

Insects Innovation in Gastronomy

ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ



Επεισόδιο 2: Κατανόηση του δυναμικού της αγοράς για τα τρόφιμα με βάση τα έντομα

Disclaimer:

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Υποστήριξη μαθημάτων
Επεισόδιο 2: Κατανόηση του δυναμικού της αγοράς για τα τρόφιμα με βάση τα έντομα

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη.....	2
Βασικές γνώσεις & συμπεράσματα	2
Τελική σκέψη.....	1

Υποστήριξη μαθημάτων

Επεισόδιο 2: Κατανόηση του δυναμικού της αγοράς για τα τρόφιμα με βάση τα έντομα

Περίληψη

Σε αυτό το επεισόδιο, ο λέκτορας διερευνά το αυξανόμενο δυναμικό της αγοράς για τα τρόφιμα με βάση τα έντομα, επισημαίνοντας την ταχεία επέκταση του κλάδου και τους βασικούς παράγοντες ανάπτυξης. Με την παγκόσμια αγορά βρώσιμων εντόμων να αναμένεται να ξεπεράσει τα 8 δισεκατομμύρια δολάρια μέχρι το 2030, οι πρώτοι που θα υιοθετήσουν την αγορά έχουν μια σημαντική ευκαιρία να εδραιωθούν. Το επεισόδιο εξετάζει τα βασικά δημογραφικά στοιχεία των καταναλωτών, αντιμετωπίζει τις συνήθειες ανησυχίας και περιγράφει τόσο τις προκλήσεις όσο και τις ευκαιρίες στον κλάδο. Μια ισχυρή βάση στην έρευνα αγοράς και τη στρατηγική τοποθέτηση θα είναι απαραίτητη για την επιτυχία.

Βασικές γνώσεις & συμπεράσματα

1. Επισκόπηση της παγκόσμιας αγοράς

- Η αγορά βρώσιμων εντόμων αποτιμάται σε περίπου **1 δισεκατομμύριο δολάρια** και αναμένεται να αυξηθεί σε **8 δισεκατομμύρια δολάρια μέχρι το 2030 (24% CAGR)**.
- Η ανάπτυξη τροφοδοτείται από:
 - Αύξηση της ευαισθητοποίησης **σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις** των παραδοσιακών πηγών πρωτεΐνης.
 - Αύξηση της ζήτησης για **εναλλακτικές πρωτεΐνες λόγω της αύξησης του παγκόσμιου πληθυσμού**.
 - Πολιτιστική στροφή προς την **περιπετειώδη και βιώσιμη διατροφή**, ιδίως στις δυτικές αγορές.
- Η **Ασία-Ειρηνικός** κατέχει την πρώτη θέση στην κατανάλωση εντόμων, αλλά η **Ευρώπη** πλησιάζει λόγω της αυξανόμενης περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και της περιέργειας των καταναλωτών.

2. Προσδιορισμός των βασικών δημογραφικών στοιχείων των καταναλωτών

- **Καταναλωτές με περιβαλλοντική συνείδηση** - με κίνητρο τη βιωσιμότητα και τις φιλικές προς το περιβάλλον επιλογές τροφίμων.
- **Λάτρεις της υγείας και της φυσικής κατάστασης** - προσελκύονται από την υψηλή περιεκτικότητα σε πρωτεΐνες, υγιεινά λίπη και απαραίτητα θρεπτικά συστατικά των τροφίμων με βάση τα έντομα.
- **Foodies και γαστρονομικοί εξερευνητές** - ενδιαφέρονται για νέες και μοναδικές γευστικές εμπειρίες.

Υποστήριξη μαθημάτων

Επεισόδιο 2: Κατανόηση του δυναμικού της αγοράς για τα τρόφιμα με βάση τα έντομα

- **Ευέλικτοι και χορτοφάγοι** - εξερευνούν εναλλακτικές πηγές πρωτεϊνών πέρα από την παραδοσιακή κτηνοτροφία.
- **Στρατηγική μάρκετινγκ:** Προσαρμόστε τα μηνύματα στα κίνητρα κάθε ομάδας (π.χ. στατιστικά στοιχεία βιωσιμότητας για καταναλωτές με οικολογική συνείδηση, γαστρονομική ελκυστικότητα για καλοφαγάδες).

