

---

## FOOH w Gdyni. Żabka kreatywną animacją celebruje dwa ważne jubileusze

---

Skwer Kościuszki, najbardziej reprezentacyjne miejsce i turystyczne serce Gdyni, stał się sceną wyjątkowej i kreatywnej akcji. Kultowy Hot Dog oraz Frytka Żanetka, pozując do wspólnego zdjęcia, w humorystyczny i kreatywny sposób uczcili dwa wyjątkowe jubileusze: 100-lecie miasta Gdyni oraz dołączenie do sieci Żabka 11-tysięcznego franczyzobiorcy. To innowacyjne podejście do komunikacji połączyło historię miasta, które od lat jest symbolem przedsiębiorczości i rozwoju, z sukcesem jednej z największych sieci franczyzowych w Polsce.

### FOOH z lokalnym kontekstem

W filmie bohaterowie pojawiają się w jednym z najbardziej charakterystycznych miejsc Gdyni, na Skwerze Kościuszki przy świetlnym napisie „GDYNIA”. Bohaterowie pozują do pamiątkowego zdjęcia. Hot Dog trzyma flagę z napisem „11 000. franczyzobiorca”, symbolizując dołączenie do sieci kolejnego przedsiębiorcy. Z kolei Frytka Żanetka powiewa flagą z hasłem „100 lat Gdyni”, nawiązując do jubileuszu miasta. W tym roku miasto obchodzi stulecie nadania praw miejskich, które otrzymało 10 lutego 1926 roku. Tym samym kampania łączy historię dynamicznie rozwijającego się miasta z historią przedsiębiorców prowadzących własny biznes pod szyldem Żabki.

– Wykorzystanie Fake OOH pozwoliło nam w niestandardowy sposób symbolicznie celebrować dwa ważne momenty – jubileusz Gdyni oraz dołączenie do sieci 11-tysięcznego franczyzobiorcy. Dzięki połączeniu kreatywności i technologii mogliśmy opowiedzieć tę historię w sposób lekki, budując jednocześnie zaangażowanie odbiorców – mówi Jarosław Serednicki, Marketing & Digital Director w Żabka Polska.

Kampania nawiązuje również do gastronomicznej oferty Żabki. Hot dogi od lat pozostają jedną z najbardziej rozpoznawalnych i najchętniej wybieranych ciepłych przekąsek dostępnych w sklepach sieci. Natomiast towarzysząca mu Frytka Żanetka symbolizuje rozwój oferty gastronomicznej, która stała się jednym z filarów nowoczesnego formatu convenience rozwijanego przez Żabkę.

Pomysłodawcą realizacji była agencja Public Dialog, a za koncepcję kreatywną oraz jej przygotowanie odpowiadało Studio Animacji Elomate. Film z kampanii FOOH Żabki: <https://youtu.be/BDpDNqFCyCs>

Więcej informacji: [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 spod 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 kwietnia 2026 r. obejmowała 12 800 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