

Une campagne perturbée par la crise sanitaire

La campagne 2020-2021 est particulièrement marquée par la crise sanitaire de la Covid-19. Les circuits de commercialisation évoluent et délaissent les marchés traditionnels, malgré une offre potentielle plus importante que lors de la saison précédente : les opérateurs développent des réseaux de commercialisation alternatifs. Ainsi, les producteurs favorisent la vente directe vers les particuliers ou les commerces restés ouverts, plutôt que les marchés professionnels proposant des prix particulièrement bas, privés du débouché majeur que représente la restauration. Richerenches fait toutefois figure d'exception.

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 en scannant ce QR code

Faits marquants

Une campagne raccourcie et dégradée

En raison de la crise sanitaire et des mesures mises en place par les autorités, l'ensemble des marchés suivis n'ont pas pu démarrer avant le vendredi 4 décembre 2020, soit avec au minimum deux semaines de retard sur les campagnes habituelles (trois pour le Sud-Est). En outre, avec le peu de marchandise présente pour une majorité d'entre eux, la fin de saison très précoce se clôture à la mi-février pour Carpentras et pour une majorité des autres places. Le marché de Richerenches fait figure d'exception, avec des volumes bien présents sur l'ensemble d'une campagne qui perdure jusqu'au samedi 13 mars 2021.

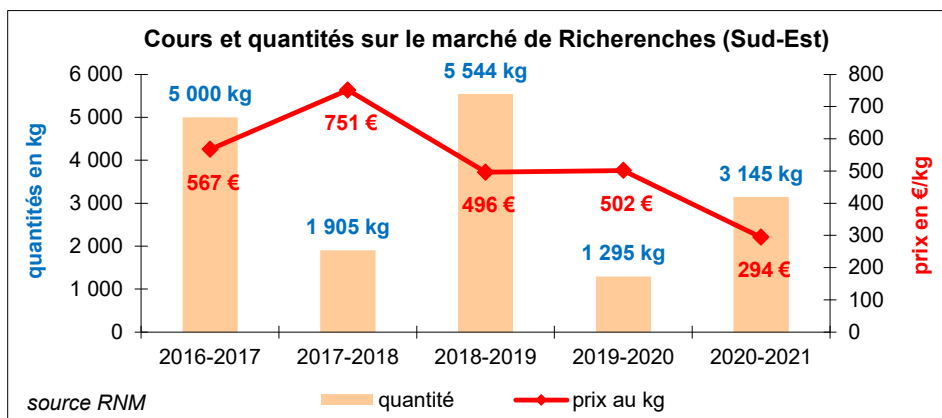
Des prix très bas pour un produit qui délaisse les marchés de production

Avec des prix qui restent à des niveaux extrêmement bas (entre 200 et 400 € HT/kg) pour les marchés professionnels du Sud-Est (Carpentras, Richerenches et Uzès), une partie des opérateurs ont préféré développer des réseaux de commercialisation alternatifs. C'est particulièrement le cas pour la Provence où la vente directe se développe très largement. Ainsi, alors que le marché de Montagnac reste fermé durant toute la campagne, celui de Carpentras est ouvert mais enregistre un volume cumulé trois fois moins important que sa moyenne quinquennale. A l'inverse, pour les producteurs du marché de Richerenches,

la vente directe ne représente qu'un débouché complémentaire à l'ensemble de leur production. Ainsi, malgré la faiblesse des cours, les apports conséquents des productions du Sud de la Drôme et de l'Enclave des Papes permettent au marché de Richerenches de limiter la baisse des transactions : le tonnage échangé n'y est que 30 % inférieur à une année normale. Sur les marchés de l'Ouest, seul Lalbenque, en s'ouvrant aux particuliers, maintient des volumes et des prix qui diffèrent peu des précédentes campagnes.

Des truffes de bonne qualité en quantité moyenne

Avec une légère avance des récoltes par rapport aux campagnes antérieures, les truffes sont rapidement mures et odorantes. Sans présenter d'importants volumes, les quantités dépassent celles de la saison 2019-2020, particulièrement déficitaire. Ainsi, en Provence la production est moyenne avec certains secteurs souvent déficitaires en eau durant l'été, compensés, pour cette nouvelle campagne, par d'autres espaces mieux arrosés. A l'aune du réchauffement climatique, les aires de répartition de la truffe migrent progressivement vers des latitudes et des altitudes plus élevées : les principales places de production sont désormais à côté de la Provence : la Drôme et les Alpes-de-Haute-Provence. Par ailleurs, de l'Ardèche jusqu'en Isère, l'"arboriculture truffière" progresse.



Des prix exceptionnellement bas pour une quantité moyenne de truffes

SOMMAIRE

• Faits marquants

page 1

• Déroulement de la campagne

page 2

Déroulement de la campagne

Décembre

Des prix exceptionnellement bas malgré les faibles quantités et la qualité correcte des truffes

En raison de la crise sanitaire et des mesures mises en place par les autorités, le marché de la truffe de Carpentras ne peut commencer que le vendredi 4 décembre 2020, au lieu de la mi-novembre comme les années précédentes. Avec pourtant de belles truffes (matures et odorantes) dès le premier marché, l'engouement des acheteurs et les prix restent très modérés.

