

In den Supermärkten sind Tomaten das ganze Jahr über im Angebot, Mineralwasser gibt's inzwischen aus Tasmanien oder den Fidjiinseln, das Holz unserer Möbel stammt aus Plantagen in Übersee. Die Globalisierung ist schon lange Realität geworden. Sie hat zu einer grösseren Auswahl an Gütern und Dienstleistungen aber auch zu mehr Konkurrenz für lokale und regionale Produzenten geführt. Letztere müssen sich deshalb etwas einfallen lassen, um die Konsumentinnen und Konsumenten von ihren Produkten zu überzeugen.

Glücklicherweise verfügen Schweizer Konsumgüter und Dienstleistungen im In- und Ausland über ein gutes Image<sup>1)</sup>. Ein Teil der Konsumentinnen und Konsumenten ist sogar bereit, etwas mehr für Produkte mit der Kennzeichnung «Swiss made» zu bezahlen. Die kürzlich eingeführte Swissness- Verordnung möchte genau diesen Wettbewerbsvorteil

schützen, und regelt den Gebrauch der Herkunftsangabe «Schweiz» nach strengen Kriterien. Somit sind die Konsumentinnen und Konsumenten sicher, wirklich ein Schweizer Produkt in den Händen zu haben.

Die Verordnung hilft natürlich auch den Produkten aus dem Schweizer Berggebiet und dem ländlichen Raum. Hier kommt hinzu, dass die Produkte nach alter Tradition und extensiv – d. h. umweltfreundlicher – hergestellt werden. Dies schafft zusätzliches Vertrauen bei Konsumentinnen und Konsumenten. Wer lokal einkauft hat zudem die Möglichkeit, den Produzenten und die Produktionsweise kennenzulernen. Mit dem Kauf von Regionalprodukten wird die regionale Wirtschaft gestärkt und unnötig lange Transporte werden eingespart. Im Berggebiet ist auch der Produktionsfaktor Energie besonders sauber. Der Strom stammt aus hundert Prozent erneuerbaren Energiequellen.

Aujourd'hui, en tant que consommateurs, nous pouvons acheter des tomates toute l'année, s'offrir une eau minérale provenant des îles Fidji ou craquer pour des meubles fabriqués avec du bois tropical... La globalisation commerciale est devenue une réalité qui concerne chaque personne effectuant des achats. Si cette évolution a passablement élargi les choix qui s'offrent à nous, elle constitue néanmoins un défi pour les producteurs nationaux. Ces derniers ne peuvent plus se contenter de présenter leurs produits sur les marchés, mais ils doivent convaincre les consommateurs des avantages de leurs articles.

Heureusement, les biens et services provenant de Suisse jouissent d'une bonne réputation, tant au niveau national que sur le plan international<sup>2)</sup>. Une partie des consommateurs sont même prêts à payer plus cher pour obtenir un bien portant la mention «swiss made». Pour conserver cet avantage concurrentiel, une législation a récemment été mise en place. Elle permet de protéger les mar-

chandises élaborées dans notre pays et d'assurer aux consommateurs que les produits suisses sont soumis à des règles précises.

De leur côté, les biens commerciaux issus des régions de montagne et de l'espace rural ont aussi des avantages à faire valoir. Les denrées agricoles bénéficient par exemple d'une certaine sympathie, en raison de l'utilisation de savoir-faire ancestraux et de méthodes de production avant tout extensives, donc moins contraignantes pour l'environnement. D'autre part, l'énergie produite en montagne a l'avantage d'être principalement basée sur l'utilisation de ressources renouvelables. Ainsi, les consommateurs peuvent être séduits par les produits locaux, en raison des contacts qu'ils peuvent tisser avec les producteurs et d'une meilleure connaissance des biens qu'ils achètent. Ils ont aussi l'assurance qu'acheter régional permet de soutenir l'économie de proximité, évitant ainsi de longs transports, source de nombreux désagréments.

## Globalisierung: Eine Chance für regionale Produkte?



Vincent Gillioz –  
Chefredakteur der «montagna»

## La globalisation : une opportunité pour les biens régionaux ?

1) Swissness: Schutz der Bezeichnung «Schweiz» und des Schweizerkreuzes, Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum.

2) « Swissness » : protection de la désignation « Suisse » et de la croix suisse, Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle.