

Nach Einführung der neuen Agrarpolitik des Bundes (AP 2014 – 17) ziehen die Berggebiete allgemein eine positive Bilanz. Die Landwirtschaftsbetriebe der oberen Bergzonen III und IV sowie die Sömmerungsbetriebe erhalten eine bessere Leistungsabgeltung für die Pflege von Steillagen, Biodiversität und Landschaft. Nebst den Direktzahlungen schuf der Bund zusätzliche Instrumente, um das vorhandene Marktpotential der Berg- und Alpprodukte besser zu nutzen. Beispielsweise führte er die offiziellen Zeichen für Berg- und Alpprodukte ein, welche den Schutz der Begriffe Berg und Alp stärkt und dem Konsumenten die Herkunft und den Wert der Produkte aufzeigt (siehe Artikel Seiten 12-13). Dennoch, die AP 14-17 hat noch erhebliches Optimierungspotential.

Die Landwirtschaft muss ihre zentrale Funktion der Lebensmittelproduktion wahrnehmen. Das fordern die Initiative «Für Ernährungssicherheit» und die Initiative der Uniterre «Ernährungssouveränität». Eine Studie der Hochschule Luzern zu den Erwartungen der Bevölkerung an die Landwirtschaft bestätigt, dass die Produktion von landwirtschaft-

lichen Erzeugnissen zentrale Funktion der Landwirtschaft bleiben soll. Das Bundesamt für Landwirtschaft hat ein Projekt zur Reduktion des administrativen Aufwandes lanciert (siehe Artikel Seiten 6-7). Damit wird das BLW den Anliegen der Bauern gerecht.

Die SAB hat sich ebenfalls zur AP 2014-17 geäußert. In einem Strategiepapier entwickelte sie Ideen für eine Agrarpolitik nach 2018. Die wichtigsten Forderungen finden Sie im Artikel auf den Seiten 4-5. Die SAB unterstützt die Produzenten von Berg- und Alpprodukten und ermuntert sie, die offiziellen Zeichen des Bundes zu nutzen. Mit der Internetplattform [www.schweizerbergprodukte.ch](http://www.schweizerbergprodukte.ch) stellt die SAB den Konsumentinnen und Konsumenten Informationen zu den Produkten und den Zeichen zur Verfügung. Zum Thema «Wertschöpfung der Berglandwirtschaft stärken» organisiert die SAB am 13. November 2015 in Bern eine Tagung. Vertreter entlang der gesamten Wertschöpfungskette diskutieren über die Chancen, Berg- und Alpprodukte besser in Wert zu setzen. Wir freuen uns, auch Sie an der Tagung begrüssen zu dürfen.

De manière générale la politique agricole de la Confédération (PA 2014-17) est plutôt favorable aux régions de montagne. Plusieurs contributions, comme celles destinées aux alpages, à la biodiversité ou à la qualité du paysage, permettent à l'économie alpestre ainsi qu'aux exploitations situées dans les zones de montagne III et IV de s'en tirer plutôt bien. Une amélioration pourrait également découler de la valorisation des produits de montagne et d'alpage. Des prescriptions législatives leur assurent désormais une protection et des logos permettent de les distinguer par rapport aux autres produits (voir pages 12 et 13). Pourtant, la PA 2014-17 mérite encore d'être améliorée.

D'une part, il faut favoriser une agriculture productrice. Cette préoccupation se retrouve d'ailleurs dans deux initiatives lancées en 2014<sup>1)</sup>, ainsi que dans une récente étude menée par la Haute école de Lucerne, auprès de la population suisse<sup>2)</sup>. D'autre part, la question des charges administratives pesant sur les paysans doit également être abordée. Car si des mesures de contrôle sont nécessaires, il faut néanmoins veil-

ler à ce que ces dernières ne soient pas chronophages et ne poussent pas les agriculteurs au découragement. A ce sujet, il est réjouissant de constater que l'Office fédéral de l'agriculture a lancé un projet pour aborder cette question (voir pages 6-7).

Pour sa part, le SAB n'est pas resté inactif. En 2014 déjà, notre organisation a lancé les premières réflexions au sujet du prochain programme agricole (PA 2018+). A cette occasion, le SAB demandait l'introduction d'une série de corrections, dont les éléments figurant ci-dessus. Plus récemment, conscients que les produits de montagne et d'alpage doivent être mieux valorisés, nous avons lancé un site qui leur est dédié (<http://schweizerbergprodukte.ch>).

Cette plateforme servira à informer le public et à inciter les producteurs à utiliser les logos « montagne » et « alpage » mis gratuitement à leur disposition. Enfin, le 13 novembre, le SAB organisera une Journée d'étude visant à démontrer quelles sont les possibilités pour mieux positionner les produits de montagne sur les marchés.

## Agrarpolitik: eine zwiespältige Bilanz



Vincent Gillioz –  
Chefredakteur der «montagna»

## Politique agricole : un bilan en demi-teinte

1) Initiative « pour la souveraineté alimentaire » d'Uniterre et Initiative « pour la sécurité alimentaire » de l'USP.

2) Die Erwartungen der schweizerischen Bevölkerung an die Landwirtschaft, Hochschule Luzern, Juli 2015.