

---

## Prawie połowa sklepów Żabki działa w mniejszych miejscowościach

---

Żabka, lider rynku convenience, konsekwentnie rozwija swoją obecność poza największymi aglomeracjami. Już 45% sklepów pod zielonym szyldem funkcjonuje w miejscowościach liczących poniżej 60 tysięcy mieszkańców. To efekt konsekwentnie realizowanej strategii oraz programów wspierających lokalnych przedsiębiorców na każdym etapie prowadzenia biznesu.

Dla wielu przedsiębiorców kluczowym czynnikiem sukcesu jest wybór sprawdzonego modelu biznesowego. Franczyza Żabki łączy siłę ogólnopolskiej sieci z lokalnością – zapewniając standardy, wiedzę i wsparcie, a jednocześnie możliwość prowadzenia biznesu pod marką, którą konsumenci znają i której ufają. Taki model sprawdza się w mniejszych miejscowościach, gdzie wygoda codziennych zakupów idzie w parze z rozwojem lokalnej przedsiębiorczości.

Dane wskazują, że bariery między środowiskiem miejskim a wiejskim w Polsce coraz bardziej się zacierają. Według badań CBOS z października 2024 r. blisko połowa Polaków (43 proc.) chciałaby zamieszkać na wsi, a ponad 75 proc. obecnych mieszkańców wsi nie planuje przeprowadzki do miasta.

*– W rozwoju naszej sieci kluczowe jest odpowiadanie na realne potrzeby klientów i obecność tam, gdzie jesteście rzeczywiście potrzebni. Dlatego konsekwentnie budujemy sieć w całym kraju, dostrzegając duży potencjał w mniejszych miejscowościach. Obserwujemy wyraźną zmianę w postrzeganiu małych aglomeracji jako atrakcyjnej przestrzeni do prowadzenia biznesu – coraz więcej osób widzi w nich realne możliwości rozwoju. Naszą rolą jest stworzenie warunków, które pozwolą ten potencjał skutecznie wykorzystać, poprzez zapewnienie odpowiednich narzędzi, wsparcia operacyjnego oraz rozwiązań ułatwiających prowadzenie działalności niezależnie od lokalizacji – mówi Przemysław Kijewski, Chief Operating Officer w Żabka Polska.*

Model franczyzowy Żabki umożliwia rozwój działalności w różnych częściach kraju, również tam, gdzie do tej pory dostęp do nowoczesnych formatów handlu był ograniczony. Przykładem jest franczyzobiorczyni Katarzyna Biskup, która wywodzi się z Piotrkowa Trybunalskiego, a dziś prowadzi działalność w Opocznie, miejscowości blisko trzykrotnie mniejszej.

*– Przejście do mniejszej miejscowości było dla mnie dużą zmianą, ale jednocześnie szansą na rozwój. Tutaj szybciej buduje się relacje z klientami i zostaje częścią lokalnej społeczności, co pozwala lepiej dopasować ofertę i sposób prowadzenia działalności. To zupełnie inna dynamika pracy, która daje dużo satysfakcji. Dzięki wsparciu, jakie oferuje Żabka, mogłam dobrze przygotować się do tej roli i od początku skupić się na codziennym prowadzeniu działalności – dodaje Katarzyna Biskup, franczyzobiorczyni Żabki w Opocznie.*

### Systemowe wsparcie w prowadzeniu działalności

Rzeczywistość w mniejszych ośrodkach wspierany jest przez kompleksowy system programów, które ułatwiają rozpoczęcie działalności i ograniczają bariery wejścia. Wśród nich znajdują się „Auto na Start” oraz „Karta Paliwowa”, zapewniające samochód na dojazdy do sklepu dla franczyzobiorców prowadzących placówkę w miejscowości do 60 tys. mieszkańców. Program „Pakiet Relokacyjny”



oferuje wsparcie finansowe do 20 tys. zł na pokrycie kosztów związanych ze zmianą miejsca zamieszkania dla franczyzobiorców, którzy otworzą sklep Żabka w miejscowości oddalonej minimum o 70 km od obecnego miejsca zamieszkania.

Istotnym elementem przygotowania do prowadzenia działalności jest również program „Bezpieczny Start”. Trwa on od dwóch do czterech tygodni i pozwala kandydatom zdobyć praktyczne doświadczenie poprzez obsługę klientów, przyjmowanie dostaw oraz pracę z systemami informatycznymi. Dzięki temu jeszcze przed rozpoczęciem działalności mogą oni lepiej zrozumieć specyfikę prowadzenia biznesu.

Więcej informacji na stronie: [www.zabka.pl/franczyza](http://www.zabka.pl/franczyza)

---

**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, franczyzobiorców, 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 formie modern convenience działającą pod marką Żabka oraz działającą w Rumunii sieć pod marką Froo. Uzupełnia je sieć bezobsługowych sklepów autonomicznych pod szyldem Żabka Nano, umożliwiających robienie zakupów przez całą dobę w dowolny dzień tygodnia. Cała sieć na koniec grudnia 2025 r. obejmowała 12 339 sklepów.

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. Platforma Dietly to z kolei wiodąca porównywarka dostawców cateringu dietetycznego. Działalność w zakresie internetowych zakupów spożywczych Grupa realizuje zaś za pośrednictwem marek Jush! i Delio.

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

---

#### **Kontakt dla mediów:**

Biuro Prasowe

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

tel. +48 514 877 509