3. Αντιλήψεις και εμπόδια των καταναλωτών

- **Οι συνήθειες ανησυχίες περιλαμβάνουν:**
 - **Φόβος του αγνώστου** - Αβεβαιότητα σχετικά με τη γεύση και την προετοιμασία.
 - **Πολιτιστικά στίγματα** - Σύνδεση της κατανάλωσης εντόμων με τη φτώχεια ή την ακαθαρσία.
 - **Ανησυχίες για την υγεία και την ασφάλεια** - Ανησυχίες σχετικά με τα αλλεργιογόνα ή την υγιεινή της γεωργίας.
- **Λύσεις:**
 - **Η έκθεση και η εκπαίδευση** παίζουν καθοριστικό ρόλο στην αλλαγή των αντιλήψεων.
 - **Τα διαφανή μηνύματα** σχετικά με τη διατροφή και τη βιωσιμότητα δημιουργούν εμπιστοσύνη.
 - **Η ελκυστική παρουσίαση και το branding** μπορούν να καταστήσουν τα έντομα πιο ελκυστικά στους καταναλωτές.

4. Ευκαιρίες στην αγορά

- **Κενά στην αγορά** - Ο κλάδος είναι ακόμη νέος, προσφέροντας χώρο για καινοτομία και νέες μάρκες.
- **Ποικιλία προϊόντων** - Τα έντομα μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε διάφορες μορφές (ολόκληρα, σκόνης, μπάρες πρωτεΐνης, ζυμαρικά, σνακ, γκουρμέ πιάτα).
- **Ευθυγράμμιση με τις διατροφικές τάσεις** - Το αυξανόμενο ενδιαφέρον των καταναλωτών για βιώσιμες και φυτικές δίαιτες παρέχει ένα σημείο εισόδου.

5. Προκλήσεις και πώς να τις ξεπεράσετε

- **Ρυθμιστικά εμπόδια** - Οι νόμοι διαφέρουν από χώρα σε χώρα- η συνεργασία με εμπειρογνώμονες σε θέματα κανονισμών τροφίμων είναι το κλειδί.
- **Περιορισμοί στην αλυσίδα εφοδιασμού** - Η δημιουργία αξιόπιστων προμηθευτών και κλιμακούμενης παραγωγής είναι απαραίτητη.
- **Εκπαίδευση της αγοράς** - Ξεπέρασμα του παράγοντα «γusck» μέσω ελκυστικών εκστρατειών και διαφανούς επικοινωνίας.

Υποστήριξη μαθημάτων
Επεισόδιο 2: Κατανόηση του δυναμικού της αγοράς για τα τρόφιμα με βάση τα έντομα

6. Η σημασία της έρευνας αγοράς

- **Πριν από το λανσάρισμα ενός προϊόντος ή μιας καμπάνιας:**
 - Αναλύστε τους ανταγωνιστές και τις τάσεις του κλάδου.
 - Κατανόηση των προτιμήσεων και των σημείων πόνου των καταναλωτών.
 - Λάβετε αποφάσεις βάσει δεδομένων για τη βελτιστοποίηση των προσπαθειών μάρκετινγκ.

Προεπισκόπηση επόμενου επεισοδίου

- Το επόμενο επεισόδιο θα επικεντρωθεί στις **στρατηγικές επωνυμίας και τοποθέτησης** για να κάνουν τα τρόφιμα με βάση τα έντομα να ξεχωρίζουν στην αγορά.

Υποστήριξη μαθημάτων
Επεισόδιο 2: Κατανόηση του δυναμικού της αγοράς για τα τρόφιμα με βάση τα έντομα

Τελική σκέψη

Το μέλλον των τροφίμων με βάση τα έντομα εξαρτάται από τον τρόπο με τον οποίο **θα προωθηθούν και θα παρουσιαστούν στην αγορά**. Με την κατανόηση του τοπίου της αγοράς, της ψυχολογίας των καταναλωτών και των προκλήσεων του κλάδου, οι επιχειρήσεις μπορούν να χαράξουν αποτελεσματικές στρατηγικές για να προωθήσουν την αποδοχή και τη ζήτηση.