



**HAL**  
open science

## L'agritourisme truffier dans le Vaucluse

Vincent Marcilhac

► **To cite this version:**

Vincent Marcilhac. L'agritourisme truffier dans le Vaucluse. *Teoros. Revue de recherche en tourisme*, 2016, 35 (2). halshs-01490517

**HAL Id: halshs-01490517**

**<https://shs.hal.science/halshs-01490517>**

Submitted on 15 Mar 2017

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## **L'agritourisme truffier dans le Vaucluse : la découverte d'un produit gastronomique de prestige chez le producteur**

Vincent Marcilhac  
Docteur en géographie  
PRCE à l'Université de Cergy-Pontoise  
Membre du laboratoire ENeC (UMR 8185)  
Vincent.Marcilhac@u-cergy.fr

### Résumé

Le Vaucluse est le premier département de production de truffes noires (*tuber melanosporum*) en France. Pourtant, la valorisation touristique autour de la production locale de ce produit alimentaire de luxe avec une réputation gastronomique internationale est modeste. L'objet de cet article est d'analyser ce paradoxe. La rareté et l'irrégularité de l'offre d'une part, le caractère confidentiel de la demande d'autre part, font de la truffe un produit de niche, dont l'opacité de la filière limite sa valorisation touristique dans les zones de production.

Mots-clés : agritourisme, truffe, produit de niche, développement territorial, patrimonialisation

### Abstract

Vaucluse is the major producing region of black truffles (*tuber melanosporum*) in France. Nevertheless, the touristic valorization around the local production of this luxury food product with an international gourmet reputation is modest. This article aims at analyzing this paradox. On the one hand the limited and irregular supply, on the other hand the confidential demand, make truffle a niche product: the opacity of truffle market limits its touristic development in production areas.

Keywords: agritourism, truffle, niche product, territorial development, patrimonialization

La *tuber melanosporum*, usuellement appelée « truffe noire du Périgord », est principalement produite dans le Sud-Est de la France. C'était déjà le cas à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle (Chatin A., 1892), et c'est encore davantage le cas aujourd'hui. Le Vaucluse est considéré comme le premier département trufficole français, avec quatre zones de production (l'Enclave des Papes, le Comtat Venaissin, le mont Ventoux et le Lubéron) et il compte sur son territoire les trois plus gros marchés aux truffes en France (cf. figure 1), se déroulant chaque semaine entre décembre et mars à Richerenches et à Valréas (dans l'Enclave des Papes) ainsi qu'à Carpentras (dans le Comtat Venaissin).

