

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 energetici, 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'».*