Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here

Leggi l'articolo in italiano qui

FINE DINING LOVERS BY S.PELLEGRINO

La maison que les truffes ont construite



Publié le 25/11/2025

Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]

Depuis 75 ans, la famille Montanaro façonne le commerce mondial des truffes blanches d'Alba, alliant tradition, innovation et un profond attachement à la terre.

Dans le monde culinaire, peu d'ingrédients suscitent autant de vénération que les truffes blanches d'Alba. À l'instar du caviar Osetra ou du wagyu A5, ces précieux champignons du Piémont, dans le nord-ouest de l'Italie, sont recherchés par des chiens dressés au flair exceptionnel, capables de les localiser profondément sous le sol forestier. Une fois déterrées, elles doivent être nettoyées, pesées et acheminées au plus vite à destination. Leur nature périssable implique que les restaurants les reçoivent presque immédiatement, soit à la main, soit par livraison express durant la courte saison de la truffe blanche, d'octobre à décembre.

Les truffes blanches d'Alba peuvent coûter des milliers de dollars la livre, et les restaurants du monde entier rivalisent pour s'offrir les

plus beaux spécimens, destinés à agrémenter leurs menus dégustation et leurs plats d'exception. Les gourmets fortunés et ceux en quête d'expériences inoubliables peuvent admirer les serveurs râper délicatement ces truffes sur des tagliatelles carbonara onctueuses, du wagyu cuit à la perfection, et même du thon ahi d'une fraîcheur incomparable dans les restaurants de sushis haut de gamme.

Si des centaines de chasseurs travaillent avec leurs fidèles chiens dans toute la région d'Alba, seules quelques entreprises se sont forgées la réputation de fournir ces trésors aux plus grandes tables du monde. Parmi elles, une entreprise familiale se distingue : forte de 75 ans d'histoire, elle a débuté modestement dans l'arrière-cuisine d'un restaurant étoilé au guide Michelin.

De la cuisine du restaurant à la maison de la truffe mondiale

L'histoire de Tartuflanghe commence en 1950, lorsque Giuseppe « Beppe » Montanaro débute sa carrière culinaire dans les collines

des Langhe. En 1968, avec son épouse Domenica Bertolusso, il ouvre Da Beppe en plein cœur d'Alba, un restaurant qui obtient rapidement une distinction Michelin pour sa carte centrée sur les champignons et les truffes. Pendant que Beppe officie en cuisine, Domenica rend visite aux épouses de trufficulteurs pour se procurer ces précieux champignons. À l'époque, les truffes, également appelées Tuber magnatum , étaient plus abondantes et leur prix n'avait pas encore atteint des sommets.

À l'époque, il n'était pas rare que le restaurant consomme jusqu'à 8 kilos de truffes en un week-end, selon Paolo Montanaro, fils de Beppe et Domenica, qui dirige aujourd'hui l'entreprise avec sa sœur, Stefania, et son épouse, Veronica Giraudo, responsable des exportations. De nos jours, en revanche, un restaurant en consomme plutôt 1,8 kilo.

En 1975, le couple avait tissé des liens si étroits avec les chasseurs locaux qu'ils ont fondé Tartuflanghe pour sélectionner, transformer et exporter les truffes d'Alba dans le monde entier.

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here
Leggi l'articolo in italiano qui

Les Montanaro ont commencé par élaborer de la crème et du pâté à la truffe dans un petit laboratoire situé derrière leur maison. En 1988, Domenica a demandé à la chambre de commerce locale comment développer leur activité. La réponse fut : les salons. Au Fancy Food Show de New York en 1992, Tartuflanghe a présenté Tartufissima N° 19, les premières pâtes à la truffe au monde, et a remporté le prix du meilleur nouveau produit. Cette innovation a tout changé.

« Pour moi, c'est un produit emblématique », a déclaré Paolo Montanaro. « Il suffit de beurre et de parmesan pour créer un plat exceptionnel. »

Cette première innovation en a engendré des dizaines d'autres. Aujourd'hui, le siège social de 6 500 mètres carrés à Piobesi d'Alba, à une dizaine de minutes d'Alba, est un véritable centre d'activité. Des groupes de professionnels s'y rendent tout au long de la journée pour visiter les installations. Les touristes, appareils photo en main, déambulent dans l'espace de vente pour découvrir la vaste sélection de produits à base de truffes, des chips et sauces

aux tartufi dolci d'Alba , ces pralines au chocolat et aux noisettes du Piémont IGP. Nombreux sont ceux qui réservent une dégustation privée ou une chasse aux truffes interactive avec les chiens.

