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 a****dattare 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*".