GANCIA: FRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE

Written by Anna Rubinetto | Articoli, Aziende, Eno Gastronomia, Informazione Nazionale, News | Oct 4, 2011

Mi piace Tweet

Marchio storico della realtà vitivinicola italiana e una delle eccellenze del Made in Italy Gancia è un marchio storico e uno degli esempi eccellenti del Made in Italy. Nel 2000 l'Azienda ha festeggiato i suoi 150 anni e oggi come allora il core business restano le bollicine. Ma Gancia è ed è sempre stata una delle aziende italiane più innovative. Una realtà longeva, capace di rinnovarsi e adeguarsi all'evoluzione del mercato e dei consumatori. Basti ricordare che Gancia fu la prima a:

_ creare il primo Spumante italiano nel 1865

_ creare la denominazione "Asti" per lo spumante dolce di uva moscato nel 1931

_ creare il primo Vermouth Bianco negli anni '20

_ credere nella formula dell'imprenditore – testimonial

_ creare lo spumante da vitigno "Pinot di Pinot" nel 1980 (una selezione di uve pinot provenienti da un

unico vitigno)

_ puntare sull'abbinamento vino-architettura (Arch. Tobia Scarpa nel 1989 realizza la copertura della stazione di Pesa e pigiatura nel 1989 a S.Stefano Belbo). Il legame con il design prosegue poi con la collaborazione con Pininfarina che firma un trittico Spumanti e realizza una bottiglia elegante e dal design esclusivo.

La gamma di prodotti testimonia il perfetto equilibrio che l'azienda è riuscita a creare fra prodotti classici, edizioni rivisitate, prestando attenzione all'evoluzione dei gusti, e prodotti di nuovissima generazione. Un portfolio variegato, ricco e completo che ai marchi di Casa Gancia affianca brand di cui l'azienda è distributore ufficiale. La gamma che ne risulta è sinergica, eterogenea e copre ogni esigenza di consumo: spumanti, spirits, champagne, dai distillati alle acque. Un'offerta completa che permette all'azienda di offrire al mercato un servizio esclusivo.

BREAKING NEWS

- 19:00 » Il Primo Bacio (Les Beaux gosses)
- 17:00 » GANCIA: FRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE
- 16:00 » T.LeClerc presenta la Collezione autunno/inverno 2011
- 15:00 » EBAY.IT: LA ROTTA E' CAMBIATA DALLE ASTE A CENTRO COMMERCIALE ONLINE PIÙ GRANDE D'ITALIA
- 14:00 » La Shark Week al Sea Life di Jesolo svela tutte le verità sugli squali
- 13:00 » La moda sta al passo con le sneakers Osiris
- 12:00 » Speciali pacchetti per la bellezza di Lui e di Lei a Galzignano Terme (PD)
- 11:00 » Simone Schettino in "SE TOCCO IL FONDO...SFONDO" al Teatro San Babila di Milano
- 09:00 » La nuova evoluzione dell'aspirazione
- 08:00 » Un nuovo cinema e teatro per Alassio
- 07:00 » Drive
- 21:00 » Firenze: Cambio al vertice dell'Istituto Geografico Militare
- 20:00 » NICKELODEON: DA OGGI LE NUOVE AVVENTURE DEI TUFF PUPPIES ALLE 17.40
- 19:00 » Un Été Brûlant (Un été brûlant)
- 17:00 » TAVECCHI

Translator

October 2011

M	T	W	T	F	S	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

« Sep

Articoli collegati:

MONDOVICINO OUTLET VILLAGE ANTEPRIMA
FESTA DEL PANE: UN APPUNTAMENTO PER TUTTI I PALATI
Trento: Santa Lucia e la città è in Festa
Bardonecchia, un mercatino rinviato senza motivo
L'"oro bianco della terra" celebra il tartufo ad Acqualagna
L'oralità popolare in festa a Torino

Il Nord

Flickr Photo Stream · See all photos

1850 La nascita di Gancia

Se Canelli, Asti e il Piemonte sono riconosciuti a giusto titolo come la culla delle bollicine italiane, il merito deve essere attribuito all'opera di Carlo Gancia, fondatore dell'omonima azienda. Assiduo ed entusiasta cultore di tutte le ricerche in campo enologico, attento conoscitore e osservatore delle esigenze del pubblico, spettano a lui diversi primati.