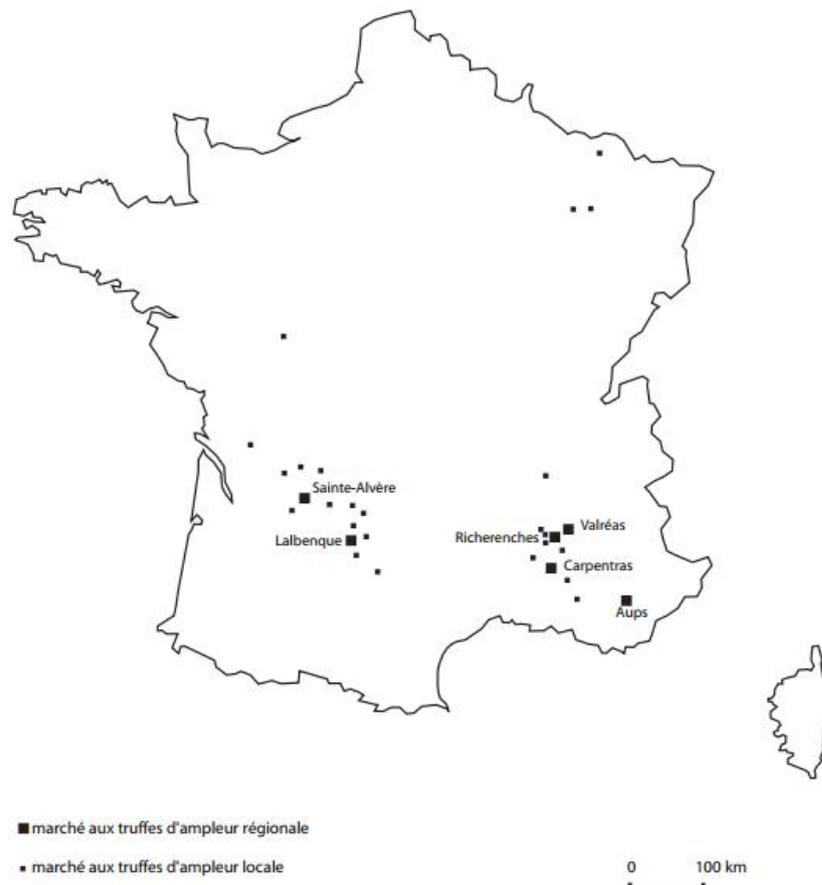


Figure 1 – Les principaux marchés aux truffes en France

L'agritourisme peut être défini comme une activité touristique exercée par un agriculteur étant complémentaire à l'activité agricole principale et ayant comme support l'exploitation agricole. Cette « intégration d'un poste touristique au sein d'une entreprise agricole » (Violier P., 1995 : 45), implique donc des agriculteurs « offrant chambres d'hôtes, gîtes ou cherchant une ressource principale ou d'appoint » (Béteille R., 1996: 5) et des touristes<sup>1</sup> venant pratiquer une activité récréative au sein de leur exploitation et dans l'espace rural environnant (Le Caro Y., 2007). L'agritourisme a émergé en France au cours des années 1970 et 1980, dans un contexte social et culturel caractérisé par un nouvel engouement pour le terroir (Assouly O., 2004). Le patrimoine gastronomique devient alors une ressource dont la valorisation s'inscrit dans des logiques de développement touristique (Bessière-Hilaire J., 2011).

La notoriété associée à un aliment ou à une boisson apparaît souvent comme l'un des facteurs favorisant sa valorisation touristique, à l'instar des vignobles d'Alsace ou de Champagne, dans lesquels la pratique de l'œnotourisme a été plus précoce que dans des vignobles de moindre réputation (Lignon-Darmaillac S., 2009). Il y a historiquement un lien très fort entre la viticulture et la trufficulture en France, puisque l'extension maximale de la trufficulture à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle résulte en partie de la crise du phylloxéra (Duby G. et Wallon A., 1976). Dans le Vaucluse, c'est surtout la politique de reboisement<sup>2</sup> qui a joué un rôle important dans l'essor de la production truffière<sup>3</sup>, notamment sur les pentes du mont Ventoux.

<sup>1</sup> Individus ayant effectué un déplacement de loisir en dehors de l'espace et du temps du quotidien.

<sup>2</sup> Plusieurs facteurs ont causé une forte déforestation dans les premières décennies du XIX<sup>e</sup> siècle : la loi du 4 septembre 1791 permettant aux paysans de disposer librement de la forêt, « les énormes besoins de l'industrie naissante » (Pitte J.-R., 1983: 84). Cette déforestation prend fin avec le code forestier de 1827 et les politiques de reboisement sous la

L'objet de notre étude est de mesurer l'importance de l'agritourisme truffier dans le Vaucluse et de mieux en comprendre les caractéristiques et les limites en nous posant la question suivante : dans quelle mesure la truffe, ce produit de niche à la réputation gastronomique internationale, peut-il être une ressource pour le développement agritouristique dans le Vaucluse ? Nous présenterons d'abord notre méthodologie, s'appuyant sur une étude qualitative fondée sur des entretiens semi-directifs et des questionnaires avant d'exposer les résultats de notre enquête.

## **Partie 1 : notre méthodologie de travail**

Nos travaux (Marcilhac V., 2006 et 2013) sur la valorisation touristique autour de la truffe s'inscrivent dans le champ de la géographie de l'alimentation (Marcilhac V., 2012), issue des courants de la géographie culturelle et de la géographie rurale : après s'être longtemps cantonnée à une géographie des productions alimentaires, expliquant la répartition du fait alimentaire par les déterminations du milieu selon une démarche naturaliste, la géographie de l'alimentation analyse aujourd'hui la répartition du fait alimentaire à travers une géographie des consommations alimentaires intégrant des données historiques (Pitte J.-R., 1991), culturelles et économiques. Au cours de nos travaux, nous nous sommes rendus à deux reprises dans le Vaucluse en février 2006 et en février 2009 pour y étudier la valorisation patrimoniale et touristique de ce produit gastronomique de prestige. Nos informations sur l'agritourisme truffier étaient cependant lacunaires, en raison notamment de la discrétion des producteurs-trufficulteurs qui proposent des activités de loisir autour de ce produit sur leur exploitation agricole.

