

## Une campagne 2021-2022 mitigée pour la truffe

Bien que l'offre soit en quantité modérée et la qualité des truffes au rendez-vous, les prix sont relativement limités sur les principaux marchés professionnels du Sud-Est. Les cours sont inférieurs aux cinq dernières années (2021 faisant exception) ainsi qu'à la moyenne quinquennale. Loin d'être décevante, l'activité sur certaines places de marchés traditionnels n'atteint cependant pas la hauteur des espérances et une partie du volume de production leur échappe progressivement par l'évolution des canaux de distribution.

### GLOSSAIRE

quinquennal(e) : se réfère aux cinq campagnes 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021

Ce bilan de campagne s'appuie sur les neuf marchés suivis par le réseau des nouvelles des marchés.



Retrouvez ce bilan sur notre site [RNM.franceagrimer.fr](http://RNM.franceagrimer.fr) en scannant ce QR code

## Faits marquants

### Apparition de la marque collective « Le Diamant Noir du Vaucluse »

Afin de protéger la truffe locale de Provence et son image (notamment de la concurrence ibérique), la première marque collective de truffe voit le jour en 2021 sous le nom « Le Diamant Noir du Vaucluse ». Un cahier des charges est établi, précisant des techniques culturales, un respect de l'environnement ou encore une garantie de fraîcheur et de qualité des truffes.

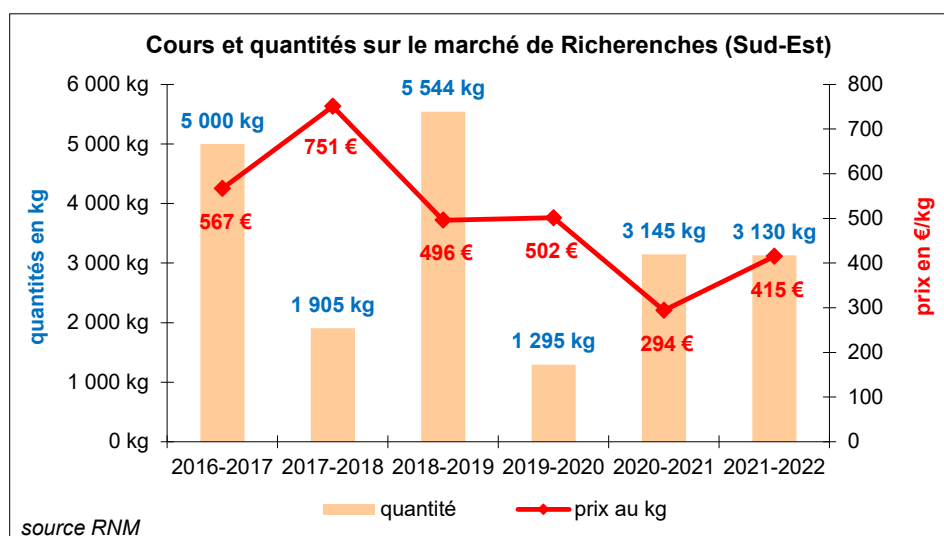
### Des cours relativement bas malgré des truffes de bonne qualité et des quantités moyennes

Après une campagne 2020-2021 particulièrement impactée par la crise sanitaire de la Covid-19, une hausse des cours est constatée durant la saison 2021-2022 sur le marché de Carpentras (+12 %) et celui de Richerenches (+41 %). Cependant, malgré une bonne qualité des truffes et une offre en quantité moyenne par

rapport à certaines années, les prix restent relativement peu élevés tout au long de la campagne. Le cours moyen sur le marché de Carpentras est inférieur de 17 % à sa moyenne quinquennale olympique et ceux de Richerenches et de Lalbenque de 20 %.

### Les marchés de gros concurrencés par l'évolution des canaux de distribution

Depuis quelques années, les canaux de distribution des truffes évoluent. Les circuits courts (marchés de détail, ventes par internet, apports directs aux courtiers et négociants) se développent au détriment des marchés traditionnels qui voient ainsi une partie de la production leur échapper. Certaines places semblent délaissées avec une activité réduite par rapport aux années passées. Quelques cotations sur le marché de Carpentras n'ont pu avoir lieu faute de produits, d'acheteurs et/ou de vendeurs.



Un cours moyen inférieur aux cinq dernières années (2020-2021 faisant exception) et des volumes équivalents à la campagne précédente

## SOMMAIRE

• Faits marquants

page 1

• Déroulement de la campagne

page 2

## Déroulement de la campagne

### Novembre 2021

#### Un début de campagne traditionnel

La campagne de la truffe débute entre le 15 et le 21 novembre pour les marchés du Sud-Est tandis qu'elle commence un peu plus tardivement dans le Sud-Ouest, entre le 29 novembre et le 5 décembre. Comme traditionnellement, l'ouverture du marché de la truffe de Carpentras se tient à la mi-novembre. Le volume de truffes est normal pour un début de campagne, il est équivalent à celui des deux dernières années. La qualité présente quelques hétérogénéités, mais rien d'anormal pour un début de saison. La demande est intéressée et les transactions sont rapides.

