

Inovație în Gastronomia cu Insecte

SUPORT DE CURS



Episodul 2: Înțelegerea potențialului pieței pentru alimente pe bază de insecte

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 2: Înțelegerea potențialului pieței
pentru alimente pe bază de insecte

Cuprins

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

Suport de curs

Episodul 2: Înțelegerea potențialului pieței pentru alimente pe bază de insecte

Sinopsis

În acest episod, lectorul explorează potențialul de piață în creștere al alimentelor pe bază de insecte, evidențiind expansiunea rapidă a industriei și factorii cheie ai creșterii. Cu piața globală a insectelor comestibile estimată să depășească 8 miliarde de dolari până în 2030, primii adoptatori au o oportunitate semnificativă de a se afirma. Episodul analizează principalele demografii ale consumatorilor, abordează preocupările comune și conturează atât provocările, cât și oportunitățile din industrie. O bază solidă în cercetarea de piață și poziționarea strategică va fi esențială pentru succes.

Principalele Concluzii și Lecții

1. Prezentare Generală a Pieței Globale

- Piața insectelor comestibile este evaluată la aproximativ 1 miliard de dolari și este proiectată să crească la 8 miliarde de dolari până în 2030 (rata anuală compusă de creștere de 24%).
- Creșterea este alimentată de:
 - Conștientizarea tot mai mare a impactului ecologic al surselor tradiționale de proteine.
 - Cererea în creștere pentru proteine alternative din cauza creșterii populației globale.
 - O schimbare culturală către o alimentație aventuroasă și sustenabilă, în special pe piețele occidentale.
- Regiunea Asia-Pacific conduce în consumul de insecte, dar Europa recuperează datorită creșterii conștientizării ecologice și curiozității consumatorilor.

2. Identificarea Demografiei Cheie a Consumatorilor

- Consumatori conștienți de mediu – motivați de sustenabilitate și opțiuni alimentare ecologice.
- Entuziaști ai sănătății și fitnessului – atrași de proteinele ridicate, grăsimile sănătoase și nutrienții esențiali din alimentele pe bază de insecte.
- Gurmanzi și exploratori culinari – interesați de experiențe culinare noi și unice.
- Flexitarieni și vegetarieni – în căutare de surse alternative de proteine dincolo de animalele tradiționale.
- **Strategie de Marketing:** Adaptarea mesajelor la motivațiile fiecărui grup (de ex., statistici de sustenabilitate pentru consumatorii eco-conștienți, atractivitate culinară pentru gurmanzi).

Suport de curs

Episodul 2: Înțelegerea potențialului pieței pentru alimente pe bază de insecte

3. Percepțiile și Barierele Consumatorilor

- Preocupările comune includ:
 - Teama de necunoscut – Incertitudine legată de gust și preparare.
 - Stigmatizarea culturală – Asocierea consumului de insecte cu sărăcia sau lipsa de igienă.
 - Îngrijorări legate de sănătate și siguranță – Temeri privind alergenii sau igiena fermelor.
- Soluții:
 - Expunerea și educația joacă un rol cheie în schimbarea percepțiilor.
 - Mesajele transparente despre nutriție și sustenabilitate construiesc încredere.
 - Prezentarea atractivă și brandingul pot face insectele mai atrăgătoare pentru consumatorii mainstream.

4. Oportunități pe Piață

- Lacune de piață – Industria este încă tânără, oferind spațiu pentru inovație și noi mărci.
- Diversitatea produselor – Insectele pot fi utilizate în diverse formate (întregi, pudre, batoane proteice, paste, gustări, preparate gourmet).
- Alinierea cu tendințele alimentare – Interesul crescând al consumatorilor pentru dietele sustenabile și pe bază de plante oferă un punct de intrare.

5. Provocări și Cum să le Depășim

- Obstacole reglementare – Legile variază între țări; colaborarea cu experți în reglementări alimentare este esențială.
- Limitări ale lanțului de aprovizionare – Stabilirea furnizorilor de încredere și a producției scalabile este crucială.
- Educația pieței – Depășirea factorului „yuck” prin campanii captivante și comunicare transparentă.

6. Importanța Cercetării de Piață

- Înainte de lansarea unui produs sau a unei campanii:
 - Analizați concurența și tendințele industriei.
 - Înțelegeți preferințele și punctele sensibile ale consumatorilor.
 - Luați decizii bazate pe date pentru a optimiza eforturile de marketing.

Suport de curs

Episodul 2: Înțelegerea potențialului pieței pentru alimente pe bază de insecte

Previzualizare Episod Următor

Următorul episod se va concentra pe strategiile de branding și poziționare pentru a face alimentele pe bază de insecte să iasă în evidență pe piață.

Gând Final

Viitorul alimentelor pe bază de insecte depinde de modul în care sunt promovate și prezentate. Prin înțelegerea peisajului pieței, psihologia consumatorului și provocările industriei, afacerile pot elabora strategii eficiente pentru a stimula acceptarea și cererea.