

## La novità In commercio da settembre

Manetti Battiloro e Giotti sono riusciti a dargli un gusto  
Il risultato presentato in anteprima all'Expo di Milano

# Il sapore dell'oro

Dare sapore all'oro alimentare. Bella sfida. Manetti Battiloro e Giotti, due aziende fiorentine, ci sono riusciti. Un'idea nata due anni fa, quasi per gioco, ma che poi si è piano piano concretizzata fino a diventare realtà. E il nuovo oro aromatizzato è stato presentato in anteprima all'Expo di Milano con un pranzo realizzato dallo chef stellato Marco Stabile, a cui ha fatto da testimonial anche Maria Grazia Cucinotta. Un brevetto che cambia completamente le regole dell'uso dell'oro alimentare in cucina. Non più un semplice abbellimento del piatto, ma ingrediente della ricetta. Per il momento ne esistono solo tre varianti, al tartufo, alla vaniglia e al lime, oltre ovviamente a quello neutro, ma in realizzazione ci sono già mentuccia e fragola, che possono essere utilizzate anche per la preparazione dei cocktails, e olio d'oliva. Il nuovo oro aromatizzato sarà in commercio da settembre e si potrà comprare anche su Internet. Il prezzo di una confezione è di 50 euro.

### Il tecnico

«Abbiamo usato prodotti naturali la cosa più difficile del progetto è stata fissare l'aroma sulla foglia»

GIUSEPPE CALABRESE

**V**ADDETTO, il mercato dell'oro alimentare per il momento è una piccola nicchia, ma questo nuovo prodotto è destinato a far crescere in maniera esponenziale le vendite. «In questo momento rappresenta il dieci per cento del nostro fatturato - spiega Niccolò Manetti -. Però l'obiettivo è di raddoppiare nei prossimi due anni». Una crescita significativa, insomma, anche in virtù del fatto che la Manetti Battiloro ha l'esclusiva. «Il nostro è un brevetto internazionale, non abbiamo altri concorrenti».

L'utilizzo, naturalmente, è affascinante. Dare sapore all'oro alimentare significa poterlo usare in cucina come un normale ingrediente. «E' versatile, un prodotto molto interessante» ha spiegato Marco Stabile, che



a Milano ha usato quello al tartufo per L'uovo en meurette di Chianti con asparagina confit, quello al lime per il Farrotto alla finocchiona, birra concentrata e pecorino toscano, quello neutro su La mia bistecca alla fiorentina, patate al pimento dolce, fagioli fritti, e quello alla vaniglia per il dessert, Fragole, fragole, fragole. «Riuscire a imprigionare dentro l'oro questi aromi trovo sia un modo formidabile di riproporre la nostra grande cultura» ha sottolineato Davide Rampello.

Ma anche un'opportunità incredibile per aggredire il mercato e dare una svolta all'impiego nell'oro. «Il nostro obiettivo è quello di avvicinare la gente» dice ancora Niccolò Manetti, che è pronto a mettere sul mercato nuovi aromi. La linea sarà in commercio dopo l'estate, e completa l'offerta della Manetti Battiloro, che è già presente anche nel settore della cosmesi.



Ma torniamo all'oro aromatizzato. Ma come è stato possibile realizzarlo? «Non è stato facile, ci sono voluti sei o sette mesi di sperimentazione, però alla fine ci siamo riusciti - racconta Donato Creti, responsabile scientifico della Giotti -. La cosa più difficile è stato fissare l'aroma su una foglia d'oro di pochissimi micron. Se la prendi in mano si sbriciola...». Il brevetto, naturalmente, è segreto, l'unica cosa che Creti può dire è che «c'è uno strato di aroma sull'oro che è stato fissato e protetto in modo che non voli via, e al contatto con il cibo rilasci tutto il suo sapore».

Oltre non va, tutto è rigorosamente top secret. Anche perché nessuno finora era riuscito a farcela. Un primato che Manetti e Giotti condividevano con grande orgoglio. «Per realizzare l'oro aromatizzato abbiamo utilizzato solo prodotti naturali e biologici - dice ancora

Creti -. Per la prima volta ho potuto lavorare con materie prime di altissima qualità. Le migliori. E' stata un'esperienza incredibile». E non è finita qui, il progetto è solo all'inizio. Dopo il lancio all'Expo, e la commercializzazione (settembre), Manetti Battiloro ha intenzione di allargare il suo catalogo, grazie anche alla collaborazione di due chef fiorentini, Marco Stabile e Vito Mollica. E anche di "territorializzare" un po' di più il prodotto. Allo studio, infatti, c'è anche l'oro con zafferano, «ma fissare una polvere sulla foglia d'oro non è facile - spiega Creti -. Comunque ci stiamo lavorando».

Il resto si valuterà una volta che il nuovo oro sarà sul mercato. Un prodotto destinato a far parlare molto di sé. Attualmente ci sono sei o sette produttori di oro alimentare nel mondo - settore in cui i cinesi cercano di prendere quote di mercato importanti - ma solo uno, la Manetti Battiloro appunto, è in grado di vendere un oro che sa di qualcosa. E visto che lo abbiamo provato, vi possiamo assicurare che l'oro al tartufo sa veramente di tartufo, e lo stesso quello al lime e alla vaniglia. Insomma, la rivoluzione è appena iniziata e la sfida al mondo parte proprio da Firenze. E dalla sinergia di due grandi aziende.



IL PRANZO DI STABILE

E' stato Marco Stabile a tenere a battesimo l'oro aromatizzato con un pranzo all'Expo



TARTUFO & CO.  
Per il momento ci sono solo tre aromi: tartufo, lime e vaniglia. Allo studio lo zafferano