Tutte le novità di Tartuflanghe

tartuflanghe-novita-insiemeambientato-c890d0b3

Tartuflanghe, l’azienda piemontese a conduzione familiare che da oltre 35 anni commercializza tartufo fresco e produce specialità di alta gastronomia a base di tartufo, è in perenne evoluzione. In quel di Piobesi d’Alba (CN) si conosce ben poco il concetto di “rimanere con le mani in mano”: dopo il cambio d’abito dell’intera linea “gourmet”, presentato a maggio 2019 in occasione della fiera Tuttofood, ci si è focalizzati sulle novità di prodotto. Innanzitutto c’è da precisare che nel catalogo di quest’anno compaiono ben 11 i prodotti certificati vegan/vegetarian e 29 quelli gluten-free.

Le new-entry sono invece:

Julienne di tartufo (olio di oliva, tartufo estivo, olive taggiasche, colatura di alici, sedano rapa e foglie di cappero): un prodotto dai mille usi, ideale come aperitivo su crostini o come condimento per piatti caldi e freddi (ad esempio per una pasta, una tartare o dei filetti di carne e pesce).

Dalbosco (tartufo bianco liofilizzato, semi di oliva in polvere e farina di riso): un condimento universale da usare in finitura per pasta, pizza, insalate, uova, patate, pesce o carne. Utile come “spezia” per arricchire le ricette o creare gustose salse o condimenti.

Burrolio (olio extravergine di oliva biologico, burro di cacao biologico, tartufo bianco - Tuber magnatum Pico - biologico): un burro vegetale con tartufo bianco, preparato con olio extravergine di oliva, burro di cacao e Tartufo Bianco. E’ un prodotto certificato biologico, ottimo per condire uova, pasta, risotti, filetti di carne e pesce e verdure.

Aceto balsamico di Modena IGP con tartufo: un condimento ideale per condire carne cruda, uova, filetti di carne, formaggi e insalate. È un prodotto biologico e contiene tartufo estivo.

Il cambio d’abito della linea “gourmet”
Essenzialità e modernità: è da questi due concetti che la famiglia Montanaro, a capo da sempre di Tartuflanghe, è partita per andare a “pulire” graficamente tutti i prodotti della linea “gourmet”. Una vera e propria rivoluzione, una svolta importante. Il logo dei nuovi pack è realizzato con lamina oro e verde,

per sottolineare il prestigio dei prodotti, e l’albero, elemento essenziale per la nascita di un tartufo, diventa protagonista. L’albero vuole rappresentare un richiamo esplicito alla natura e, in modo indiretto, andare a rimarcare l’impegno che l’azienda rivolge quotidianamente nella sostenibilità ambientale e nell’utilizzo di fonti energetiche 100% rinnovabili. Il cambio di look ha interessato circa sessanta referenze e permette di valorizzare ulteriormente la linea dei prodotti a base di tartufo bianco (come, ad esempio, la maionese, la senape, il miele e il sale) attraverso l’utiizzo della lamina oro anche sull’elemento grafico dell’albero.