



115
FEATURE

REGAL

From an architectural element to a culinary delicacy. Gold leaf evolves to become gourmet for sophisticated palates. BY ROBERTO CHILLERI

GLUTTONY



Gold leaf is so incredibly thin that very few people are able to extract it from its packaging with their bare hands without breaking it, when you hold it up to the light you realize that it is practically see-through. It is used to cover wooden frames and statues, furniture, carved ceilings, stucco, decorations and domes on churches and buildings. In recent years gold has been in increasing demand in the kitchen, also for beauty treatments and cosmetics. Produced in various colors and carats, it can be applied using different techniques. But both 'gouache' gilding and 'oil' gilding require incredible skill. It is sold as sheets, dust and flakes, and is also used in the world of jewelry: designer and performer Barbara Uderzo, for

example, uses it to make her famous chocolate jewelry and goldsmith artist Graziano Visintin uses it with vitreous enamels.

The saga of the goldbeater

Stories about Mattco Manetti, the Florentine goldsmith, claim that he was so skilled that he was called to Rome to gild the sphere on top of the dome of St. Peter's, and then to Florence to restore the one on the Cathedral which was destroyed by lightning in 1602. In 1732, his descendant, Niccolò Manetti, was elected as Consul of the Academy and of the Society of Art and Design,

a position once held by Michelangelo Buonarroti. As from 1820 the Florentine producer went under the name of 'Giusto Manetti Goldbeater, and received an array of awards at national expositions in Florence, Milan and Turin. Following the First World War his gold leaf began to gleam once more on some of the world's most important buildings, from the Rockefeller Center to the Palace of Versailles, from the Kremlin to Buckingham Palace. In 1990 the company was run by the sixteenth generation and in 2012 it moved to a modern plant with its 120 employees.

Golden delicacies

Not everybody knows that the king of metals, gold, if it is specially made into flakes and other tiny formats, can also be eaten. It made its first appearance on the dining tables of the rich three thousand years ago, it was popular with Egyptian pharoehs, Chinese kings and at banquets held by the Italian aristocracy. Today it is back in fashion with a bang, as seen with the ultra-sophisticated Glamburger, served at the Honky Tonk restaurant in Chelsea, London: a mixture of rare ingredients, generously sprinkled with gold leaf. But in modern times, so far gold has only had a decorative function with food. A new page in history is being written by Giusto Manetti Battiloro who, together with Giotti, a producer of natural essences, has managed to give the precious metal a flavor and an aroma. This delicious first was presented at Expo Milano 2015 by chef Marco Stabile. The actress Maria Grazia Cucinotta was also there, and she, along with other guests, tasted the flavor of gold: truffle-flavour gold on Chianti en merurette eggs with asparagus, lime flavored gold on spelt risotto with fennel and vanilla flavored gold on desserts. A packet of 0.40 grammes of flavored gold is needed to prepare eight portions of poached eggs like those served at Expo.

Niccolò Manetti: A timeless story

Niccolò Manetti, 44, is the marketing director of Giusto Manetti Battiloro. He is on the board of directors of important organizations and the committee of the Centro Firenze per la Moda, owner of Pitti Immagine.

Is it true that when you were just a boy you had already decided your future lay in the company?
Yes, I earned my pocket money preparing samples, and after I finished high school I chose to start work in the factory and then in the warehouse instead of going to university...

Did you become marketing director without any specific training?

No, I alternated experience on the factory floor with internships in the US, and I did a purchasing manager course in Milan, where the teachers included heads of purchasing from Fiat and Magneti Marelli.

In twenty years the company's sales turnover has increased fiftyfold. What is the secret to your success?

The ability to adapt to globalization, typical of the best Italian SME's.

Have you ever encountered any difficult periods?

There are always problems of some kind but ours cannot be compared with those from previous generations. Like

in '44 when the factory was bombed by accident and in '66, when the floods in Florence destroyed everything except the certificates of awards received in the 1900's and a few photos because they were on the upper floor.

Can you name any prestigious clients?

