

# SKIN Good Practice Recording Template

Ecosensus	
Author(s)	Peter CSILLAG, Aron TOROK
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: multi-actor co-design approach, novel product, tradition used to add value
SKIN good practice 'Hot Topic(s)*' CATEGORY 1	Branding and Labelling: developing a brand new food quality trademark for the region of Szekszárd
SKIN good practice 'Hot Topic(s)*' CATEGORY 2	Learning and Empowerment: bringing the local producers together, setting up a database of local producers, consumer information
SKIN good practice 'Hot Topic(s)*' CATEGORY 4	Connection: establishment of a local food shop in the city of Szekszárd
<b>EIP Practice Abstract Format:</b> 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.	<b>Short description of the 'good practice':</b> ECO-SENSUS is a registered nonprofit enterprise founded in 2009 aiming to develop a local quality food system in the region of Szekszárd in Tolna region, Hungary. ECO-SENSUS has developed a local quality food trademark ("Local quality food – region of Szekszárd"), in order to promote the idea and the concept of the short food chains and to draw attention to local values in food production and consumption. ECO-SENSUS realized several projects from 2009 onwards developing a Local Food Shop in the city of Szekszárd and ran several marketing campaigns to promote the short food chain concept and to educate the attitude of the local consumers. Parallel with the marketing campaigns, ECO-SENSUS has carried out several researches regarding the attitude of the shareholders: farmers, producers and consumers.
	<b>Main results/outcomes of the activity (expected or final):</b> Consumers receive reliable information on local producers. Producers enhance their availability by the local producer database and profit from the collaborative marketing actions delivered by ECO-SENSUS.

**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?** Getting to know consumer behaviour and features of demand can help producers develop their activities. Using local food trademark helps producer recognition and activity significantly and fosters long term local development. Consumers can get reliable product and producer information by using the database and recognizing the local food trademark.

**Further information/Reference:**

[https://www.szekszarditermek.hu/;](https://www.szekszarditermek.hu/)

<https://www.szekszarditermek.hu/termeloi-adatbazis-projekt>

**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 szekszárdi helyi termék rendszer Szekszárdon és térségében ráirányította a fogyasztók figyelmét a helyi termékekre és információval látta el a helyi fogyasztókat a helyi termékekre és termelőkre vonatkozóan. A szekszarditermek.hu honlapon működtetett termelői adatbázisban a fogyasztók megtalálják a termelőkről szükséges információkat. Az adatbázisban olyan termelők találhatók meg, akik helyi alapanyagból, helyi erőforrások felhasználásával termelnek és az ő termékeik választásával a fogyasztók a természeti és kulturális környezet megóvását és a helyi gazdaság erősítését segítik. Az elmúlt 10 év során lefolytatott fogyasztói felmérések, marketingakciók, termelői interjúk és a termelőkkel és fogyasztókkal fenntartott szoros kapcsolat a térség élelmiszertermelésével kapcsolatos értékes tudásbázist hozott létre.

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

Termelői adatbázist hoztunk létre és tartunk fenn a szekszarditermek.hu honlapon. Az elmúlt évek során összesen több tízezer embert megszólító és elérő marketingakciókat tartottunk a helyi termékek és helyi termelők megismertetése és népszerűsítése érdekében. Ennek során nagyon részletes képet kaptunk a fogyasztók igényeiről. 2012-2016 között egy helyi termék mintaboltot működtettünk Szekszárdon, amelynek jelentősége elsősorban abban áll, hogy azóta a helyi termékek iránti kereslet és a helyi termelők megbecsültsége jelentősen nőtt Szekszárdon és térségében. A termelők számára marketing tanácsadást és pályázati tanácsadást végzünk. Rendszeres összejöveteleket tartunk helyi termelők részvételével, amelyek tudámegosztási fórumként a helyi élelmiszertermelés fejlesztését szolgálják.

**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 termelői adatszázis mindenki számára hozzáférhető és egy hiteles regiszterként szolgál a fogyasztók számára. Célunk, hogy minél több helyi termelő kerüljön be az adatbázisba és éljen annak előnyeivel. Ez mindenki számára ingyenes. További célunk, hogy minél több olyan termelő, aki megfelel a "helyi termék" kategória feltételeinek, használja is a termékeinek csomagolásán, illetve mindennapos tevékenysége során a Szekszárdi helyi termék védjegyet. Célunk a tudásbázis bővítése, helyi termék marketing tevékenység erősítése.

	<b>Further information/Reference:</b> A termelők megkereséseit, jelentkezését várjuk a <a href="http://www.szekszarditermek.hu">www.szekszarditermek.hu</a> honlapon vagy a +36306002954-es telefonszámon
<b>Pearls, Puzzles, Proposals?</b>	Bringing local food producers and consumers together. Giving ideas to growers and processors how to make their activity more local and sustainable. Operating a complex database in order to find new, innovative solutions in the local food system.
<b>What needs did the 'good practice' respond to?</b>	Consumers seek quality and reasonably priced food with a preference of local origin but often lack the information to make proper decisions. Consumers are also not always aware of all advantages of opting for the local. On the other hand local producers often can not meet local demand due to insufficient communication or mismatching consumer preferences. Producers would profit from knowledge sharing in diverse issues of local food system and local production.
<b>Methodology Used:</b>	Personal interviews, surveys
<b>Actors/Stakeholders:</b>	Actors: primary producers (fruit&vegetable, dairy, egg, honey), processors (wine, baked goods, meat, distillates, preserves), retailers, restaurants. Stakeholders: consumers, tourists
<b>Relevant SKIN Innovation Challenge Workshops(s)? Please specify</b>	
<b>Sectors</b>	All Sectors
<b>Region, Country</b>	Tolna county, Hungary
<b>Media attachment (e.g. video) or other attachment (e.g. benchmarking data)?</b>	<a href="https://www.szekszarditermek.hu/termeloi-adatbazis-projekt">https://www.szekszarditermek.hu/termeloi-adatbazis-projekt</a>

*\*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