### **1. Enquêtes et entretiens**

Notre travail a d'abord consisté à répertorier les agriculteurs qui proposent des offres touristiques autour de la truffe dans le Vaucluse. Pour constituer cette base de données, nous avons dû réaliser un travail d'enquêtes basé sur la collecte d'informations auprès des acteurs du tourisme et de l'agriculture du département. Nous nous sommes d'abord basés sur la consultation des sites en ligne des réseaux spécialisés dans l'agritourisme et le tourisme rural, « accueil paysan » et « gites de France », sur la carte du réseau « bienvenue à la ferme » du Vaucluse réalisée en 2011 par le département « agritourisme et promotion » de la Chambre d'Agriculture de Vaucluse, ainsi que sur les guides touristiques généralistes *Le Petit Futé 2011-2012* (Vaucluse) et *Routard 2011* (Provence). Nous nous sommes ensuite reposés sur le dossier de presse 2012 de « la truffe noire » élaboré et transmis par l'Agence Départementale de Développement et de Réservation Touristiques, ainsi que sur son site de réservation en ligne (onglet « week-end et séjours/gastronomie ») sur lequel on trouve une quinzaine d'offres touristiques autour de la truffe. Nous avons aussi consulté les sites des offices de tourisme de Valréas, Richerenches, Carpentras et Ménerbes, ainsi que les dossiers de presse 2012 sur la truffe<sup>4</sup>. Nous nous sommes enfin procuré le dépliant du réseau « Truffe Emotion » (formé sur l'initiative de l'office de tourisme de l'Enclave des Papes), qui rassemble depuis 2008 une vingtaine de professionnels autour de la truffe dans l'Enclave des Papes et nous avons consulté l'espace dédié à ce réseau sur le site en ligne de l'office de tourisme de Valréas<sup>5</sup>. Notre collecte d'informations a été complétée par les contacts fournis par le directeur de la Fédération Française des Trufficulteurs et par le président du Syndicat des Trufficulteurs de Vaucluse.

A partir de la collecte de ces informations, nous avons pu établir une liste de douze producteurs qui proposent des activités de loisirs et d'accueil autour de la truffe. Deux d'entre eux

---

Monarchie de Juillet et sous le Second Empire visant à limiter les risques liés aux crues. C'est le cas du reboisement des pentes du Mont Ventoux à partir de 1860, suite à d'importantes crues.

<sup>3</sup> En 1892, Adolphe Chatin (p. 233) écrit à propos du Vaucluse : « la production de la truffe a décuplé depuis quarante ans par les boisements dont le Vaucluse fut le premier berceau et elle augmente chaque jour ».

<sup>4</sup> Notamment le dossier de presse 2012 « la truffe noire du Ventoux et du Comtat Venaissin ».

<sup>5</sup> Le lien de truffe Emotion <http://www.ot-valreas.fr/fr/truffe.php5> (dernière consultation : 10 décembre 2015).

seulement tirent l'essentiel de leurs revenus de la trufficulture, tandis que pour les autres il s'agit d'une activité secondaire en complément de la viticulture, de l'oléiculture ou de l'élevage. Nous leur avons transmis un questionnaire composé de treize questions (voir annexe), auquel six d'entre eux ont accepté de répondre. Ces six réponses ont été suivies d'entretiens semi-directifs permettant de préciser et de mettre en relation les réponses apportées par chacun d'entre eux.

## 2. Les difficultés rencontrées

La première difficulté majeure à laquelle nous avons été confrontés est la réticence des producteurs à répondre à nos enquêtes. Cela s'explique en grande partie par le manque de transparence du marché de la truffe, tout particulièrement dans le Vaucluse où les marchés de gros sont connus pour leur opacité. La production de truffes et sa valorisation commerciale et touristique sont des activités qui ne sont généralement pas déclarées aux services administratifs et fiscaux, d'où la discrétion des trufficulteurs.

La deuxième difficulté a été de trier parmi les informations fournies par les Offices de Tourisme et l'Agence Départementale de Développement et de Réservation Touristiques les activités autour de la truffe qui relèvent véritablement de l'agritourisme. Les démonstrations de cavage (recherche de truffes en creusant le sol, avec en général l'aide d'un chien qui flaire la truffe et qui la signale à son maître), les animations autour de la truffe, les séjours et les week-ends truffiers qui figurent sur leurs sites, sur leurs brochures touristiques et leurs dossiers de presse, sont presque toujours proposés par des professionnels du tourisme ou du commerce autour des produits de terroir. L'offre proposée aux touristes qui viennent découvrir la truffe dans le Vaucluse, se concentre sur le tourisme rural autour de la truffe (visites guidées des marchés aux truffes, séances de cavage, manifestations festives et commerciales ...) bien plus que sur l'agritourisme truffier, qui est pratiqué par quelques agriculteurs-trufficulteurs en activité ou en retraite.

