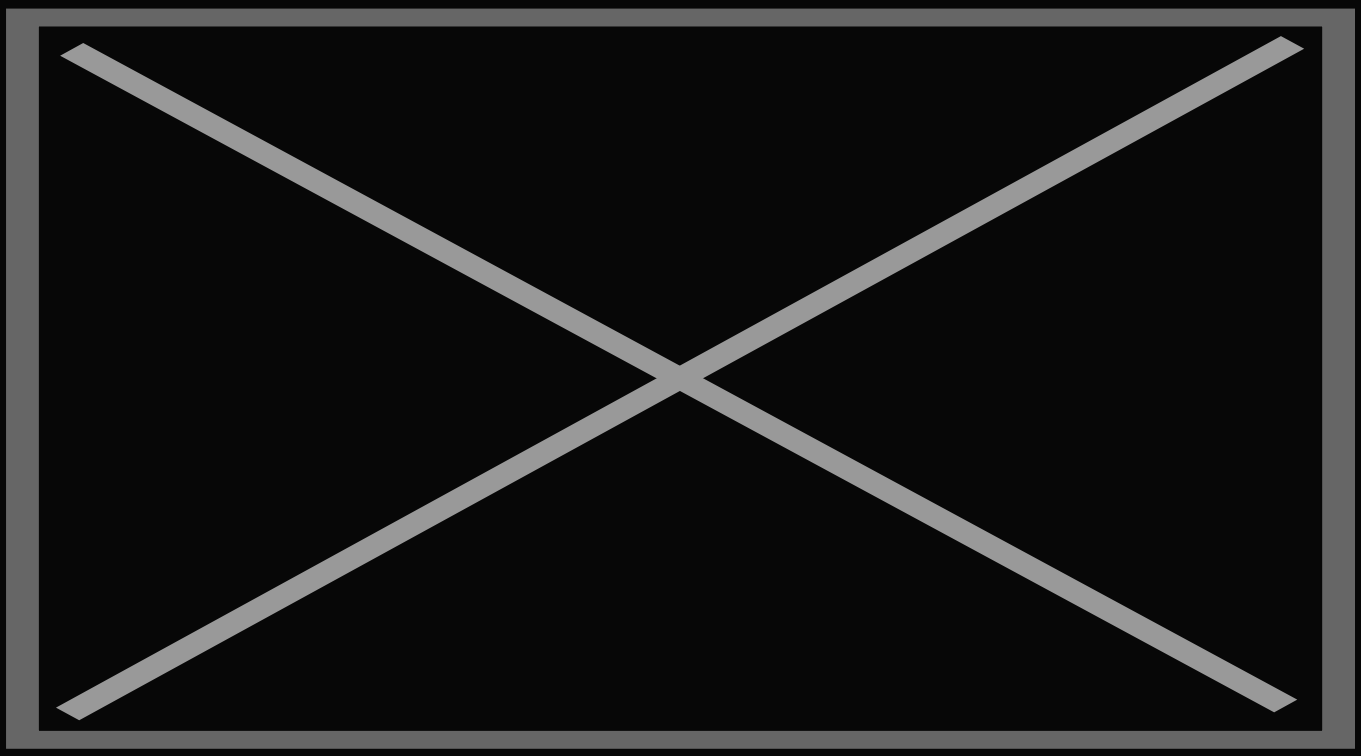
Nuovo logo e nuovo sito per Le Piantagioni del Caffè

specialty-people-blends-ac8b1bcb

Si è concluso ieri sera l'evento online Bloom with Us, che è stata l'occasione per mostrare il lavoro fatto in 18 mesi di analisi di mercato nazionale ed internazionale: Le Piantagioni del Caffè, seguita dall'agenzia milanese di consulenza strategica IDEA Food & Beverage, ha presentato il suo rebranding, il rinnovamento delle linee di prodotto e soprattutto il nuovo modello che guiderà l'azione della torrefazione. È stata espressa la volontà di rendere accessibile il caffè di qualità, trasformando il linguaggio per comunicarlo, eliminando le complicazioni di un settore troppo spesso confinato in una nicchia.

Il caffè artigianale è diventato POP: comprensibile e trasparente, pronto a raggiungere il maggior numero di tazze possibile. *"Ci siamo voluti mettere a nudo, presentare per quelli che siamo. Dimostrare alle persone che la nostra passione è contagiosa! Riuscire ad apprezzare un caffè di qualità è semplice, bastano gli strumenti giusti e sono quelli che abbiamo cercato di creare attraverso questa coraggiosa presa di posizione"* dichiara **Iacopo Bargoni** amministratore delegato dell'azienda.



“Oggi non è più possibile, e non è neanche giusto a nostro parere, erigere barriere tra i professionisti e il consumatore. Vogliamo sfamare la voglia di informazioni che le persone curiose hanno, ed aiutarle a fare delle scelte più consapevoli ed attente. Riuscire a capire la differenza tra diversi tipi di caffè non è difficile e nemmeno noioso, dipende da come viene comunicato!” aggiunge **Prunella Meschini** rappresentante della famiglia proprietaria della torrefazione e responsabile della qualità della materia prima.

Tante sono state le testimonianze, a partire da persone facenti parte del team dell’azienda, che hanno raccontato il loro prezioso contributo, per poi finire con ospiti illustri: clienti della torrefazione che hanno raccontato cosa ne pensano di questo cambiamento. Hanno infatti partecipato all’evento: Valentina Montesi ed Eleonora Bodini, titolari della caffetteria Filter Coffee Lab di Pisa, Michele Valotti chef della Trattoria La Madia a Brescia, Paolo Brunelli celebre gelatiere e cioccolatiere di Senigallia, Fotis Apostolidis dalla Grecia, AST (Authorized SCA Trainer), e Vasi Andreica dalla Romania, titolare di Anvas Coffee Company.

Una svolta votata alla comprensibilità e alla semplicità che è stata coadiuvata dall’uso di una grafica molto accattivante: colori sgargianti, forme semplici, illustrazioni emozionanti per trasmettere tutto quello che si cela dietro al caffè di qualità che questa azienda produce. Così è nata la nuova divisione in tre linee di prodotto: Di Piantagione per raffigurare il forte legame che la torrefazione ha con i produttori nei paesi d’origine; Specialty People Blends per esprimere la voglia di rappresentare più persone possibile con delle miscele adatte a tutti; e Dirompenti per riuscire ad infrangere le barriere

che separano i caffè più eccellenti dal consumatore meno esperto. A completare questa grande operazione sono stati ridisegnati completamente anche il logo e il sito dell’azienda: per chi si fosse perso la diretta o chi avesse voglia di curiosare nel nuovo design, trova tutti i materiali su www.lepiantagionidelcaffe.com