Revue de Presse hebdomadaire

MICHELIN GUIDE

Italie : Urbani tartufi, la recette d'un succès de 170 ans

Derrière Urbani Tartufi ne se cachent pas seulement des truffes de la plus haute qualité, mais aussi un projet de valorisation de l'histoire, de la communauté locale et du territoire d'Ombrie.

Urbani Tartufi : 170 ans d'histoire

Tout commence en 1852, lorsque Costantino Urbani décide d'exporter des truffes fraîches en France. Son succès immédiat le pousse à se développer en Italie, puis en Allemagne et en Suisse. Suivant les traces de son père et de son grand-père, Carlo Urbani

poursuit l'activité familiale avec l'aide de sa femme Olga, devenant alors le pionnier de la trufficulture en Italie. Ainsi naît la société Urbani Tartufi, qui s'organise autour de l'activité des caveurs, figures incontournables du métier de la truffe. Plus tard, leurs fils Paolo - qui s'est vu décerner le titre de Cavaliere del Lavoro - et Bruno la transforment en une industrie à la pointe de la technologie.

C'est aujourd'hui le cadet qui dirige le groupe. La génération Urbani actuelle, composée d'Olga, Carlo et Giammarco, met l'accent sur le développement des filiales à l'étranger et la mise en place de nouvelles initiatives. L'affaire familiale n'est pas prête de s'essouffler, d'autant plus que la relève est déjà assurée avec Luca, Francesco et Ginevra - la sixième génération.



La famille Urbani

« J'ai une relation viscérale avec l'Ombrie, un amour que j'ai hérité de mes ancêtres », nous confie la propriétaire Olga Urbani. *« Nous avons une succursale en Amérique, notre produit est maintenant exporté dans plus de 75 pays, mais je finis toujours par ressentir le besoin de rentrer chez moi. Lorsque je marche dans ces prairies immenses, riches en truffes, je me sens en paix avec moi-même. »*

Elle poursuit : « *Notre père était un grand homme, un entrepreneur à succès qui a consacré sa vie à sa famille, à son travail, et à la truffe. Pour perpétuer son souvenir, j'ai écrit un livre à sa mémoire et je n'ai ménagé aucun effort pour que le musée de la truffe de Scheggino soit un lieu de mémoire ouvert à tous. Fidèles à ses enseignements, nous avons créé la Fondation Paolo et Bruno Urbani, dont l'objectif est de résoudre les problèmes urgents du secteur : normes inexistantes et inadéquates, absence ou manque d'application de la réglementation et des principes d'égalité… En collaboration avec l'Université des Saveurs de Pérouse, des bourses, des salles de classe et des cursus ont été créés en l'honneur du Cavaliere del Lavoro, qui a laissé une trace indélébile non seulement dans nos cœurs, mais aussi dans le monde de la truffe.* »

Revue de Presse hebdomadaire



Chasse à la truffe

Une académie de la truffe

Parmi les initiatives lancées par Olga, Carlo et Giammarco figure la création d'une académie de la truffe. *« La truffe est un produit délicat. Nous voulions dédier une académie aux chefs, qui devienne un lieu de discussion et d'innovation. Lorsque vous avez entre les*

mains une matière première aussi coûteuse, vous ne pouvez pas vous permettre de faire des erreurs. Nous avons à cœur de partager nos connaissances avec les chefs. Nous n'avons pas de secrets ! », souligne Olga Urbani.

« Nous fournissons nos produits à certains des plus grands noms de la gastronomie dont Antonino Cannavacciuolo, Massimo Bottura, Thomas Keller ou encore Umberto Bombana. Parmi nos « ambassadeurs » figure Enrico Derflingher, qui a longtemps été le chef cuisinier de la famille royale britannique. Il a créé un risotto à base de notre précieuse truffe noire, de stigmates de safran et de gorgonzola, qui est devenu l'un des plats préférés du roi Charles. Aujourd'hui encore, nous y faisons référence comme le « Risotto du roi Charles ». Ce plat a fait briller le « Made in Italy » à travers le monde.