En coulisses, l'effervescence règne tandis que les employés emballent les pâtes à la truffe primées, expédient les commandes dans le monde entier et nettoient les truffes noires et blanches, principalement à la main. Tartuflanghe propose désormais 140 produits distribués dans 60 pays et son développement ne montre aucun signe de ralentissement, Paolo, véritable génie créatif, continuant d'inventer et d'innover. Les chefs, des plus étoilés aux plus modestes, s'arrachent ces truffes d'exception, qu'elles soient fraîches, lyophilisées ou sous forme de perlage de truffe, un caviar de truffe sphérifié à base de jus de truffe noire d'hiver. Certains chefs collaborent avec Paolo pour créer des produits en marque blanche, tandis que la plupart se contentent d'incorporer les truffes à leurs plats.

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here

Leggi l'articolo in italiano qui



ta mondiale del Tartufo Grinzane Cavour 12-11-2000

Approuvé par les chefs du monde entier

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here
Leggi l'articolo in italiano qui

Pour Mattia Moliterni, associé gérant de Roscioli NYC, s'approvisionner en truffes directement à Alba n'est pas seulement une préférence, c'est un principe.

« En Italie, de nombreux produits bénéficient d'une protection grâce aux appellations DOP et DOCG », explique Moliterni. « Pour produire du Barolo, il faut utiliser des raisins de Barolo et vinifier dans l'un des villages autorisés. En revanche, pour les truffes, on peut s'approvisionner auprès d'une entreprise du centre de l'Italie qui se fournit à Alba. Il est logique d'acheter des truffes blanches directement auprès de leur producteur. »

Moliterni collabore avec Tartuflanghe depuis cinq ans chez Roscioli à Rome et utilise désormais exclusivement leurs truffes dans l'établissement new-yorkais ouvert en 2023. Fin novembre et début décembre, Roscioli proposera quatre soirées thématiques autour de la truffe à New York. Ce dîner à 195 $ (quatre plats) mettra à l'honneur les truffes blanches et noires, notamment dans des mets tels que des supplì au fontina et à la truffe blanche, du

veau rôti au Barolo et à la truffe noire, et une glace à la stracciatella et à la truffe blanche.

« Ils disposent d'un réseau impressionnant de trufficulteurs qui travaillent avec eux depuis des générations », a-t-il déclaré. « C'est le père de Paolo qui a initié ces relations. Ils connaissent bien les trufficulteurs. Dès l'ouverture de la saison, ils sont les premiers à se procurer les meilleures truffes. »

La fraîcheur est un facteur crucial. Composées à 85 % d'eau, les truffes sont extrêmement périssables et ne se conservent qu'une à deux semaines maximum.

« Avec les truffes, le temps est un facteur très sensible », explique Moliterni. « Dès leur cueillette, Tartuflanghe prend en charge toute la logistique. Vous les recevez le lendemain, ultra-fraîches, et pouvez les utiliser pendant toute la semaine. »

Au siège de Tartuflanghe, les truffes blanches sont lavées exclusivement à la main avec des brosses douces. Ce procédé minutieux préserve leurs arômes délicats.

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here
Leggi l'articolo in italiano qui

« Les truffes sont une sorte de magie naturelle », a déclaré Paolo. « Elles offrent une expérience sensorielle unique, et leur imprévisibilité les rend à la fois difficiles et incroyablement excitantes. »

Même la terre recueillie après le nettoyage est restituée au sol, riche en spores de truffe qui contribuent à la régénération des forêts. L'entreprise pratique également l'injection directe de spores dans les racines des arbres sur ses truffières durables des régions de Langhe, Roero et Monferrato, dans le Piémont. Ces efforts permettent de préserver à la fois la terre et la tradition.

« À l'avenir, le plus grand défi sera la disponibilité du produit lui-même et la protection de notre habitat naturel », a déclaré Paolo. « La préservation des forêts et du patrimoine forestier du Piémont devient essentielle, et c'est là que nous concentrons nos investissements les plus importants. »

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here

Leggi l'articolo in italiano qui



L'innovation rencontre la tradition

Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]

Si la réputation de Tartuflanghe repose avant tout sur ses truffes fraîches, l'entreprise a également été pionnière dans le développement de techniques de conservation permettant de savourer les truffes d'Alba tout au long de l'année. Son système de lyophilisation exclusif NoH2O, initialement conçu pour l'industrie pharmaceutique afin de produire des médicaments destinés aux régions dépourvues de réfrigération, refroidit les ingrédients à -75 °C pendant cinq jours, éliminant ainsi toute trace d'eau tout en préservant leur arôme et leurs propriétés organoleptiques.

« Ils ont inventé une méthode de lyophilisation des truffes qui permet de les déguster pendant des mois », explique Angelo Masarin de Salumeria 104 à Miami, partenaire de Tartuflanghe pour un risotto aux truffes blanches en marque blanche. « La qualité est incroyable. C'est une entreprise aux exigences technologiques très élevées ; elle fournit même des repas aux astronautes. La lyophilisation préserve les vitamines. Il suffit d'ajouter de l'eau pour que les truffes retrouvent leur fraîcheur. »

Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]

Chaque année, Masarin organise un festival de la truffe de dix jours à la Salumeria 104, proposant une sélection de plats simples et raffinés, comme du poisson blanc, du risotto et de la glace fior di latte, afin de mettre en valeur la truffe blanche. Il s'est récemment associé à Tartuflanghe après avoir rencontré la famille à Miami et constaté leur passion commune pour cet ingrédient.

