

## TRH „BÖDÖN“

### *Trh spojující výrobce a spotřebitele ve městě Szeged*

#### **Identifikační údaje**

Jméno: Renáta Hunyadi-Kardos

Lokalizace: župa Csongrád-Csanád, Szeged (Szeged Plaza, Kossuth Lajos blvd. 117.), Maďarsko

Rok založení: 2013

Hlavní aktivity: prodejní služby

Web / Facebook / Twitter: [www.bodonpiac.hu](http://www.bodonpiac.hu)

Dvůr a řemeslný trh Bődön (tržiště „Bődön“) založila Renáta Hunyadi-Kardos a již 8 let je jediným vlastníkem. Poprvé v září 2013 se trhu zúčastnilo pouze 15 výrobců a řemeslníků. V Szegedu se jednalo o první iniciativu podobného charakteru, která si naštěstí našla své místo a publikum a od té doby se koná každý měsíc, aktuálně za občasných účastí 70-80 prodejců. Pořádají také příležitostně putovní „pop-up“ trhy s přibližně 15 prodejci. Jsou tvořeny mixem barevných, trendy a tradičních produktů, kde si každý najde to, co se mu líbí.

Počáteční myšlenka může být spojena konkrétně s potravinami ze dvora. Cílem konceptu bylo, aby co nejvíce lidí zažilo „nakupování na tržnici“ a pocit spojený s kvalitními a lokálními potravinami. Chtěli prosadit myšlenku, že je důležité vědět, co je na stole, odkud to pochází, jak a z čeho se to vyrábí a jak důležité je to dostat přes krátký dodavatelský řetězec. Když se zrodil trh, tento postoj nebyl tak rozšířený.

„Bődön“ je v podstatě reinterpetací tradičního trhu, který není jen místem nakupování, ale funguje také jako určitý druh komunitního prostoru. Velký důraz je kladen na aktivity na sociálních sítích, jejichž prostřednictvím mohou cílit a oslovit publikum, které tvoří lidé dbající na zdraví. V současné době oslovují více než 23 000 lidí na svých různých platformách sociálních médií, kteří se mohou stát potenciálními kupci. Jedná se o zákaznickou základnu, kde členové nelutují peněz za kvalitní jídlo a jsou si vědomi hodnoty, ceny ručních prací a výrobků ze dvora a jsou ochotni za ně zaplatit.

To vše je bezpečný příjem pro zúčastněné prodejce, protože si z tohoto publika mohou vybudovat seriózní zákaznickou základnu pravidelných zákazníků. Zavázáním se k trhu „Bődön“ zajišťují prodejci nepřetržitou dodávku kvality, což má za následek vracející se zákazníci. Prodejci jsou požádáni, aby stáli za svými vlastními produkty a reprezentovali to, co mají na stole. Díky tomu je to, co se děje na trhu, autentické, což jim umožňuje přilákat kupující. Tento proces se v průběhu let vyvinul ve skutečnou spolupráci.

S pomocí trhu „Bődön“ vyrostlo mnoho začínajících mikropodniků, někdy dokonce podniky, které podporují několik rodin, a bylo navázáno mnoho spoluprací mezi prodejci „Bődön“.

Když trh vznikal, bylo těžké přesvědčit prodejce, že taková iniciativa může být úspěšná, protože v oblasti poblíž Szegedu nebyl žádný příklad něčeho podobného. Výrobci museli být „sháněni společně“. Skutečnost, že trhy přilákaly mnoho zákazníků, nakonec tento postoj změnilo, ale zpočátku nebylo ziskové trh provozovat. Expanze také způsobila potíže: přestěhování do Szeged Plaza v roce 2015 znamenalo více prostoru, ale také vyšší nájem a postupem času jeden člověk již nebyl schopen plnit úkoly spojené s organizací, což znamenalo další finanční zátěž pro podnikání.

Je těžké určit cenu, která umožní trhu správně fungovat a zároveň bude dostupná pro všechny účastníky. Aby byl tento problém odstraněn, pracují také s odstupňovanou a příležitostně individuální cenou.

Trh funguje od září 2013. Zpočátku 1x za měsíc: každou druhou neděli v měsíci, od května 2020 se koná dvakrát měsíčně: druhou a čtvrtou neděli v měsíci. Zpočátku se trh nacházel na nádvoří tehdejší hospody Rongy (Szeged, Kossuth Lajos blvd.). Toto první místo se stalo nedostačujícím v roce 2015 a novým

místem bylo Szeged Plaza. Kromě větší plochy bylo další obrovskou výhodou to, že produkty a prodejci byli chráněni před povětrnostními vlivy díky vnitřnímu prostředí. V říjnu 2018 byl uveden trh Boba baby-mom, který se aktuálně koná každé 2-3 měsíce. Do té doby se pořádaly občasně tematické „baby“ trhy. V listopadu 2020 byl spuštěn internetový obchod s názvem Bődön Box (bodonbox.hu), kde se v tematických dárkových kazetách prodávají výrobky maďarských řemeslníků, prozatím převážně pro tuzemské zákazníky.