### **Partie 2 : les résultats de notre enquête**

Selon Daniela Damiani<sup>6</sup>, l'agritourisme truffier a commencé à se développer dans le Vaucluse à partir des années 1990 mais nos enquêtes nous ont permis d'observer que c'est véritablement depuis une dizaine d'années que cette activité a émergé. Plusieurs facteurs peuvent l'expliquer :

- d'une part, la nécessité pour les agriculteurs des régions trufficoles (qui sont en général des espaces à faible potentiel agricole<sup>7</sup>, constituant aujourd'hui des espaces ruraux en déclin) de diversifier leur activité, l'agritourisme truffier étant un moyen d'avoir des revenus complémentaires notamment en période de faible activité que sont les mois d'hiver ;

- d'autre part, le retour à la terre et aux produits dits « de terroir » des citadins qui sont attirés à la fois par la découverte de paysages ruraux et d'un produit alimentaire de luxe qu'ils apprennent à connaître en étant guidés dans leur découverte, par l'expérience et le savoir-faire d'un agriculteur, en l'occurrence d'un trufficulteur. Le touriste recherche d'abord la découverte d'un territoire rural<sup>8</sup> à travers sa gastronomie (apprentissage de recettes aux truffes), ses paysages (sentier des truffières) et ses habitants (chambres d'hôtes chez un trufficulteur), mais aussi le lien à la terre et à l'animal à travers le cavage ou le dressage de chiens truffiers ;

- Enfin, l'évolution de la réglementation en matière des séjours touristiques a également joué un rôle important dans l'émergence de l'agritourisme truffier dans le Vaucluse. La loi de « Réglementation de l'activité des vendeurs et organisateurs de voyages ou de séjours » n° 94.645

---

<sup>6</sup> Entretien en avril 2012 avec Daniela Damiani, pôle communication de l'Agence Départementale de Développement et de Réservation Touristiques. Elle s'occupe notamment des dossiers touristiques sur la truffe.

<sup>7</sup> Ce n'est pas le cas du Vaucluse, avec une agriculture spécialisée dans la production de vins (environ 40 % du chiffre d'affaires agricole en Vaucluse) et de fruits (environ 30% du chiffre d'affaires agricoles en Vaucluse)..

<sup>8</sup> L'équipe de recherche MIT (Mobilités, Itinéraires, Territoires) a mis en évidence quatre motivations principales du touriste : le repos, la découverte, le shopping et le jeu. (Knafou R., 2002)

du 13 juillet 1992 et décret n°94.490 du 15 juin 1994. Cette loi précise quels sont les organismes pouvant prétendre commercialiser des produits touristiques et met en place 4 régimes distincts (Licence – Agrément – Autorisation – Habilitation. La loi n° 2009-888 du 22 juillet 2009 « des Agents de voyages et autres opérateurs de la vente de voyages et de séjours », modifie la précédente en supprimant les 4 régimes en faveur d'un seul, « l'immatriculation ». Dès 1993, le Comité Départemental du Tourisme (aujourd'hui appelé Agence Départementale du Tourisme) du Vaucluse a mis en place une politique d'action pour la création de « séjours touristiques » en incitant d'une part les professionnels à œuvrer ensemble (agents de voyages / hébergeurs / prestataires) par le moyen de réunions informatives et de travail, et d'autre part en mettant à leur disposition tous les moyens de promotion (éditions de brochures, communication, etc.). Au fil des ans, cette politique a évolué suivant la demande du marché (séjour pour groupes et individuels, puis séjours uniquement pour individuels, puis cessation de l'édition au profit du net).

Malgré ces facteurs favorables, l'agritourisme truffier représente une faible part de l'offre touristique autour de la découverte de la truffe dans le Vaucluse.