« Leur truffe d'Alba est comparable à Hermès, mais d'une qualité exceptionnelle », a-t-il déclaré.

Le chef Michele Casadei Massari, du restaurant Lucciola à New York, décrit Tartuflanghe comme un pont entre deux mondes.

« Ils proposent sans doute les meilleures truffes fraîches au monde, tout en accordant une attention remarquable à la qualité et à l'authenticité de l'expérience », explique Massari. « L'avenir de l'art culinaire réside dans des expériences précieuses à un prix juste, fondées sur un approvisionnement irréprochable et une qualité incontestable. Tartuflanghe ne se contente pas de le comprendre, ils l'incarnent. »

Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]

Une sophistication simple orne l'assiette

Interrogés sur la meilleure façon de sublimer les truffes blanches d'Alba, les chefs qui les utilisent partagent une même philosophie : la simplicité. Chez Roscioli, la préparation la plus populaire est le burro e Parmigiano Francescana , des macaronis ou des rigatonis sautés au beurre normand et au Parmigiano Reggiano affiné 24 mois, le tout agrémenté de généreux copeaux de truffe blanche.

« C'est très simple, délicieux et représentatif de notre marque », explique Moliterni. « Quand on a d'excellents ingrédients, on fait tout pour ne pas les gâcher. »

Le chef Massari fait écho à cette philosophie dans sa recette de tajarin al tartufo bianco d'Alba , utilisant les pâtes Tartuflanghe, riches en jaunes d'œufs (40 jaunes par kilo de farine), du beurre, du Parmigiano Reggiano et de la truffe blanche fraîche.

« Le beurre ne doit jamais brunir », explique-t-il. « Le parfum de la truffe d'Alba est délicat et disparaît à feu vif. Et surtout, n'ajoutez ni ail, ni crème, ni huile. La beauté réside dans la subtilité. »

Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]

Le chef exécutif Fabrizio Schenardi du Four Seasons Orlando, originaire de Turin, en Italie, met la truffe à l'honneur au restaurant Ravello de l'hôtel, notamment dans un tartare de morue garni de truffes blanches. Il prévoit également un dîner à base de truffe blanche d'Alba pour janvier 2026.

« Tartuflanghe continue d'exceller dans la sélection des meilleures truffes et nous envoie systématiquement des photos avant l'expédition », a-t-il déclaré. Veronica Giraudo, responsable export chez Tartuflanghe, confirme qu'elle envoie des photos avant chaque envoi. « C'est exact. Je le fais. »

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here

Leggi l'articolo in italiano qui



Travailler avec une famille, pas avec une marque

Au-delà de la qualité et de l'innovation, les chefs citent régulièrement les relations personnelles qu'ils ont tissées avec la famille comme raisons de leur fidélité.

« Paolo et Veronica sont deux personnes que j'admire énormément, non seulement pour leurs créations, mais aussi pour ce qu'ils sont », a déclaré Massari. « Ils incarnent tout ce que j'aime dans l'excellence italienne : un profond enracinement dans la terre, le respect des traditions et une soif d'innovation inépuisable. Tartuflanghe est une famille, pas une marque. »

En pleine saison de la truffe blanche, les restaurants du monde entier continuent de faire confiance à Tartuflanghe, une entreprise née d'un petit laboratoire attenant à un restaurant familial et devenue une référence mondiale pour la truffe d'Alba. Soixante-quinze ans plus tard, l'engagement de la famille Montanaro envers la qualité, l'authenticité et le terroir demeure intact, garantissant ainsi que le champignon le plus précieux au monde parvienne à votre table en conservant toute sa magie.

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here
Leggi l'articolo in italiano qui

« Notre responsabilité ne se limite pas à assurer l'avenir de l'entreprise ; elle consiste aussi à honorer et à perpétuer une histoire familiale forgée par le sacrifice », a déclaré Paolo. « Notre activité repose entièrement sur un produit unique, rare et imprévisible. C'est un défi organisationnel, mais aussi quelque chose de vraiment exceptionnel. »

Source : https://www.finedininglovers.com/explore/articles/house-truffles-built

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here

Leggi l'articolo in italiano qui

English translation :

FINE DINING LOVERS BY S.PELLEGRINO

The house that the truffles built



Published on 25/11/2025

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here
Leggi l'articolo in italiano qui

For 75 years, the Montanaro family has shaped the global trade in Alba white truffles, combining tradition, innovation and a deep attachment to the land.

