Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]

THE NEW INDIAN EXPRESS

Beaucoup de bruit pour rien autour de la truffe



Publié le 01/12/2025

En Inde, la truffe servie dans votre assiette est rarement le mets délicat qu'elle prétend être. La plupart des convives découvrent une imitation luxueuse, bruyante et parfumée, loin de ce produit

authentique, brut et éphémère. Cette illusion est devenue la norme, un phénomène que même les chefs peinent à corriger. Comme le souligne le chef Parth Saxena, chef du restaurant The Arts Room à Delhi, à la fin d'un énième service parfumé à la truffe : « La truffe est un produit de luxe, mais périssable. Alors, les restaurants se rabattent sur l'huile. Et comme la véritable huile infusée est onéreuse, la plupart optent pour des versions synthétiques. C'est là que réside le problème. »

Les véritables truffes sont tendres et légèrement spongieuses au toucher, finement tranchées car leur arôme – sous-bois, noix chaudes, umami profond – s'évapore dès que la chaleur s'approche trop. Elles sont complexes, éphémères, presque timides. Mais l'huile de truffe qui domine les menus indiens est tout sauf timide. Son parfum est agressif, lourd, indéniablement synthétique, grâce au 2,4-dithiapentane, un composé de laboratoire qui ne reproduit qu'une infime partie de la personnalité de la truffe, tout en masquant complètement le reste.

Il en résulte un paradoxe culinaire : les gourmets, habitués à l'huile de truffe, considèrent désormais que son arôme puissant et intense est authentique. Aussi, lorsqu'ils découvrent enfin la vraie truffe – souvent la truffe noire française, Tuber melanosporum – la trouvent trop douce, trop discrète, trop décevante.

Les truffes fraîches, celles qui inspirent le respect dans les cuisines européennes, subissent un parcours international effréné : cueillies en Italie, transportées par avion du jour au lendemain, passées en douane à la hâte, elles arrivent dans les cuisines où elles n'ont plus que quelques jours à vivre. La truffe noire française figure parmi les champignons comestibles les plus chers au monde. D'autres variétés existent, comme la truffe blanche et la truffe noire d'été, mais elles sont très régionales, difficiles à trouver et leur importation est hors de prix. Elles sont par nature incompatibles avec l'attente d'un arôme puissant et envoûtant. Même l'huile de truffe infusée n'est, au mieux, qu'une suggestion, et non un substitut, à la magie des truffes fraîches.

Pour la cheffe Vidhushi Sharma, l'obsession est moins gastronomique que théâtrale. « C'est bourgeois, comme le caviar ou le Cristal », dit-elle. « Une façon de frimer. Les gens aiment exhiber leurs truffes plus que les déguster. Ceux qui goûtent enfin des truffes fraîches les trouveront trop délicates. Et cela nous pousse à courir après le luxe occidental alors que nous devrions célébrer nos propres ingrédients. » Elle défend la morille gucchi du Cachemire, un ingrédient local, profondément aromatique, qui possède tout le mystère que les gourmets prétendent rechercher.

« Nous venons du pays des morilles. Nous devrions être fiers de nos propres produits », dit-elle. Saxena constate que la tendance s'amplifie avec les réseaux sociaux. « Frites à la truffe, burrata à la truffe, tout à la truffe… la demande a explosé grâce au buzz », ajoute-t-il. Instagram raffole du sensationnalisme, et l'huile synthétique en produit plus efficacement que n'importe quel champignon sauvage.

En Inde, la truffe demeure ce qu'elle est devenue discrètement : un déguisement sensoriel, une illusion savamment orchestrée, un

luxe que l'on s'offre en spectacle plutôt qu'en expérience. Tant que les convives n'auront pas goûté à la vraie truffe – et appris à apprécier sa subtilité –, le parfum qui embaume nos restaurants restera un simple artifice olfactif, une fragrance qui se fait passer pour une saveur.

Source : https://www.newindianexpress.com/lifestyle/food/2025/Nov/30/much-ado-about-truffle

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here

Leggi l'articolo in italiano qui

English translation :

THE NEW INDIAN EXPRESS

Much ado about nothing regarding the truffle



Published on 01/12/2025

Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]

In India, the truffle served on your plate is rarely the delicacy it's touted to be. Most diners discover a luxurious, noisy, and fragrant imitation, a far cry from the authentic, raw, and ephemeral product. This illusion has become the norm, a phenomenon even chefs struggle to correct. As Chef Parth Saxena, head chef of The Arts Room restaurant in Delhi, points out at the end of yet another truffle-infused course: “Truffles are a luxury item, but they're perishable. So, restaurants resort to oil. And since real infused oil is expensive, most opt for synthetic versions. That's the problem.”

True truffles are tender and slightly spongy to the touch, thinly sliced because their aroma—undergrowth, warm nuts, deep umami—evaporates as soon as the heat gets too close. They are complex, ephemeral, almost shy. But the truffle oil that dominates Indian menus is anything but shy. Its aroma is aggressive, heavy, undeniably synthetic, thanks to 2,4-dithiapentane, a laboratory compound that reproduces only a tiny fraction of the truffle's character, while completely masking the rest.

This results in a culinary paradox: gourmets, accustomed to truffle oil, now consider its powerful and intense aroma to be authentic. Therefore, when they finally discover the real truffle – often the French black truffle, Tuber melanosporum – they find it too mild, too subtle, too disappointing.

Fresh truffles, the kind that command respect in European kitchens, undergo a frenetic international journey: picked in Italy, flown in overnight, rushed through customs, they arrive in kitchens where they have only a few days left to live. The French black truffle is among the most expensive edible mushrooms in the world. Other varieties exist, such as the white truffle and the summer black truffle, but they are very regional, difficult to find, and prohibitively expensive to import. They are inherently incompatible with the expectation of a powerful and captivating aroma. Even truffle-infused oil is, at best, a suggestion, not a substitute, for the magic of fresh truffles.