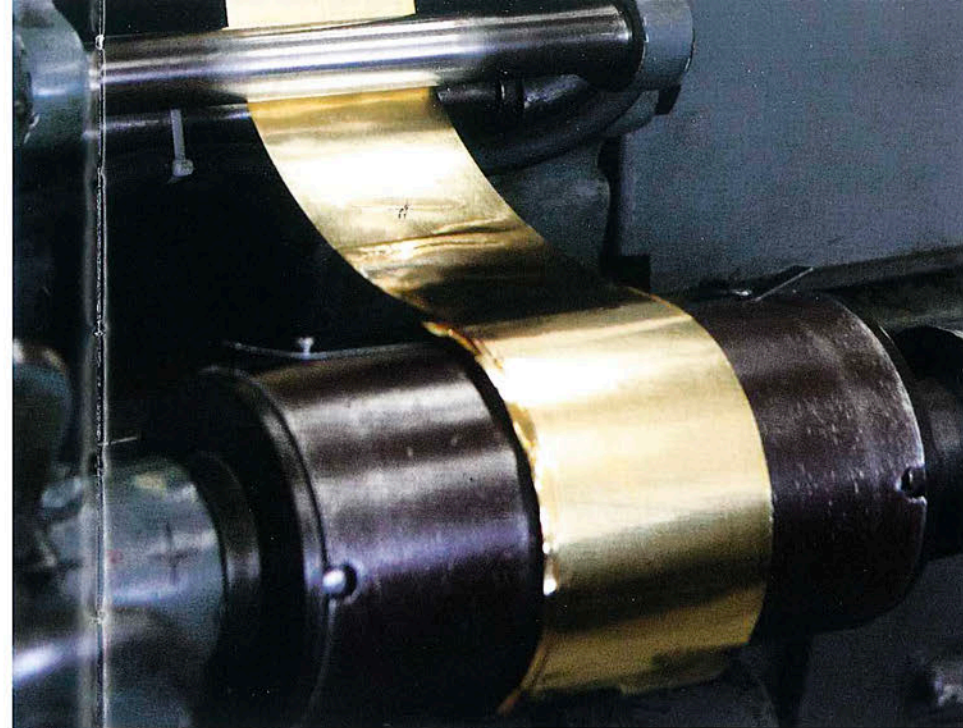
There are numerous... The restoration of the gates at Windsor Castle, rooms in the Hotel Plaza in New York, Burj Al Arab Resort, the one shaped like a sail. Our gold leaf is in great demand, even a star of minimalist architecture such as Rem Koolhaas wanted 200 thousand gold sheets to cover the tower of the Prada Foundation in Milan.

Is it true that you like cooking in your free time?

It is indeed, I love Tuscan and Asian food. In fact, the tradition of edible gold comes from China. This tradition was reintroduced in the twentieth century by

Below, a stage of the process, right, laminating a sheet of gold. Some of the most gold-leaf creations by Giusto Manetti Battiloro include the Church of Saint Jean the Baptist in St. Jean de Luz and the gilded sculptures in the Palais Garnier in Paris.

Sotto, una fase della lavorazione, a destra, la laminazione di una lastra d'oro. Tra le più importanti realizzazioni con foglia d'oro di Giusto Manetti Battiloro risaltano la Pala del monastero di San Battista a St. Jean de Luz e le sculture dorate dell'Opéra Garnier.



On this page, Florentine steaks sprinkled with edible gold by chef Marco Stabile at Expo Milano and a picture of Stabile with Niccolò Manetti at the Identità Golose restaurant for The Taste of Gold event.

In questa pagina, tranci di fiorentina spruzzata di oro alimentare preparati dallo chef Marco Stabile a Expo Milano e un ritratto di Stabile con Niccolò Manetti al ristorante Identità Golose per l'evento The Taste of Gold.

but we are working on making it increasingly easier to apply. And then we want to develop the food sector, interior design and fashion, where gold detailing is in demand.

Is the romantic figure of the goldbeater with his mallet lost for ever?

We must never turn our backs on tradition. Technology is important but we have an internal workshop for the teaching of the ancient art of Florentine goldbeating, which was even mentioned by the great Benvenuto Cellini.

Da elemento architettonico a prelibatezza culinaria. La lamina d'oro evolve se stessa e diventa elemento di gourmet per palati sofisticati.

La foglia d'oro è così sottile che in pochissimi sono in grado di estrarla dal libretto a mani nude senza romperla, e frapponendola tra lo sguardo e il sole acceso ci accorgiamo che è quasi trasparente. È utilizzata per rivestire di metallo prezioso statue e cornici in legno, mobili, soffitti intagliati, stucchi, decorazioni e cupole di chiese e palazzi. E negli ultimi anni è aumentata la richiesta di oro per uso alimentare, trattamenti estetici e cosmetici. Prodotta in vari colori e carature d'oro, si può applicare con varie tecniche. Ma sia nella doratura 'a guazzo' sia in quella 'a missione' è richiesta una grande abilità. Viene venduta in libretti, in polvere e in fiocchi, e trova applicazione anche nel mondo dei gioielli: la designer e performer Barbara Uderzo, per esempio, ne ha fatto uso sui famosi bijoux di cioccolata e l'artista orafo Graziano Visintin l'ha utilizzata insieme agli smalti vitrei.



Above, the Amerigo Vespucci sailing ship and a room in Pushkin's imperial village, both featuring gilding by Giusto Manetti Battiloro. Below, chocolate jewelry made of edible gold leaf by Barbara Uderzo and a creation by Graziano Visintin.

Sopra, il veliero Amerigo Vespucci e una sala del villaggio imperiale di Pushkin, entrambi con dorature di Giusto Manetti Battiloro. Sotto, bijoux-Chocolat con foglia d'oro alimentare di Barbara Uderzo e una creazione di Graziano Visintin.