En effet, la truffe, très consommée dans les restaurants, souffre de leur fermeture qui a une influence directe sur le niveau des ventes. Même les plats à emporter, proposés par certaines maisons, ne jouent que sur de faibles commandes et avec des niveaux de prix adaptés à des consommateurs plus regardants. Les deux derniers marchés du mois, qui se déroulent un jeudi à titre exceptionnel en raison des jours fériés de Noël et du 1^{er} janvier, ne se sont pas tenus faute de participants : le 24 décembre, alors que le marché de détail est présent mais peu actif, le marché des professionnels n'accueille que des négociants, les producteurs étant absents. L'information de l'ouverture exceptionnelle du marché un jeudi n'a sans doute pas suffisamment été relayée, et les seules ventes directes de truffes en plein développement ont probablement répondu à la demande. Par contre, le 31 décembre, ce sont les négociants qui ne sont pas au rendez-vous.

Avec des prix très inférieurs à la moyenne quinquennale et des quantités produites faibles, conséquence d'un été sec sur une majorité de terroirs, ce premier mois de commercialisation de la truffe n'augure pas d'une campagne satisfaisante.

Janvier

Des volumes et des prix exceptionnellement bas

Après les deux dernières semaines du mois de décembre sans marché par manque d'opérateurs, les producteurs et les négociants se retrouvent début janvier dans un contexte de lendemain de fêtes de fin d'année, période où les prix diminuent.

Le marché de Richerenches, fort des apports des productions du Sud de la Drôme et de l'Enclave des Papes, affiche

des volumes importants durant tout le mois de janvier.

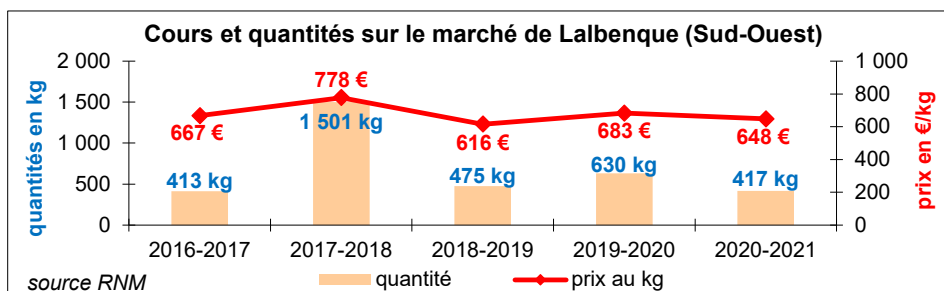
Le marché de Carpentras quant à lui ne présente que peu de marchandise. Bien que la période de janvier soit habituellement la plus favorable à la truffe, tant en quantité qu'en maturité, ce sont trois fois moins de volumes qui transitent par Carpentras par rapport aux quantités moyennes présentes les cinq dernières années. Certes, les faibles productions sur certaines zones de son aire d'influence, déficitaires en eau durant l'été (le Ventoux, le Sud-Luberon...), ont certainement eu un impact. Pourtant, d'autres espaces tout aussi proches, comme les communes du Beaucet, Venasque ou Saint-Didier, sont bien en production. Aussi, une partie non négligeable de la truffe provençale s'appuie sur le circuit de la vente directe. En effet, les cours particulièrement bas proposés par les négociants qui ont perdu leur clientèle de restaurateurs n'encouragent pas les producteurs à présenter leurs produits. Les prix s'échelonnent entre 200 et 400 € HT/kg en fonction des semaines tout au long de ce mois, et ce, malgré les faibles volumes. Très discutées, peu de ventes sont finalement réalisées. Le prix moyen des transactions du mois de janvier reste inférieur de 30 % à la moyenne quinquennale.

Février

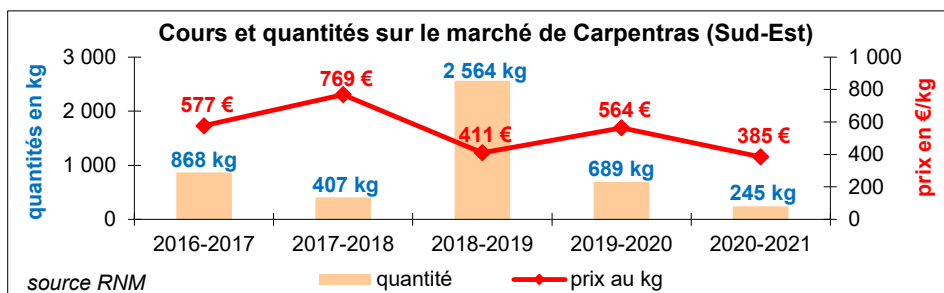
Le marché de Carpentras délaissé par les opérateurs

La crise liée à la Covid-19 affecte avec beaucoup d'intensité le marché de Carpentras, à tel point qu'il ne présente plus suffisamment de produits et de transactions pour donner lieu à une cotation lors des trois dernières manifestations du mois de février. Le dernier marché a lieu le 19 février 2021. Avec des prix qui, même en cette fin de campagne, restent à des niveaux très bas (entre 200 et 350 € HT/kg) pour les marchés professionnels du Sud-Est (Carpentras, Richerenches et Uzès), les opérateurs ont préféré développer des réseaux de commercialisation alternatifs. En effet, pour échapper au marasme des marchés de gros, une grande partie des produits de Provence passent par la vente directe, permettant ainsi à certains producteurs de valoriser davantage leurs truffes.

Dans ce contexte de baisse de la production, cumulée à l'absence des restaurants, gros consommateurs de truffes, ainsi qu'à des marchés internationaux à l'arrêt, les cours restent, pour l'ensemble des marchés du Sud-Est, inférieurs de plus de la moitié à leur moyenne des cinq dernières années.



Une année très moyenne pour ce marché moins impacté par la crise sanitaire qui s'est également ouvert aux particuliers



La plus mauvaise campagne qu'ait connu le marché de Carpentras par la faiblesse des volumes présentés et les niveaux de prix proposés