

Biepi celebra i suoi 20 anni nel segno del caffè con il rebranding di APVD

20230914094016uptown-modifiche-2023-6706ff82

[Biepi](#), sempre più indirizzata verso l'industria del caffè rispetto alle sue origini, decide di festeggiare il suo **ventesimo anniversario** con un nuovo logo commissionato all'agenzia di comunicazione **APVD**: si tratta di una raffigurazione dell'**acronimo del marchio inserito nell'immagine della tazzina di caffè**.

Proprio in questa iniziativa il caffè si unisce al design, come nei propositi del brand assecondando una vocazione naturale per un'azienda italiana, per cui **il caffè è simbolo per eccellenza del lifestyle e della quotidianità del consumatore**.

La scelta è stata attuata anche per **ribadire una presenza sempre più decisiva nel settore specifico dell'espresso**, e non più solo dei prodotti solubili come era un tempo.

Commenta a tal proposito **Sara Prezzamà**, responsabile marketing: *"Siamo nati come azienda dedicata alle macchine per caffè d'orzo e ginseng, che in pochi anni si sono diffuse nei bar e nelle caffetterie di tutta Italia. Ma non ci fermiamo qui e ora portiamo avanti il nostro sogno anche nel mondo dell'espresso"*.

Bepi, proprio in questo contesto, sviluppa proposte che spaziano dalle macchine professionali per il caffè a soluzioni per ottimizzare il servizio nel settore Horeca a tutto tondo.

A tal proposito, aggiunge il fondatore **Nicola Prezzamà**: *"Amiamo lavorare in stretta collaborazione con le aziende produttrici di caffè per adattare le nostre macchine alle specificità di ciascun cliente, con l'obiettivo di realizzare prodotti in grado di esaltare le qualità del caffè e delle bevande stesse. Le nostre macchine, infatti, vengono progettate e sviluppate all'interno della nostra azienda con materiali acquisiti localmente, garantendo prodotti finiti completamente Made in Italy"*.