

SKIN Good Practice Recording Template

Értékbolt	
Author(s)	Nemes Gusztáv, Stumpf Rebeka
Insert photo or any visual image or diagram e.g. SNA diagram/Word or Image Collage (Optional)	
Choose relevant 'Hot Topics' below:	
SKIN good practice 'Hot Topic(s)*' CATEGORY 1	Branding & Labelling: Innovative way of communicating to consumers product characteristics/product range; Values - social, economic sustainability: Community pride & animation, Recognition of producers; Generating Local employment, Synergies with other sectors
SKIN good practice 'Hot Topic(s)*' CATEGORY 2	learning & empowerment: Networking along the supply chain and in the region
SKIN good practice 'Hot Topic(s)*' CATEGORY 3	Internal: group spirit, Decision-making structures
SKIN good practice 'Hot Topic(s)*' CATEGORY 4	Variety: Collaborative hubs, bringing together supplies from multiple small producers; Efficiency: Online shop, Reliable distribution, Proximity, Effective ordering systems; Connection: Social media, Collaborative hubs, bringing together supplies from multiple small producers, Reconnection and relationships
EIP Practice Abstract Format: Short summary for practitioners in English on the (final or expected) outcomes (1000-1500 characters, word count – no spaces). This summary should be as interesting as possible for farmers/end-users, using a direct and easy understandable language and pointing out entrepreneurial elements which are particularly relevant for practitioners. Research oriented aspects which do not help the understanding of the practice itself should be avoided.	Short description of the 'good practice': 'The House of Treasure' has been the meetingpoint of people interested in local values and products since its foundation. This project brings together the results of two longstanding processes: the intensive youthwork/community building in the area and the development of local products and a territorial quality labelling system under the LEADER programme during the last 10 years. The House of Treasure is both an exhibition where local values (Veszprém county and the Balaton uplands) are on display and a speciality shop with high value added local products, (such as syrups, jams, spirits (pálinka), wines, pottery, carvings, unique jewellery, etc.). The range of products in the shop is continuously broadening, soon the webshop (www.ertekbolt.hu) will also be accessible. As a sales point it helps small agricultural producers and handicraftsmen getting to the market, freeing time for them to make their high value added, quality labelled products. On the other hand, it greatly contributes to local identity and community building, providing a meeting point, a field for action and a constant reminder for young people and youth workers about the richness of their homeland. Thus, both, economic and social sustainability is greatly supported by the products. It also provides a platform where creative local entrepreneurs, local young people and newcomers and tourists can meet and interact in a culturally determined, positive space.

Main results/outcomes of the activity (expected or final):

Producers can focus on production, rather than selling and marketing. Local people get to know the local producers and buy their products, thus more money stays in local level economy. Local identity and the involvement of young people is reinforced. A platform (physical and virtual space) for communication between local and external actors is created.

The main practical recommendation(s): what would be the main added value/benefit or opportunities to the end-user if the generated knowledge were implemented? How can the practitioner make use of the results?

Bringing together the results of two different rural development directions (youth work and local products development and labelling) in one complex project, aimed at economic development, reinforcing local identity and community and creating a meeting point (physical and virtual) for local and extra-local.

Further information/Reference:

<https://www.facebook.com/ertekbolt>

Short summary for practitioners in native language on the (final or expected) outcomes (1000-1500 characters, word count – no spaces).

This summary should be as interesting as possible for farmers/end-users, using a direct and easy understandable language and pointing out entrepreneurial elements which are particularly relevant for practitioners. Research oriented aspects which do not help the understanding of the practice itself should be avoided.

A "jó gyakorlat" rövid leírása:

