**Daj się zaskoczyć nową odsłoną kawiarni Tchibo**

Warszawa, 8 września 2023 – **Aby jak najlepiej odpowiadać na potrzeby Klientów, Tchibo nie tylko stale modyfikuje swoją ofertę, ale także zmienia się wizualnie. Teraz przyszedł czas na kawiarnie. Już od 8 września będzie można zobaczyć w nich odświeżone materiały komunikacyjne.**

„Bo lubię wpaść na pyszną kawę”, „bo lubię mieć wybór”, „bo lubię złapać okazję” – zawsze jest powód, aby odwiedzić kawiarnie **Tchibo** w Polsce. *–* *Chcemy, aby nasi Klienci czuli się jak najlepiej podczas wizyt w naszych salonach. Dotyczy to, nie tylko jakości obsługi, ale także działań komunikacyjnych oraz projektowania przyjaznej przestrzeni. Zależy nam, aby odwiedziny w Tchibo były ulubionym przystankiem podczas zakupów w centrach handlowych. Nowa komunikacja ma na celu pokazanie, że Tchibo to nie tylko sklep, ale także kawiarnia z aromatyczną, wysokiej jakości kawą i pysznymi ciastami* – komentuje **Joanna Chodakiewicz, Brand Manager Coffee Bar w Tchibo Warszawa.**

**Kawowa eksperckość, nowe doznania**

Zaproponowane zmiany w komunikacji to także sposób, aby podkreślić, różnorodność oferty. Każdy z salonów marki jest również strefą relaksu, w której spróbować można nie tylko kaw i napojów, ale także słodkości, deserów i przekąsek. A jest w czym wybierać – na odwiedzających Tchibo czekać będą istne „rarytasy”. Mowa m.in. o nowych smakach kaw Rarität, które przeniosą Klientów Tchibo w egzotyczną i inspirującą podróż po świecie kawy.

Wraz z nową koncepcją komunikacji Tchibo dąży także do coraz szerszego edukowania swoich dotychczasowych i nowych odbiorców. Dlatego kawiarnie Tchibo to miejsce, w którym Klienci dowiedzą się więcej o rodzajach kawy, a wykwalifikowani bariści doradzą, które ziarna wybrać i jaka metoda parzenia sprawdzi się najlepiej.

**Tchibo zmienia się dla Ciebie**

Poza sposobem komunikacji i nową nazwą, adekwatną do wrażeń i przeżyć, jakie marka chce oferować swoim Klientom, zmienia się także identyfikacja wizualna kawiarni Tchibo. Obejmuje ona: odświeżone i apetycznie zaprezentowane menuboardy, przejrzystą kartę napojów i deserów, nowe, atrakcyjne materiały graficzne, które pojawią się w kawiarniach.

Nowa koncepcja komunikacji Tchibo wypracowana została razem z Kolektywem Kreatywnym Berry, w oparciu o jakościowe badania konsumenckie. Jej wprowadzeniu będzie towarzyszyła kampania digitalowa oraz atrakcyjne konkursy. Ale to nie wszystko – wstąpcie do Tchibo i dajcie się zaskoczyć.

Kontakt dla mediów:

Gabriela Bar-Rutkowska, menedżerka ds. komunikacji korporacyjnej i odpowiedzialności biznesu Tchibo Warszawa Sp. z o.o.

Tel: +48 609 043 207, e-mail: gabriela.bar@tchibo.pl

www.tchibo.pl

www.tchibo.com/pl

www.tchiboblog.pl

O Tchibo:

Tchibo Warszawa Sp. z o.o. to spółka zależna Tchibo GmbH. Tchibo to wyjątkowy model biznesowy, łączący profesjonalną wiedzę o kawie ze sprzedażą innowacyjnych kolekcji użytkowych, oferowanych w sklepach stacjonarnych oraz w sklepie internetowym. W ośmiu krajach Tchibo prowadzi łącznie około 900 sklepów stacjonarnych, około 24 200 dedykowanych sekcji w innych sieciach oraz sklepy internetowe. W 2022 roku Tchibo wraz z 11 318 pracownikami na całym świecie wygenerowało przychody w wysokości 3,25 mld euro. Firma jest liderem rynku kawy palonej w Austrii, Czechach, Niemczech i na Węgrzech oraz jedną z wiodących firm e-commerce w Europie.

Tchibo to firma rodzinna, założona w Hamburgu w 1949 roku. Zrównoważony rozwój jest nieodłącznym elementem jej strategii biznesowej, co przełożyło się na wiele nagród, między innymi nagrodę za Etykę Korporacyjną, Nagrodę Logistyki Środowiskowej w 2012 roku oraz nagrodę CSR rządu federalnego Niemiec w 2013 roku. W 2016 roku Tchibo zostało nagrodzone w Niemczech jako najbardziej zrównoważone duże przedsiębiorstwo.