Poznań, 16.11.2026

„Sukces najlepiej układa się razem” – w Żabce ruszyła siódma edycja Miesiąca Franczyzobiorcy

Żabka już po raz siódmy celebruje Miesiąc Franczyzobiorcy. Listopadowa inicjatywa łączy docenienie przedsiębiorców prowadzących sklepy pod zielonym szyldem z działaniami wspierającymi rozwój ich biznesów. W tegorocznym programie wydarzenia znalazły się m.in. szkolenia, audycje na żywo, prezentacje nowych narzędzi do zarządzania sklepem oraz konkursy z nagrodami. Zwieńczeniem miesiąca będzie Finał Miesiąca Franczyzobiorcy, zaplanowany na 25 listopada 2026 roku.

Miesiąc Franczyzobiorcy jest organizowany od 2020 roku. To okazja do podkreślenia roli przedsiębiorców, którzy każdego dnia zarządzają sklepami oraz budują relacje z klientami w całej Polsce. Tegoroczna edycja odbywa się pod hasłem „Sukces najlepiej układa się razem”. Jej program koncentruje się na praktycznej wiedzy, wymianie doświadczeń i rozwiązaniach przydatnych w codziennym prowadzeniu działalności. Ważne miejsce zajmuje w nim także wyróżnienie osiągnięć franczyzobiorców i zaprezentowanie dobrych praktyk wypracowanych w ich sklepach.

– *Siłą modelu franczyzowego jest połączenie przedsiębiorczości osób prowadzących sklepy z możliwościami, jakie daje skala całej Żabki. Naszą rolą jest przekładać tę skalę na realne wsparcie dla franczyzobiorców i tworzyć warunki do rozwoju ich biznesów. Uważnie słuchamy ich opinii i obserwacji, bo to oni na co dzień są najbliżej klientów i najlepiej znają ich potrzeby. Miesiąc Franczyzobiorców to dla nas wyjątkowy moment w roku, w którym szczególnie doceniamy ich zaangażowanie i wkład w rozwój całej organizacji* – mówi Adam Manikowski, CEO jednostki biznesowej Żabka Polska.

Praktyczna wiedza i wymiana doświadczeń

Jedną z nowości tegorocznej edycji Miesiąca Franczyzobiorcy jest „Halo Żabka”, czyli cykl codziennych audycji na żywo z udziałem przedsiębiorców zrzeszonych w sieci. Rozmowy pozwalają poznać perspektywę zarówno osób z wieloletnim stażem, jak i franczyzobiorców, którzy niedawno rozpoczęli współpracę z siecią. To przestrzeń do dzielenia się doświadczeniami oraz rozwiązaniami sprawdzającymi się w codziennym zarządzaniu sklepem. Listopadowe aktywności obejmują m.in. dodatkowe możliwości poszerzania wiedzy i rozwijania przedsiębiorczości oraz specjalne oferty od dostawców benefitów.

– *Prowadząc sklepy, często mierzymy się z podobnymi wyzwaniami, choć każdy z nas działa w innym otoczeniu i ma własny sposób zarządzania. Dlatego tak cenna jest możliwość rozmowy z innymi franczyzobiorcami i poznania rozwiązań, które sprawdziły się u nich w praktyce. Z perspektywy Rady Franczyzobiorców ważne jest również to, by zauważać codzienną pracę przedsiębiorców i pokazywać ich osiągnięcia. Miesiąc Franczyzobiorcy to szczególny czas, by docenić tę pracę oraz czerpać wiedzę z doświadczeń innych osób* – mówi Grzegorz Sikora, przewodniczący Rady Franczyzobiorców w Żabka Polska.

Aktywności i nagrody dla franczyzobiorców

Przez cały miesiąc franczyzobiorcy mogą uczestniczyć w quizach i konkursach, zdobywając punkty w miesięcznym rankingu. Program przewiduje także głosowanie na najbardziej franczyzocentryczną inicjatywę roku. W puli nagród znajdują się m.in. laptopy, rowery elektryczne i ekspresy do kawy. Zwieńczeniem miesiąca będzie Finał Miesiąca Franczyzobiorcy, który odbędzie się 25 listopada w Poznaniu. Wydarzenie to będzie okazją do spotkań, networkingu oraz podsumowania najważniejszych działań z 2026 roku, a także przedstawienia priorytetów na kolejny rok.

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 września 2026 r. obejmowała 13 403 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