

Jakość przewagą konkurencyjną Żabki

Grupa Żabka to rozwijający się ekosystem modern convenience, którego fundamentem jest jakość na każdym etapie łańcucha – od produkcji artykułów spożywczych marek własnych, przez ich magazynowanie i dystrybucję, na sprzedaży w sklepach kończąc. To m.in. ze starannie dobranego portfolio unikalnych marek własnych, których jakość, różnorodność i wartość dla klientów nie mają sobie równych na polskim rynku, bierze się jej przewaga konkurencyjna. Dlatego Żabka nieustannie je rozwija – tylko do końca września br. wprowadziła 110 nowych produktów. A już 22 listopada br. do asortymentu sieci trafi m.in. panini z grzybami.

– *Jako odpowiedzialna organizacja Grupa Żabka przykłada ogromną wagę do jakości i bezpieczeństwa żywności. Troska o zachowanie najwyższych standardów w tym zakresie to podstawowy element budowania zaufania konsumenta. Mamy pewność, że oferowane przez nas produkty są powtarzalne, przebadane, sprawdzone w wyniku wieloetapowej kontroli. Gwarancja najwyższej jakości powoduje, że klienci wracają do nas po kolejne produkty* – mówi Marta Urbaniak, Head of Quality & Environmental Management, Pełnomocnik ds. ISO, Żabka Polska.

„Testerzy Produktów” decydują, co dobre

Celem Żabki jest dostarczanie klientom pożywnych i wygodnych dań, przekąsek i napojów, które są gotowe do natychmiastowego spożycia lub podgrzania i których nie można nabyć nigdzie indziej. Laboratorium innowacji Żabki stale opracowuje nowe rozwiązania, rozwijając rodzinę marek własnych. Do końca września 2023 r. sieć wprowadziła do oferty już ponad 110 nowości produktowych w ramach marek własnych, czyli tyle, ile w całym 2022 r.

Wszystkie produkty marek własnych poddawane są licznym analizom sensorycznym oraz badaniom laboratoryjnym. Są też testowane przez pracowników, współpracowników i franczyzobiorców Żabki w ramach programu „Testerzy Produktów”. Testerzy dzielą się swoimi spostrzeżeniami i uwagami, które następnie są analizowane przez zespoły odpowiedzialne za rozwój i wprowadzenie produktu do sieci. Dzięki ich opiniom łatwiej jest ocenić potencjał danego produktu i podjąć decyzję o wprowadzeniu go do sprzedaży. W ten sposób pracownicy, współpracownicy i franczyzobiorcy są bezpośrednio zaangażowani w proces doboru i selekcji nowości, mają realny wpływ na to, jakie produkty trafiają na półki sklepów, oraz stają się ambasadorami marek własnych.

Jakość potwierdzona liczbami

Produkty marek własnych Żabki muszą spełnić nie tylko wymagania jakościowe wynikające z przepisów prawa, ale także te specyficzne, określone przez sieć. Ich dostawcy spełniają wyznaczone przez Żabkę standardy w zakresie bezpieczeństwa żywności oraz podlegają regularnym audytom, potwierdzającym zgodność i powtarzalność procesów produkcyjnych. Tylko w 2023 r. sieć przeprowadziła ponad 900 analiz laboratoryjnych oraz ponad 1100 ocen sensorycznych realizowanych w centrum rozwoju produktów firmy. Każdy z produktów marek własnych jest dokładnie sprawdzany i analizowany na każdym etapie łańcucha dostaw. W 2023 r. regularnym kontrolom w zakresie jakości poddawanych jest blisko 360 produktów marek własnych oraz tych z oferty Żabka Café. Produkty z każdej partii wszystkich produktów marek własnych są przygotowywane i oceniane przez wykwalifikowany zespół już w centrach logistycznych. Od



początku 2023 r. skontrolowano blisko 74 tys. dostaw produktów, a kontroli sensorycznej poddano blisko 29 tys. partii produktów, w tym blisko 10 tys. hot dogów.

Najwyższe standardy jakości w sklepach

Wszelkie działania podejmowane przez Żabkę realizowane są w oparciu o obowiązujące standardy i poddawane regularnym audytom. Sieć zapewnia swoim franczyzobiorcom szkolenia oraz opracowuje procedury, których wdrożenie i przestrzeganie w sklepach pozwala zagwarantować najwyższą jakość produktów i usług oferowanych klientom. Udostępnia im także wiele cyfrowych narzędzi, które ułatwiają zarządzanie sklepem. Przykładem jest aplikacja Asystent Żabka. Jednymi z jej najczęściej i najchętniej używanych funkcjonalności są moduł HACCP, który pomaga dbać o bezpieczeństwo żywności, optymalizuje czas pracy z dokumentacją i minimalizuje liczbę wydruków w sklepie, oraz moduł pozwalający na zdigitalizowanie procesu weryfikacji dat ważności produktów i ich przecenienia.

Promocja zrównoważonego stylu życia dzięki markom własnym

Marki własne nie tylko stanowią odpowiedź na rosnące zapotrzebowanie na określone kategorie asortymentu, ale także realizują cele Żabki w zakresie ESG. W 2020 r. Żabka zobowiązała się do podwojenia sprzedaży produktów marki własnej promujących zrównoważony styl życia do 2025 r. Dzięki podjętym działaniom, jak m.in. program reformulacji, promowanie diety roślinnej, eliminowanie oleju palmowego z produktów marek własnych, eliminacja jaj klatkowych w trosce o dobrostan zwierząt oraz wykorzystanie certyfikowanych surowców zdefiniowanych jako krytyczne w obszarze zrównoważonego rozwoju, sieć osiągnęła ten cel dwa lata przed planowanym terminem. Dlatego w 2022 r. na nowo zdefiniowała swoje podejście do dobrego żywienia. Nowe założenia obejmują promowanie produktów z wysoką oceną Nutri-Score, produktów pochodzenia roślinnego, z tzw. czystą etykietą lub oznaczeniami zdrowotnymi lub żywnościowymi zgodnie z wytycznymi UE.

Szczegółowe informacje dostępne są na stronie: <https://zabkagroup.com/pl/nasza-odpowiedzialnosc/>

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. Informacje o Grupie Żabka można znaleźć na: www.zabkagroup.com. Link do Raportu Odpowiedzialności za rok 2022: <https://zabkagroup.com/pl/nasza-odpowiedzialnosc/>

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe

e-mail: biuro.prasowe@zabka.pl

tel. +48 514 877 509