Na organizaci trhu pracují nepřetržitě 2 lidé a další 2-3 lidé pracují příležitostně. Před rozhodnutím jsou vyslechnuty a zohledněny názory prodejců na trhu, protože mezi nimi jsou zkušení prodejci. Za tímto účelem a pro udržení přímého kontaktu s výrobcí se využívají sociální média.

Trh má asi 80 stálých prodejců, včetně těch, kteří se zabývají sezónními produkty. Navíc k nim jsou průběžně přijímáni prodejci na pár příležitostí nebo na sezónu. V současné době pracují s cca. 150 partnery, kteří jsou na trhu zapojeni proměnlivým tempem.

Rodinné podniky poskytují jádro pro účastníky trhu. Většinu prodejního týmu tvoří prvovýrobci, drobní zemědělci, živnostníci. Někteří působí v rámci hospodářských sdružení, především sociálních družstev. Spolupráce mezi trhem a prodejci znamená pomáhat při prodeji; je povoleno prodávat spotřebitelům pouze domácí výrobky. Existují příklady další užší spolupráce mezi výrobcí a prodejci prostřednictvím trhu. Zemědělci, výrobci oslovují zákazníky, kteří jsou již otevření řemeslným výrobkům a lákají je na trh. Proto je to pro prodejce obzvláště efektivní prodejní kanál.

Cílem je vyvinout co nejširší škálu produktů na trhu. Současným sortimentem jsou: masné výrobky, sýrovmléčné výrobky, dorty, koláče, pekařské výrobky, ovocné a zeleninové výrobky, med a včelařské výrobky, těstoviny, vejce, koření, jedlé oleje, čokoláda, víno, baby-mama výrobky, éterické oleje, mýdla a kosmetika, čisticí a toaletní přípravky, kožené a textilní výrobky, lidová řemesla, keramika, šperky, ozdoby a upomínkové předměty z různých materiálů.

Komunita je otevřená. Neustále jsou přijímány nové přihlášky, ale podrobují se velmi přísnému výběru potenciálních účastníků. Pozornost je věnována mnoha aspektům, ale nejdůležitější je kvalita a původ produktu. Přednost mají místní farmáři, ceněna je jedinečnost. Důležitá je diverzifikace nabídky trhu, je omezován počet prodejců na kategorii produktů a reguluje se sortiment podle potřeb – někdy trendů – za účelem přilákání co nejvíce zákazníků na trh. K tomu všemu samozřejmě musí platnou legislativu dodržovat i obchodníci, musí mít potřebné licence a jejich produkty musí pocházet z prokazatelně spolehlivého zdroje. Počet se různí, ale k pravidelným účastníkům se každoročně přidává minimálně 5-10 nových prodejců, kteří si své místo na trhu většinou velmi snadno najdou – profesně i lidsky. Míra opuštění je podobná, ale většinou souvisí s uzavíráním podniků. Naštěstí díky pečlivému výběru jsou prodejci posíláni pryč jen velmi zřídka. Byly zde příklady, ale takovému rozhodnutí vždy předchází pečlivé zvážení.

To, co odlišuje „Bödön“ od jiných trhů a jarmarků, je to, že mají na paměti zájmy prodejců, rozhodují společně a fungují jako komunita. Udržují osobní vztah s prodejci, což občas znamená individuální dohody nebo samostatné projekty. Pomáhají jim ve vzhledu a podporují spolupráci v rámci komunity.

Zahájení „Böba“ (jarmark baby-mother) a „Bödön Box“ (internetový obchod) jsou další „nohy“, které znamenají finanční stabilitu a pomáhají trhu a komunitě v těžších časech. Dosud nevyužili možnosti externích zápujček, spolupráci řídí z vlastních rezerv.

Nadcházející plány jsou vytvořit systém členství, který by zahrnoval další školení pro členy, více příležitostí k vystoupení a celkově ještě hlubší a plodnější spolupráci. Jejich dlouhodobým plánem je pořízení vlastního areálu, vybavení.

Viability of small farms managed by young farmers under new "farm-to-fork" strategy (2020-1-CZ01-KA203-078495)

Fotky:

