Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2026

Châteauneuf-du-Pape : la truffe magnifiée par des vins sublimes



"Terrae", c'est une nouvelle adresse pour gourmets, à l'entrée du village, vous ne pouvez pas la rater, à gauche dès le 1er giratoire en venant de Sorgues. Philippe Latil, l'un des 3 associés dans cette aventure culinaire du goût avec Jérémy Sakton et Maurice Plagiau nous raconte comment tout a commencé. « Je suis ingénieur en agriculture et j'ai longtemps travaillé dans l'agro-alimentaire (Ducros puis Mc Cormick). Depuis 3 ans, j'ai une société locale de truffes fraîches. J'achète des lots de ce diamant noir en France, en Italie, en Espagne, je les nettoie, je les calibre, je les conditionne et je les expédie. Mes principaux clients sont des restaurateurs en France et en Europe. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2026



La devanture avec Philippe Latil ©Andrée Brunetti

A Châteauneuf-du-Pape, en ce moment il propose à Terrae de la truffe d'automne, qu'on appelle « Bourgogne » ou « Champagne », (la tuber uncinatum, noire à veines blanches). Brisures, lamelles, jus de truffe, huile arômatisée en association avec des vins soigneusement sélectionnés par Nicolas Ong. Il a débuté, tout jeune, chez le chef étoilé Christian Etienne au pied du Palais des Papes, avant d'ouvrir la « Maison Moga » Rue Joseph Vernet et de se retrouver ici comme sommelier . « Nous avons une soixantaine de références, moitié Châteauneuf (notamment des blancs de chez Beaucastel, du Vieux Télégraphe, des Châteaux La Nerthe ou Mont-Redon, du Bosquet des Papes, des rouges du Clos des Papes et de Montfaucon). Nous avons aussi à la carte 50% de bouteilles qui viennent d'ailleurs, d'à côté, Lirac, Condrieu, de Saint-Joseph, mais également du bout du monde, des vins d'Argentine, d'Australie et de Nouvelle-Zélande ».

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2026



Nicolas Ong à gauche, le sommelier et Philippe Latil, un des 3 associés de « Terrae » avec Jérémy Sakton et Maurice Plagiau ©Andrée Brunetti

Au menu : « Velouté de butternut, tartufata aux olives de Nyons et lamelles de truffe », « Oeuf Meurette, mouillettes et truffe », « Tataki de thon déglacé, marinade, embeurré d'Agata au Comté et tuffe », « Pluma de porc, poivre & romarin, jus de Châteauneuf-du-Pape rouge, polenta truffée et légumes glacés ».

Philipe Latil précise : « Il y en a pour toutes les bourses, à partir de 7€ pour que les jeunes aussi puissent se faire plaisir avec un peu de truffe. Côté bar, 15 couverts, côté restaurant 22 dans un décor clair, bois, pierre sèche, mur végétal. C'était la maison de la famille du Domaine Condorcet. Nous l'avons rachetée et fait en sorte que cette nouvelle décoration nature attire. Quant il fait nuit, le château et la chapelle illuminés se détachent dans le ciel, le giratoire est souligné par un éclairage LED derrière les lettres en pierre Chateauneuf-du-Pape, c'est magnifique! ».

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2026



DR

Il est prudent de réserver pour le Bar à truffe comme pour le Restaurant (ouverts du jeudi au dimanche).

Lire également : "Châteauneuf-du-Pape : de la culture de la vigne à celle de l'esprit"

Contacts :

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2026

« Terrae » Truffe & Vin – 36 Chemin du Clos – Châteauneuf-du-Pape
04 90 26 70 98
www.terrae-truffe.fr

Andrée Brunetti

La marque ‘Diamant noir du Vaucluse’ mise sur l’éducation des consommateurs pour la saison 2022-2023



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2026

Les trufficulteurs ‘Diamant noir du Vaucluse‘, la première marque collective de truffe noire créée en France, se sont réunis il y a peu à la Maison de la truffe et du vin de Ménerbes afin de partager leurs ambitions pour les années à venir.

Fête du Diamant noir, nouveaux adhérents, partenariats et ouverture à la restauration. La marque ‘Diamant noir du Vaucluse’ a prévu un planning chargé pour la saison 2022-2023. Créée il y a deux ans et déposée l’année dernière, la marque garantit la fraîcheur et la qualité des produits qu’elle vend.

L’idée initiale de l’association était de professionnaliser le marché de la truffe en Vaucluse, qui est le premier département producteur de l’Hexagone. Aujourd’hui, il y a un vaste flux de truffes vendues sur les différents marchés départementaux, la majorité par des négociants et non pas directement des producteurs. ‘Diamant noir du Vaucluse’ se veut transparente. « Nous souhaitons lutter contre cette ‘mode’ des arômes ajoutés », explique Nicolas Monnier, président de la marque.

Une production plus faible cette saison

L’année dernière, en prenant seulement le début de la saison, c’est-à-dire les quatre premiers marchés aux truffes du département, 700 kg de truffes ont été produits. Cette année, à la même période, seulement 120 kg ont été produits. « Nous sommes entre le tiers et le cinquième de ce qui est produit habituellement à cette période de l’année », affirme Nicolas Monnier.

Cette baisse considérable de quantité de production s’explique par le retard de maturité dû à la sécheresse de l’été et à la douceur de l’automne. Ainsi, la date de mise en marché choisie a été le 10 décembre. « Nous estimons que c’est la date à laquelle nous sommes arrivés à la maturité désirée », poursuit le président de la marque.

De nouveaux projets pour la saison

Cette année, ‘Diamant noir du Vaucluse’ et la Maison de la truffe et du vin s’associent pour un partenariat de vente, mais aussi sur un côté plus pédagogique. Leur objectif commun est de créer des ateliers autour de la truffe pour participer à éduquer le public mais aussi pour leur proposer toujours plus de produits de qualité.

Le 11 février prochain, la marque va organiser la première édition de la Fête du Diamant noir à Vaison-la-Romaine avec des producteurs exclusivement ‘Diamant noir’. Pour cet événement, la marque s’associera au syndicat des oléiculteurs pour faire des dégustations et ventes d’huile d’olive, mais également des conférences sur la culture de la truffe, la cuisine de la truffe, les arômes, sur la culture de l’huile d’olive en Vaucluse, sur le régime méditerranéen bâti autour de l’huile d’olive, et bien d’autres sujets. L’objectif de ces conférences est d’apporter au public un savoir qu’il ne détient pas forcément.

‘Diamant noir du Vaucluse’ souhaite également s’ouvrir à la restauration. Cela aux restaurateurs d’utiliser une marque qui veut mettre la qualité au premier plan. Pour se faire, les restaurateurs devront s’engager à ne pas ajouter d’arôme et à une préférence d’achat envers la marque.