



Informacja prasowa

Warszawa, 15.07.2026 r.

Labcon odświeża wizerunek marki BLAST

Należąca do Group One agencja Labcon odpowiada za strategię komunikacji, Big Idea oraz produkcję assetów dla marki Blast. Projekt opiera się na hasle „Przekraczamy granice dobrego smaku” oraz opracowanej platformie strategicznej „Życie bez słodzenia”. Działania te wspierają repozycjonowanie brandu w kategorii napojów energetycznych i wyznaczają nowy kierunek jego komunikacji. Kampania prowadzona jest w kanałach digital, przede wszystkim na platformach Meta i TikTok, a jej celem jest odejście od utartych schematów komunikacyjnych oraz oddanie głosu młodym odbiorcom.

Punktem wyjścia dla nowej platformy komunikacji jest odświeżenie wizerunku BLAST i odejście od dominujących kodów kategorii. Marka rezygnuje z przerysowanej estetyki i narracji opartej na stereotypach, stawiając na szczerość, ironię oraz bezpośredni komentarz do codzienności. To zmiana, która przekłada się nie tylko na język marki, ale również na sposób budowania jej obecności w digitalu.

Platforma komunikacyjna „Życie bez słodzenia” z jednej strony odnosi się do produktu i obniżonej zawartości cukru w napojach BLAST. Z drugiej definiuje styl komunikacji, który rezygnuje z korporacyjnego tonu, uproszczonego i wyidealizowanego obrazu rzeczywistości oraz nadmiernie perswazyjnego języka marketingowego.

Jednym z wyróżników kampanii są stworzone od podstaw materiały wideo i fotograficzne. Obok klasycznych ujęć z planu zdjęciowego, w spotach wykorzystano kadry nakręcone w tradycyjny sposób, ale wzbogacone w postprodukcji o efekty specjalne wygenerowane przez AI. Ta kilkumiesięczna kampania ma otworzyć dla BLAST nowy etap komunikacji oparty na transparentnym i bezpośrednim przekazie.

Agencja Labcon odpowiada za realizację działań wizerunkowych i produkcyjnych: od strategicznego i kreatywnego nadzoru nad nową platformą komunikacji, przez przygotowanie finalnych assetów wideo i linii kreatywnej postów, po organizację planu zdjęciowego, wybór lokalizacji, koordynację produkcji, logistykę oraz zarządzanie harmonogramem.

GROUP ● NE

CHANGE SERVICEPLAN
HOUSE OF COMMUNICATION



grow.now
COMMUNICATIONS

HAIQ

LABCON

MEDIAPLUS
HOUSE OF COMMUNICATION

media republic

PLAN.NET TECHNEST
HOUSE OF COMMUNICATION



sales tube

SERVICEPLAN HEALTH
HOUSE OF COMMUNICATION

unmute

ValueMedia



Labcon

Labcon aktywuje marki, działając w oparciu o dwa filary: Concept Development (strategia, kreacja, creative production) oraz Advocacy (PR, influencer marketing, social media, eventy i niestandardowe aktywacje). Agencja rozwija również produkcję i adaptacje materiałów end-to-end z wykorzystaniem AI oraz rozwiązania z obszaru LLM Advocacy, które wspierają obecność marek w nowym modelu wyszukiwania i konsumpcji treści opartym na AI. Jako część Group One Labcon działa w modelu House of Communication, integrując kompetencje kreatywne, mediowe, technologiczne i analityczne oraz dostarczając kompleksowe rozwiązania 360°.

Dodatkowe informacje:

Patrycja Stanowska | Junior PR Specialist Group One
patrycja.stanowska@groupone.com.pl | +48 516 605 873

GROUP ● ONE

CHANGE SERVICEPLAN
HOUSE OF COMMUNICATION



grow.nOW
COMMUNICATIONS

HAIQ

LABCON

MEDIAPLUS
HOUSE OF COMMUNICATION

media republic

PLAN.NET TECHNEST
HOUSE OF COMMUNICATION



sales tube

SERVICEPLAN HEALTH
HOUSE OF COMMUNICATION

unmute

ValueMedia