

La trufficulture : une production organisée, des marchés à développer

CONTEXTE

⊙ Une filière organisée en amont qui connaît une forte dynamique

- un millier de trufficulteurs adhèrent à l'Union régionale des trufficulteurs d'Aquitaine (URTA), localisés principalement en Dordogne (830) et dans le Lot-et-Garonne (170).
- Ces trufficulteurs représentent près de 80 % des plantations effectuées en Aquitaine.
- Chaque année, depuis 1994, environ 80 hectares sont plantés, ce qui représente au minimum 80 000 arbres truffiers. Aujourd'hui, plus de 50 % du marché proviennent de jeunes plantations (entre 8 et 15 années).

⊙ Vers une maîtrise de la production

- Les travaux d'expérimentation développés par l'URTA sont axés, entre autres, sur la maîtrise du plant et de sa qualité, sur la connaissance des modes culturaux, favorisant de bons résultats de production, et sur l'analyse des différents facteurs de réussite (sol, végétal, agro-météo).
- Il y a vingt ans, on relevait en moyenne 4 à 5 % d'arbres producteurs par parcelle¹. Aujourd'hui, l'objectif est d'en obtenir au minimum 10 à 15 % (sachant que certaines parcelles atteignent déjà 75 % d'arbres producteurs). Les raisons de cette évolution sont :
 - une meilleure adaptation des plants au sol,
 - un meilleur suivi et un meilleur entretien des parcelles,
 - une amélioration de la qualité des plants.
 L'effort doit être poursuivi sur la connaissance des sols et les conditions agro-météo optimum pour une truffière productive.

⊙ Des réseaux de commercialisation et de distribution à structurer

- L'Aquitaine produisait, en 1997, 2 à 4 tonnes de truffes, soit, au maximum, 10 % de la production nationale, loin derrière les régions du Sud-Est.
- L'Aquitaine est une des rares régions à avoir fait un important effort de plantation depuis maintenant environ dix ans.
- En revanche, la valorisation de la production n'a pas été jusqu'à ce jour la priorité de la profession.
- Deux débouchés à mieux structurer : la vente des produits frais (aux particuliers, aux restaurateurs et aux courtiers), la vente des produits en conserve. Ceci permettrait durant la saison touristique de vendre des produits de qualité (même en dehors des périodes de récolte).
- S'il existe des démarches individuelles de commercialisation qui utilisent pour certaines les techniques de communication modernes, elles ne sont pas accompagnées d'une réelle démarche commune à l'instar de celle développée pour la maîtrise des plants.

1. Enquête réalisée en 1989 pour la Fédération départementale de la truffe en Périgord.

ORIENTATIONS 2000-2006

⊙ Accompagner la mise en place des plantations et surtout en assurer le suivi.

⊙ Accroître la compétence des trufficulteurs

- Diffusion des résultats des expérimentations.
- Poursuite de la connaissance qualitative des plants.
- Connaissance des sols et valorisation de l'agro-météo.
- Expérimentation sur l'entretien des plantations : développer différents modes culturaux selon les situations géographiques.
- Expérimentation sur les différentes essences et les systèmes de plantations.

⊙ Adapter le produit aux besoins des débouchés

- Expérimentation sur la conservation de la truffe (frais et conserve)

⊙ Promouvoir le produit truffe (culturel et économique)

- Promotion, notamment par l'apprentissage des modes d'utilisation alimentaire de la «Truffe du Périgord».
- Appui aux groupes, aide à l'organisation de la commercialisation.
- Formation.