedIn)	Retailers, Restaurants, Distributors	Spec sheets, case studies, traceability data	Supply reliability, food safety, commercial viability

Εικ. 32 - Πώς να προωθήσετε το προϊόν σας μέσω διαδικτυακών πλατφορμών

Σημείωση σχετικά με τις πηγές και την επιστημονική ακεραιότητα

Όλο το εκπαιδευτικό περιεχόμενο αυτής της ενότητας βασίζεται σε επιστημονική βιβλιογραφία αξιολογήθηκε από ομότιμους και σε ειδική έρευνα του κλάδου.

Οι βασικές αναφορές περιλαμβάνουν δημοσιεύσεις στα Food Chemistry X (Tan et al., 2025), Critical Reviews in Food Science and Nutrition, BioScience, Science of the Total Environment, International Journal of Life Cycle Assessment, Journal of Applied Communication Research, Journal of Brand Management και εκθέσεις του FAO (2024), της Global Seafood Alliance (2021) και του Aquaculture Stewardship Council.

Σε περίπτωση που δεν υπάρχει επιστημονική τεκμηρίωση, ειδικά όσον αφορά το καθαρό ισοζύγιο άνθρακα της υδατοκαλλιέργειας δίθυρων, αυτό αναγνωρίζεται ρητά στο κείμενο.

Συστήνεται οι επαγγελματίες να συμβουλευούνται τις αρχικές πηγές κατά την προετοιμασία του επικοινωνιακού υλικού και να επικαιροποιούν το περιεχόμενο καθώς εξελίσσεται η βάση τεκμηρίωσης.