In the culinary world, few ingredients inspire as much reverence as Alba white truffles. Like Osetra caviar or A5 Wagyu beef, these precious mushrooms from Piedmont in northwestern Italy are hunted by dogs trained with an exceptional sense of smell, capable of locating them deep beneath the forest floor. Once unearthed, they must be cleaned, weighed, and transported to their destination as quickly as possible. Their perishable nature means that restaurants receive them almost immediately, either by hand or via express delivery during the short white truffle season, from October to December.

Alba white truffles can cost thousands of dollars a pound, and restaurants worldwide compete to acquire the finest specimens to enhance their tasting menus and signature dishes. Wealthy

gourmets and those seeking unforgettable experiences can watch servers delicately shave these truffles over creamy tagliatelle carbonara, perfectly cooked Wagyu beef, and even incomparably fresh ahi tuna in upscale sushi restaurants.

While hundreds of hunters work with their faithful dogs throughout the Alba region, only a few companies have earned the reputation of supplying these treasures to the world's finest restaurants. Among them, one family business stands out: boasting 75 years of history, it began modestly in the back kitchen of a Michelin-starred restaurant.

From the restaurant kitchen to the home of the world's truffles

The story of Tartuflanghe begins in 1950, when Giuseppe "Beppe" Montanaro started his culinary career in the Langhe hills. In 1968, with his wife Domenica Bertolusso, he opened Da Beppe in the heart of Alba, a restaurant that quickly earned a Michelin star for its menu focused on mushrooms and truffles. While Beppe worked

in the kitchen, Domenica visited the wives of truffle growers to source these precious mushrooms. At the time, truffles, also known as Tuber magnatum, were more plentiful, and their price had not yet reached its current astronomical heights.

Back then, it wasn't uncommon for the restaurant to consume up to 8 kilos of truffles in a single weekend, according to Paolo Montanaro, son of Beppe and Domenica, who now runs the business with his sister, Stefania, and his wife, Veronica Giraudo, who is in charge of exports. These days, however, a restaurant typically consumes around 1.8 kilos.

By 1975, the couple had forged such close ties with local hunters that they founded Tartuflanghe to select, process and export Alba truffles worldwide.

The Montanaros began by making truffle cream and pâté in a small workshop behind their house. In 1988, Domenica asked the local chamber of commerce how to expand their business. The answer was: trade shows. At the 1992 Fancy Food Show in New York, Tartuflanghe presented Tartufissima No. 19, the world's first

truffle pasta, and won the award for best new product. This innovation changed everything.

"For me, it's an iconic product," said Paolo Montanaro. "All you need is butter and Parmesan to create an exceptional dish."

This initial innovation led to dozens more. Today, the 6,500-square-meter headquarters in Piobesi d'Alba, about ten minutes from Alba, is a bustling hub of activity. Groups of professionals visit throughout the day to tour the facilities. Tourists, cameras in hand, wander through the retail space to discover the vast selection of truffle-based products, from chips and sauces to Tartufi Dolci d'Alba, the IGP Piedmontese chocolate and hazelnut pralines. Many book a private tasting or an interactive truffle hunt with dogs.

Behind the scenes, a flurry of activity reigns as employees pack award-winning truffle pasta, ship orders worldwide, and clean black and white truffles, primarily by hand. Tartuflanghe now offers 140 products distributed in 60 countries, and its growth shows no signs of slowing down, with Paolo, a true creative genius,

continuing to invent and innovate. Chefs, from the most Michelin-starred to the most modest, are clamoring for these exceptional truffles, whether fresh, freeze-dried, or in the form of truffle pearls—a spherified truffle caviar made from winter black truffle juice. Some chefs collaborate with Paolo to create private-label products, while most simply incorporate the truffles into their dishes.

Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]



ta mondiale del Tartufo Grinzane Cavour 12-11-2000

Approved by chefs worldwide

Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]

For Mattia Moliterni, managing partner of Roscioli NYC, sourcing truffles directly from Alba is not just a preference, it is a principle.

“In Italy, many products benefit from protection thanks to the DOP and DOCG designations,” explains Moliterni. “To produce Barolo, you have to use Barolo grapes and make the wine in one of the authorized villages. On the other hand, for truffles, you can source them from a company in central Italy that gets its supply from Alba. It makes sense to buy white truffles directly from the producer.”

Moliterni has been collaborating with Tartuflanghe for five years at Roscioli in Rome and now exclusively uses their truffles at its New York location, which opened in 2023. In late November and early December, Roscioli will host four truffle-themed evenings in New York. This $195 four-course dinner will showcase white and black truffles, including dishes such as fontina and white truffle supplì, roast veal with Barolo and black truffle, and stracciatella and white truffle ice cream.

"They have an impressive network of truffle growers who have worked with them for generations," he said. "It was Paolo's father who initiated these relationships. They know the truffle growers well. As soon as the season opens, they are the first to get hold of the best truffles."

Freshness is a crucial factor. Composed of 85% water, truffles are extremely perishable and can only be kept for one to two weeks maximum.