Revue de Presse hebdomadaire



Risotto du roi Charles - chef Enrico Derflingher



Le chef Derflingher aux fourneaux

Une large gamme de truffes

La gamme de produits d'Urbani Tartufi comprend : la truffe noire ordinaire (Tuber Mesentericum Vittadini), la truffe musquée noire (Tuber Brumale Moschatum De Ferry), la truffe crochetée (Tuber Uncinatum Chatin), la truffe blanche (Tuber Albidum Pico), la truffe noire d'été (Tuber Aestivum Vittadini), la truffe noire d'hiver (Tuber Brumale Vittadini), la truffe précieuse (Tuber Melanosporum Vittadini) et la truffe blanche (Tuber Magnatum Pico). Une ligne spéciale, la plus pure, a également été créée pour le 170ème anniversaire de la Maison, et comprend de la crème de truffe blanche, de l'huile de truffe noire d'hiver et de la sauce à la truffe noire.

Le projet Truffleland : la « truffière » du futur

Truffleland - créé par Francesco Loreti Urbani, le plus jeune membre de la famille - plante depuis des années plus de 100 000 arbres truffiers par an en Italie et en Europe, grâce à un partenariat avec la multinationale X-Farm, axée sur la recherche et la formation, et qui offre un ensemble d'innovations transformatrices pour le secteur.

« L'idée est venue de mon fils Francesco, qui a toujours eu en tête de faire évoluer Urbani Tartufi d'une entreprise qui « ramasse » des truffes en une entreprise qui les « produit ». Ça me semblait être une idée folle mais, avec le temps, j'ai dû changer d'avis. Si planter des arbres est déjà un bienfait pour la planète, planter des arbres qui peuvent « donner vie » à des truffes représente également une forme de durabilité économique, puisque l'arbre génère des revenus pour ceux qui le plantent ».

Revue de Presse hebdomadaire

« Truffleland est né d'une passion pour les truffes de qualité, cultivées selon des méthodes traditionnelles afin de garantir un authentique « fruit de la terre » et de préserver les caractéristiques organoleptiques du produit », explique Francesco Loreti Urbani . *« Nous sommes une équipe d'experts en trufficulture et en planification truffière, et nous mettons notre expérience à la disposition de nos clients pour leur proposer différents services. Après avoir construit les meilleures truffières du monde et récolté des truffes de qualité supérieure, Truffleland s'est spécialisé dans la production et la vente de plants de truffes mycorhizés, de truffières clés en main et de truffières cultivées. Tout cela grâce à la préparation et au professionnalisme d'une équipe d'experts dans le domaine du conseil trufficole, toujours prêts à effectuer des inspections en Italie et à l'étranger. Les plantes produites par Truffleland sont toutes régulièrement certifiées par des organismes accrédités dans tout le pays, avec des pourcentages très élevés de racines mycorhizées, souvent supérieurs à 70 %. La trufficulture est une pratique agricole qui, en plus d'être bénéfique pour la planète, peut être très rentable. Avec notre projet, durabilité*

environnementale rime avec durabilité économique, dans une dynamique « gagnant-gagnant » pour les agriculteurs et la terre. »

Un premier rapport de durabilité

En 2024, Urbani Tartufi a publié son premier bilan de développement durable. A ce sujet, Olga Urbani déclare : *« La poésie de la terre ne meurt jamais. Le devoir de chacun est de la protéger. Pour nous, il ne s'agit pas de rhétorique, mais d'un engagement quotidien et constant. La période récente, entre pandémies et guerres, nous a amenés à réfléchir davantage aux valeurs qui nous guident : la solidarité, l'honnêteté, l'engagement, la détermination et le courage. Elles nous ont été transmises par les fondateurs de l'entreprise depuis 1852 et constituent un héritage qui nous a permis de relever les défis de ces dernières années. Nous avons récemment revu notre code d'éthique, sur lequel repose notre travail quotidien, afin de l'adapter, et de faire en sorte qu'il soit perçu par tous comme un outil vivant et actuel. Nous continuons à mesurer notre impact à*

tous les niveaux et dans tous les domaines à l'aide de méthodes et d'indicateurs de plus en plus innovants et sophistiqués. Nous avons adopté des politiques basées sur le modèle de la « lean strategy ».

