
Żabka gotowa na BitterSweet Festival: strefa na festiwalu, limitowane produkty w specjalnej szacie graficznej i Chill Deal dla wszystkich

Żabka towarzyszy klientom wszędzie tam, gdzie spędzają swój wolny czas, również podczas dużych wydarzeń muzycznych. Na uczestników BitterSweet Festivalu, który odbędzie się w połowie sierpnia w Poznaniu, czeka strefa łącząca gastronomię i gamingową przestrzeń Triki. Sieć przygotowała co-brandowe produkty i specjalne opakowania na sam festiwal oraz kupony w aplikacji Żappka. Wśród wspólnych produktów znalazł się m.in. festiwalowy daszek, dostępny już teraz w wybranych sklepach w Wielkopolsce oraz w wybranych Żabkach na terenie Polski.

BitterSweet Festival to trzydniowe wydarzenie muzyczne międzynarodowej rangi, odbywające się w dniach 13–15 sierpnia w Parku Cytadela, zielonym sercu Poznania. Nie zabraknie na nim Żabki, która dzięki mobilnym formatom convenience testuje nowe rozwiązania i przenosi w plener doświadczenie znane ze sklepów.

Orzeźwiający Chill Deal i produkty w festiwalowej ofercie

Podczas festiwalu na jego uczestników będą czekać produkty znane z oferty Żabki w opakowaniach zaprojektowanych specjalnie na wydarzenie, spójnych z jego identyfikacją wizualną. Znajdą się wśród nich m.in. kawa w kubkach nawiązujących do nazwy festiwalu z hasłem: *not too bitter, not too sweet*, a także inne napoje i produkty z oferty gastronomicznej, takie jak pizza, zapiekanki czy chrupboxy. Sieć przygotowała też specjalne kupony zniżkowe, które dostępne będą dla festiwalowiczów w strefie festiwalu, którą użytkownicy odnajdą w aplikacji Żappka.

Już teraz, zanim zacznie się BitterSweet Festival, w sieci Żabka można sięgnąć po produkty marek własnych Żabki, stworzonych we współpracy z festiwalem. W ramach oferty Chill Deal w Żabce (w cenie 7,99 zł), można kupić idealny na upalne lato zestaw składający się z kubka z lodem oraz shota S! Cold Brew lub lemoniady Mocktail Wycisk Bitter&Sweet Orange Spritz o słodko-gorzkim smaku. Od 12 sierpnia w wybranych sklepach sieci, w zestawach Meal Deal będzie dostępny festiwalowy daszek wraz z hot-dogiem. To pierwszy produkt non-food stworzony przez sieć na tego typu wydarzenie, który z pewnością przyda się na słoneczne dni.

Nowe formaty i innowacje Żabki na festiwalu

Podczas BitterSweet Festival Żabka zaprezentuje swoje najnowsze mobilne formaty gastronomiczne. W strefie sieci pojawi się food truck oraz trzy mobilne punkty Żabka Café, w których będzie można spróbować festiwalowych propozycji gastronomicznych – świeżo wypiekanej pizzy, zapiekanek oraz kaw na lodzie. Nowością będą również trzy festiwalowe Coffee Bike'i obsługiwane przez profesjonalnych baristów, serwujących kawę przygotowywaną na miejscu.

Festiwalowicze będą mogli także skorzystać z innowacyjnych automatów vendingowych z napojami, zintegrowanych z aplikacją Żappka, co pozwoli na wygodne i szybkie zakupy z wykorzystaniem cyfrowych rozwiązań sieci.



Turniej gier w Strefie Triki

Uczestnicy koncertów będą mogli nie tylko skorzystać z oferty Żabka Menu, ale również odwiedzić Strefę Triki, prezentującą najmniejszy na świecie kontroler do gier mobilnych. Każdego dnia festiwalu zaplanowano 10 rozgrywek turniejowych, w których do wygrania będą m.in. kontrolery mobilne Triki i daszki. W strefie Żabki będzie można także zrobić sobie zdjęcie na tle dwustronnej ścianki z inspirującą grafiką, nawiązującą do uśmiechu, charakterystycznego dla sieci z zielonym szyldem.

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 formacie 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 czerwca 2026 r. obejmowała 13 063 sklepy.

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

tel. +48 514 877 509