"With truffles, time is a very critical factor," explains Moliterni. "From the moment they are harvested, Tartuflanghe takes care of all the logistics. You receive them the next day, ultra-fresh, and can use them throughout the week."

At Tartuflanghe's headquarters, white truffles are washed exclusively by hand with soft brushes. This meticulous process preserves their delicate aromas.

"Truffles are a kind of natural magic," said Paolo. "They offer a unique sensory experience, and their unpredictability makes them both challenging and incredibly exciting."

Even the soil collected after cleaning is returned to the ground, rich in truffle spores that contribute to forest regeneration. The company also practices direct spore injection into the roots of trees in its sustainable truffle orchards in the Langhe, Roero, and Monferrato regions of Piedmont. These efforts help preserve both the land and the tradition.

"In the future, the biggest challenge will be the availability of the product itself and the protection of our natural habitat," said Paolo. "Preserving the forests and forest heritage of Piedmont is becoming essential, and that is where we are focusing our most significant investments."

Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]



Innovation meets tradition

While Tartuflanghe's reputation rests primarily on its fresh truffles, the company has also been a pioneer in developing preservation techniques that allow Alba truffles to be enjoyed year-round. Its exclusive NoH2O freeze-drying system, initially designed for the pharmaceutical industry to produce medicines for regions without refrigeration, chills the ingredients to -75°C for five days, eliminating all traces of water while preserving their aroma and organoleptic properties.

“They’ve invented a freeze-drying method for truffles that allows you to enjoy them for months,” explains Angelo Masarin of Salumeria 104 in Miami, Tartuflanghe’s partner for a private-label white truffle risotto. “The quality is incredible. It’s a company with very high technological standards; they even supply meals to astronauts. Freeze-drying preserves the vitamins. You just add water and the truffles regain their freshness.”

Every year, Masarin organizes a ten-day truffle festival at Salumeria 104, offering a selection of simple yet refined dishes, such as white fish, risotto, and fior di latte ice cream, to showcase

the white truffle. He recently partnered with Tartuflanghe after meeting the family in Miami and discovering their shared passion for this ingredient.

"Their Alba truffle is comparable to Hermès, but of exceptional quality," he said.

Chef Michele Casadei Massari, of the Lucciola restaurant in New York, describes Tartuflanghe as a bridge between two worlds.

“They undoubtedly offer the best fresh truffles in the world, while paying remarkable attention to the quality and authenticity of the experience,” explains Massari. “The future of culinary art lies in precious experiences at a fair price, based on impeccable sourcing and unquestionable quality. Tartuflanghe doesn’t just understand this, they embody it.”

A simple sophistication adorns the plate.

When asked about the best way to showcase Alba white truffles, the chefs who use them share the same philosophy: simplicity. At

Roscioli, the most popular preparation is burro e Parmigiano Francescana, macaroni or rigatoni sautéed in Normandy butter and 24-month aged Parmigiano Reggiano, all topped with generous shavings of white truffle.

"It's very simple, delicious, and representative of our brand," explains Moliterni. "When you have excellent ingredients, you do everything you can to avoid wasting them."

Chef Massari echoes this philosophy in his recipe for tajarin al tartufo bianco d'Alba, using Tartuflanghe pasta, rich in egg yolks (40 yolks per kilo of flour), butter, Parmigiano Reggiano and fresh white truffle.

"The butter should never brown," he explains. "The aroma of Alba truffles is delicate and disappears under high heat. And above all, don't add garlic, cream, or oil. Beauty lies in subtlety."

Executive Chef Fabrizio Schenardi of the Four Seasons Orlando, originally from Turin, Italy, showcases truffles at the hotel's Ravello restaurant, notably in a cod tartare garnished with white truffles.

He also plans a dinner featuring Alba white truffles for January 2026.

“Tartuflanghe continues to excel in selecting the best truffles and systematically sends us photos before shipping,” he said. Veronica Giraudo, export manager at Tartuflanghe, confirms that she sends photos before each shipment. “That’s right. I do.”

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here

Leggi l'articolo in italiano qui



Working with a family, not a brand

Beyond quality and innovation, chefs regularly cite the personal relationships they have built with the family as reasons for their loyalty.

“Paolo and Veronica are two people I admire enormously, not only for their creations, but also for who they are,” said Massari. “They embody everything I love about Italian excellence: a deep connection to the land, respect for traditions, and an inexhaustible thirst for innovation. Tartuflanghe is a family, not a brand.”

At the height of white truffle season, restaurants worldwide continue to place their trust in Tartuflanghe, a company that began as a small laboratory adjoining a family restaurant and has become a global benchmark for Alba truffles. Seventy-five years later, the Montanaro family's commitment to quality, authenticity, and terroir remains unwavering, ensuring that the world's most prized mushroom reaches your table retaining all its magic.

