

Prawie 48 mln kanapek sprzedanych w Żabce. Sieć rozszerza ofertę o kolejne nowości

Żabka rozwija ofertę kanapek marki własnej Tomcio Paluch, wprowadzając kolejne nowości. Klienci sieci mogą wybierać spośród dwóch nowych wrapów: Cezar oraz Kurczak & Pesto Dressing, a także sięgnąć po pożywne bułki Kłos, kajzerki z serkiem twarogowym czy wyjątkowe bagietki stworzone we współpracy z marką Krakus, od lat cenionej za smak i jakość szynki. Kanapki, zarówno w wersji na zimno, jak i serwowane na ciepło z pieca, niezmiennie cieszą się dużą popularnością. Od początku roku klienci Żabki kupili ich już blisko 48 mln sztuk.

Kanapki to jeden z najbardziej powszechnych codziennych wyborów żywieniowych Polaków. Sprawdzają się zarówno jako szybki i wygodny posiłek w ciągu dnia, jak i przekąska w drodze do szkoły czy na uczelnię. Badania pokazują, że aż 91 proc. respondentów przyznaje, że przygotowuje je co najmniej raz w miesiącu¹. Kanapki stają się także przekąską coraz częściej kupowaną w drodze – co trzeci Polak deklaruje, że co najmniej raz w miesiącu sięga w sklepie po ten produkt.

- Od lat rozwijamy ofertę kanapek, łącząc tradycyjne, dobrze znane kompozycje smakowe z inspiracjami smakami kuchni świata oraz rynkiem gastronomicznym. Tym samym odpowiadamy na zmieniające się trendy i oczekiwania konsumentów. Chcemy, aby każdy mógł znaleźć w naszej ofercie coś dla siebie – zarówno klasyczne, sprawdzone i dobrze znane smaki, jak i nowe, zaskakujące połączenia, które pozwalają odkrywać kanapki na nowo – mówi Jan Kisielewski, brand & innovation director w Żabka Polska.

Klasyka i nowe smaki Tomcio Paluch w ofercie Żabki

Żabka przygotowała nowe warianty kanapek marki Tomcio Paluch. Sympatycy wrapów mogą skosztować dwóch nowych rodzajów tej pełnowartościowej przekąski zawiniętej w tortillę w cenie 13,99 zł/szt. Wrap Cezar to klasyczne połączenie kurczaka, bekonu, sałaty i sosu Cezar. Z kolei Wrap Kurczak & Pesto Dressing to mix soczystego kurczaka, suszonych pomidorów, świeżej sałaty i aromatycznego sosu pesto.

W ostatnim czasie do portfolio Tomcia Palucha dołączyły dwie nowe bułki – z charakterystycznym tłoczeniem w kształcie kłosa. Wariant Jajko&Bekon to puszysta bułka z makiem, wypełniona jajkiem sadzonym, chrupiącym bekonem i solonym masłem. Z kolei Bułka Kłos z Kurczakiem łączy soczystego kurczaka w ziołach, sałatę i dodatki, a całość dopełnia bułka z paprykową posypką. Oba warianty są dostępne w cenie od 8,99 zł/szt. Coś dla siebie znajdą więc sympatycy tradycyjnych bułek, idealnych na śniadanie, pożywną propozycję w ciągu dnia lub posiłek w podróży, który równocześnie jest wartościowym źródłem białka.

Poranny głód zaspokoi ręcznie składana Kajzerka pszenno-orkiszowa 5 ziaren z kremowym serkiem twarogowym, ogórkiem, rzodkiewką, szczypiorkiem i sałatą, uzupełniona masłem solonym i będąca źródłem błonnika w cenie 6,99 zł/szt. Dopełnieniem nowej oferty jest Bagietka pszenno-owsiana w cenie 12,99 zł/szt., będąca efektem nowej współpracy w kategorii kanapek z marką Krakus. Jej

¹ Raport „Nawyki żywieniowe Polaków” agencji badawczej Minds & Roses z 2026 r



podstawę stanowi szynka eksportowa Krakus, od lat obecna w asortymencie Żabki i ceniona przez konsumentów poszukujących znanych, tradycyjnych smaków.

Prawie 48 milionów sprzedanych kanapek

Kanapki cieszą się dużym zainteresowaniem klientów Żabki – tylko w tym roku sieć sprzedała ich blisko 48 mln sztuk. Konsumenci każdego dnia wybierają różne rodzaje bagietek, kajzerek, bajgli i kanapek trójkątnych – zarówno w wersji na ciepło, jak i tradycyjnej. Prawdziwym hitem są bagietki w wersji Hot Strips i Andaluzjska oraz kanapki trójkątne – Cezar i Jajko&Bekon.

Klienci sięgają także po produkty High Protein Tomcio Paluch z wysoką zawartością białka. Często wybierają m.in. wersję z pastą jajeczną, kurczakiem pieczonym, szynką drobiową czy polecaną przez znanego szefa kuchni i ambasadora oferty gastronomicznej Żabki – Mateusza Gesslera – kanapkę z szynką z indyka, która w październiku 2025 r. wyróżniona została w konkursie „Dobry Produkt 2025” w kategorii marek własnych.

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 lipca 2026 r. obejmowała 13 159 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

tel. +48 514 877 509