

LAUSANNE VD: Delegiertenversammlung Pays romand – Pays gourmand

Ziel ist, mehr Bekanntheit zu erlangen

Pays romand – Pays gourmand ist der Dachverband der Westschweizer Regionalprodukte. An der Delegiertenversammlung betonte die Präsidentin Christine Bulliard-Marbach, wie wichtig es ist, Synergien zu nutzen.

OLIVER METZLER

Die Marken der Regionalprodukte der sechs Westschweizer Kantone und des Berner Juras werden vom Verband Pays romand – Pays gourmand (PRPG) vertreten. Er wird von der Freiburger CVP-Nationalrätin Christine Bulliard-Marbach präsidiert, die selbst auch einen Landwirtschaftsbetrieb leitet. Der Verband wurde im Mai 2005 gegründet mit dem Ziel, die Kommunikation der einzelnen Mitglieder zu koordinieren und den Absatz der Westschweizer Regionalprodukte zu fördern.

Nationale Ebene

Aufgrund dieser überregionalen Zusammenarbeit wird der Verband auch vom Bundesamt für wirtschaftliche Landesversorgung (BWL) finanziell unterstützt. PRPG ist auch Gründungsmitglied des 2017 geschaffenen Vereins Schweizer Regionalprodukte, der mit dem Label



Die Verbandsverantwortliche Elisa Domeniconi (l.) und die Präsidentin Christine Bulliard-Marbach. (Bild: Oliver Metzler)

regio.garantie die Kräfte auch auf nationaler Ebene bündeln soll.

PRPG hat sich 2018 an über einem Dutzend Veranstaltungen in der Westschweiz für die Regionalprodukte eingesetzt, wie am Salon Goûts & Terroirs in Bulle FR oder an der Foire de Chaindon im bernjurassischen Reconvilier. Seit Kurzem beteiligt sich der Verband auch am Anlass «Wake up and run».

Ohne Zeitmessung geht es dabei in verschiedenen Städten um 5.30 Uhr morgens auf eine fünf Kilometer lange Lauf-

strecke. Am Ende des Laufs wird eine Frühstücksbox zum Mitnehmen serviert, die gefüllt ist mit Regionalprodukten. Seit letztem Jahr ist die PRPG auch an der Tour de Romandie mit einem mobilen Stand präsent. Im September werden im Zürcher Hauptbahnhof Waadtländer Regionalprodukte angeboten. Der Kanton Freiburg wird mit seinen Produkten an der Fête des Vignerons mit einem Restaurant vertreten sein. In Genf wird eine Sendung für das Lokalfernsehen produziert, welche die Konsumenten auf

die Regionalprodukte sensibilisieren soll.

Budget 2 Mio. Franken

Der Verein verfügt über ein Budget von 2 Millionen Franken, wovon etwa die Hälfte vom BLW getragen wird. PRPG strebt auch eine grössere Präsenz in den sozialen Medien an und stellt Videos für Youtube her und prüft die Zusammenarbeit mit Influencern. An der Delegiertenversammlung wurde auch eine Studie vorgestellt, die der Verein bei der Hochschule St. Gallen (HSG) in Auftrag ge-

geben hat. Mit «Système de mesure pour les produits régionaux» sollen die Kriterien besser definiert werden, mit denen der Wert der Regionalprodukte gemessen werden kann. «Diese Studie ist für den Verein sehr wichtig» betont Bulliard-Marbach an der Versammlung. Ergebnisse werden per Ende Jahr erwartet. Als Herausforderung des Verbands nennt die Präsidentin auch die neuen An-

PRPG strebt eine grössere Präsenz in den sozialen Medien an und stellt Videos für Youtube her und prüft die Zusammenarbeit mit Influencern.

forderungen des BWL. Ein weiteres Ziel soll es sein, über die regionalen, also auch sprachlichen Grenzen hinweg bekannt zu werden. «Hier erkenne ich noch ein grosses Potenzial, um Synergien zu nutzen», zeigt sich die Präsidentin überzeugt.

E-PAPER

Weitere drei Bilder im E-Paper:
www.schweizerbauer.ch/epaper