

Inovație în Gastronomia cu Insecte

SUPORT DE CURS



Episodul 1: Introducere în strategiile 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.



Suport de curs
Episodul 1: Introducere în strategiile de marketing pentru consumul de insecte în
gastronomie

Cuprins

SInopsis.....	2
Principalele Concluzii și Lecții.....	2
Gând Final.....	3

Suport de curs

Episodul 1: Introducere în strategiile de marketing pentru consumul de insecte în gastronomie

Sinopsis

În acest episod introductiv, lectorul stabilește cadrul cursului, subliniind rolul marketingului strategic în creșterea acceptării alimentelor pe bază de insecte. Deși consumul de insecte are o istorie bogată în multe culturi, piețele occidentale rămân reticente din cauza barierelor de percepție. Marketingul eficient poate reduce acest decalaj prin utilizarea povestirii, brandingului și psihologiei consumatorului. Episodul conturează temele cheie ale cursului, de la țintirea audienței la strategiile de marketing digital, și oferă o previzualizare a conținutului viitor.

Principalele Concluzii și Lecții

1. Provocarea și Oportunitatea Gastronomiei cu Insecte

- Consumul de insecte nu este nou – multe culturi l-au adoptat de secole.
- Cea mai mare barieră pe piețele occidentale este percepția, nu nutriția sau sustenabilitatea.
- Marketingul poate schimba atitudinile consumatorilor prin crearea unei narațiuni potrivite.

2. Rolul Povestirii în Marketing

- Marketingul nu înseamnă doar prezentarea faptelor – este despre modelarea modului în care oamenii gândesc și simt.
- Insectele ar trebui poziționate nu ca o proteină de ultimă instanță, ci ca o alegere interesantă, gourmet și sustenabilă.
- Exemplu: Sushi-ul era odată necunoscut în Occident, dar a devenit o bucătărie premium prin branding inteligent. O transformare similară este posibilă pentru alimentele pe bază de insecte.

3. Ce Veți Învăța în Acest Curs

- Înțelegerea audienței țintă: Identificarea motivațiilor și depășirea rezistenței.
- Strategii de branding: Transformarea alimentelor pe bază de insecte în ceva dezirabil și aspirațional.
- Depășirea barierelor psihologice: Abordarea factorului „yuck” prin mesaje strategice.
- Tehnici de marketing digital: Utilizarea rețelelor sociale și platformelor online pentru promovare.
- Considerații reglementare: Navigarea cadrului legal pentru succes comercial.

4. Previzualizare a Episoadelor Următoare

- Episodul 2: Analiza Pieței – Identificarea audienței potrivite pentru alimentele pe bază de insecte.



Suport de curs

Episodul 1: Introducere în strategiile de marketing pentru consumul de insecte în gastronomie

Gând Final

Marketingul poate redefini modul în care oamenii percep alimentele pe bază de insecte, la fel cum a făcut-o cu alte bucătării odată necunoscute. Cu strategia potrivită, aceste alimente pot trece de la nișă la mainstream, creând noi experiențe culinare și alegeri sustenabile pentru consumatori.