

COFFEE PLANT

JOYFUL & PLAYFUL — COFFEE PLANT rusza z kampanią wiosna–lato 2026 i premierą nowych kaw SPECIALTY EDITION

W świecie, w którym większość marek walczy dziś o uwagę przede wszystkim online, COFFEE PLANT ponownie wraca do tego, co najbardziej realne — spotkań, przestrzeni, twórczości i codziennych rytuałów wokół kawy. Tegoroczna kampania wiosna–lato 2026 powstała pod hasłem JOYFUL & PLAYFUL i rozwija kierunek komunikacyjny marki budowany konsekwentnie od czasu rebrandingu.

Nowa odsłona kampanii to seria materiałów video oraz premier nowych kaw z linii SPECIALTY EDITION SS 2026. Tym razem marka jeszcze mocniej skupia się na energii tworzenia, kolorze, codzienności ludzi kreatywnych i kawie specjalty jako naturalnym elemencie ich rytmu dnia.

Kampania, która nie udaje życia offline

W ramach kampanii powstanie sześć materiałów video prezentujących bohaterów związanych ze światem designu, sztuki i kreatywności. Wśród nich pojawiają się m.in. Malwina Regina oraz Michał Koszewski, szerzej znany jako Czuły Oprawca. Marka zapowiada również powrót dwóch bohaterów z wcześniejszych odsłon kampanii.

Każdy odcinek pokazuje inne przestrzenie i inne podejście do pracy twórczej — od pracowni i showroomów po miejskie miejsca, w których kawa staje się częścią codzienności, a nie tylko estetycznym dodatkiem do contentu.

„COFFEE PLANT jest dziś jedną z niewielu marek specjalty w Polsce, która prowadzi pełnowymiarowe sezonowe kampanie brandingowe. Od momentu rebrandingu bardzo konsekwentnie rozwijamy jedną strategię komunikacyjną — pokazujemy nasze wartości, zajawki i kawę poprzez prawdziwe historie ludzi oraz ich codzienność. Zmieniamy środki wyrazu, estetykę czy bohaterów, ale fundament pozostaje ten sam” — mówi Patrycja Ogrodnik, Head of Marketing & PR w COFFEE PLANT.

Marka od kilku sezonów buduje swoją pozycję na styku specjalty coffee, designu i kultury wizualnej. Zamiast klasycznych kampanii produktowych, COFFEE PLANT konsekwentnie zaprasza do współpracy twórców, projektantów i osoby kreatywne, które realnie funkcjonują w świecie marki.

SPECIALTY EDITION SS 2026 — kawa jako smak sezonu

Start kampanii oznacza również premierę nowych kaw z linii SPECIALTY EDITION SS 2026. W tym sezonie marka przygotowała dwa przelewy Single Origin oraz jedno espresso specjalty.

Nowe selekcje mają budować smak tegorocznego sezonu — bardziej soczysty, świeży i owocowy, ale nadal charakterystyczny dla stylu COFFEE PLANT. Jedną z głównych premier są Kenia Tegu i Rwanda Birembo — kawy pokazujące to co najlepsze w afrykańskich ziarnach do przelewów specjalty.

Kenia Tegu, to jedna z tych kaw, gdzie w filiżance pojawiają się nuty czerwonej porzeczki, brzoskwini i karmelu, wsparte wysoką, wręcz musującą kwasowością oraz charakterystycznym, lekko umamicznym pomidorowym twistem. To kawa z lepkiem, gładkim body i bardzo wyraźnym profilem smakowym, który świetnie pokazuje świeżość nowych zbiorów z Kenii.

COFFEE PLANT

Rwanda Birembo to 100% Red Bourbon z nutami mango, truskawki i kakao, o wyraźnej słodczy, średniej kwasowości i zaskakująco kremowym body. Za profil odpowiada obróbka fully washed oraz wysokie położenie plantacji i stacji myjącej Birembo.

COFFEE PLANT zapowiada również premierę nowego espresso specjalty, które — zgodnie z filozofią marki — ma pokazywać bardziej nowoczesne, soczyste i codzienne podejście do espresso.

„Podobnie jak zimą, również teraz przygotowaliśmy dedykowaną linię kaw SPECIALTY EDITION SS 2026. To dwa przelewy Single Origin oraz jedno espresso, które zostały wyselekcjonowane specjalnie pod klimat i energię tego sezonu. Chcemy pokazywać, że specjalty może być jednocześnie jakościowe, bardzo świadome produktowo, ale też lekkie, świeże i codzienne” — dodaje Patrycja Ogrodnik z COFFEE PLANT.

Cool brand z mocnym produktem

Choć COFFEE PLANT bardzo mocno rozwija warstwę brandingową i estetyczną, fundamentem marki nadal pozostaje produkt. Palarnia od lat pozycjonuje się jako jedna z najbardziej aktywnych marek specjalty w Polsce pod kątem tworzenia nowych kategorii, limitowanych linii oraz autorskich konceptów produktowych.

To właśnie COFFEE PLANT stoi między innymi za premierą jednej z pierwszych na polskim rynku specjalty stałych linii kaw niskokofeinowych LOW CAF, rozwija autorskie serie SPECIALTY EDITION i regularnie łączy świat kawy specjalty z designem, sztuką i współpracami kreatywnymi.

Marka podkreśla, że kampania JOYFUL & PLAYFUL będzie rozwijana przez kolejne tygodnie wraz z premierami nowych filmów, produktów oraz materiałów pokazujących ludzi, dla których kawa nadal pozostaje częścią prawdziwego życia — nie tylko internetowego feedu.

Materiały video z kampanii publikowane są w kanałach social media marki oraz na YouTube COFFEE PLANT.

Bo najlepsze rzeczy nadal dzieją się offline.