Carlo Gancia nacque nel 1829 nelle terre del Barolo. Già durante gli studi lavorava come apprendista in una delle più antiche liquorerie e caffetterie torinesi e fu proprio durante questa esperienza che formulò una nuova ricetta per l'affinamento del gusto e dell'aroma di un vino liquoroso allora molto di moda: il Vermouth.

Decise poi successivamente di recarsi in Francia per impadronirsi dei segreti e delle tecniche di lavorazione degli champagne, stabilendosi a Reims, nel cuore della produzione delle bollicine francesi.

Apprendendo direttamente sul campo i processi che permettevano la realizzazione di questo pregiato e celebrato prodotto, Carlo Gancia si appropriò dei segreti e delle tecniche del metodo classico di lavorazione degli champagne, denominato dai francesi "champenoise".

Nel 1850 tornò in Italia per poter iniziare gli esperimenti e concretizzare le sue intuizioni: adattare il modello di vinificazione francese all'uva moscato, il vitigno autoctono molto diffuso nella sua zona di provenienza, che presentava caratteristiche simili al pinot. Sempre nel 1850 fondò l'azienda F.lli Gancia & C. Solo dopo quindici anni e numerosi tentativi, nel 1865 Carlo Gancia riuscì ad ottenere uno speciale "champagne" a base di uva moscato. Nacque così il Primo Spumante Italiano, firmato Gancia. Il moscato, lavorato secondo questi criteri, non solo permetteva di raggiungere un vino simile a quello francese, ma addirittura di apparire, per la sua aromaticità, "superiore" e molto originale.
Allo stesso tempo, Carlo Gancia ebbe anche un ruolo centrale nell'impianto in Piemonte di Barbatelle di Pinot Nero e Chardonnay provenienti dalla Champagne e riuscì con queste uve a produrre anche uno "Champagne" secco 100% italiano.

Proporzionale all'enorme notorietà che lo spumante acquisì sul mercato, fu la crescita di Gancia che costruì subito un sistema di vendita il più possibile funzionale alle nuove situazioni, organizzando nuove e più complesse forme di commercializzazione.

Nel 1897, anno in cui morì Carlo Gancia, il figlio Camillo ne proseguì l'opera. A lui si devono i primi grandi successi commerciali e le prime esportazioni attraverso accordi e creazioni di filiali, così come un'altra importante pietra miliare nella storia enologica piemontese e italiana: la nascita della denominazione "Asti" per definire lo Spumante dolce prodotto con uva Moscato, un marchio dell'Italia enologica ancora oggi tra i più conosciuti e venduti al mondo.

La storia di Gancia si intreccia con la storia più recente del nostro Paese. L'Azienda ottenne i massimi riconoscimenti per i suoi prodotti dai "grandi" dell'epoca:

_ il 5 giugno 1870 con decreto del Re d'Italia Vittorio Emanuele II Gancia otteneva il diritto di fregiarsi del regio stemma, come fornitore esclusivo della Real Casa dei Savoia. Il brevetto veniva riconfermato, nel secolo successivo, dal Re Vittorio Emanuele III;

_ il 22 maggio 1924 con decreto del Papa Pio XI, Gancia veniva nominata ufficialmente Fornitrice Pontificia, con diritto di innalzare lo stemma papale;

_ il 28 novembre 1951, con decreto del Re Gustavo VI Adolfo di Svezia, Gancia veniva nominato fornitore ufficiale della casa reale svedese;

il 23 gennaio 1957, Gancia otteneva dal Principe Dimitri Romanoff di Russia il brevetto di fregiarsi del nome, titolo e stemma nobiliare del principe per la commercializzazione in Italia della omonima Vodka Romanoff.

