Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

2022 : année noire pour la truffe, mais le diamant noir a attiré les foules, ce dimanche matin aux Halles d'Avignon



« Après 2 ans de crise sanitaire, on est heureux de vous retrouver! » déclare Claude Tumimo, l'adjoint en charge du développement économique et commercial à la mairie d'Avignon devant le mur végétal, Place Pie. Au-delà de ce retour à la tradition, chaleureux et convivial, l'ambiance est plutôt morose.

Une année à oublier

« Une année à oublier absolument » commente Jérôme Galis, trufficulteur dans le triangle d'or noir, Uchaux – Piolenc – Mornas, avec une propriété de chênes de 36 hectares. « Pas ue goutte d'eau en mars et avril, c'était sec comme jamais. Et en automne, il est tombé des litres et des litres, mais c'était trop tard. »

Véronique Michelet, la présidente des trufficulteurs de Vaucluse, qui a pris la suite de son père, Gilbert Espenon à Saint-Didier ajoute : « La truffe n'est pas un champignon comme les autres. Le cèpe ou le sanguin poussent en quelques jours après la pluie et un peu de soleil. Mais la truffe, elle, a un cycle long, de 7 mois environ entre la germination au printemps, la croissance et son développement ultime en décembre. On a tellement manqué d'eau qu'elle a peu poussé l'an dernier. Du coup, nos 300 trufficulteurs vaclusiens trinquent ». Avec le réchauffement climatique, certains s'inquiètent d'ailleurs de l'avenir du diamant noir.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Du jamais vu depuis 50 ans

Christian, lui, à Richerenches, représente la 3e génération de trufficulteurs. Il commercialise huile d'olive, sel, beurre, sauce à la truffe « J'ai perdu 50% de récolte par rapport à l'année précédente, mais pour autant je n'ai pas augmenté mes prix ». Autre commentaire, celui de Nicolas Monnier de Saint-Saturnin-les-Apt : « C'est du jamais vu depuis 50 ans, la qualité de notre tuber melanosporum est magnifique, c'est juste la quantité qui manque ».

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Christian, 3e génération de rabassier de Richerenches.

La truffe c'est davantage le Vaucluse que le Périgord

Des truffes, il en existe de toutes les couleurs, de toutes les provenances, blanches (alba) du Piémont, grises (uncinatum) de Bourgogne, crèmes (aestivum) d'été, ou musquées (brumale) et de tous les goûts. Mais, à coup sûr, c'est notre diamant noir, qui est la perle des rabasses et qui fait du Vaucluse, le département n° 1 de la truffe en France, grâce à ses 2 marchés réputés, Carpentras et Richerenches, n'en déplaise au Périgord. Quant à son prix, il variait ce dimanche entre 1 100€ pour un producteur venu de la Drôme Provençale, à 1 400€ affichés par la Maison Feste. De toutes façons, inutile de se ruiner! Il suffit de quelques grammes râpés ou de quelques fines tranches découpées à la mandoline pour réaliser une succulente brouillade, un risotto ou des coquilles Saint-Jacques et se délecter.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Au centre, Véronique Michelet, présidente des trufficulteurs de Vaucluse.

Et pour les amateurs d'histoire, il faut savoir que c'est dans les années 1870 qu'un certain Joseph Talon agriculteur du côté d'Apt a eu l'intuition géniale du lien, de la symbiose entre l'arbre et la truffe. Il a fait germer des glands de chêne dans de la terre et récolta des truffes!

Contact : info@syndicattruffes84.fr

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 19 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,

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

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.

Saint-Paul-Trois-Châteaux : le marché aux truffes débute ce week-end

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Ce dimanche 11 décembre, dès 9h30, les trufficulteurs donnent rendez-vous au public sur la place de l'Esplan pour le traditionnel marché aux truffes noires du Tricastin. Il aura lieu tous les dimanches jusqu'à la mi-mars 2023.

La Confrérie du 'Diamant Noir et de la Gastronomie' et les trufficulteurs accompagnés de leurs chiens défileront en musique, avant de procéder à la bénédiction des chiens truffiers devant la Cathédrale. Ensuite aura lieu l'ouverture officielle du marché et la signature de la Charte Qualité Truffe par les Chefs restaurateurs de tout le territoire du Tricastin.

Tous les dimanches jusqu'à la mi-mars 2023 de 10h à 12h30, les Chefs proposeront à tour de rôle une dégustation d'une de leurs créations à la truffe. Il sera également possible de déguster des truffes fraiches et des ravioles du Royans, accompagnées de vins du territoire.

Les deux jours de marchés qui auraient dû avoir lieu durant les fêtes de Noël et du Jour de l'An auront en réalité lieu les vendredis 23 et 30 décembre.

