

# L'oro nel piatto. Al sapore di tartufo o vaniglia

– di **Silvia Pieraccini** | 21 maggio 2015

---

La fase di studio e ricerca è durata un anno e mezzo, ma alla fine l'idea si è concretizzata: l'oro alimentare, utilizzato da cinquemila anni sulle tavole d'Oriente e su quelle rinascimentali, ha finalmente conquistato sapore. Tartufo, vaniglia, lime, ma anche olio d'oliva e fragola, sono gli aromi (rigorosamente naturali) che l'azienda fiorentina Giusto Manetti Battiloro, dal 1600 specializzata nella lavorazione della foglia d'oro, è riuscita a "iniettare" nelle briciole d'oro prodotte per la decorazione di piatti e bevande.

## Oro alimentare aromatizzato

Che dunque, per la prima volta al mondo, diventano un ingrediente. «D'ora in poi l'oro potrà essere usato come condimento – spiega Niccolò Manetti, contitolare dell'azienda di famiglia che lavora dai 400 ai 500 chilogrammi d'oro all'anno e impiega 120 persone – e non come semplice ornamento».

## Un brevetto internazionale

Il risultato dell'oro aromatizzato, protetto da un brevetto internazionale, è stato possibile grazie alla collaborazione di Manetti con un'altra storica azienda fiorentina specializzata in aromi, la Giotti di Scandicci, che ha accettato la sfida di dare sapore a qualcosa che non ce l'ha. «Quando andiamo alle fiere – racconta Niccolò Manetti – la prima cosa che i clienti ci chiedono è se l'oro alimentare fa male ma, subito dopo essere stati tranquillizzati, arriva la domanda: che sapore ha?».

## Da settembre otto aromatizzazioni

L'oro alimentare aromatizzato sarà sul mercato da settembre, anche se è stato presentato in anteprima all'Expo di Milano, allo stand Identità golose, in un pranzo curato dallo chef stellato Marco Stabile: uovo en meurette di Chianti con asparagina confit e tartufo nero; farrotto alla finocchiona, birra concentrata e pecorino toscano; bistecca alla fiorentina, patate al pimento dolce, fagioli fritti; fragole. Su ogni piatto, ha brillato l'oro Manetti (col marchio Gold Chef) aromatizzato al tartufo, al lime o alla vaniglia. Da settembre i sapori saliranno a otto, venduti in confezione (una saliera) da 400 milligrammi, sufficiente per otto piatti, al prezzo di 50 euro.

## Leader della foglia d'oro

La distribuzione toccherà Italia e estero, vista la vocazione internazionale del gruppo che oggi esporta il 70% dei 26 milioni di fatturato 2014, di cui 2 realizzati con l'oro alimentare (a 23 carati). Quell'oro che adesso acquisterà sapore, con l'obiettivo di far salire i ricavi da 2 a 5 milioni. «Un'azienda come la nostra, che con la

foglia d'oro lavora soprattutto per l'edilizia (ha appena rivestito la Torre Prada a Milano), l'arredo d'interni e la decorazione – spiega Manetti – deve trovare nuove strade per fare una crescita importante: l'unica possibilità è puntare a un nuovo target, come questo dell'oro aromatizzato».