

Inovație în gastronomia cu insecte

MODUL 6



Modul 6 :

Strategii de Marketing pentru Consumul de Insecte în Gastronomie

Disclaimer:

Proiect Co-Finanțat de Uniunea Europeană.

Punctele de vedere și opiniile exprimate aparțin, însă, exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă neapărat punctele de vedere și opiniile Uniunii Europene sau ale Agenției Executive Europene pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate răspunzătoare pentru acestea.

Modul 6: Strategii de Marketing pentru Consumul de Insecte în Gastronomie

Unit 1: Introducere în Marketingul Gastronomiei cu Insecte

Obiectiv:

Introducerea conceptului de marketing al alimentelor bazate pe insecte, subliniind rolul povestirii și percepției în transformarea atitudinilor culturale față de insectele comestibile. Prezentarea structurii și obiectivelor cursului.

Conținut:

- Explicație despre motivul pentru care consumul de insecte, deși este o practică veche în unele culturi, întâmpină provocări de percepție pe piețele occidentale.
- Puterea marketingului de a reduce decalajul de percepție prin narațiune și conexiune emoțională (ex. parcursul sushi-ului către succesul mainstream).
- Prezentarea generală a subiectelor cursului: analiza publicului, branding, depășirea stigmei, marketing digital, considerații regulamentare și studii de caz.

Materiale:

- Lecție video introductivă care prezintă cursul și potențialul gastronomiei cu insecte din perspectiva marketingului.
- Suport de curs în format PDF.

Unit 2: Înțelegerea Potențialului Pieței

Obiectiv:

Explorarea pieței globale a insectelor comestibile, identificarea demografiei cheie, percepțiilor consumatorilor și oportunităților de creștere.

Conținut:

- Prezentare generală a pieței insectelor comestibile: 1 miliard de dolari în prezent, cu o proiecție de 8 miliarde de dolari până în 2030 (rată anuală de creștere compusă de 24%).

- Demografii cheie: consumatori conștienți de mediu, entuziaști ai sănătății, gurmanzi și flexitarieni.
- Preocupările consumatorilor (ex. teama de necunoscut, stigma culturală) și oportunitățile (ex. diversitatea produselor, tendințele de sustenabilitate).
- Importanța cercetării de piață pentru a aborda provocări precum reglementările și lanțurile de aprovizionare.

Materiale:

- Lecție video cu inserții vizuale și comentarii despre potențialul și tendințele pieței.
- Suport de curs în format PDF.

Unit 3: Branding și Poziționare a Produselor Bazate pe Insecte

Obiectiv:

Explicarea modului de a crea o identitate de brand atractivă și de a poziționa alimentele bazate pe insecte pentru a atrage publicul țintă, depășind barierele psihologice.

Conținut:

- Definiția brandingului: identitate, valori și promisiune; rolul său în diferențiere și construirea încrederii.
- Strategii pentru identitatea de brand: valori de bază (ex. sustenabilitate), personalitate (ex. gourmet vs. accesibil) și design vizual (ex. tonuri pământii).
- Opțiuni de poziționare: gastronomie gourmet, accent pe sănătate, campion al sustenabilității sau comoditate zilnică.
- Depășirea factorului „yuck” prin design vizual, limbaj și povestire (ex. analogia cu sushi).

Materiale:

- Lecție video cu inserții vizuale și comentarii despre perspective și pași practici pentru dezvoltarea unui brand.
- Suport de curs în format PDF.

Unit 4: Canale și Strategii de Marketing

Obiectiv:

Furnizarea unei prezentări generale a canalelor și strategiilor de marketing pentru a ajunge eficient la publicul țintă, punând accent pe abordările digitale și practice.

Conținut:

- Categoriile de canale de marketing: digital (site-uri web, SEO, PPC, email), social media (Instagram, TikTok, X, LinkedIn), marketing de conținut (bloguri, videoclipuri), media tradițională (presă scrisă, radio) și evenimente/parteneriate.
- Strategii digitale: site-ul ca vitrină, SEO pentru vizibilitate, PPC pentru targetare, email pentru loialitate.
- Tactici de social media: conținut specific platformei (ex. rețete pe Instagram, leadership de gândire pe LinkedIn).
- Exemple practice: evenimente de degustare, colaborări cu bucătari și optimizare bazată pe date folosind analitice.

Materiale:

- Lecție video cu inserții vizuale și comentarii care demonstrează selecția canalelor și exemple din lumea reală.
- Suport de curs în format PDF.

Unit 5: Considerații de Reglementare și Etice

Obiectiv:

Evidențierea modului în care conformitatea reglementară și practicile etice pot îmbunătăți eforturile de marketing și construi încrederea consumatorilor în alimentele bazate pe insecte.

Conținut:

- Utilizarea reglementărilor privind siguranța alimentară (ex. Regulamentul UE privind Alimentele Noi, standardele FDA) ca instrument de construire a încrederii prin certificări și transparență.
- Marketing etic: agricultură sustenabilă (ex. utilizare redusă a apei), practici umane și povești despre impactul asupra comunității.
- Abordarea preocupărilor consumatorilor: siguranță, alergeni și beneficii de mediu prin campanii.
- Inițiative de responsabilitate socială corporativă (CSR): implicare comunitară, proiecte de mediu și cauze sociale ca atuuri de marketing.

Materiale:

- Lecție video cu inserții vizuale și comentarii despre conformitatea reglementară și metricile de sustenabilitate ca componente ale strategiei de marketing.

- Suport de curs în format PDF.

Unit 6: Studii de Caz și Tendințe Viitoare

Obiectiv:

Analizarea studiilor de caz de succes în marketingul gastronomiei cu insecte și explorarea oportunităților viitoare, oferind resurse practice pentru bucătari și marketeri.

Conținut:

- Studiu de caz 1: Chapul (SUA) – Marketing educațional, branding strategic și inovație în arome cu batoane proteice din greieri.
- Studiu de caz 2: Entomo Farms (Canada) – Scalarea lanțurilor de aprovizionare, transparență și colaborări cu bucătari.
- Principalii furnizori europeni: Protix, Ynsect, Tebrio etc., cu ofertele lor de produse (ex. pudră de greieri, proteine din larve de viermi).
- Tendințe viitoare: diversificarea produselor, avansuri tehnologice, acceptare mainstream și sprijin reglementar.

Materiale:

- Lecție video cu inserții vizuale și comentarii despre poveștile de succes ale Chapul și Entomo Farms, lista furnizorilor europeni de ingrediente din insecte cu linkuri către site-urile lor și comentarii despre tendințele viitoare.
- Suport de curs în format PDF.