V.A.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Le célèbre marché aux truffes de Carpentras fait son grand retour



Ce vendredi 18 novembre, la Ville de Carpentras va de nouveau accueillir son très prisé marché aux truffes. Il sera en place tous les vendredis matin jusqu'à la fin mars dans la Cour d'Honneur de l'hôtel-Dieu, sur la place Aristide Briand.

Ce vendredi, les confréries se rassembleront dès 8h sur les lieux du marché, puis laisseront place au discours du maire Serge Andrieu, puis à la bénédiction des truffes en langue provençale par le Père Olivier Dalmet de la paroisse de Carpentras. À 8h30, le finaliste de l'émission Masterchef Zachary Nicolet, qui est originaire de Carpentras, sera intronisé. Puis, il y aura le fameux coup de sifflet à 9h qui marquera l'ouverture du marché professionnel, suivi d'une égustation gratuite d'une brouillade truffée géante offerte par la Ville de Carpentras.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Pour tenir un stand, les professionnels de la truffe peuvent s'adresser au service Foires et Marchés situé 82 rue de la Monnaie, obtenir un dossier d'inscription en téléphonant au 04 90 60 84 00, ou bien en télécharger le formulaire d'inscription en ligne.

V.A.

Puyméras, 2022, Plantin voit plus grand



Plantin, leader Français de la truffe, du champignon sec haut de gamme et des produits dérivés à base de truffes et de champignons vise les 25M€ de chiffre d'affaires en 2022. Comment ? En pariant sur un développement à l'export de 50% via ses filiales de Hong-Kong et New-York.

Pour l'heure ? Au 31 août 2021 l'entreprise avait réalisé 19M€ de CA dans le cadre d'un EBITDA de 15 %, clé de la poursuite de son expansion. Vous avez dit EBITDA ? (Earning before interrest, taxes, depreciation, and amortization ; Bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement), l'équivalent en France du EBE (Excédent brut d'exploitation). L'outil ? Il mesure le niveau de rentabilité du processus d'exploitation de l'entreprise. Les 25M€ de CA ? Ils sont visés sur l'exercice en cours avec le maintien du même ratio de rentabilité.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Une importante croissance

Cette multiplication par 4 du chiffre d'affaires en 12 ans s'est effectuée sur tous les segments clients, en France et à l'international, et, en partie grâce aux 2 filiales de Hong-Kong, et New-York, auprès de la clientèle historique des restaurants gastronomiques ; des industriels charcutiers, fromagers, fabricants de foie gras ; des distributeurs à la RHF ; des traiteurs industriels ; de l'épicerie fine au sens large (épiceries fines, cavistes, bouchers, primeurs…) Le groupe accueille 100 collaborateurs dont 75 en France et 25 à l'international. L'entreprise est détenue, depuis 2009, par Christopher Poron -à51%- qui en est le président ; Nicolas Rouhier -à 49%-qui en est le directeur-général et Luc Moulin le directeur.



De gauche à droite Nicolas Rouhier, Luc Moulin et Christopher Poron

Un e-shop pour booster le segment client

Une gamme complète à destination du consommateur final a été créée et fait l'objet d'un catalogue annuel proposant 30 nouveautés par an.Avec une position achat gourmand et achat cadeaux de prestige. La GMS (grande et moyenne surface) est abordée depuis 2021 avec une marque dédiée, Jean Baudoin fils, dans le cadre de recettes et de packagings spécifiques, avec un référencement premium en GMS. Un nouvel e-shop 100% dévolu aux particuliers vient d'être finalisé : truffe-plantin.com

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

La fabrique Plantin

La fabrique Plantin évolue depuis 100 ans en aval des services qualité et recherche et développement. Ici, les 30 employés travaillent le produit brut, la truffe fraîche et les champignons séchés, ainsi que les produits transformés à base de truffe et de champignons. Trois ateliers sont aux manettes : l'Atelier champignons ; l'atelier délices et condiments mis en place en 2018 qui confectionne aussi des plats gastronomiques et des douceurs sucrées, et l'atelier expédition. Plantin est certifié IFS Food.



La truffe, un met d'hiver

Ça a commencé comme ça

L'aventure de la Maison Plantin commence en 1930 avec Marcel Plantin. Son idée ? S'imposer comme le

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

fournisseur des plus belles tables françaises. Puis l'entreprise est reprise par la famille Sisteron et ensuite Hervé Poron, en 1986, qui développera fortement l'activité à l'export. L'aventure continue avec Christopher Poron, son fils, et Nicolas Rouhier un ami autrefois comptable et surtout enfant de restaurateur, qui, en 2007, rejoint l'aventure familiale.

