Le Piantagioni del Caffè, arriva la nuova mascotte Elpy (e da gennaio spazio anche al B2C)

20251023145810dsc02557-268ff196

“Awareness for Change” . E' questo il claim scelto da Le Piantagioni del Caffè per presentare una serie di novità che il brand ha voluto lanciare in occasione dell'edizione appena conclusa di Host Milano. Si tratta del nuovo packaging monomateriale riciclabile con re-sealing e carbon neutral, dell’introduzione della mascotte Elpy, del debutto del primo Report di Sostenibilità LPDC, a cui ha fatto seguito l’annuncio dell’ingresso ufficiale nel mercato B2C a partire da gennaio 2026.

Il nuovo motto, in particolare, esprime una direzione chiara — quella di un’impresa che unisce rigore tecnico e sensibilità umana, scegliendo di parlare – attraverso la mascotte Elpy - al mercato in modo più diretto, educativo e inclusivo. Elpy, in particolare, nasce per avvicinare le persone al mondo dello specialty coffee con leggerezza e curiosità, raccontando in modo accessibile temi complessi come la sostenibilità, la tracciabilità e il rispetto per le persone e per il pianeta. In ogni pacco, Elpy parla al cliente attraverso un fumetto che racconta - caffè per caffè - come ognuno di essi sia stato selezionato per l’impatto positivo sulle persone, sulla filiera e sull’ambiente. Il packaging studiato ne è la manifestazione visiva: completamente riciclabile, carbon neutral e dotato di sistema re-sealing per garantire una migliore conservazione e una riduzione degli sprechi. «*Con Elpy possiamo dare maggior vivacità al racconto del nostro impegno in favore dell’impatto positivo sulle persone e sul pianeta* - spiega **Iacopo Bargoni**, amministratore delegato di Le Piantagioni del Caffè -. *Siamo un’azienda che crede che la consapevolezza riguardo il mondo del caffè possa essere strumento di evoluzione collettiva, ed Elpy ci aiuterà ad avere una comunicazione più avvincente e diretta su questi aspetti. Con ‘Awareness for Change’ vogliamo far capire che ogni scelta, anche quella di un caffè, può generare impatto*».

Durante la fiera è stato anche presentato il primo Report di Sostenibilità di Le Piantagioni del Caffè, un documento che raccoglie dati, azioni e obiettivi concreti legati ai tre pilastri ESG — ambiente, sociale e stile di direzione. Dalla riduzione dei consumi energetic, fino alle iniziative di welfare interno e formazione dei collaboratori, il Report rappresenta un importante passo di trasparenza e di responsabilità verso partner e consumatori. «*Questo Report è la prova tangibile del percorso che stiamo facendo per evolvere, misurare e comunicare l'impatto del nostro lavoro* - afferma **Prunella Meschini**, responsabile sviluppo sostenibile ed R&S -. *Per noi qualità significa molto più del gusto in tazza: è il risultato di scelte giuste a ogni livello della filiera. Abbiamo selezionato partner che condividono i nostri valori, monitoriamo le pratiche agricole e sosteniamo progetti che proteggono acqua e suolo. La sostenibilità non è un obiettivo finale, ma un processo continuo, e HOST è stato un'occasione straordinaria per raccontarlo*».

Il grande annuncio di Host 2025, però, è stato l'ingresso di Le Piantagioni del Caffè nel mercato B2C. Questa scelta non rappresenta un cambio di direzione, ma un'estensione coerente della missione aziendale: portare la cultura del caffè specialty anche nelle case dei consumatori, rafforzando al contempo il legame con il canale professionale. «*Aprirci al B2C significa educare e comunicare direttamente con il consumatore, non spostarci* - aggiunge Bargoni -. *Vogliamo che chi beve Le Piantagioni del Caffè a casa riconosca la stessa qualità e la stessa filosofia che trova nei bar e nei ristoranti che ci scelgono. È un modo per costruire valore condiviso tra chi serve, chi produce e chi consuma. Pensiamo così di poter avvicinare sempre più appassionati e portarli a cercare i nostri caffè nei locali nostri clienti. Inoltre, raggiungendo il consumatore a casa è più semplice e diretto raccontare tutto ciò che ruota attorno ad 'Awareness for Change'*».