### 1. L'agritourisme truffier : une activité peu développée

Les agriculteurs-trufficulteurs qui développent une activité touristique en rapport avec la truffe sur leur exploitation sont très peu nombreux. Il y aurait environ cinq cents trufficulteurs dans le Vaucluse, dont environ quatre-vingts sont adhérents au Syndicat des Trufficulteurs de Vaucluse<sup>9</sup>. Parmi ces trufficulteurs, il n'y a qu'une dizaine d'agriculteurs qui développent l'agritourisme truffier. Deux d'entre eux sont répertoriés sur les réseaux « bienvenue à la ferme » et « accueil paysan ». Dans ces conditions, l'agritourisme truffier apparaît comme une activité très marginale et il est délicat de parler d'agritourisme lorsque, selon l'un des interviewés, « *plus de 90% des "producteurs" à faire de l'agritourisme truffier ne sont pas des producteurs mais des revendeurs* », ce qui nous a été confirmé par le président du Syndicat des Trufficulteurs de Vaucluse, notamment pour les démonstrations de cavage : « *c'est vrai qu'il y a des personnes qui organisent des séances de cavage, mais ce type de pratique n'est pas à retenir comme agritourisme* ». Il s'agit le plus souvent d'habitants locaux qui louent le droit de ramasser des truffes (« l'adjudication ») dans une truffière appartenant à un particulier (parfois agriculteur) ou à une collectivité pour la revente. En Italie, « l'adjudication » est plus règlementée qu'en France (elle nécessite l'obtention d'un permis de caver), mais elle y est davantage associée à des pratiques de loisir qui relèvent davantage du tourisme rural que de l'agritourisme<sup>10</sup> (même si l'Etat a cherché à augmenter la part des agriculteurs parmi les caveurs autorisés).

Pour les agriculteurs professionnels dont l'activité principale est la trufficulture (ils ne sont que quelques-uns dans le département du Vaucluse, et peut-être quelques dizaines en France pour environ quinze milles trufficulteurs selon les estimations de la Fédération française des trufficulteurs), elle est surtout un moyen de développer la vente directe (Delfosse Claire et Bernard Cécile, 2007), sans passer par les marchés de gros. C'est le cas notamment de Joël Gravier à Pernes-les-Fontaines près de Carpentras. Ce fils et petit-fils de trufficulteur a décidé au début des années 2000 de s'installer en tant que agriculteur-trufficulteur, en intégrant l'accueil des touristes dans son exploitation durant quelques heures avec la projection d'une vidéo, de l'information technique sur la trufficulture, une démonstration de cavage suivie d'une dégustation. 80% de son chiffre d'affaires provient de la trufficulture et des activités commerciales et touristiques qui en découlent, tandis que les autres activités agricoles (l'apiculture et l'oléiculture) fournissent des revenus d'appoints. Joël Gravier fait figure d'exception, avec quelques autres producteurs, dans son choix délibéré de

---

<sup>9</sup> Entretien avec Patrice Goavec, Président du Syndicat des Producteurs de Vaucluse.

<sup>10</sup> Antonella Brancadoro, ancienne présidente de l'association des Cités de la Truffe, soulignait lors du séminaire « truffe, trufficulture et développement local » de Sorges-en-Périgord (19-20 mai 2001) que 200 000 caveurs étaient autorisés en Italie, et que 75% d'entre eux étaient des amateurs et seulement 5% des agriculteurs.

proposer une offre touristique sur son exploitation pour développer la vente directe<sup>11</sup> parmi les quelques agriculteurs dont les revenus proviennent essentiellement de la trufficulture : ces derniers préfèrent commercialiser directement leur production auprès des professionnels de la restauration. Joël Gravier explique cette exception par la taille plus réduite de son exploitation, qui l'empêche de garantir aux restaurateurs un approvisionnement régulier. Il a fait de cette faiblesse un atout, en utilisant l'agritourisme comme un moyen d'acquérir une réputation dans le milieu trufficole et auprès d'un plus large public, ce qui lui permet également de proposer des offres de formation à la trufficulture sur son exploitation. Mais le manque de temps et de moyens empêche actuellement Joël Gravier de proposer des chambres d'hôtes et une offre touristique diversifiée. C'est sa sœur, Mireille Gravier, à qui il a cédé récemment l'activité oléicole, qui développe aujourd'hui une offre d'accueil et d'hébergement (trois chambres) dans l'exploitation. Elle est adhérente du réseau « accueil paysan »<sup>12</sup>. A Monteux, au pied du mont Ventoux, une autre famille d'agriculteurs-trufficulteurs (Eric et Dominique Jaumard) a développé des chambres d'hôtes en complément de la production et de la commercialisation de truffes et de produits truffés<sup>13</sup>. Ils proposent des journées et des week-ends pour découvrir la truffe, avec des promenades dans les truffières, des visites de la conserverie, des dégustations à base de truffes, des repas truffés en hiver (dîners à la ferme) et en été (déjeuners dans les truffières) pour des offres allant de quelques dizaines d'euros à quelques centaines d'euros (en février 2012). Ils sont adhérents du réseau « bienvenue à la ferme ». Dans ces deux exploitations agricoles, l'agritourisme truffier est une activité principalement hivernale (autour de la découverte de la *tuber melanosporum*), mais aussi une activité estivale (autour de la découverte de la *tuber aestivum*).

