

# “Aria di Alba”

## porta nel mondo il profumo del tartufo

LORENZA CASTAGNERI

**L'**esperienza a Hong Kong è stata un successo. A gennaio si replica a Santa Barbara, California, alla Trattoria Mollie, ristorante scelto anche dalla diva tv americana Oprah Winfrey e dal presidente Obama. E per l'autunno 2014 sono in preparazione le tappe di Qatar, Stoccolma, Tokyo e New York. Eccolo qui il tour che esporta nel mondo il profumo inconfondibile del tartufo piemontese. Si chiama “Aria di Alba”. Lo organizza Tartuflanghe, azienda a conduzione familiare nata nel 1975 nella cittadina cuneese e oggi conosciuta per la sua vasta gamma di prodotti in tutti e cinque i continenti. Una realtà da 8 milioni di euro di fatturato nel 2013 e con un mercato che, per il 75 per cento, guarda ai paesi stranieri: dall'Europa all'Asia e al Nord America, dall'Egitto al Brasile, fino a Dubai, Arabia Saudita, Emirati Arabi e Kuwait.

«Essere competitivi, talvolta, è complicato. All'estero si trovano prodotti a prezzi stracciati, impossibili da sostenere per un'azienda italiana» osserva il titolare, Paolo Montanaro. In questo contesto, l'unica soluzione è investire. «Aria di Alba - prosegue - è un esempio della nostra volontà di farci ambasciatori nel mondo della conoscenza e cultura del tartufo, dimostrando che questo prodotto può sporsarsi con i sapori delle cucine internazionali».

Un progetto che prevede cene in ristoranti esclusivi con piatti elaborati da chef di fama che esaltano il gusto del prezioso tubero. Un prodotto dai mille volti ideati proprio da Tartuflanghe. Ne è un esempio il neonato tartufo bianco “disidratato”, capace di mantenere il suo gusto e il suo profumo originale per almeno nove mesi. E poi c'è il è un esempio “Perlage”, succo di tartufo nero a forma di piccole sfere che ricorda il caviale. Lo ha usato anche Gualtiero Marchesi qualche giorno fa per la cena della prima della Scala.