

SKIN Good Practice Recording Template

Nyitott Portak	
Author(s)	Nemes Gusztáv, Orbán Éva, Nagy Viktória
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	Valorisation Branding & Labelling Social sustainability, Economic sustainability
SKIN good practice 'Hot Topic(s)* CATEGORY 2	Learning & Empowerment, Organisation
SKIN good practice 'Hot Topic(s)* CATEGORY 3	Internal, External
SKIN good practice 'Hot Topic(s)* CATEGORY 4	Variety
SKIN good practice 'Hot Topic(s)* CATEGORY 1	Connection
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': On the basis of supporting local producers and tourism services (through LEADER), combined with SFSC knowledge and resources brought in by consultants in 2 transdisciplinary research projects, the Zala-Termárvölgye LAG has created the Zala Valley Open Farms SFSC. This is a network of producers of high value added food products opening their farm and food processing plant for customers to visit on a regular, transparent basis. The SFSC provides: <ul style="list-style-type: none"> • common marketing image (logo, rollups, signs, image films, etc.); • a well designed internet platform + smart phone app. including push notifications + social media platforms where producers can market their products, give information about their opening times, special events, offers,; • special, larger scale events for wider marketing of the system; • a quality assurance system (with internal governance and decision making) for creating adequate environment at the farm to be able to accept visitors (toilets, hygiene, aesthetics, etc.); • possibility for social learning, networking, building local/regional identity for producers. Visitors can come to visit and buy products not only by appointment, but also during the regular opening times and at special organised events. Thus, customers can actually see how and where the local products are produced. The LAG is, at the moment, the main engine/organiser of the programme and turned it into the backbone of local development strategy. (Only network members can apply for business support from the EU/state funded local development programme). Nevertheless, on the long run, entrepreneurs/producers should take charge and the programme should be sustainable even without the professional and financial input of the LAG.

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

The programme so far:

- created a coherent, long term framework for the efforts to develop local economy, economic and social networks, consumer and production culture, in a sustainable rural development context channelling efforts and giving strategic direction to the local development programme;
- created a reflexive and adaptive internet platform (and smart phone app) that can be dynamically updated by the producers themselves;
- reinforced social and economic networks amongst producers, giving space for social learning, personal and community development;

Future plans:

- provide consumers with regular possibility to buy good quality local products on the farm, in an 'experience economy' framework;
- enhance direct sales and direct marketing in the local food system;
- ensure economic and social sustainability of the system in the long run

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?

1. It is important to use real existing results (social networks, trust, existing enterprises) to base your new SFSC on.
2. It is important to involve strong local players, gate keepers, opinion leaders, to create empowerment and ownership.
3. It is important to have strong management with (at least at the beginning) external/additional funding and make sure that this management is continuously available and financed for a longer period of time (some years at least)
4. It is important to close the communication gap between local actors and IT experts and ensure real understanding when designing internet platforms, apps. etc.

Further information/Reference:

<http://nyitottportak.hu/downloads/33/>, <http://nyitottportak.hu/>

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.

Short description of the 'good practice':

A Zala-Termálvölgye Helyi Akciócsoport a helyi termelőkkel, turisztikai szolgáltatókkal rövid ellátási láncokkal a LEADER Programban végzett évtizedes munkára alapozva létrehozta a Nyitott Porták – Zala-völgye hálózatot. A Nyitott Porták – Zala-völgye tagjai olyan termelők, akik magas hozzáadott értékű élelmiszereket, illetve turisztikai szolgáltatásokat állítanak elő. A kezdeményezés lényege, hogy a résztvevők bizonyos időközönként szabad bejárást biztosítanak saját gazdaságukba, amikor is az érdeklődők betekintést nyerhetnek a gazdaság működésébe, a termelés folyamatába. A rövid ellátási lánc ezen formája biztosítja a következőket: közös marketing eszközök használata (logo, roll-upok, feliratok, videók, stb.); közös online felület és applikáció (beállítható értesítésekkel) és közösségi média felületek, ahol a termelők hirdethetik a termékeiket, információkat szolgálhatnak az érdeklődőknek a termékeikről, nyílt napokról, programokról; széles közönséghez eljutó rendezvények; minőségbiztosítási rendszer annak érdekében, hogy a termelők a látogatók fogadására felkészültek legyenek (higiéniai feltételek biztosítása, esztétikai megjelenés javítása); esély megteremtése arra, hogy a résztvevők tanuljanak egymástól, kapcsolatba léphessenek egymással és hogy a helyi identitást erősítsék; A látogatók nem csak előzetes bejelentkezés után, hanem a meghirdetett nyílt napokon, vagy kiemelt rendezvények alkalmával is meglátogathatják a termelőket és vásárolhatnak termékeikből. Különleges ebben a szerveződésben, hogy a fogyasztók beleláthatnak a termelés folyamatába, ezáltal jobban megismerik a helyi termékeket, termelőket. Jelenleg a Helyi Akciócsoport a szerveződés hajtóereje, valamint a helyi fejlesztési stratégia kidolgozásának fő szereplője. (Csak a hálózat tagjai kérhetik a vállalkozók támogatását az EU-tól/államilag támogatott fejlesztési programokból). A későbbiekben cél elérni, hogy a program a HACS szakmai és pénzügyi támogatása nélkül is