Les autres agriculteurs ayant développé l'agritourisme truffier sont pour la plupart d'entre eux des viticulteurs. Cela s'explique d'une part par la spécialisation viticole qui prédomine dans le Vaucluse, et d'autre part par le lien étroit historique et géographique entre la trufficulture et la viticulture dans le Sud-Est de la France, où les truffières ont souvent remplacé les vignes arrachées en période de crise viticole. Plus récemment, le développement du tourisme viti-vinicole s'est accompagné d'une valorisation des productions alimentaires locales, notamment quand la notoriété de celles-ci permet de valoriser la production viticole. C'est ce que fait par exemple Christian Allègre, propriétaire d'une exploitation viticole à Richerenches : il propose de décembre à mars des démonstrations de cavage suivies de dégustations des vins de son domaine. La proximité du plus gros marché aux truffes de France attire de nombreux visiteurs chaque samedi matin en hiver et certains d'entre eux viennent, à la lecture des guides touristiques, compléter cette visite par une démonstration de cavage chez Christian Allègre. L'agritourisme truffier est ici un appoint de revenus et un moyen efficace pour développer les ventes directes de vins, de truffes et de produits truffés. Au GAEC Le Viguiier, sur les pentes du mont Ventoux, un couple d'éleveurs ovins propose des séjours de découverte de la truffe à la ferme, dans laquelle cinq chambres d'hôtes peuvent être réservées : en hiver, ces éleveurs proposent des formules pour les couples pour une découverte de la truffe sur deux jours (comprenant une démonstration de cavage, un repas truffé, l'hébergement en chambre double et le petit-déjeuner) pour deux cents euros (en février 2012). L'agritourisme truffier est ici à la fois un appoint de revenus par rapport à leur activité d'éleveurs, mais il est aussi et surtout un moyen d'amortir en saison creuse les frais d'investissement liés à la réalisation des chambres d'hôtes. C'est également le cas chez Christian Tortel à Visan qui a développé une offre touristique (week-end de découverte) autour de la truffe depuis 2006.

La diversité des offres proposées<sup>14</sup> explique l'hétérogénéité sociale de la clientèle, soulignée dans les réponses au questionnaire, même si deux réponses mentionnent qu'il s'agit surtout de

---

<sup>11</sup> Il est également le seul agriculteur-trufficulteur professionnel du Vaucluse à avoir un site marchand (dont la part dans son chiffre d'affaires reste négligeable, mais cela lui permet d'avoir une vitrine et selon lui, « d'avoir pignon sur rue »).

<sup>12</sup> <http://www.lapaysanne-hebergement-perneslesfontaines.com/> (dernière consultation : 10 décembre 2015).

<sup>13</sup> <http://www.truffes-ventoux.com/> (dernière consultation : 10 avril 2015).

<sup>14</sup> Pouvant aller de cinq à quinze euros pour une démonstration de cavage à quelques centaines d'euros pour un week-end de découverte autour de la truffe

touristes plutôt aisés exerçant des professions libérales, tandis qu'une troisième réponse mentionne une clientèle composée surtout de « cadres moyens ». Cette clientèle est surtout constituée de couples pour les séjours de découverte autour de la truffe, et de groupes pour les démonstrations de cavage s'effectuant sur une demi-journée. Cela représente pour chaque exploitation l'accueil de quelques dizaines (notamment pour ceux qui ne développent que les séjours de découverte) ou quelques centaines (pour ceux qui accueillent des groupes pour les démonstrations de cavage) de touristes par an. Ces touristes ont en moyenne entre quarante et soixante ans, et ils viennent spécifiquement dans le Vaucluse pour découvrir la truffe, notamment en hiver (deux agriculteurs mentionnent également des demi-journées et des séjours de découverte de la truffe d'été, qui s'adressent davantage à une clientèle de passage). Les réponses au questionnaire font apparaître des similitudes quant à la provenance de la clientèle, qui serait composée à 50% ou 60% de Français provenant surtout de grandes villes (Marseille, Lyon et Paris principalement) et de régions non-productrices et de 40% à 50% d'étrangers, notamment des Suisses, des Belges et des Allemands, mais aussi des Américains (Etats-Unis) et des Brésiliens.

