

## Uwolnij swój czas

Żabka w nowej odsłonie mówi o upraszczaniu codzienności i korzyściach z tego płynących

**12 października br. Żabka uruchomi nową kampanię i pokaże swoim klientom, jak towarzysząc im w każdym momencie ich dnia, upraszcza ich życie, a tym samym uwalnia czas. Według badań to właśnie brak wolnego czasu jest dla współczesnych konsumentów jednym z najważniejszych wyzwań – barierą w realizowaniu pasji i zainteresowań, a często również źródłem stresu, frustracji i życiowego wypalenia. W odpowiedzi na to, Żabka w nowej kampanii w atrakcyjny i angażujący sposób opowiada o tym, jak dzięki swojej bliskości, dopasowanym produktom i wygodnemu procesowi zakupowemu, pomaga klientom uporać się z tym ważnym w życiu wyzwaniem.**

*– W efekcie konsekwentnej realizacji naszej strategii rozwoju w ostatnich latach, Żabka przestała być jedynie sklepem. Dziś jesteśmy kompleksowym ekosystemem convenience – oferujemy różne rozwiązania, bliskie potrzebom klientów i ułatwiające im codzienne życie. Dzięki poszerzeniu Grupy Żabka o nowe biznesy, jak Maczfit, Dietly, Żabka Jush czy Delio, klienci mogą swobodnie korzystać z naszej oferty wszędzie tam, gdzie tego potrzebują, np. odwiedzając sklepy lub zamawiając produkty z 15-minutową dostawą do domu. Będziemy wytrwale podążać tą ścieżką rozwoju, utrzymując klientów i ich potrzeby w centrum naszej uwagi – mówi Tomasz Suchański, CEO Grupy Żabka.*

Jak pokazują badania, czas wolny jest jedną z najważniejszych rzeczy w życiu ludzi. Polacy to trzeci najbardziej zapracowany naród w Unii Europejskiej.<sup>1</sup> W porównaniu do mieszkańców innych krajów UE Polacy mają prawie najmniej wolnego czasu w ciągu dnia – zaledwie 286 minut.<sup>2</sup> Aż 93 proc. Polaków przyznaje, że często brakuje im czasu na realizowanie swoich pasji i zainteresowań<sup>3</sup>. Jednocześnie dla 83 proc. konsumentów na świecie (78% w Polsce) posiadanie czasu wolnego jest źródłem szczęścia.<sup>4</sup> Dzięki Żabce każdy może uwolnić czas na sprawy naprawdę w życiu ważne – na rodzinę, pasję, odpoczynek, przyjaźnię.

*– Żabka od zawsze upraszcza codzienność milionom konsumentów. Dziś postanowiliśmy opowiedzieć o tym w otwarty i atrakcyjny sposób. „Uwolnij swój czas” to nowe pozycjonowanie marki i hasło nowej kampanii komunikacyjnej, w której pokażemy, że Żabka oferuje dużo więcej niż wygodne zakupy. Dostarczając gotowe rozwiązania, sprawiamy, że nasi klienci zyskują czas wolny, który mogą przeznaczyć na to, co jest dla nich w życiu najistotniejsze. To dodatkowy, bardzo istotny wymiar naszej odpowiedzialności i wpływu na polepszenie jakości życia naszych klientów – mówi Anna Grabowska, Wiceprezeska Zarządu ds. Strategii Konsumentckich Grupy Żabka.*

W oferowanym przez Żabkę upraszczaniu codzienności ważną rolę odgrywa czas obsługi klientów oraz precyzyjnie dopasowana do oczekiwań i potrzeb klientów oferta produktów i usług. Bliskość

<sup>1</sup> OECD (2022), Hours worked (indicator) <https://data.oecd.org/emp/hours-worked.htm>

<sup>2</sup> Esteban Ortiz-Ospina, Charlie Giattino and Max Roser (2020) <https://ourworldindata.org/time-use>

<sup>3</sup> Minds & Roses, Aug '21

<sup>4</sup> IPSOS 2020 „Global Happiness” <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-10/global-happiness-2020-report.pdf>



ponad 8700 sklepów w całej Polsce oraz popularna aplikacja mobilna Żappka ułatwiają klientom załatwianie ich codziennych spraw.