“Our responsibility is not limited to ensuring the future of the company; it also includes honoring and perpetuating a family history forged by sacrifice,” said Paolo. “Our business is based

entirely on a unique, rare, and unpredictable product. It's an organizational challenge, but also something truly exceptional."

Source : https://www.finedininglovers.com/explore/articles/house-truffles-built

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here

Leggi l'articolo in italiano qui

Traduzione italiana :

FINE DINING LOVERS BY S.PELLEGRINO

La casa che hanno costruito i tartufi



Pubblicato il 25/11/2025

Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]

Da 75 anni la famiglia Montanaro plasma il commercio mondiale del tartufo bianco d'Alba, coniugando tradizione, innovazione e profondo attaccamento al territorio.

Nel mondo culinario, pochi ingredienti ispirano altrettanta venerazione del tartufo bianco d'Alba. Come il caviale Osetra o la carne di manzo Wagyu A5, questi preziosi funghi del Piemonte, nell'Italia nord-occidentale, vengono ricercati da cani addestrati con un olfatto eccezionale, capaci di localizzarli nelle profondità del sottobosco. Una volta dissotterrati, devono essere puliti, pesati e trasportati a destinazione il più rapidamente possibile. La loro natura deperibile fa sì che i ristoranti li ricevano quasi immediatamente, a mano o tramite consegna espressa durante la breve stagione del tartufo bianco, da ottobre a dicembre.

I tartufi bianchi d'Alba possono costare migliaia di dollari al chilo e i ristoranti di tutto il mondo fanno a gara per accaparrarsi gli esemplari più pregiati con cui arricchire i loro menu degustazione

e i piatti più esclusivi. I gourmet più facoltosi e coloro che cercano esperienze indimenticabili possono osservare i camerieri che grattugiano delicatamente questi tartufi su cremose tagliatelle alla carbonara, carne di Wagyu cotta alla perfezione e persino su un tonno pinna gialla di incomparabile freschezza nei ristoranti di sushi più esclusivi.

Mentre centinaia di cacciatori lavorano con i loro fedeli cani in tutta la zona di Alba, solo poche aziende si sono guadagnate la reputazione di fornire questi tesori ai migliori ristoranti del mondo. Tra queste, spicca un'azienda a conduzione familiare: con 75 anni di storia, ha iniziato modestamente nel retrobottega di un ristorante stellato Michelin.

Dalla cucina del ristorante alla casa dei tartufi del mondo

La storia di Tartuflanghe inizia nel 1950, quando Giuseppe "Beppe" Montanaro inizia la sua carriera culinaria nelle Langhe. Nel 1968, con la moglie Domenica Bertolusso, apre "Da Beppe" nel cuore di

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here
Leggi l'articolo in italiano qui

Alba, un ristorante che si guadagna rapidamente una stella Michelin per il suo menù incentrato su funghi e tartufi. Mentre Beppe lavora in cucina, Domenica visita le mogli dei tartufai per procurarsi questi preziosi funghi. All'epoca, i tartufi, noti anche come Tuber magnatum, erano più abbondanti e il loro prezzo non aveva ancora raggiunto le attuali cifre astronomiche.

All'epoca, non era raro che il ristorante consumasse fino a 8 chili di tartufi in un solo fine settimana, secondo Paolo Montanaro, figlio di Beppe e Domenica, che ora gestisce l'attività con la sorella Stefania e la moglie Veronica Giraudo, responsabile delle esportazioni. Oggi, invece, un ristorante ne consuma in genere circa 1,8 chili.

Nel 1975, la coppia aveva stretto legami così stretti con i cacciatori locali che fondarono Tartuflanghe per selezionare, lavorare ed esportare i tartufi d'Alba in tutto il mondo.

I Montanaro iniziarono producendo crema e paté al tartufo in un piccolo laboratorio dietro casa. Nel 1988, Domenica chiese alla camera di commercio locale come espandere la loro attività. La

risposta fu: le fiere. Al Fancy Food Show di New York del 1992, Tartuflanghe presentò Tartufissima n. 19, la prima pasta al tartufo al mondo, e vinse il premio come miglior nuovo prodotto. Questa innovazione cambiò tutto.

"Per me è un prodotto iconico", ha detto Paolo Montanaro. "Bastano burro e parmigiano per creare un piatto eccezionale".

Questa innovazione iniziale ha portato a decine di altre. Oggi, la sede di 6.500 metri quadrati a Piobesi d'Alba, a circa dieci minuti da Alba, è un vivace centro di attività. Gruppi di professionisti visitano la struttura durante tutto il giorno. I turisti, con la macchina fotografica in mano, passeggiano tra gli spazi commerciali per scoprire la vasta selezione di prodotti a base di tartufo, dalle patatine e salse ai Tartufi Dolci d'Alba, al cioccolato piemontese IGP e alle praline di nocciole. Molti prenotano una degustazione privata o una caccia al tartufo interattiva con i cani.