## 2. Les raisons de la faiblesse de cette activité selon les résultats de notre enquête

Au cours de notre enquête, plusieurs facteurs limitant le développement de l'agritourisme truffier sont apparus. L'initiative vient principalement des acteurs du tourisme, tant à l'échelle départementale qu'à l'échelle locale. Les efforts ponctuels, impulsés depuis une vingtaine d'années par le Comité Départemental du Tourisme, pour créer une synergie entre les acteurs pour développer une offre touristique autour de ce produit emblématique se heurte à de multiples difficultés :

- D'une part, le Syndicat des Trufficulteurs de Vaucluse, qui ne regroupe qu'une partie des producteurs, dont l'immense majorité est constituée d'amateurs, s'implique peu ou pas dans l'essor d'une telle activité. Comme nous l'a expliqué son nouveau président, « *nous sommes plus actuellement dans une optique de défense de nos truffières que dans le développement touristique* ». Les démonstrations de cavage sont du reste perçues avec méfiance par les uns (« *si c'est pour que l'on vienne ensuite voler nos truffes* »), avec sarcasme par les autres (« *le plus souvent, c'est du cirque pour les touristes : vous enterrer une truffe et vous guider le chien pour la déterrer* »).
- La faiblesse et l'irrégularité de la production rendent les investissements très aléatoires pour l'accueil des touristes (comme par exemple l'équipement d'une salle de projection, d'une salle d'exposition, ou encore d'un espace réservé à la vente directe) venant découvrir et déguster ce produit emblématique. Cette irrégularité explique en grande partie l'opacité de la filière : s'exposer en tant que trufficulteur développant une activité touristique autour de ce produit, c'est prendre le risque d'attirer des braconniers et les services des impôts alors que les truffières sont rarement déclarées. Comme nous l'a expliqué l'un des producteurs interviewés, « *le trufficulteur ne veut pas se montrer, il est discret ... Il veut faire du "black" pour ne pas avoir à payer de charges sur un "truc" qu'il ne maîtrise absolument pas et qui lui a coûté très cher en investissements* »

En conclusion, force est de constater que l'agritourisme truffier est une activité très peu développée dans le Vaucluse, les agriculteurs-trufficulteurs étant à la fois peu nombreux et peu enclins à se faire connaître pour éviter d'attirer la convoitise des voleurs de truffes<sup>15</sup> et l'attention des services fiscaux et administratifs. Les agriculteurs propriétaires de truffières restent discrets et ils jouent un rôle très secondaire dans la valorisation touristique de ce produit de niche. Ce sont principalement des commerçants et des professionnels du secteur du tourisme et de l'hôtellerie-

---

<sup>15</sup> En décembre 2010, un agriculteur-trufficulteur (président du Syndicat des Jeunes Agriculteurs de la Drôme) a abattu près de Grignan (à proximité de l'Enclave des Papes) un voleur de truffes.

restauration (tels que le Comité Départemental du Tourisme et les offices du tourisme, les musées de la truffe et les maisons de la truffe gérés par des sociétés privées, des guides touristiques indépendants) qui impulsent une dynamique de tourisme gastronomique et culturel autour de la « rabasse » (Rocchia J.-M., 1995), à travers la visite des marchés<sup>16</sup> et des musées de la truffe<sup>17</sup> et l'organisation des journées et des fêtes de la truffe. Notre enquête a ainsi pu mettre en évidence les limites de la valorisation de ce produit de niche comme une ressource pour le développement agritouristique dans le Vaucluse, alors que dans le Périgord ou dans le Piémont italien cette activité apparaît comme une forme intéressante de diversification de l'offre de tourisme rural.

---

<sup>16</sup> Les trois principaux se déroulent à Valréas le mercredi, à Carpentras le vendredi et à Richerenches le samedi.

<sup>17</sup> La Maison de la Truffe et du Vin du Lubéron à Ménerbes, le Musée de la Truffe du Ventoux et du Coquetier d'Art à Monieux. A ces deux musées situés dans le Vaucluse, il faut ajouter la Maison de la Truffe et du Tricastin à Saint-Paul-Trois-Châteaux (Drôme) près de l'Enclave des Papes.

## Bibliographie

ASSOULY Olivier (2004), *Les nourritures nostalgiques. Essai sur le mythe des terroirs*, Actes Sud, 144 pages.

BESSIERE-HILAIRE, Jacinthe (2011), « Les terroirs de valorisation gastronomique », dans *La mode du terroir et les produits alimentaires*, La boutique de l'histoire, coll. Rivages des Xantons, pp. 163-174.

BETEILLE, Roger (1996), *Le tourisme vert*, PUF, Coll. Que sais-je ?, 127 pages.