La saga dei Battiloro

Narrano le cronache che l'orafo fiorentino Matteo Manetti fosse talmente bravo da essere chiamato a Roma per la doratura della sfera che sovrasta la cupola di San Pietro, e poi richiamato a Firenze per restaurare quella del Duomo, abbattuta da un fulmine nel 1602. Nel 1732 un suo discendente, Niccolò Manetti, ebbe il ruolo di Console dell'Accademia del Disegno, appartenuto anche a Michelangelo Buonarroti. Dal 1820 la manifattura fiorentina ha preso il nome di Giusto Manetti Battiloro, ricevendo una serie di premi alle Esposizioni Nazionali di Firenze, Milano e Torino. Dopo la prima guerra mondiale la sua foglia d'oro inizia a risplendere sui più importanti edifici, dal Rockefeller Center alla Reggia di Versailles, dal Cremlino a Buckingham Palace. Nel 1990 l'azienda passa nelle mani della sedicesima generazione e nel 2012, quando ha 120 dipendenti, si trasferisce in un moderno stabilimento.

Prelibatezze d'oro

Non tutti sanno che il re dei metalli, l'oro, se lavorato in fiocchi e altri minuscoli formati ad hoc, può anche essere mangiato. Sulle tavole dei ricchi ha fatto la sua comparsa tremila anni fa, amato dai faraoni egizi, dai re cinesi e nei banchetti delle Signorie italiane. Oggi è tornato prepotentemente in auge, e i rotocalchi ci hanno rivelato l'esistenza del sofisticatissimo Glamburger, servito al ristorante Honky Tonk di Chelsea a Londra: un mix di ingredienti rari, generosamente spruzzati di foglia d'oro. Ma in epoca moderna l'oro sui cibi ha avuto sin qui solo una funzione decorativa. A scrivere una nuova pagina della sua storia ci ha pensato Giusto Manetti Battiloro, che insieme a un produttore di essenze naturali, Giotti, è riuscito a dare al metallo prezioso un sapore e un profumo. La prelibata novità è stata presentata a Expo Milano 2015 dallo chef stellato Marco Stabile. Presente anche l'attrice Maria Grazia Cucinotta, che con gli altri ospiti ha assaporato i gusti dell'oro: quello al tartufo sull'uovo en meurette di Chianti con asparagina, quello al lime sul risotto di farro alla finocchiona e il gusto vaniglia per il dessert. Per preparare otto porzioni di uova in camicia come quelle servite a Expo basta una confezione da 0,40 grammi di oro aromatizzato.

Una storia senza tempo

Niccolò Manetti, 44 anni, è direttore marketing di Giusto Manetti Battiloro. Fa parte del CdA di importanti istituzioni e della giunta del Centro Firenze per la Moda, proprietario di Pitti Immagine.

È vero che quand'era ancora ragazzino aveva già deciso che il suo futuro era in azienda?

Sì, mi guadagnavo la paghetta preparando i campionari, e dopo il liceo ho preferito la fabbrica agli studi universitari, facendo la trafila da operaio a magazziniere...

È diventato direttore marketing senza una formazione specifica?

No, ho alternato la gavetta in fabbrica con stage aziendali negli Stati Uniti, e ho fatto un corso per responsabile acquisti a Milano, dove ho avuto come insegnanti i direttori acquisti di Fiat e Magneti Marelli.

In vent'anni il fatturato dell'azienda è cresciuto di cinquanta volte. Ci dice un segreto di questo successo?

La capacità di adattamento alla globalizzazione, tipica delle migliori PMI italiane.

Ha mai attraversato momenti di difficoltà?

I problemi esistono sempre ma i nostri non sono paragonabili a quelli delle generazioni precedenti. Come nel '44 quando la fabbrica fu bombardata per sbaglio e nel '66, quando dall'alluvione di Firenze si sono salvati solo gli attestati dei premi ricevuti nell'800 e alcune foto, perché si trovavano al piano superiore.

Qualche fornitura particolarmente prestigiosa?

Tantissime... Dal restauro delle cancellate del Castello di Windsor alle sale dell'Hotel Plaza a New York, fino al Resort Burj Al Arab, quello a forma di vela. La nostra foglia d'oro è molto richiesta, e persino una star



dell'architettura minimalista come Rem Koolhaas per la copertura della torre della Fondazione Prada a Milano ha voluto 200mila fogli d'oro.

È vero che nel tempo libero ama cucinare?

Verissimo, amo la cucina toscana e quella asiatica. Fra l'altro la tradizione dell'oro alimentare viene anche dalla Cina. Una tradizione che nel '900 è stata riproposta da Gualtiero Marchesi con il risotto alla foglia d'oro, e in Giappone con il sushi... Recentemente, alle forniture per ristoranti e produttori di bevande alcoliche abbiamo affiancato una linea retail, destinata a buongustai e massaie.

Cosa vede nel vostro futuro?

L'introduzione delle nanotecnologie e l'espansione nei nuovi mercati. In qualche paese vi è carenza di artigiani in grado di applicare la foglia d'oro, ma noi studiamo sistemi per rendere sempre più semplice l'applicazione. E poi sviluppare i settori food, interior design e moda, dove c'è richiesta di finiture d'oro.

La romantica figura del battiloro con il mazzuolo è finita per sempre?

Guai a rinnegare la tradizione. Le tecnologie sono importanti, ma abbiamo anche un laboratorio interno che tramanda l'antica arte dei battiloro fiorentini, menzionati anche da Benvenuto Cellini •

