Poznań, 6.10.2023 r.

**Jak powstała pierwsza Żabka?**

**Pierwszy sklep z charakterystycznym rysunkiem płaza na żółtym tle w logo został otwarty 14 października 1998 r. w Swarzędzu pod Poznaniem. Był to okres, kiedy na polski rynek wkraczały kolejne sieci super- i hipermarketów, masowo powstawały galerie handlowe, w których wizyty stały się sposobem na rodzinne spędzanie weekendów. Na rynku zaczęło brakować małych, lokalnych sklepów, zlokalizowanych blisko domu, ze znanym i lubianym sprzedawcą. To właśnie tę lukę miała wypełnić nowa, polska sieć.**

Pomysł okazał się strzałem w dziesiątkę – Żabka zaczęła się dynamicznie rozwijać, a w nowe milenium wkroczyła, otwierając pierwsze Centrum Logistyczne w Plewiskach. Dzięki tej inwestycji rozwój sieci znacznie przyspieszył – niecałe trzy lata później z Żabką współpracowało już 1 000 franczyzobiorców, prowadzących 1 000 placówek. W 2005 r. sieć uruchomiła pierwsze usługi – w „Zielonym okienku” klienci mogli opłacać rachunki, otrzymali również możliwość płatności kartą za zakupy. To właśnie „Zielone okienko” szeroko komunikowano w pierwszej kampanii telewizyjnej Żabki, która pojawia się w mediach w 2006 r.

W 2010 r. Żabka posiadała już ponad 2 350 placówek i stała się największą, scentralizowaną i sformatowaną siecią convenience w Europie Środkowo-Wschodniej, jednocześnie trafiając do TOP10 największych sieci handlowych w Polsce. Dwa lata później w sklepach pojawiła się strefa gastronomiczna Żabka Café, a wraz z nią do oferty trafił późniejszy król ciepłych przekąsek – hot dog oraz gorąca kawa na wynos.

W 2016 r. sieć Żabka liczyła już ok. 4 500 placówek. Zamierzając poszerzać ofertę artykułów spożywczych typu convenience, sieć rozpoczęła transformację formatu – zmienił się układ sklepów, ich wystrój, pojawiło się innowacyjne wyposażenie, nowa gama produktów, wygodne usługi oraz nowy logotyp, z którego Żabka uśmiecha się do swoich klientów. Sieć chciała być jeszcze bliżej konsumentów, dlatego rozwijała różne formaty sklepów dostosowane do specyfiki konkretnych lokalizacji i jeszcze bardziej zwiększyła tempo ekspansji.

W 2017 r. Żabka zmieniła właściciela – spółkę przejął Fundusz CVC Capital Partners. W tym czasie sieć otwierała ok. 500 sklepów rocznie i intensywnie inwestowała w nowe technologie. Trzy lata później, w 2019 r., powstała aplikacja mobilna sieci – Żappka. W ciągu dwóch miesięcy od premiery, Żappka stała się jedną z najczęściej pobieranych darmowych aplikacji w Polsce. W tym samym czasie powstała także aplikacja Cyberstore, czyli cyfrowe wsparcie dla franczyzobiorców w prowadzeniu sklepu.

**Jeszcze większa odpowiedzialność**

W 2021 r. Żabka przyjęła Strategię Odpowiedzialności (ESG) w pełni zintegrowaną ze strategią biznesową firmy. Spółka wyraziła tym samym zobowiązanie do tworzenia warunków, w których zrównoważone życie jest możliwe dla każdego i na co dzień. W tym samym roku, Żabka opublikowała swój pierwszy pełny Raport Odpowiedzialności – za rok 2020. To ważna dla firmy publikacja, która w kompleksowy sposób przedstawiła założenia Strategii ESG oraz podsumowała działania Żabki w obszarze pozafinansowym w ujęciu rocznym, zgodnie z międzynarodowymi standardami ujawnień ESG oraz poddana niezależnej usłudze atestacyjnej.

Raportując dane pozafinansowe, Żabka zaczęła wyznaczać standardy na rynku – spółka nie była bowiem zobowiązana do raportowania niefinansowego, a upublicznienie tych danych było realizacją jednej z jej głównych, wyznawanych do dziś wartości, jaką jest otwartość i związana z nią transparentność.

**Dynamiczny rozwój i powstanie Grupy**

Kolejne lata to dla Żabki okres dynamicznego rozwoju – sieć otwiera ponad 1 000 sklepów rocznie i inwestuje w unikatowe rozwiązania, które zmieniają doświadczenie zakupowe klientów oraz komfort i efektywność współpracy z franczyzobiorcami. W 2021 r. powstała Grupa Żabka, a dzięki dołączeniu do Grupy spółek Maczfit, Dietly, Żabka Jush i delio, sieć dynamicznie weszła w różne obszary cyfrowe. W dwa lata po utworzeniu Grupy, marki wchodzące w jej skład są liderami w swoich kategoriach – Maczfit i Dietly mają pozycję nr 1 na rynku cateringu dietetycznego D2C, z kolei Żabka Jush jest wiodącym graczem w kategorii q-commerce.

**Lider convenience**

Żabka spełnia obietnicę bliskości i wygody opracowując kolejne formaty sklepów, tak aby klienci mogli korzystać z jej oferty w różnych sytuacjach życia codziennego. Odpowiada też na zmieniające się potrzeby klientów w kategorii dobrego żywienia.

Z okazji 25-lecia w portfolio Żabki pojawią się aż trzy nowe unikatowe placówki, których otwarcie sieć planuje jeszcze w 2023 roku. Będą to:

* **placówka nr 10 000 w Starym Browarze w Poznaniu**, w której zastosowano najnowocześniejsze technologie zapewniające wyjątkowe doświadczenia zakupowe klientom, wspomagające pracę franczyzobiorcy i sprzedawców oraz pozwalające ograniczyć wpływ na środowisko naturalne. W sklepie tym znajdzie się m.in. dobrze znane klientom Żabki Nano nowatorskie rozwiązanie – robot Robbie, który będzie serwował kultowe hot dogi;
* **Sklep hybrydowy w Warszawie** przy ul. Wolskiej 64a, łączący tradycyjną placówkę z autonomiczną Żabką Nano;
* **Żabka Drive w podwarszawskim Piasecznie** przy ul. Puławskiej 44d, w której kierowcy – bez wysiadania z auta – będą mogli zrobić szybkie zakupy.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Żabka Polska Sp. z o.o.** jest właścicielem najszybciej rozwijającej się sieci sklepów typu *convenience* w Polsce i jednym z najbardziej dynamicznych formatów na świecie, otwierając ponad 4000 nowych sklepów w latach 2016-21. Ponad 17 milionów konsumentów mieszka nie dalej, niż 500 m od najbliższej Żabki. W ramach strategii odpowiedzialności Żabka podjęła się zobowiązań w zakresie dobrego żywienia, usług ułatwiających zrównoważone życie, rozwoju przedsiębiorczości, różnorodności i włączającej kultury organizacyjnej, ładu korporacyjnego oraz dekarbonizacji i cyrkularności. Więcej informacji o spółce Żabka Polska na: [www.zabka.pl](http://www.zabka.pl/). Informacje o Grupie Żabka można znaleźć na: [www.zabkagroup.com](http://www.zabkagroup.com). Link do Raportu Odpowiedzialności za rok 2022: <https://zabkagroup.com/pl/nasza-odpowiedzialnosc/>

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Kontakt dla mediów:**

Biuro Prasowe Żabka Polska

e-mail: [biuro.prasowe@zabka.pl](mailto:biuro.prasowe@zabka.pl)

tel. +48 514 877 509