

Les limousines savent se montrer dociles
Page 5



Et gagnez un magnifique panier garni!
Page 6



Dans cette édition, découvrez les bonnes adresses du terroir genevois
Pages 2, 3, 4 et 5

Tribune du terroir

Un supplément de la Tribune de Genève



Le patron de la Feuillasse, **Christophe Stalder**, sait faire tourner son marché à la ferme au rythme des saisons.

Page 4

JEAN-FRANÇOIS MABUT



Le stand d'Alexandrine et Pierrick Reverdy-Chavaz (sans oublier leur fils, Gabin) témoigne d'un savoir-faire de longue date. L'AMBERT-GUINARD

Sur les marchés aussi, la vente directe donne des couleurs

Alexandrine et Pierrick Reverdy-Chavaz proposent des produits de saison, locaux ou bio

Manon Toddesco

Le stand d'Alexandrine et Pierrick Reverdy-Chavaz redonne du peps en cette matinée de grisaille. Carottes, pommes de terre, patates, salades, poireaux, fraises, ananas: toutes ces couleurs sont un bonheur pour les yeux et les papilles. En couple depuis 2012, les primurs de Veyrier repréparent en 2014 l'activité de Francis Chavaz, le père d'Alexandrine, qui décide de se concentrer sur sa production en bio conversion et son marché à la ferme.

Quatre jours par semaine, on retrouve sur leurs étals des légumes, des fruits mais aussi des oeufs, de l'huile, du vinaigre, des lentilles, des pois chiches et, depuis peu, du quinoa suisse. «Nous privilégions la proximité et la qualité des produits, explique Pierrick Reverdy. Pour les fruits et légumes de saison, nous nous fournissons directement chez les petits producteurs genevois, notamment chez mon beau-père.» «Il y a aussi une forte demande de produits bio,

ajoute Alexandrine Reverdy-Chavaz. Aujourd'hui, les gens sont prêts à mettre le prix pour manger plus sainement.» Pour le reste, et pour satisfaire la demande des clients, ils s'approvisionnent au marché de gros en fruits et légumes de France ou d'Italie. «L'hiver est long et les clients se lassent des choux et des patates...»

Depuis la naissance de leur fils, Gabin, il y a deux ans et demi, mais aussi l'arrivée prochaine de leur deuxième enfant, Alexandrine a levé le pied. La journée commence donc à 3 heures du matin pour son mari, dans la quatrième de la ville endormie. Il se rend au marché de gros à Carouge pour choisir la marchandise et négocier les prix, puis il assure la mise en place des étals, la partie «artistique» du boulot pour donner envie aux passants. A 7 h, les ventes commencent et les premiers clients déboulent. Chaque semaine, plusieurs tonnes de nourriture sont écoulées. Alexandrine rejoint le stand entre 7 et 9 h, jusqu'à 12 h 30, heure à laquelle ils commencent à plier bagage. Après avoir déchargé les denrées restantes à Veyrier, la sieste s'impose.

Fille de maraîcher, Alexandrine est sur les marchés depuis qu'elle a 12 ans. Ébéniste de métier, elle se lance avec son père en 2009, comme une évidence. Si elle a baigné dans cet univers depuis toujours, ce n'est pas le cas de son mari, Handballeur professionnel français,

Pierrick prend sa retraite de sportif en 2013 et apprend le métier grâce à son beau-père. Il se laissera rapidement happer par la passion. A 32 et 36 ans, Alexandrine et Pierrick, aux côtés de leurs vendeuses, forment une équipe dynamique, souriante et chaleureuse. Ce qu'ils aiment, c'est le contact avec les clients. «Nous conseillons des recettes, nous échangeons des

Denis Etienne
Rédacteur en chef adjoint



Comme un don de la nature, l'enquête a fleuri le jour du bouclage de cette édition, mercredi 11 avril. Menée auprès de 2300 Suisses, l'étude «Trusted Brands 2018» de Reader's Digest révèle que les trois quarts des consommateurs portent une attention particulière à la durabilité du mode d'exploitation. Ils sont prêts à y mettre le prix. Près de la moitié (43%)

conseils et nous insistons une relation de confiance avec nos clients, insiste Pierrick. Certains produits sont la car nos clients les ont demandés.» Pour ces deux gourmards, amateurs de cuisine, la découverte des produits et de nouvelles saveurs est aussi un plaisir au quotidien. «Nous mettons un point d'honneur à sélectionner nous-mêmes des produits de qua-

sont disposés à payer plus cher pour des denrées bio et davantage encore (62%) pour des produits de leur terroir. Or dans tous les cas, acheteur des haricots produits de façon traditionnelle dans le champ voisin vaut mieux que miser sur une variété estampillée biologique au Kenya. Le signal est d'autant plus stimulant qu'il fait écho au cri de la Plateforme intergouvernementale sur la biodiversité (IPBES). Publié fin mars, ce rapport analyse comment l'humanité en est arrivée à consommer davantage que la Terre ne peut produire. Et cela au prix de la disparition d'espèces, faune et flore

confondues. Si les prévisions sont effrayantes pour l'Afrique et l'Asie-Pacifique, les effets se font sentir ici aussi. Il suffit de se promener en forêt ou dans la campagne pour constater qu'ici le gazouillis des oiseaux s'est atténué et là est couvert par le vrombissement des moteurs. L'espoir réside dans cette prise de conscience. Et notre chance, c'est qu'au fil des années les producteurs locaux se sont préparés pour répondre à l'envie, aux besoins des habitants de la région. L'enjeu n'est pas dérisoire. Il en va du bien-être de chacun.

L'éditorial

Penser global conduit à acheter local

13 avril 2018