*– Upraszcza życie dzięki ofercie, innowacyjnym rozwiązaniom digitalowym i temu, że każdy ma Żabkę pod ręką. Nowe formaty pozwalają nam być coraz bliżej naszych klientów, którzy mogą liczyć na nas już nie tylko w sklepach stacjonarnych, ale również w placówkach sezonowych nad morzem, na eventach i koncertach czy na stacjach benzynowych. Rocznie otwieramy ponad 1000 sklepów w całej Polsce. Skupiamy się na wysokiej jakości produktów i usług, a także na szybkości obsługi, by zapewnić jak najwyższy komfort naszym klientom. Obecnie czas zakupów w Żabce to średnio tylko ok. 106 sekund. Chcemy te 106 sekund (od wejścia do wyjścia) zagospodarować dla nich w najwygodniejszy i najprostszy sposób, żeby doświadczenie zakupów w Żabce było wyjątkowe i jednoznacznie odróżniało nas od konkurencji – mówi Adam Manikowski, Wiceprezes Zarządu Grupy Żabka, Dyrektor Zarządzający Żabka Polska.*

### **Platforma komunikacyjna „Uwolnij swój czas”**

Nowe pozycjonowanie marki Żabka jest zawarte w haśle: „Uwolnij swój czas”, które zajęło miejsce dotychczasowego hasła „Mały wielki sklep”. Dodatkowo, w Internecie dopełnione jest ono lżejszym i bardziej humorystycznym #mamtowzabce, skierowanym do młodszego konsumenta sfery digital.

W ramach platformy stworzono reklamy w mediach tradycyjnych: telewizji, radiu, prasie i Internecie, reklamy wewnętrzne i zewnętrzne oraz w kanałach digital. Kreacje reklamowe mają nowoczesny, śmiały i emocjonalny charakter. Opierając się na afirmacji wolnego czasu, wyrażają kluczową korzyść, jaką Żabka oferuje klientom. Każda z nich pokazuje dokładnie, jaka jest rola produktów i usług Żabki w uwalnianiu czasu poprzez upraszczanie różnych aspektów codzienności („Rób to co lubisz, a my pomożemy Ci w tym co musisz”). Kampania telewizyjna startuje 12 października br. Składają się na nią spot wizerunkowy, czyli manifest, w którym Żabka zachęca do tego, aby doceniać swój wolny czas, oraz cztery spoty produktowe, których fabuła odnosi się do życiowych sytuacji, w których bohaterowie dzięki Żabce mogą robić to, co lubią.

Autorem koncepcji kreatywnej jest agencja Ogilvy. Za działania w kanałach digital i social mediach odpowiada agencja Cukier. Zakupem mediów zajął się dom mediowy SparkFoundry, a materiały BTL przygotowała agencja Just.

---

**Grupa Żabka** została utworzona na początku 2021 roku i w jej obrębie funkcjonują: Żabka Polska – największa jednostka biznesowa, skupiająca obszar handlowy, Żabka Future – odpowiedzialna za nowe inwestycje, rozwój biznesu i narzędzi technologicznych oraz Przywództwo Strategiczne – trzy zespoły odpowiedzialne za wyznaczanie kierunków rozwoju całej Grupy poprzez budowanie strategii konsumenckich, personalnych i finansowych. W skład Grupy Żabka wchodzi także firma Maczfit, lider rynku cateringu dietetycznego w Polsce oraz Dietly.pl, wiodąca platforma e-commerce w tym segmencie. Celem Grupy jest tworzenie i łączenie wygodnych i odpowiedzialnych rozwiązań w obszarze convenience, które ułatwiają klientom codzienne życie. Działania w obszarze społecznej i środowiskowej odpowiedzialności Grupa rozwija w sposób strategiczny, integrując czynniki środowiskowe, społeczne i z obszaru ładu korporacyjnego (z ang. ESG) ze strategią biznesową. W ramach strategii odpowiedzialności Grupa Żabka podjęła się zobowiązań m.in. w zakresie dobrego żywienia, usług ułatwiających zrównoważone życie, rozwoju przedsiębiorczości, różnorodności i włączającej kultury organizacyjnej, ładu korporacyjnego oraz dekarbonizacji i cyrkularności.

Link do Raportu Odpowiedzialności za rok 2021: [Raport Odpowiedzialności Grupy Żabka 2021](#)



**Kontakt dla mediów:**

Biuro Prasowe

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

tel. +48 514 877 509