Le slogan « Il n'y a pas de planète B » doit devenir une conviction commune. Nous le diffusons par le biais de foires commerciales, de conférences et d'événements. Notre Truffle Academy, lieu de rencontres et de culture gastronomique, est un centre de promotion de l'alimentation durable. Bien que nous avons toujours prêté attention à notre impact environnemental, nous plaçons aujourd'hui la barre encore plus haut avec notre premier bilan de développement durable. Le changement climatique est l'urgence actuelle. Voilà pourquoi nous nous engageons à réduire nos émissions tout en accompagnant la croissance de l'entreprise et de ses activités dans les années à venir. Pour cela, nous mettons en place des projets de séquestration du carbone avec nos partenaires. Nous devons également contribuer à la régénération des ressources naturelles, raison pour laquelle nous avons récemment décidé d'augmenter tous les ans les investissements

de Truffleland en vue de développer la culture d'arbres mycorhizés avec des spores de truffes, de réduire le CO2, de soutenir la biodiversité et d'améliorer la qualité de la production, tout en mettant en œuvre une politique de traçabilité rigoureuse et claire pour la première fois dans le secteur de la truffe. On part de la graine qui donne vie à la plante, puis la plante est mise en terre dans des sols appropriés, avant d'arriver au bout de 3-5 ans au miracle de la symbiose entre les racines de la plante et la truffe, qui naît de moisissures blanchâtres dans l'obscurité sous-terraine ».

Avec son premier rapport de durabilité, Urbani Tartufi souhaite s'engager sur une nouvelle voie pour devenir ce que nous appelons aujourd'hui une « entreprise sociale ». *« Nous nous efforcerons chaque jour de poursuivre cet objectif et nous le ferons avec le même esprit combatif »*, conclut Olga Urbani.

Voilà des réflexions qui peuvent générer une « vague verte positive » et inspirer non seulement l'Italie, mais aussi le reste du monde. Les chiffres parlent d'eux-mêmes. L'entreprise dispose de 14 sites dans

la Grande Botte et à l'étranger, 5 marques et 300 professionnels. Au siège, qui est situé dans l'établissement de Sant'Anatolia di Narco - dans la province de Pérouse - 150 employés transforment la truffe tout en valorisant ses caractéristiques naturelles. Le produit final est identique à celui fraîchement récolté, et prêt à être transporté vers les tables gastronomiques du monde entier.

En Ombrie, il existe une deuxième usine de production, située à Terni. L'entreprise est également présente à Alba avec Tartufalba Morra et à Milan avec son magasin situé dans le centre ville, près de la Piazza Cinque Giornate. Sous la marque Urbani Truffles, le groupe s'est également développé à l'étranger, avec des sites dans les principales villes du monde, notamment : New York, Miami, Chicago, Los Angeles, Las Vegas, San Francisco, Manille, Londres et Bangkok. Le groupe a également poursuivi son expansion à Toronto, Dubaï, Pékin, Shanghai, Hong Kong, Singapour, Séoul, Taïwan, Tokyo, Rio de Janeiro, Sao Paulo, Mexico et bien d'autres villes. La preuve que, lorsque l'on se passionne pour son territoire et ses racines, tout devient possible.

Revue de Presse hebdomadaire

Source :
https://guide.michelin.com/fr/fr/article/travel/italie-urbani-tartufi-la-recette-d-un-succes-de-170-ans