Spodobało wam się porównanie cukierków typu michałki? Mam nadzieję, że tak, bo trochę czasu nad nim spędziłam. Uznałam jednak, że warto postawić na właśnie taką formę, zamiast po raz kolejny publikować pojedyncze recenzje. Zwłaszcza że każdy z cukierków miał już debiut na blogu parę lat wcześniej.

Dziś czas na drugie – i prawdopodobnie ostatnie – porównanie maluchów. Tym razem padło na cukierki czekoladowe z rumem, czyli trufle. Z uwagi na zawartość alkoholu nie nadają się dla wszystkich, ale warto o nich przeczytać chociażby dlatego, że mogą stanowić smaczny dodatek do prezentu. Imieniny, urodziny, święta… Dla miłośników połączenia rumu i czekolady każda okazja jest dobra do ugryzienia trufli.

[zdjęcie produktu]

Porównanie cukierków czekoladowych z rumem: nazwy marek i produktów

Zachęcam do przeczytania archiwalnych recenzji przedstawionych dziś trufli:

1. **Nazwy marki i produktu**
2. **Nazwy marki i produktu**
3. **Nazwy marki i produktu**

Kalorie i waga cukierków

Nazwy marki i produktu dostarczają 436 kcal w 100 g. Jeden cukierek waży ok. 11 g i zawiera 48 kcal.

Nazwy marki i produktu dostarczają 453 kcal w 100 g. Jeden cukierek waży ok. 16-18 g i zawiera 72,5-82 kcal.

Nazwy marki i produktu dostarczają 449 kcal w 100 g. Jeden cukierek waży ok. 17 g i zawiera 76,5 kcal.

[zdjęcie produktu]

Wygląd cukierków

Nazwy marki i produktu są wąskie, krótkie i drobne.

Nazwy marki i produktu charakteryzuje zróżnicowanie. Wszystkie cukierki są wysokie, jednak część odznacza się długością podobną do **nazwy marki i produktu**, a część jest wyraźnie dłuższa.

Nazwy marki i produktu to cukierki najszersze, *rozległe*. Fakt ów sprawia, że wyglądają na krótsze od poprzedników, jednak sztuki położone obok siebie okazały się równe.

[zdjęcie produktu]

Zapach i dotyk

Nazwy marki i produktu pachną zaskakująco, bo *po prostu cukierkowo*. Trufli nie czuć w nich ani trochę, więc równie dobrze mogłyby to być michałki. Nos wyłapuje jedynie kakaową polewę.

Nazwy marki i produktu nie zawodzą aromatem. Są zdecydowanie mniej słodkie od propozycji **nazwa marki**, a do tego intensywnie rumowe. Na drugim planie, choć bardzo blisko alkoholu, stoi czekolada. Ciemna, mocno kakaowa, apetyczna. **Nazwy marki i produktu** można nazywać zamiennie *cukierkami truflowymi* oraz *wysokorumowymi*.

Nazwy marki i produktu pachną chyba najpiękniej: słodko i wyraziście truflowo (rum + czekolada). Przypominają nie wytrawne cukierki (jak twór z **nazwa marki**), ale słodziutkie kulki truflowe w czekoladzie (*a la* bajaderki).

[zdjęcie produktu]

Polewa i nadzienie – konsystencja i smak

Nazwy marki i produktu podczas krojenia dają się poznać jako twarde. Okalająca je polewa jest *typowo polewowa*. Na sekundę *bagienkowieje,* a właściwie to *bagienko-margarynowieje*, po czym znika. Smakuje słodko i kakaowo. Znajduje się pod nią nieznaczna ilość skrystalizowanego cukru. Polewa skrywa dość twardy, w moich sztukach niestety podeschnięty środek, który ani trochę nie smakuje truflą – to wnętrze zwykłego słodkiego czekoladowego cukierka z drobną nutką alkoholu.

Nazwy marki i produktu także są twarde (jadłam je niedługo po otrzymaniu, a i tak okazały się podeschnięte). Dość łatwo zgryźć z nich polewę. Jest *polewowa*, lecz w pozytywnym sensie. Nie straszy margaryną, ale też nie jest gęsta (szkoda). Daje się poznać jako twardawa i krucha, przywodzi na myśl cienką i smaczną ciemną czekoladę. Znajduje się pod nią pokaźna *skrystalizowana warstewka* (cukru? alkoholu?). Polewa osłania skrystalizowany i lekko pylisty środek, który stanowi *esencję truflowości*. Nawet mimo zeschnięcia raczy kubki smakowe intensywnością rumu i czekolady.

Nazwy marki i produktu – mimo iż kupiłam je w tym samym czasie co konkurencję **nazwa marki** oraz na długo przed otrzymaniem cukierków **nazwa marki** – powitały mnie cudowną *gumeczkowością*, którą powinna odznaczać się każda wzorowa trufla. Cukierki pokrywa prawdopodobnie najcieńsza polewa. Jest krucha, smakiem zaś odpowiada ciemnej czekoladzie. Środek okazał się *gumkowy*, a więc gęsty i *mięsisty*. Lekko trzeszczy od proszku (cukru?). Czuć w nim morze alkoholu – niekoniecznie rumu, raczej po prostu spirytusu. Nie jest to także *typowa trufla*, ale raczej czekoladowo-alkoholowa bajaderka.

[zdjęcie produktu]

Podsumowanie

Nazwy marki i produktu są bardzo dobre, tyle że to nie żadne *trufle*, a po prostu *czekoladowe cukierki*, do których ktoś przypadkowo wlał naparstek alkoholu. Od wysokiej zawartości cukru podczas jedzenia gęstnieje ślina.

Nazwy marki i produktu wiele lat temu zapisały się w mojej pamięci jako Trufle Idealne. Podobnie zresztą było z michałkami **nazwa marki**. Różnica polega na tym, że michałki podczas ostatniego testu mnie rozczarowały, trufle zaś potwierdziły zasadność idealizowania ich. Są intensywnie i cudownie rumowe. Podkreślam: *rumowe*, a nie jakieś tam spirytusowe. Nie mają sobie równych.

Nazwy marki i produktu okazały się najsłabsze z zaprezentowanej dziś trójki. Odniosłam wrażenie, że **nazwa marki** uznał, iż wystarczy zalać czekoladowe cukierki jakimkolwiek alkoholem, żeby móc nazywać je *truflami*. I na własną niekorzyść wybrał spirytus, bo najtaniej. *Cóż*, nie tędy droga. Jedną rzecz jednak trzeba polskiemu producentowi przyznać: choć smakowo gorszy, jego wyroby to przynajmniej *trufle*, czego nie można powiedzieć o propozycji **nazwa marki**.

Oceny

Ocena dla nazwy marki i produktu: 4 chi
(jest to ocena dla cukierka czekoladowego, a nie trufli)
Ocena dla nazwy marki i produktu: 6 chi

Ocena dla nazwy marki i produktu: 3 chi

Składy i wartości odżywcze:

[zdjęcia etykiet]