
30 sierpnia to Dzień Doceniania Franczyzy

Franczyzobiorcy są jednym z filarów polskiej gospodarki – sektor MŚP odpowiada za 45% PKB i blisko 68% wszystkich zatrudnionych w sektorze przedsiębiorstw.¹ Właśnie dlatego Żabka, lider rynku convenience w Polsce i największa sieć franczyzowa w kraju, zdecydowała się zainaugurować polski Dzień Doceniania Franczyzy, obchodzony w USA w ostatnią sobotę sierpnia. Tegoroczne święto, przypadające na 30 sierpnia, ma podkreślić znaczenie i wkład 10 tysięcy przedsiębiorców współpracujących z siecią w rozwój lokalnych społeczności.

W Stanach Zjednoczonych National Franchise Appreciation Day, czyli Dzień Doceniania Franczyzy, to wyjątkowa okazja, by podkreślić rolę lokalnych przedsiębiorców. Żabka również docenia znaczenie franczyzobiorców, którzy przyczyniają się do dynamicznego rozwoju sieci. Dziś sklepy z zielonym logo prowadzi już ponad 10 000 przedsiębiorców w całej Polsce, co czyni Żabkę największą siecią convenience w kraju i jedną z największych organizacji franczyzowych w Europie. To dowód nie tylko na atrakcyjność modelu biznesowego, ale także na istotny wpływ franczyzobiorców na rozwój lokalnych społeczności i polskiej gospodarki.

Żabka to nie tylko symbol rozwoju modelu współpracy sieci, ale także historia o determinacji i budowaniu przedsiębiorczości. W strukturach Żabki aż 65% franczyzobiorców to kobiety — to niemal dwukrotnie więcej niż wynosi odsetek kobiet prowadzących jednoosobowe działalności gospodarcze w Polsce (ponad 35%)². Wiek franczyzobiorców waha się od 18 do 78 lat, a ponad 900 z nich pochodzi z zagranicy — głównie z Ukrainy. Co trzeci prowadzi sklep ponad cztery lata, a najwięksi przedsiębiorcy są związani z Żabką od blisko 22 lat — często kontynuując karierę jako trenerzy czy eksperci sieci. Taki model wsparcia oraz wspólnota nie tylko promują samodzielność i rozwój lokalny, lecz także podkreślają wartość solidarności branżowej — trafnie rezonując z duchem amerykańskich obchodów Dnia Doceniania Franczyzy.

– Za każdym sklepem pod szyldem Żabki stoi konkretna osoba z pasją i odwagą do prowadzenia własnego biznesu. To ludzie, którzy codziennie otwierają drzwi swoich sklepów, znają potrzeby sąsiadów i budują lokalne więzi. Dziś jest ich już ponad 10 tysięcy i każdy z nich ma swoją historię o ambicji, determinacji i pracy na rzecz społeczności, w której żyje. Dzień Doceniania Franczyzy to moment, by powiedzieć im głośno „dziękujemy”, bo to właśnie oni sprawiają, że Żabka jest blisko ludzi i potrafi odpowiadać na zmieniające się oczekiwania klientów – **podkreśla Przemysław Kijewski**, Chief Operating Officer (COO) jednostki biznesowej Żabka Polska.

Historia franczyzy sięga wielu stuleci – już w średniowieczu lokalne władze przyznawały prawo do prowadzenia działalności gospodarczej, a pierwsi „franczyzobiorcy” organizowali targowiska, karczmy i punkty usługowe. Około 1160 roku angielscy królowie udzielali licencji na handel w miastach, a na kontynencie europejskim wykształciły się umowy zrzeczające rzemieślników, które zapewniały ochronę, określone standardy i wsparcie wspólnoty w zamian za lojalność. Z biegiem czasu rozwiązania te przerodziły się w element europejskiego prawa zwyczajowego, stając się

¹ Raport PAPR o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce 2024

² Polski Instytut Ekonomiczny ([LINK](#))



fundamentem dla nowoczesnych systemów franczyzowych, rozwiniętych na szeroką skalę w XIX i XX wieku.

Dziś franczyza jest jednym z filarów przedsiębiorczości i ważnym motorem rozwoju lokalnych społeczności. Według danych Polskiej Organizacji Francyzodawców z 2023 roku w Polsce w systemach franczyzowych działa około 300 tysięcy osób, a liczba nowo otwieranych placówek rośnie średnio o 6% rocznie. Co istotne, aż 80% francyzobiorców wciąż prowadzi swoje biznesy po 5 latach, podczas gdy w przypadku firm niezależnych ten wskaźnik wynosi zaledwie 20%. W strukturach Żabki widać podobną stabilność – już co trzeci francyzobiorca związany jest z siecią ponad cztery lata, a niektórzy prowadzą sklepy od ponad dwóch dekad.

Grupa Żabka to kompleksowy ekosystem convenience, którego misją jest tworzenie wartości poprzez upraszczanie codziennego życia klientów. Grupa obsługuje rosnącą liczbę konsumentów szukających wygodnych rozwiązań, promując przy tym odpowiedzialne podejście wobec klientów, francyzobiorców, dostawców oraz szeroko pojętego środowiska, w tym dbałość o zrównoważone korzystanie z produktów i opakowań.

Ekosystem Grupy Żabka obejmuje wiodącą w Polsce sieć sprzedaży detalicznej w formacie convenience liczącą ponad 11 000 sklepów działających na zasadzie franczyzy. Uzupełnia ją sieć bezobsługowych sklepów autonomicznych pod szyldem Żabka Nano, umożliwiających robienie zakupów przez całą dobę w dowolny dzień tygodnia. Grupa dysponuje również zaawansowaną, stale rozwijaną ofertą cyfrową. Należąca do niej marka Maczfit, powstała z myślą o osobach szukających zdrowej i jednocześnie wygodnej diety, dostarcza restauracyjnej jakości gotowe posiłki prosto do domu klienta, a platforma Dietly to wiodąca porównywarka dostawców cateringu dietetycznego. Działalność w zakresie internetowych zakupów spożywczych Grupa realizuje za pośrednictwem marek Jush! i Delio. W 2024 r. Grupa Żabka rozpoczęła działalność na rynku rumuńskim poprzez przejęcie spółki DRIM, lidera dystrybucji FMCG. Uruchomiła również w Rumunii nową sieć sklepów modern convenience pod marką froo.

Od października 2024 r. akcje Grupy Żabka notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe

e-mail: biuro.prasowe@zabka.pl

tel. +48 514 877 509