Spazio Gancia

Nel 2009 un significativo cambiamento è rappresentato dall'apertura di una sede milanese per il team commerciale e marketing dell'azienda che si aggiunge alla sede centrale e produttiva di Canelli.

Lo Spazio Gancia è situato all'ultimo piano di uno splendido palazzo in via

debutta a Milano con il primo negozio monomarca

- 16:00 » Nasce la nuova generazione di caraffe e filtri BWT, per un'acqua semplicemente deliziosa
- 15:00 » BioEnergy Best Practises premia le migliori realizzazioni italiane in tema di produzione di energia da fonti rinnovabili.
- 14:00 » Kodak amplia la connettività mobile con la nuova stampante Google Cloud Print ReadyTM
- 13:00 » Ricerca KlikkaPromo.it: la GDO non scarica gli aumenti IVA sulle famiglie
- 12:00 » Punta, digita e calcola: Canon amplia la serie di calcolatrici X MARK I
- 11:00 » "Rain Man", una storia commovente in scena al Teatro Nuovo Di Milano dal 4 al 9 ottobre
- 09:00 » Da oggi nuovi alleati Magimix in cucina
- 07:00 » Ma Come Fa A Far Tutto? (I Don't Know How She Does It)
- 19:00 » Mozzarella Stories
- 17:00 » Ad Asti la festa dei tartufi e mercatino bio

Tags

aprile Articoli azienda bambino bellezza Berlusconi calcio citta colori commedia concorso cucina dicembre Drammatico eventi fiera giovani gusto Italia Liguria linea maggio Milano Moda mostra musica nuova nuovo ottobre Papa pelle premio prodotti progetto qualita savona settembre stagione stile storia Teatro Torino tradizione Trento vacanza

Tortona 21, quartiere votato all'arte contemporanea e noto a livello internazionale per i frequenti ed esclusivi eventi di moda e design, oltre che sede della movida milanese.

Questa location non è solo una terrazza, una sede espositiva, una conference room o un luogo per party privati: è tutto questo insieme e molto di più. È il luogo ideale per occasioni e avvenimenti esclusivi, un vero e proprio spazio firmato Gancia in cui accogliere, con stile, gli eventi e le personalità più importanti.

Un emblema dei valori e della filosofia del marchio, da sempre portabandiera nel mondo dell'eccellenza, gusto, prestigio e capacità di innovazione del Made in Italy.

Il design particolare dello Spazio Gancia è stato curato dall'architetto Benedetto Camerana.

Nell'originale e curato arredamento, spicca il bancone, dalla forma elegante e particolare, formato da una parete che richiama la leggerezza e i colori delle bollicine di spumante e che si illumina sul calare della sera per creare un gioco di luci brillanti e dorate.

L'evoluzione del logo

Gancia da sempre segue e interpreta i cambiamenti socio-culturali della nostra società: ne è una riprova l'evoluzione del marchio, di cui l'ultima versione del 2011 rielabora in chiave moderna il marchio storico di Gancia degli anni 50.

I codici colore utilizzati sono il rosso e il blu, evocativi dei valori intrinseci del marchio: la passione e la nobiltà, l'innovazione e la storicità. Mentre il colore oro impreziosisce con un tocco di eleganza il marchio.

La struttura a scudetto garantisce una migliore visibilità e un più facile utilizzo su diversi materiali. Il carattere è stato modificato ricercando una maggiore leggibilità e autorevolezza.

Mi piace Registrazione per vedere cosa piace ai tuoi amici.

Mi piace Tweet

Related posts:

1. MIDO 2011 – INNOVAZIONE, RICERCA, MODA, DESIGN E FORMAZIONE!
2. Il made in Italy e l'Unità d'Italia. 150 anni di tradizione italiana in tavola
3. I 60 ANNI DEL GRUPPO CONFALONIERI qualità,ricerca e innovazione
4. Colore, versatilità, innovazione... questo è Gabs.
5. FRANKE: 100 anni di qualità, ricerca e innovazione

LEAVE A REPLY

Name (required)

Mail (will not be published) (required)

Website

Submit