Prepared by

RAVEL THE HOSPITALITY EVENTS MANAGEMENT

Co-funded by the European Union

Insects Innovation in Gastronomy

COURSE SUPPORT

Episode 1: Introduzione alle strategie di marketing per il consumo di insetti nella gastronomia

Disclaimer:

This project is co-funded with the support of the European Union.

Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Project Number: 2023-1-ES01-KA220-VET-000150957

Course Support
Episode 1: Introduzione alle strategie di marketing per il consumo di insetti nella gastronomia

Tabella dei contenuti

Sinopsi……2

Approfondimenti e conclusioni chiave ……2

Pensieri finali……3

Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Synopsis

In questa puntata introduttiva, il docente prepara il terreno per il corso, sottolineando il ruolo del marketing strategico nel rendere gli alimenti a base di insetti più ampiamente accettati. Sebbene il consumo di insetti abbia una ricca storia in molte culture, i mercati occidentali rimangono esitanti a causa di barriere percettive. Un marketing efficace può colmare questa lacuna sfruttando storytelling, branding e psicologia del consumatore. La puntata delinea i temi chiave del corso, dal targeting del pubblico alle strategie di marketing digitale, e anticipa i prossimi contenuti.

Approfondimenti e contenuti chiave

1. La sfida e l'opportunità della gastronomia a base di insetti

- Il consumo di insetti non è una novità: molte culture lo hanno abbracciato per secoli.
- Il principale ostacolo nei mercati occidentali è la percezione, non la nutrizione o la sostenibilità.
- Il marketing può cambiare gli atteggiamenti dei consumatori creando la giusta narrazione.

2. Il ruolo dello storytelling nel marketing

- Il marketing non si limita a presentare i fatti, ma plasma il modo in cui le persone pensano e si sentono.
- Gli insetti dovrebbero essere posizionati non come una proteina di ultima istanza, ma come una scelta entusiasmante, gourmet e sostenibile.
- Esempio: il sushi un tempo era sconosciuto in Occidente, ma è diventato una cucina di alta qualità grazie a un branding intelligente. Una trasformazione simile è possibile per gli alimenti a base di insetti.

3. Cosa imparerai in questo corso

- Comprendere il pubblico di riferimento: identificare le motivazioni e superare le resistenze.
- Strategie di branding: rendere gli alimenti a base di insetti desiderabili e ambiziosi. ● Superare le barriere psicologiche: affrontare il fattore "schifo" attraverso messaggi strategici.
- Tecniche di marketing digitale: utilizzare i social media e le piattaforme online per raggiungere i clienti.
- Considerazioni normative: orientarsi tra i quadri giuridici per il successo commerciale.

4. Anteprima dei prossimi episodi

- Episodio 2: Analisi di mercato: identificare il pubblico giusto per gli alimenti a base di insetti.

Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Pensieri finali

Il marketing può ridefinire il modo in cui le persone percepiscono gli alimenti a base di insetti, proprio come è successo con altre cucine un tempo sconosciute. Con la giusta strategia, questi alimenti possono passare dall'essere di nicchia al mainstream, creando nuove esperienze culinarie e scelte sostenibili per i consumatori.

Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.