Dietro le quinte, regna un fermento di attività: i dipendenti confezionano la pluripremiata pasta al tartufo, spediscono ordini in tutto il mondo e puliscono tartufi bianchi e neri, principalmente

a mano. Tartuflanghe offre oggi 140 prodotti distribuiti in 60 paesi e la sua crescita non accenna a rallentare, con Paolo, un vero genio creativo, che continua a inventare e innovare. Gli chef, dai più stellati Michelin ai più modesti, chiedono a gran voce questi tartufi eccezionali, freschi, liofilizzati o sotto forma di perle di tartufo, un caviale di tartufo sferificato ricavato dal succo di tartufo nero invernale. Alcuni chef collaborano con Paolo per creare prodotti a marchio privato, mentre la maggior parte si limita a incorporare i tartufi nei propri piatti.

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here

Leggi l'articolo in italiano qui



ta mondiale del Tartufo Grinzane Cavour 12-11-2000

Approvato dagli chef di tutto il mondo

Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]

Per Mattia Moliterni, managing partner di Roscioli NYC, rifornirsi di tartufi direttamente ad Alba non è solo una preferenza, è un principio.

"In Italia, molti prodotti beneficiano della tutela DOP e DOCG", spiega Moliterni. "Per produrre il Barolo, è necessario utilizzare uve Barolo e vinificare il vino in uno dei comuni autorizzati. Per quanto riguarda i tartufi, invece, è possibile reperirli da un'azienda del centro Italia che si rifornisce ad Alba. Il tartufo bianco, invece, è più sensato acquistarlo direttamente dal produttore."

Moliterni collabora con Tartuflanghe da cinque anni presso Roscioli a Roma e ora utilizza esclusivamente i loro tartufi nella sua sede di New York, inaugurata nel 2023. Tra fine novembre e inizio dicembre, Roscioli ospiterà quattro serate a tema tartufo a New York. Questa cena di quattro portate da 195 dollari metterà in risalto il tartufo bianco e nero, includendo piatti come supplì alla fontina e tartufo bianco, arrosto di vitello al Barolo e tartufo nero e gelato alla stracciatella e tartufo bianco.

"Hanno una rete impressionante di tartufai che lavorano con loro da generazioni", ha detto. "È stato il padre di Paolo a dare il via a questi rapporti. Conoscono bene i tartufai. Non appena inizia la stagione, sono i primi ad accaparrarsi i tartufi migliori".

La freschezza è un fattore cruciale. Composti per l'85% da acqua, i tartufi sono estremamente deperibili e possono essere conservati al massimo per una o due settimane.

"Con i tartufi, il tempo è un fattore molto critico", spiega Moliterni. "Dal momento della raccolta, Tartuflanghe si occupa di tutta la logistica. Li ricevi il giorno dopo, freschissimi, e puoi consumarli per tutta la settimana."

Nella sede di Tartuflanghe, i tartufi bianchi vengono lavati esclusivamente a mano con spazzole morbide. Questo meticoloso processo ne preserva i delicati aromi.

"I tartufi sono una sorta di magia naturale", ha detto Paolo. "Offrono un'esperienza sensoriale unica e la loro imprevedibilità li rende allo stesso tempo stimolanti e incredibilmente emozionanti."

Anche il terreno raccolto dopo la pulizia viene restituito alla terra, ricco di spore di tartufo che contribuiscono alla rigenerazione forestale. L'azienda pratica anche l'iniezione diretta di spore nelle radici degli alberi nei suoi tartufaie sostenibili nelle regioni piemontesi di Langhe, Roero e Monferrato. Questi sforzi contribuiscono a preservare sia il territorio che la tradizione.

"In futuro, la sfida più grande sarà la reperibilità del prodotto stesso e la tutela del nostro habitat naturale", ha affermato Paolo. "Preservare le foreste e il patrimonio forestale del Piemonte sta diventando essenziale, ed è su questo che stiamo concentrando i nostri investimenti più significativi".

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here

Leggi l'articolo in italiano qui



L'innovazione incontra la tradizione

Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]

Sebbene la reputazione di Tartuflanghe si basi principalmente sui suoi tartufi freschi, l'azienda è stata anche pioniera nello sviluppo di tecniche di conservazione che consentono di gustare il tartufo d'Alba tutto l'anno. Il suo esclusivo sistema di liofilizzazione NoH2O, inizialmente progettato per l'industria farmaceutica per la produzione di medicinali destinati a regioni prive di refrigerazione, raffredda gli ingredienti a -75 °C per cinque giorni, eliminando ogni traccia di acqua e preservandone l'aroma e le proprietà organolettiche.

"Hanno inventato un metodo di liofilizzazione per i tartufi che permette di gustarli per mesi", spiega Angelo Masarin della Salumeria 104 di Miami, partner di Tartuflanghe per un risotto al tartufo bianco a marchio privato. "La qualità è incredibile. È un'azienda con standard tecnologici elevatissimi; forniscono persino pasti agli astronauti. La liofilizzazione preserva le vitamine. Basta aggiungere acqua e i tartufi riacquistano la loro freschezza".

