

SKIN Good Practice Recording Template

FÉK	
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	<u>Valorisation</u> : added value through social learning, marketing and networking; <u>Economic sustainability</u> : Training and coaching initiatives, Synergies with other sectors e.g. tourism, Reduced economic uncertainties; <u>Branding & Labelling</u> : Innovative way of communicating to consumers product characteristics/product range
SKIN good practice 'Hot Topic(s)'* CATEGORY 2	<u>learning & empowerment</u> : Networking along the supply chain and in the region; <u>efficiencies</u> : Achievement of efficiencies through collaboration
SKIN good practice 'Hot Topic(s)'* CATEGORY 4	<u>Variety</u> : Collaborative hubs, bringing together supplies from multiple small producers
SKIN good practice 'Hot Topic(s)'* CATEGORY 3	<u>Internal</u> : Decision-making structures; Contractual agreements between chain partners
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.	<p>Short description of the 'good practice':</p> <p>The 'FÉK Üzletház' is an exclusive supermarket, part of a multinational chain (CBA), owned by a local businessman, having a special focus on high value added and quality labelled local products. The shop has been running since 1997.; first it had been working as a grocery, than later on it was also completed with a restaurant. In 2014 a new, larger supermarket building was built, with a special design based on the local territorial quality mark system. The best shelves are provided for local producers free of charge. They provide their products directly to the supermarket, without a wholesale step. There is an attached open air market and many community events, tastings organised all around the year providing ample opportunities for producers to meet each other, tradesman and consumers. The shop provides a safe sales point to producers in a high rank supermarket, that is a source of pride and identity. The shop also provides hundreds of local products having quality assurance for customers (tourists and locals) at a touristic location. Information about local producers (contact, prices, etc.) is also provided. The owner is very much committed to local production, community and identity. He is a member of the local LEADER LAG and the president of the council of the local quality assurance system. He runs the business both very successfully and creating and maintaining local value.</p> <p>Main results/outcomes of the activity (expected or final):</p> <p>The shelves of the 'FÉK Üzletház' ensures place for the local products, emphasising their quality and availability. The consumers and tourists of the Balaton can get the products offered by the region. The grocery ensures a stable market for the local producers.</p>

	<p>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?</p> <p>Direct selling of a huge range of high quality local products within a prestigious supermarket, based on local quality assurance system and a developed community of producers. Providing possibilities for social learning, marketing, meeting of various actors along the food-chain.</p> <p>Further information/Reference:</p> <p>http://fekabc.hu/</p>
<p>Short summary for practitioners in native language on the (final or expected) outcomes (1000-1500 characters, word count – no spaces).</p> <p>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.</p>	<p>A "jó gyakorlat" rövid leírása:</p> <p>A FÉK Üzletház egy különleges szupermarket, mely a CBA multinacionális lánc része. Tulajdonosa egy helyi üzletember, aki szem előtt tartja a magas minőségű, helyi, védjegyes termékek sorsát. Az üzlet 1997 óta működik; először élelmiszerboltként üzemelt, majd később egy éttermi résszel is kiegészült. 2014-ben egy új, sokkal nagyobb szupermarket épület is átadásra került, ami különös hangsúlyt fektet a helyi védjegyrendszer termékeire. A bolt legkiemeltebb polcait a helyi termelők számára tarják fenn ingyen és bérmentve, cserébe a termelők egyenesen a boltban adják át áruikat, kihagyva a beszállítókat az értékesítési láncból. Az "üzletkomplexumhoz" egy kültéri piacterület és rengeteg közösségi esemény is kapcsolódik, teret adva a termelők, a kereskedők és a fogyasztók számára a folyamatos kapcsolattartáshoz. A bolt állandó, stabil értékesítési pontot biztosít a termelők számára egy magas színvonalú szupermarketben, ami a büszkeség forrása is lehet a termelők számára. Az üzlet több, mint 100 védjeggyel rendelkező terméket kínál, mint egy minőségbiztosításként a vásárlók (turisták és helyiek) számára egy jelentős turszitikai desztináció (a Balaton) mellett. A termékek mellett, magukról a termelőkről is megjelennek fotók és információk. Az üzletvezető elkötelezett a helyi szintű termelésnek, a közösségnek és a helyi identitásnak, emellett tagja a helyi LEADER csoportnak és elnöke a helyi védjegyrendszer bizottságnak. Üzleteit sikerre vitte a helyi érték fogalmát bevezetve és fenntartva.</p> <p>A tevékenység fő eredményei / kimenetei (várható vagy végleges):</p> <p>Az egyedülálló és tekintélyes nagykereskedelmi pont kiemeli a helyi termékek minőségét és elősegíti könnyebb elérhetőségüket, illetve a helyi identitás és a közösség megerősödését. Elegendő lehetőséget biztosít az egymástól való tanulásra és a multinacionális kereskedelmbe való bepillantásra a kistermelők számára. A betérő vásárlók a region széles választékú termékeiből válogathatnak, miközben megismerkedhetnek és találkozhatnak magukkal a termelőkkel is.</p> <p>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?</p> <p>Magas minőségű helyi termékek direkteladása egy neves szupermárketen keresztül, a termelők által kidolgozott helyi minőségbiztosítási rendszerre alapozva. Lehetőségek nyújtása az informális, közösségi tanulásra, illetve az ellátási lánc szereplőinek találkozására.</p> <p>További információk/Referenciák:</p> <p>http://fekabc.hu/</p>
<p>Pearls, Puzzles, Proposals?</p>	<p>Pearls: 1.) A central focus on bringing actors together to identify high quality products, producers and create a high profile selling point, attracting many local customers and tourists. 2.) The products of the region get a high focus by appearing on the highlighted shelves of an exclusive supermarket, that is a very good marketing possibility for them. 3.) The local valuemark is in the spine of the shop's strategy. Being a part of a multinational shop gives a high pretige for the small producers.</p> <p>Puzzles: The shop suffers from defective supply from fresh products (vegetables, dairy products, etc.), because of small scale production.</p> <p>Proposals: Professionalize supply chain with contractual agreements to guarantee good supply of any produce (incl. fresh)</p>
<p>What needs did the 'good practice' respond to?</p>	<p>SKIN Needs Register - CERHAS 1.</p> <p>Gap in the market for a quality, traceable, traditional-based product to complement local products. It ensures a stable market for local producers and a stable supply for costumers.</p>
<p>Methodology Used:</p>	<p>interview, desk-based research</p>

Actors/Stakeholders:	<u>Actors</u> : primary producers, retailer, consumers, tourism providers; <u>stakeholders</u> : consumers
Relevant SKIN Innovation Challenge Workshops(s)? Please specify	Distribution and industries
Sectors	All Sectors
Region, Country	Veszprém county, Hungary
Media attachment (e.g. video) or other attachment (e.g. benchmarking data)?	

*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



SKIN