BOUCHUT, Jean-Jacques (1995), « L'offre en matière d'agritourisme », dans *Agritourisme et développement local*, Clermont-Ferrand, ENITA, n° 3, p. 51-53.

CHATIN, Adolphe (1892), *La truffe*, Baillière et fils, 370 pages.

DELFOSSÉ Claire et BERNARD Cécile (2007), « Vente directe et terroir », *Méditerranée*, n° 109, 2007, pp.23-29.

DUBY, Georges et WALLON, Armand dir. (1976), *Histoire de la France rurale*, tome 3, Seuil, coll. L'Univers historique, 568 pages.

FEDERATION FRANCAISE DES TRUFFICULTEURS (2001), *Actes du V<sup>e</sup> Congrès International science et culture de la truffe*, Editions FFT, 561 pages.

FEDERATION FRANCAISE DES TRUFFICULTEURS (2005), *L'impact socio-économique de la trufficulture sur le développement local*, Editions FFT, 31 pages.

KNAFOU, Rémy dir. (2002), *Tourismes 1. Lieux communs*, Editions Belin, Coll. Mappemonde, 320 pages.

LE CARO, Yvon (2007), *Les loisirs en espace agricole. L'expérience d'un espace partagé*, Presses universitaires de Rennes, Coll. Géographie sociale, 431 pages.

LIGNON-DARMAILLAC, Sophie (2009), *L'œnotourisme en France : nouvelle valorisation des vignobles*, Féret, coll. Usuels, 255 pages.

MARCILHAC, Vincent (2006), *La truffe, approche géographique*, mémoire de master 2, Université Paris-Sorbonne, non publié, 101 pages.

MARCILHAC, Vincent (2012), « L'alimentation en géographie », dans J.-P. Poulain (dir.), *Dictionnaire des cultures alimentaires*, PUF, p. 633-637.

MARCILHAC, Vincent (2013), *Le luxe alimentaire : une singularité française*, PUR/PUFR, 380 pages.

OLIVIER, Jean-Marc, SAVIGNAC, Jean-Charles et Pierre SOURZAT (2012), *Truffe et trufficulture*, Fanlac, 400 pages.

PITTE, Jean-Robert (1983), *Histoire du paysage français, de la Préhistoire à nos jours*, tome 2, Tallandier, 203 pages.

PITTE, Jean-Robert (1991), *Gastronomie française. Histoire et géographie d'une passion*, Fayard, 265 pages.

ROCCHIA, Jean-Marie (1995), *Des truffes en général et de la rabasse en particulier*, A. Barthélemy, coll. du goût et de l'usage, 175 pages.

VIOLIER, Philippe (1995), « Tourisme diffus et agritourisme dans l'Ouest de la France », dans *Le tourisme diffus*, CERAMAC, p. 45-62.

## ANNEXE – QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE

- 1) **Votre activité principale est-elle dans :**
  - L'agriculture :
  - La restauration :
  - Le tourisme :
  - Autre (préciser):
- 2) **Depuis quand proposez-vous une offre touristique autour de la truffe ?**
- 3) **Pourquoi avez-vous développé une offre touristique autour de la truffe ?**
  - Appoint de revenus dans l'exploitation agricole :
  - Diversification de l'offre touristique :
  - Autres raisons :
- 4) **Quelles activités touristiques proposez-vous autour de la truffe ?**
- 5) **Combien de touristes accueillez-vous chaque année sur la thématique de la truffe :**
  - Quelques dizaines :
  - Quelques centaines :
- 6) **Cette activité touristique se déroule-t-elle :**
  - Uniquement en hiver :
  - Sur toute l'année :
- 7) **La clientèle est-elle :**
  - majoritairement française :
  - majoritairement étrangère :
- 8) **D'où viennent :**
  - les touristes français (région de provenance) :
  - les touristes étrangers (pays de provenance) :
- 9) **De quelles catégories socio-professionnelles sont issus les touristes :**
- 10) **Quelle est la classe d'âge la plus représentée parmi les clients :**
  - 20/40 ans :
  - 40/60 ans :
  - 60 ans et plus :
- 11) **Vous accueillez pour la découverte de la truffe surtout :**
  - Des couples :
  - Des groupes :
  - Autres :
- 12) **Quelle est la durée de leur visite pour découvrir la truffe :**
  - Une demi-journée
  - Une journée
  - Un week-end
  - Plus de deux jours
- 13) **Viennent-ils spécifiquement dans la région pour découvrir la truffe ?**
  - oui
  - non