Les métiers de Plantin ?
La truffe fraîche, noire, blanche, d'été et de Bourgogne, entière, en morceaux, en pelures, en brisure et même en jus. Et aussi les champignons séchés : Morilles, Ceps, Girolles, Trompettes de la mort, bolets jaunes, shiitakés et mélanges forestiers. Dans les rayons de l'épicerie fine on trouve les huiles, vinaigres, sels, apéritifs et tartinables, condiments, sauces et préparations… à la truffe. Également des douceurs sucrées et des plats gastronomiques toujours à base du diamant noir ou blanc.



La boutique et l'Institut de la truffe

Combien et où ?
Côté chiffres ? 50 tonnes de truffes fraîches passent, chaque année, entre les mains des maîtres truffiers de la maison. Quels genres de truffes ? La Maison en commercialise 4 sortes. La star ? La truffe noire ou Tuber melanosporum, surnommée le Diamant noir, la plus appréciée des gastronomes. Celle-ci provient principalement de la Drôme, du Vaucluse et de l'Australie lors de la période estivale. Il y a aussi la truffe blanche 'Alba', la Tuber Magantum) qui est une truffe sauvage très rare. Puis suivent la truffe d'été (Tuber Aestivum) qui s'invite sur les tables en été et, enfin, la truffe de Bourgogne dite d'Automne (tuber Uncinatum) à la chair marron et au subtil parfum.

Destination ?

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Les produits Plantin sont distribués des Etats-Unis au Japon, en passant par Singapour, les Emirats Arabes Unis. Où ? Sur les tables de l'Elysée et des plus grands chefs français et internationaux. Et aussi sur les tables étoilées de France, chez les industriels et les traiteurs, chez les distributeurs de la restauration hors foyer et dans les épiceries fines et l'ensemble des revendeurs.

'Diamant noir du Vaucluse' cristallise les ambitions du territoire



La première marque collective de truffe noire de France vient d'être créée par cinq trufficulteurs du Vaucluse. 'Diamant noir du Vaucluse' garantit fraîcheur et qualité dans le premier département producteur de l'hexagone.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Il s'agit de protéger la truffe noire du Vaucluse et de mieux informer le consommateur à travers une marque collective. Cinq trufficulteurs du Vaucluse, engagés dans une démarche de qualité, de transparence et de respect, s'emploient à promouvoir le meilleur de la truffe noire. La 'tuber melanosporum' promet l'excellence en matière d'arôme. Ces truffes sont produites à Saint-Didier, Saint-Saturnin-lès-Apt, Vaison-la-Romaine, Cabrières-d'Avignon ou Pernes-les-Fontaines, sous la houlette du syndicat des producteurs de truffe du Vaucluse et de sa présidente Véronique Michelet. Un cahier des charges garantit leur origine, leur mode de production sans pesticides et surtout leur fraîcheur.

Fraîcheur, maturité, qualité

Plus la truffe est fraîche, plus son arôme est puissant. C'est pourquoi l'association s'engage à dater les truffes et à ne proposer à la vente que des truffes de moins d'une semaine. La truffe noire ne l'est pas à sa naissance. Elle passe du blanc au gris, puis au gris foncé, jusqu'à ce beau noir violet de la truffe vraiment mûre. La puissance aromatique est fonction de la maturité. Seules les truffes vraiment noires sont proposées et les trufficulteurs les canifent pour présenter l'intérieur. « Nous nous engageons à ne proposer sous la marque 'Diamant Noir du Vaucluse' que nos meilleures truffes, les plus savoureuses, issues de notre terroir », précise l'association.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



A Cabrières- d'Avignon en présence de l'édile Delphine Cresp, lancement de la marque 'Diamant noir du Vaucluse' à l'initiative du syndicat des producteurs de truffe du Vaucluse. Crédit photo: Delphine Cresp.

C'est dans le Vaucluse que la culture de la truffe est née

Climat méditerranéen, terre pierreuse calcaire, le terroir vauclusien est celui de la meilleure tuber melanosporum. Si le nom vulgaire de la tuber melanosporum est 'truffe du Périgord', c'est bien dans le Vaucluse qu'est née la trufficulture. « En 1808, Joseph Talon eu l'idée, pour obtenir des truffes, de planter des glands sur ses terres à Saint Saturnin lès Apt. Son succès fut imité, les monts de Vaucluse se couvrirent de chênes et le département est toujours, deux siècles plus tard, au centre de la trufficulture. Les deux plus gros marchés professionnels s'y tiennent, à Carpentras et Richerenches », rappelle l'association.

Retrouvez les trufficulteurs en cliquant ici.