For chef Vidhushi Sharma, the obsession is less gastronomic than theatrical. “It’s bourgeois, like caviar or Cristal,” she says. “A way to

show off. People like to display their truffles more than taste them. Those who finally taste fresh truffles will find them too delicate. And it pushes us to chase Western luxury when we should be celebrating our own ingredients." She champions the Kashmiri gucchi morel, a local, deeply aromatic ingredient that possesses all the mystique gourmets claim to seek.

"We come from morel country. We should be proud of our own produce," she says. Saxena notes that the trend is amplified by social media. "Truffle fries, truffle burrata, everything truffle-flavored… demand has exploded thanks to the buzz," he adds. Instagram thrives on sensationalism, and synthetic oil produces it more efficiently than any wild mushroom.

In India, the truffle remains what it has discreetly become: a sensory disguise, a skillfully orchestrated illusion, a luxury offered as a spectacle rather than an experience. Until diners have tasted the real truffle—and learned to appreciate its subtlety—the aroma that fills our restaurants will remain a mere olfactory artifice, a fragrance masquerading as a flavor.

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here

Leggi l'articolo in italiano qui

Source : https://www.newindianexpress.com/lifestyle/food/2025/Nov/30/much-ado-about-truffle

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here

Leggi l'articolo in italiano qui

Traduzione italiana :

THE NEW INDIAN EXPRESS

Tanto rumore per nulla riguardo al tartufo



Pubblicato il 01/12/2025

Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]

In India, il tartufo servito nel piatto raramente è la prelibatezza che si vanta di essere. La maggior parte dei commensali scopre un'imitazione lussuosa, rumorosa e profumata, ben lontana dal prodotto autentico, grezzo ed effimero. Questa illusione è diventata la norma, un fenomeno che persino gli chef faticano a correggere. Come sottolinea lo chef Parth Saxena, capo chef del ristorante The Arts Room di Delhi, alla fine di un'altra portata a base di tartufo: "I tartufi sono un bene di lusso, ma sono deperibili. Quindi, i ristoranti ricorrono all'olio. E poiché il vero olio aromatizzato è costoso, la maggior parte opta per versioni sintetiche. Questo è il problema".

I veri tartufi sono teneri e leggermente spugnosi al tatto, tagliati a fettine sottili perché il loro aroma – di sottobosco, di noci calde, di un intenso umami – evapora non appena il calore si avvicina troppo. Sono complessi, effimeri, quasi timidi. Ma l'olio al tartufo che domina i menu indiani è tutt'altro che timido. Il suo aroma è aggressivo, pesante, innegabilmente sintetico, grazie al 2,4-ditiapenteno, un composto di laboratorio che riproduce solo

una piccola frazione del carattere del tartufo, mascherando completamente il resto.

Ciò si traduce in un paradosso culinario: i buongustai, abituati all'olio al tartufo, ora ne considerano autentico l'aroma potente e intenso. Pertanto, quando finalmente scoprono il vero tartufo – spesso il tartufo nero francese, Tuber melanosporum – lo trovano troppo delicato, troppo delicato, troppo deludente.

I tartufi freschi, quelli che incutono rispetto nelle cucine europee, subiscono un frenetico viaggio internazionale: raccolti in Italia, trasportati in aereo durante la notte, passati rapidamente alla dogana, arrivano nelle cucine dove hanno solo pochi giorni di vita. Il tartufo nero francese è tra i funghi commestibili più costosi al mondo. Esistono altre varietà, come il tartufo bianco e il tartufo nero estivo, ma sono molto regionali, difficili da trovare e proibitivamente costose da importare. Sono intrinsecamente incompatibili con l'aspettativa di un aroma potente e accattivante. Persino l'olio aromatizzato al tartufo è, nella migliore

delle ipotesi, un suggerimento, non un sostituto, della magia del tartufo fresco.

Per la chef Vidhushi Sharma, l'ossessione è più teatrale che gastronomica. "È borghese, come il caviale o il Cristal", dice. "Un modo per mettersi in mostra. La gente preferisce mostrare i tartufi più che assaggiarli. Chi assaggia i tartufi freschi li trova troppo delicati. E ci spinge a inseguire il lusso occidentale quando dovremmo celebrare i nostri ingredienti". È una sostenitrice delle spugnole gucchi del Kashmir, un ingrediente locale profondamente aromatico che possiede tutto il fascino mistico che i gourmet affermano di ricercare.

"Veniamo dalla terra delle spugnole. Dovremmo essere orgogliosi dei nostri prodotti", afferma. Saxena osserva che la tendenza è amplificata dai social media. "Patatine fritte al tartufo, burrata al tartufo, tutto ciò che è al gusto di tartufo... la domanda è esplosa grazie al passaparola", aggiunge. Instagram prospera sul sensazionalismo e l'olio sintetico lo produce in modo più efficiente di qualsiasi fungo selvatico.

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here
Leggi l'articolo in italiano qui

In India, il tartufo rimane ciò che è discretamente diventato: un travestimento sensoriale, un'illusione abilmente orchestrata, un lusso offerto come spettacolo piuttosto che come esperienza. Finché i commensali non avranno assaggiato il vero tartufo – e imparato ad apprezzarne la delicatezza – l'aroma che pervade i nostri ristoranti rimarrà un mero artificio olfattivo, una fragranza mascherata da sapore.

Fonte : https://www.newindianexpress.com/lifestyle/food/2025/Nov/30/much-ado-about-truffle