### Décembre 2021

#### Une offre en progression face à une demande timide sur le marché de Carpentras

Au cours des deux premières décades du mois de décembre, le volume de truffes augmente et la plupart des places de marchés (Carpentras, Richerenches, Uzès, Jarnac, Sarlat) atteignent ainsi leur volume maximal de la campagne au cours de la semaine 50. La vague de froid survenue dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur au cours de la mi-décembre occasionne quelques dégâts superficiels sur les truffes mais sans impact majeur et les produits sont de bonne qualité. Néanmoins, sur le marché de Carpentras, la clientèle se montre prudente et peu encline à accepter les prix demandés. De nombreux lots restent invendus. À la veille des périodes de fêtes de fin d'année, l'activité sur le marché de Carpentras est décevante. Les acheteurs sont peu nombreux (au profit éventuel d'autres places de marché) et les transactions sont difficiles voire absentes lors du dernier marché du mois de décembre.

### Janvier 2022

#### Des volumes et des prix en diminution

Comme habituellement après les fêtes de fin d'année, les prix et les volumes diminuent sur la plupart des places de marché. À Carpentras, l'offre courant janvier est trois fois plus faible que celle de décembre. Cependant, fort des apports de production du Sud de

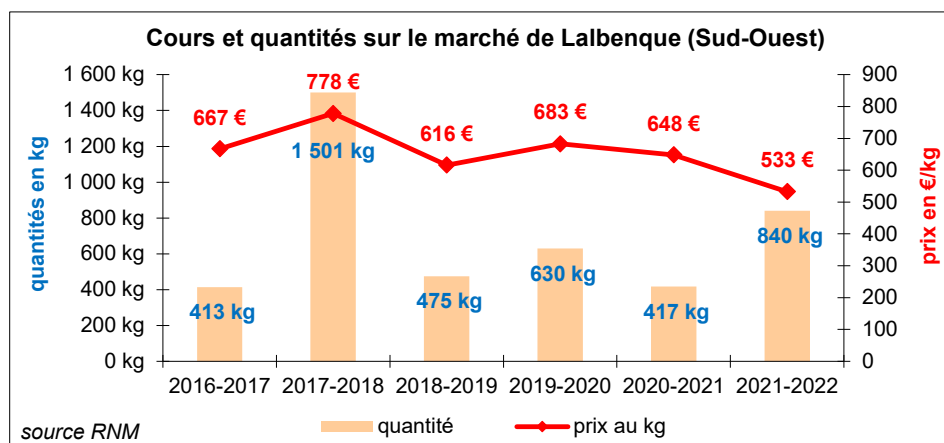
la Drôme et de l'enclave des papes, Richerenches fait exception en affichant des volumes importants tout au long du mois. Plusieurs vagues de froid susceptibles d'impacter la qualité des truffes touchent la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et la demande, déjà prudente de par le contexte sanitaire et son climat d'incertitude, est méfiante. De plus, la concurrence des autres marchés et bassins de production, dont celui ibérique, maintient une pression sur les cours. Le prix moyen sur le marché de Carpentras est inférieur d'environ 40 % à la moyenne quinquennale en janvier.

### Février 2022

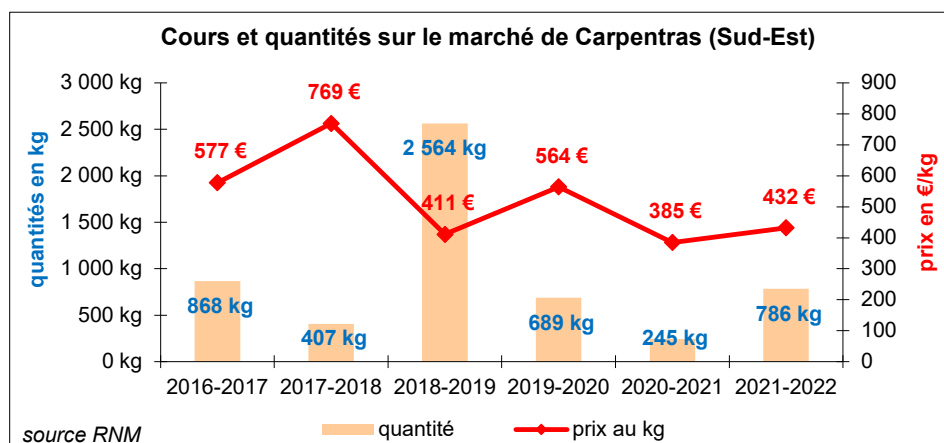
#### Une fin de campagne avec des niveaux de prix peu élevés

Bien que les cours se raffermissent

durant la première semaine de février, ils s'effritent ensuite et s'homogénéisent de 400 à 500 € HT/kg sur les marchés professionnels du Sud-Est (Carpentras, Richerenches et Uzès). Le niveau de prix est ainsi inférieur aux cinq dernières années (2021 faisant exception), avec une diminution allant de -15 % par rapport à 2019 à -53 % par rapport à 2018 sur le marché de Carpentras. Malgré l'espoir d'un regain d'activité par bon nombre d'opérateurs, l'offre ainsi que la fréquentation diminuent tout au long du mois de février. Les transactions ne sont plus suffisantes afin d'établir une cotation lors des deux derniers marchés. La campagne, écourtée par rapport aux années précédentes (2021 faisant exception), prend fin au cours de la dernière semaine de février.



Des volumes en progression sur le marché de Lalbenque (+66 % par rapport à la moyenne quinquennale olympique) mais des prix à la baisse (-20 % par rapport à la moyenne quinquennale olympique)



Un cours moyen inférieur aux cinq dernières années (2020-2021 faisant exception) malgré une offre en quantité modérée