

Manetti, bollicine con la polvere d'oro

Un successo che arriva fino in Cina

TRADIZIONE

Quattordici generazioni di Manetti sono alla guida dell'impresa di famiglia

di PAOLO PELLEGRINI

BOLLICINE che salgono nel bicchiere, lievi e dorate. Anzi, davvero d'oro. Ecco una delle chicche più preziose che si potrà gustare chi riesce a saperle cercare, tra gli stand di questo Vinitaly. L'oro nel calice: spumanti italiani dalla Lombardia e dal Veneto, bollicine francesi. Vini che arrivano dai territori di Franciacorta e di Conegliano-Valdobbiadene, la terra del Prosecco che sta facendo impazzire i mercati e i wine lovers di tutto il mondo, ma anche dalle colline dello Champagne. Vini già pregiati, nati in cantine che con quel pulviscolo d'oro arricchiscono una gamma con prodotti destinati a un mercato di alta nicchia: piacciono in Cina e in Giappone, a Hong Kong e a Taiwan.

SI CHIAMA oro alimentare (per capirsi, quello usato da Gualtiero Marchesi nel suo celebre risotto), e da più di quattro secoli ha un no-

INSIEME
I tre fratelli
Manetti.
Da sinistra
Bonaccorso,
Angelica
e Noccolò

PREZIOSI

Aroma di tartufo, di lime e di vaniglia per impreziosire i piatti

me. Manetti. Era il 1582 quando Mastro Antonio Manetti fondò la bottega per la lavorazione della foglia d'oro, mestiere antico che a Firenze era assai praticato, ed è rimasto un fiore all'occhiello nelle botteghe del Ponte Vecchio. Quattordici generazioni di Manetti alla guida dell'impresa di famiglia, che



intanto nel 1820 diventa il brand che continua a essere oggi, Giusto Manetti Battiloro. Leader mondiale nella lavorazione della foglia d'oro, esportata in 72 paesi: all'export si deve il 70% del fatturato, che si aggira sui 27 milioni. Metallo nobile che va ad arricchire i restauri condotti con le più impor-

tanti soprintendenze ma illumina anche le grandi architetture dagli States ai Paesi Arabi, brilla sui monumenti come nei rivestimenti di grandi alberghi e nelle ville di tanti Paperoni, ma anche sugli yacht e su auto e moto, "c'è anche chi chiede la fiamma d'oro per la Harley Davidson", racconta Niccolò

Manetti, responsabile del marketing accanto al fratello Bonaccorso, presidente, e al cugino Lorenzo, vicepresidente. Tutti Manetti, come pure Angelica, Bernardo e Jacopo.

IN BOTTIGLIA, ma anche nel piatto, ci va l'8-9% del prodotto: l'oro alimentare fattura circa 2,5 milioni l'anno, ma è in crescita. Piace ai vigneron, come detto, per i propri clienti top. Piace al mercato dei superalcolici, nell'Europa dell'Est ma non solo: non è raro vedere vodka, grappe e liquori brillare di sospensione dorata, "il Goldschlaeger - dice ancora Manetti - è forse l'esempio più noto, ma sono ormai una decina le industrie che ne fanno sempre più uso". E c'è anche l'oro da mangiare, poi. Aromatizzato, pure: con un'altra azienda leader fiorentina, la Giotti, i Manetti hanno messo a punto l'oro per impreziosire i piatti. All'aroma di tartufo, di lime e di vaniglia già in commercio; in arrivo zafferano, rosa e zenzero, e forse la fragola.