

SKIN Good Practice Recording Template

House of Gastronomic Pleasures of county Somogy in Hungary	
Author(s)	Adrienn Hegyi, András Sebők, Ágnes Szegedyné Fricz
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> : multi-actor co-design approach, novel product, tradition and social sustainability used to add value
SKIN good practice 'Hot Topic(s)' [*] CATEGORY 2	<u>Efficiencies</u> : achievement of efficiencies through collaboration
SKIN good practice 'Hot Topic(s)' [*] CATEGORY 3	<u>Internal</u> : Contractual agreements between product producers and actors selling the products
SKIN good practice 'Hot Topic(s)' [*] CATEGORY 4	<u>Efficiency</u> : reliable distribution
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' : This initiative is operated by a cheese manufacturing SMEs who developed the idea of connecting the marketing of its own product with other sometimes complementary (cheese and wine, cheese and sausage, etc.) meat products. The purpose of this initiative was to open a gastronomic gate to the county and region and, also to increase the attractiveness of the tourism of South-Transdanubia and Balaton region. The House of Gastronomic Pleasures aim is to facilitate cooperation between individual product makers. There is a local product shop where a wide range of product is available. Link with other industries such as tourism and building of the local economy: many gastronomic events such as Black pudding and Liverwurst Carnival, Bean Parade, Walnut Festival, Chowder Cooking Competition take place in the House of Gastronomic Pleasures. The presentation hall with the café on the first floor hosts family or business meetings, professional conferences with 100-150 people.

Main results/outcomes of the activity (expected or final): This novel activity has benefits for primary producers because a central aspect of the marketing of the product is creating connections with local primary producers, particularly cheese and wine. The community confidence and valorising local tradition has been growing. The collection of the local traditional food products contributes to the revival and maintenance of the traditions of gastronomy of Somogy County and handicraft products and the folk crafts. The combined marketing with own product if the organisation operating this initiative merges the efficiency of the marketing activity.

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? A cheese manufacturing company developed an excellent marketing strategy for its own products through joint promotion of the traditional products produced in a certain region using the opportunity of the agro-tourism. The end-consumers can extend their gastronomic and cultural knowledge related to this region.

Building of community confidence; valorisation of local tradition; contribution to local economic development e.g. tourism; efficiency in marketing representation of local produce. Practitioners can learn more about such regional centres from EIP abstracts database, EIP-AGRI and ENRD.

Further information/Reference:

http://visitkaposvar.hu/tagok/szabadido-szallas-vendeglatas/fino-food-gasztroteka_29.html

<https://www.facebook.com/%C3%8Dzek-H%C3%A1za-Szank-512044652226075/?fref=ts>

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 ismertetése: A kezdeményezést egy sajtgyártó KKV működteti, akitől származik az ötlet, hogy a saját termékét összekapcsolja más kiegészítő termékekkel (sajt és bor, sajt és kolbász, stb.). A kezdeményezés célja az volt, hogy gasztronómiai kaput nyisson vidék és a régió felé, valamint vonzóbbá tegye a Dél-Dunántúl és a Balatoni régiót. A helyi hagyományos élelmiszerek összegyűjtése hozzájárul Somogy megye gasztronómiai hagyományainak, a kézműves termékek és a népi kézművesség megújításához és fenntartásához. Szorosan kapcsolódik a turizmushoz, eredményesen hozzájárul a helyi gazdaság építéséhez: Sok gasztronómiai esemény, mint például a Véreshurka és májashurka Fesztivál, Bab Fesztivál, Dió Fesztivál, Halászléfőző Verseny kerül a Fino-Food Gasztrotékában megrendezésre. Az első emeleti rendezvényterem, amelyhez kávézó tartozik, 100-150 fős családi és üzleti találkozók, hivatalos konferenciák lebonyolítására alkalmas.

	<p>A tevékenység fő eredményei / kimenetei (várható vagy végleges): A tevékenység fő eredményei / kimenetei (várható vagy végleges): Az új tevékenység legfontosabb eredménye, hogy a helyi termelőket helyezi a marketing tevékenység középpontjába, elsősorba a sajt és a bor előállítókat. Érezhetően nő a közösségi bizalom, felértékelődnek a helyi értékek. A helyi hagyományos termékek összegyűjtése hozzájárul a hagyományos Somogy megyei gasztronómia, kézműves élelmiszerek és kézműves termékek újjáéledéséhez, népszerűsítéséhez. A kezdeményezés működtetője, azzal hogy a saját termékének értékesítését összekapcsolja a kezdeményezéssel a növeli az együttes marketing tevékenység hatékonyságát.</p> <p>A legfontosabb gyakorlati ajánlás(ok): Az élelmiszergyártó cég kiváló marketingstratégiát dolgozott ki az agroturizmus számára, amelybe a saját termékei mellett bevonta a régióban előállított hagyományos termékeket is. A programok alkalmasak arra, hogy a végső fogyasztók bővítsék az e térséggel kapcsolatos gasztronómiai és kulturális ismereteiket. Fontos szerepet kapott a közösségi bizalom növelése, a helyi hagyományok felértékelődése. A helyi termékek hatékonyabb piaci megjelenése hozzájárul a helyi gazdasági fejlődéshez, pl. idegenforgalom;. Az alkalmazók további információkat kaphatnak az ilyen regionális központokról az EIP- adatbázisból. EIP-AGRI és ENRD.</p> <p>További információk/Referenciák: http://visitkaposvar.hu/tagok/szabadido-szallas-vendeglatas/fino-food-gasztroteka_29.html https://www.facebook.com/%C3%8Dzek-H%C3%A1za-Szank-512044652226075/?fref=ts</p>
<p>Pearls, Puzzles, Proposals?</p>	<p>Pearls: 1. Bringing actors together for identifying viable projects that may benefit all FSC' actors (gastro, wine and cheese) eg. better reputation of the product, producers, etc. 2. Wider the country side artisan food profile</p> <p>Puzzles: how the potential users get information about this attraction</p> <p>Proposals: in order to create more visibility, popularity stronger marketing should be considered to reach wider audience</p>
<p>What needs did the 'good practice' respond to?</p>	<p>Making these products continuously and reliably available and visible for public.</p>
<p>Methodology Used:</p>	<p>Desk-based research</p>
<p>Actors/Stakeholders:</p>	<p><u>Actors:</u> SME, retailer, tourism providers <u>Stakeholders:</u> tourists, consumer, restaurants</p>
<p>Relevant SKIN Innovation Challenge Workshops(s)? Please specify</p>	<p>3 - Technologies 5 - Consumer and society</p>
<p>Sectors</p>	<p>All</p>
<p>Region, Country</p>	<p>Somogy region, Hungary</p>
<p>Media attachment (e.g. video) or other attachment (e.g. benchmarking data)?</p>	

*See SKIN Good Practice 'Hot Topics' Directory