Ogni anno, Masarin organizza un festival del tartufo di dieci giorni presso la Salumeria 104, offrendo una selezione di piatti semplici

ma raffinati, come pesce bianco, risotto e gelato al fior di latte, per valorizzare il tartufo bianco. Di recente ha stretto una partnership con Tartuflanghe dopo aver incontrato la famiglia a Miami e aver scoperto la loro passione comune per questo ingrediente.

"Il loro tartufo d'Alba è paragonabile a quello di Hermès, ma di qualità eccezionale", ha affermato.

Lo chef Michele Casadei Massari, del ristorante Lucciola di New York, descrive Tartuflanghe come un ponte tra due mondi.

"Offrono senza dubbio i migliori tartufi freschi al mondo, prestando al contempo una straordinaria attenzione alla qualità e all'autenticità dell'esperienza", spiega Massari. "Il futuro dell'arte culinaria risiede in esperienze preziose a un prezzo equo, basate su una provenienza impeccabile e una qualità indiscutibile. Tartuflanghe non solo lo capisce, ma lo incarna."

Una semplice raffinatezza adorna il piatto.

Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]

Alla domanda su quale sia il modo migliore per valorizzare il tartufo bianco d'Alba, gli chef che lo utilizzano condividono la stessa filosofia: semplicità. Da Roscioli, la preparazione più gettonata è burro e Parmigiano Francescano, maccheroni o rigatoni saltati in burro di Normandia e Parmigiano Reggiano stagionato 24 mesi, il tutto guarnito con generose scaglie di tartufo bianco.

"È molto semplice, delizioso e rappresentativo del nostro marchio", spiega Moliterni. "Quando si hanno ingredienti eccellenti, si fa di tutto per evitare sprechi."

Lo chef Massari riprende questa filosofia nella sua ricetta dei tajarin al tartufo bianco d'Alba, utilizzando la pasta Tartuflanghe, ricca di tuorli d'uovo (40 tuorli per chilo di farina), burro, Parmigiano Reggiano e tartufo bianco fresco.

"Il burro non deve mai dorarsi", spiega. "L'aroma del tartufo d'Alba è delicato e svanisce a fuoco vivo. E soprattutto, non aggiungete aglio, panna o olio. La bellezza sta nella delicatezza."

Revue de Presse hebdomadaire

[Read the article in english here]

[Leggi l'articolo in italiano qui]

Lo chef esecutivo Fabrizio Schenardi del Four Seasons Orlando, originario di Torino, esalta il tartufo nel ristorante Ravello dell'hotel, in particolare in una tartare di merluzzo guarnita con tartufo bianco. Ha in programma anche una cena a base di tartufo bianco d'Alba per gennaio 2026.

"Tartuflanghe continua a eccellere nella selezione dei tartufi migliori e ci invia sistematicamente le foto prima della spedizione", ha affermato. Veronica Giraudo, responsabile export di Tartuflanghe, conferma di inviare le foto prima di ogni spedizione. "Esatto. Lo faccio anch'io."

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here

Leggi l'articolo in italiano qui



Lavorare con una famiglia, non con un marchio

Oltre alla qualità e all'innovazione, gli chef citano spesso come motivi della loro lealtà i rapporti personali che hanno costruito con la famiglia.

"Paolo e Veronica sono due persone che ammiro enormemente, non solo per le loro creazioni, ma anche per quello che sono", ha detto Massari. "Incarnano tutto ciò che amo dell'eccellenza italiana: un profondo legame con la terra, il rispetto per le tradizioni e un'inesauribile sete di innovazione. Tartuflanghe è una famiglia, non un marchio".

Nel pieno della stagione del tartufo bianco, i ristoranti di tutto il mondo continuano a riporre la loro fiducia in Tartuflanghe, un'azienda nata come piccolo laboratorio annesso a un ristorante di famiglia e diventata un punto di riferimento mondiale per il tartufo d'Alba. Settantacinque anni dopo, l'impegno della famiglia Montanaro per la qualità, l'autenticità e il terroir rimane incrollabile, garantendo che il fungo più pregiato al mondo raggiunga le vostre tavole conservando tutta la sua magia.

Revue de Presse hebdomadaire

Read the article in english here
Leggi l'articolo in italiano qui

"La nostra responsabilità non si limita a garantire il futuro dell'azienda, ma include anche onorare e perpetuare una storia familiare forgiata dal sacrificio", ha affermato Paolo. "La nostra attività si basa interamente su un prodotto unico, raro e imprevedibile. È una sfida organizzativa, ma anche qualcosa di veramente eccezionale".

Fonte : https://www.finedininglovers.com/explore/articles/house-truffles-built