A Kincsház létrejötté óta a környék értékteremtőinek és értékőrzőinek találkozó helye. Ez a projekt két régóta tartó folyamat eredményeképp jöhetett létre: a környéken végzett jelentős ifjúsági munka és közösségépítési erőfeszítések valamint a helyi LEADER szervezet által kezdeményezett helyi termék fejlesztés és a területi minőségbiztosítási védjegyrendszer kialakításából. Ma már nem csak kirakatként működik, ahol az érdeklődők megismerhetik Veszprém megye és a Balaton-felvidék kincseit, hanem az Értékbolt megnyitásával a környék kistermelőinek, őstermelőinek és kézműveseinek piacra jutását is segíti. Házi szörpök, lekvárok, különleges pálinkák, kerámiák, fafaragások, egyedi ékszerek és hasonló minőségi termékek sorakoznak a polcokon a zország első Értékboltjában. A kínálat a taliándörögdi üzletben folyamatosan bővül, hamarosan pedig az értékbolt.hu webáruházban is elérhetőek termékeink. Árusítási pontként segíti a kistermelőket és a kézműveseket a piacra jutásban, időt spórolva számukra az alkotási, termelési folyamatokra. A másik oldalról tekintve a bolt létrehozása nagyban hozzájárul a helyi identitástudat kialakulásához és erősödéséhez valamint a közösségépítéshez, úgy, hogy teret biztosít a találkozások és különböző közösségi tevékenységek számára a fiataloknak és segítőknek. Mindezek által a termékeken keresztül mind a társadalmi, mind a gazdasági fenntarthatóság biztosított. Emellett helyet biztosít a kreatív, fiatal vállalkozók, a fiatalok, a betelepülők és a turisták közötti találkozások és kulturális interakciók számára is.

A tevékenység fő eredményei / kimenetei (várható vagy végleges):

A termelők számára valamelyest többi dő marad az alkotási és termelési tevékenységre fókuszálni. A helyi lakosok megismerkednek a környéken fellelhető termékekkel, megvéve őket több tőke marad a helyi gazdaságban. A helyi identitástudat és a fiatalok bevonása erősödik. A helyi és külső szereplők számára kommunikációs felületet biztosít.

A legfontosabb gyakorlati ajánlás(ok): mi lenne a fő hozzáadott érték / előny vagy lehetőség a végfelhasználó számára, ha a létrehozott tudást megvalósították? Hogyan gyakorolhatja az alkalmazó az eredményeket?

A projekt a vidékfejlesztés két különböző területét hozza össze (ifjúsági munka és helyi termék fejlesztés) egy komplex programmá, ami mind a gazdaság fejlesztésére, mind a helyi identitás növelésére és a közösségekre is hatással van.

További információk/Referenciák:

<https://www.facebook.com/ertekbolt>

Pearls, Puzzles, Proposals?	<p>Pearls: 1.) A central focus on bringing actors together to identify previous development directions, processes and important actors, also finding local values, innovative producers, and involve young people in creating a meeting point for all. e.g. in this instance it was two local development workers with long experience in both youthwork and local products development. They had all the necessary connections, know-how and created a model programme for local value protection and identity development involving young people. 2.) Plenty of different type of high quality products are available in a beautiful environment at the same time. The shop is opened constantly. 3.) The products get a big focus by being available at a popular public place, thus not only the tourists, but also the local people get to know the "pearls" of the region. The shop, thereby the producers as well, are involved in a social network development project, that connects youngsters, elderly local people and tourists as well.</p> <p>Puzzles: 1.) The shop focuses on social learning rather than on sales. It's not sustainable on economic basis, as it is in a small village, far away from a stable customer basis. It doesn't even produce the shop's own expenses. (These expenses are solved from other resources, eg.: tenders).</p> <p>Proposals: Improving marketing, opening a webshop.</p>
What needs did the 'good practice' respond to?	<p>SKIN Needs Register - CERHAS 2</p> <p>Small producers (and people in general) living and working in isolation in desolating regions often don't appreciate their own environment, traditions, human and natural resources, etc. Some kind of producers' network, based on quality, responsibility and co-operation, can strengthen their awareness of existing social, cultural, environmental values, local identity can be raised, joint marketing, communication and other actions can help to raise the general spirit, create a safe environment for production, etc. (local quality assurance systems, labels, etc.)</p>
Methodology Used:	interview, desk-based research, participant observation
Actors/Stakeholders:	actors: local primary producers; stakeholders: consumers
Relevant SKIN Innovation Challenge Workshops(s)? Please specify	5
Sectors	All Sectors
Region, Country	Veszprém county, Hungary
Media attachment (e.g. video) or other attachment (e.g. benchmarking data)?	https://www.youtube.com/watch?v=qbqAyncEBgQ

*See SKIN Good Practice 'Hot Topics' Directory

This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No. 728055

