LUXUS MAGAZINE

La truffe ne cesse de séduire les épicuriens



Par Pauline DUVIEU

Publié le 27/12/2024

C'est un mets phare de la haute gastronomie, même s'il a été démocratisé par les industriels. La truffe, dont le marché mondial pourrait atteindre 550 millions de dollars en 2027, est un

incontournable des tables de Noël qui fait vivre des milliers d'artisans locaux dans l'hexagone.

Champignon le plus prestigieux tant par la finesse de son goût que son prix onéreux, la truffe se distingue de ses homologues par ses saveurs riches, terreuses, noisettées et hautement délicates. Sublimant une grande variété de plats, ce mets continue d'inspirer les plus grands cuisiniers comme les industriels.

550 millions de dollars de chiffre d'affaires en 2027

Estimé à 340 millions de dollars en 2021 selon Business Research Insights, le marché mondial de la truffe devrait atteindre 550 millions de dollars en 2027 avec un taux de croissance annuel de 8,35% sur cette période.

Si des pays comme la Chine (un important producteur), les Etats-Unis, l'Australie et la Nouvelle-Zélande ont investi dans la culture de la truffe, la France, l'Espagne et l'Italie dominent 90% de la production, d'après le rapport de Business Scoot.

En France, on distingue plusieurs variétés de truffes : la truffe noire ou truffe du Périgord, la plus importante en termes de récolte, la truffe de Bourgogne et la truffe blanche d'été. La récolte sur le territoire de la truffe, produit artisanal d'excellence et symbole du savoir-faire culinaire de l'hexagone, reste traditionnelle, faisant souvent appel à des chiens et des cochons truffiers dressés spécialement pour dénicher ce champignon dans la terre. Des recherches innovantes cherchent à développer l'industrie pour garantir un approvisionnement constant en truffes de haute qualité.

Baron de la Truffe, La Truffe du Ventoux par les frères Jaumard, Domaine du Grand Merlhiot, Galis, La Maison Pebeyre et le leader la Maison Plantin font partie des incontournables du secteur qui pourrait compter 20 000 trufficulteurs. La plupart des productions se concentrent dans le sud-est, au sein de la Drôme, du Vaucluse et des Alpes de Haute Provence selon FranceAgriMer.

Environ 40% de la production française est commercialisée sur les marchés aux truffes, 20% sur des marchés de détails répartis dans

toute la France et 30 à 40% en vente directe, entre les restaurants et les consommateurs.

Après une période difficile lors du covid, la demande est toujours présente malgré un tarif onéreux. La truffe s'achète entre 300 et 1000 euros le kilo, avec une prédominance de la fourchette pour des produits de qualité, et peut facilement atteindre plusieurs milliers d'euros pour les pièces les plus prestigieuses.

La truffe : un symbole de la haute gastronomie française

Dans les restaurants les plus élégants et luxueux de l'hexagone, difficile de ne pas trouver de la truffe dans les menus. Le produit règne en maître dans les cuisines et les copeaux noirs ou beiges viennent parfaire les assiettes en salle.

A Paris, l'établissement le plus emblématique reste la Maison de la Truffe, spécialisée autour du champignon depuis 1932. Sa table dressée dans le 8ème arrondissement de la capitale française est un passage obligé pour les amoureux du produit. Truffes Folies,

dans le 7ème et 8ème arrondissement, sont d'autres tables bien connues des épicuriens. Citons aussi Un jour à Peyrassol (2ème arrondissement), La Truffière (5ème arrondissement) ou encore Artisan de la Truffe (à Paris et à l'international).

La truffe a aussi investi les cartes de bon nombre de restaurants, des plats de pâtes dans les italiens à la streetfood en passant par des fusions avec les saveurs du monde.

L'épicerie fine à l'assaut de la truffe

Si les plats à la truffe font grimper le prix des assiettes dans les restaurants, le produit s'est démocratisé via de nombreux articles, plus accessibles. Huile, pâté, sel, mayonnaise, sauce… Pour quelques dizaines d'euros, les consommateurs peuvent acquérir un de ces produits vendus tant en épicerie fine et chez les traiteurs qu'en supermarché. Un cadeau haut de gamme parfait à l'approche des fêtes de fin d'année.

Ce marché, comme celui de la truffe en conserve, permet au produit d'être consommé toute l'année, bien que la saison de la

truffe fraîche débute de la fin novembre jusqu'à début mars. Il faut cependant un minimum de 1% de truffes pour que les articles puissent utiliser le terme « truffe ». Mais gare aux entourloupes des industriels qui mentionnent parfois le champignon de luxe sans préciser qu'il s'agit d'arôme naturel parfumant un mets.

Source : https://magazine.luxus-plus.com/la-truffe-ne-cesse-de-seduire-les-epicuriens/