

## La truffe française convoque la science contre sa cousine chinoise

Publié le 31-01-2014 à 08h21



par Jean-François Rosnoblet

MARSEILLE (Reuters) - La truffe française fait appel à la science pour percer les secrets de ses parfums qui font saliver gourmets et financiers afin de lutter contre la concurrence de plus en plus âpre de sa cousine chinoise, pâle copie selon les trufficulteurs de France.

Une équipe de chercheurs de l'Institut national de la recherche agronomique (Inra) d'Avignon (Vaucluse) cherche depuis jeudi à identifier les molécules clés des fragrances de la *Tuber Melanosporum*, la truffe récoltée en Europe, à ne surtout pas confondre avec sa lointaine cousine de Chine, la *Tuber Indicum*.

La truffe européenne, qui n'est pas liée à un territoire géographique et ne bénéficie donc pas d'une appellation protégée, peut être récoltée en **France** (<http://tempsreel.nouvelobs.com/tag/france>), en Espagne, en Hongrie ou encore en Italie.

Celle de Chine, que les spécialistes qualifient de pâle copie, en a l'apparence mais pas les qualités gustatives.

Sa saveur est moindre et son prix se négocie autour d'une trentaine d'euros au kilo, bien loin des sommets atteints par la truffe noire française, de 400 euros le kilo en début de saison, lorsque la truffe manque de qualité, jusqu'à dépasser les 1.000 euros à son apogée.

C'est pourquoi trufficulteurs et scientifiques cherchent à optimiser la connaissance du champion des champignons pour améliorer la production, la qualité des truffes mais aussi son lien au terroir d'origine.

La truffe noire a déjà commencé à livrer certains de ses secrets, comme le décryptage en 2010 du génome de la truffe du Périgord par l'Inra, qui a permis la création d'un fichier d'empreintes génétiques.

FICHE OLFACTIVE

Selon les chercheurs, cela facilite "le typage des origines géographiques des truffes récoltées et permet la mise en place d'outils de certification des produits et la détection d'éventuelles fraudes".

Les études faites à Avignon, comme les analyses sensorielles réalisées en janvier à l'Université européenne des senteurs et de saveurs (UESS) de Forcalquier (Alpes-de-Haute-Provence), doivent compléter la connaissance de la truffe noire.

"L'objectif est de qualifier le produit au travers de ses arômes. Ces analyses doivent permettre la mise au point d'une fiche olfactive de la truffe", a déclaré à Reuters le directeur de l'UESS, Olivier Baggari.

"A partir des composés clés de l'arôme, on devrait même pouvoir déterminer le terroir d'une truffe. En tous cas, on pourra différencier une truffe du Périgord d'une truffe de Chine", précise Christian Ginies, chargé de recherches à l'Inra d'Avignon. "Mieux connaître les caractéristiques du produit peut aider à mieux communiquer sur la truffe, mais aussi à mieux contrôler les fraudes".

L'enjeu économique est de taille. La production française de truffe noire, qui avoisinait les 1.600 tonnes à la fin du XIXe siècle, ne représente plus aujourd'hui qu'une quarantaine de tonnes en moyenne, dont plus des deux tiers en Provence.

#### COMME POUR LE VIN

"Les analyses sensorielles ont permis de définir un lexique de la truffe, comme cela se fait pour la dégustation du vin. Celles d'Avignon doivent mettre en valeur la complexité de son l'arôme, une richesse que les industriels ne peuvent imiter", souligne le président de la Fédération régionale des trufficulteurs de Provence, Jean-François Tourrette.

Le combat contre les arômes synthétiques est l'un des fers de lance de professionnels en quête de reconnaissance, au même titre que la lutte contre l'importation des truffes asiatiques qui, certaines années, atteint des tonnages identiques à ceux de la production française.

"On essaie d'obtenir une forme de labellisation pour donner une identité à la truffe européenne afin de contrer l'importation massive de la truffe chinoise", dit Jean-François Tourrette, qui parle de "tromperie" plutôt que de "concurrence".

Nombreux sont les consommateurs non initiés qui se sont laissés abuser par l'apparence de la truffe chinoise, payant au prix fort un produit au final low cost.

"C'est un outil parfait pour la tromperie des consommateurs", conclut le président des trufficulteurs. "C'est juste un vaccin contre la truffe pour ceux qui ont acheté très cher un produit au goût de carton".

Edité par Yves Clarisse