	<p>Main results/outcomes of the activity (expected or final): <u>Eddig elért eredmények:</u> - koherens, hosszú távon működőképes bázis a helyi gazdaság fejlesztésére, gazdasági és társadalmi hálózatokkal, fogyasztói és termelői kultúra létrehozásával, erősítésével; - fenntartható vidékfejlesztési gyakorlat, ami összekapcsolja a helyi lehetőségeket, erősségeket és hosszútávú koherens keretet ad a helyi fejlesztési programnak; - jól működő online felület és okostelefon applikáció, amit a termelők maguk könnyen és gyorsan frissíthetnek, ezzel biztosítva a friss és aktuális hírek áramlását, az egyszerűbb kapcsolattartást; - a társadalmi és gazdasági kötélekek megerősítése a termelők között, teret hagyva a társadalmi tanulásnak, az egyéni és közösségi fejlődésnek; - működő minőségbiztosítási rendszer a látogatók fogadásához, a standard jó minőség érdekében.</p> <p><u>Jövőbeli tervek:</u> - biztosítani a fogyasztók számára a jó minőségű helyi termékek vásárlásának lehetőségét és a termelésbe való betekintést az "élmény-gazdaság" keretein belül; - növelni a közvetlen marketing használatát és az eladások szerepét a helyi gazdaságban; - hosszú távon biztosítani a projekt gazdasági és társadalmi fenntarthatóságát.</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? 1. Fontos, hogy használják az eddig ismert eredményeket, fogyasztói véleményeket, bizalmi viszonyokat és működő vállalkozásokat, ezekre alapozva a rövid ellátási lánc gyakorlatát; 2. Fontos, hogy bevonják a jelentős helyi szereplőket, véleményvezéreket, annak érdekében, hogy létrehozzanak egy erős helyi szervező bázist, tulajdonosi szemléletet; 3. Fontos, hogy legalább a kezdeményezés elején olyan menedzsmenttel rendelkezzenek, ami képes támogatást nyújtani és folyamatosan részt venni a folyamatokban; 4. Fontos, hogy megszüntessék a kommunikációs rést a megrendelők (helyi aktorok, termelők, fejlesztők) és az IT szolgáltatók (programozók, webes és smartphone alkalmazások előállítói és kezelői) között és biztosítsák a megfelelő funkciókat, design és megjelenést az online felületen és az applikációban is.</p> <p>Further information/Reference: http://nyitottportak.hu/downloads/33/, http://nyitottportak.hu/ http://zalatermalvolgye.hu/node/739, http://zalatermalvolgye.hu/node/1914 Video: http://nyitottportak.hu/informacio-a-nyitott-porta-egyuttmukodesrol/videok/</p>
Pearls, Puzzles, Proposals?	The initiative used existing social networks and trust capital for creating an SFSC successfully. However, economic sustainability without external funding is ambiguous. A central focus of the innovation broker (LEADER LAG) may be on bringing actors together, establishing communication, trust and standards for accepting visitors. Assistance in management, marketing, etc. has to be provided at the beginning, the real question is the long term self-sustainability of the programme.
What needs did the 'good practice' respond to?	lack of 'continuous' availability of high value added food products; lack of co-operation, common marketing amongst producers; lack of acceptable on-farm services, capability of accepting visitors
Methodology Used:	interview, desk-based research, participant observation, action research
Actors/Stakeholders:	local producers, consumers
Relevant SKIN Innovation Challenge Workshops(s)? Please specify	Consumers and Society
Sectors	All Sectors
Region, Country	
Media attachment (e.g. video) or other attachment (e.g. benchmarking data)?	https://www.youtube.com/watch?v=GwkVYhK1lww

*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

