

 Białystok, …. września 2019

**INFORMACJA PRASOWA**
Redakcje: wszystkie/ lokalne/branżowe
*można publikować bez podawania źródła*

**Lody można sprzedawać cały rok!**

**Jesień to dla większości lodziarni początek martwego sezonu. Ale nie wszystkie lokale świecą wtedy pustkami. Polacy chętnie sięgają po lody w kawiarniach czy na wyspach w galeriach handlowych. W chłodniejszych miesiącach ich właściciele powinni więc oferować nie tylko zimne desery.**

Przed lodziarzami niełatwy okres. Koniec sezonu dla wielu lokali oznacza spadek obrotów lub przerwę w działalności. Istnieją jednak miejsca, które sprzedają lody przez cały rok. Są to lodziarnie z częścią kawiarnianą oraz wyspy w galeriach handlowych.

W ofercie tego typu lokali akcent zostaje przeniesiony zwykle na ciasta, kawy oraz herbaty, dla których zimne desery są idealnym uzupełnieniem. Z tego powodu lodziarze coraz częściej stają się także baristami. Umiejętność parzenia doskonałej kawy staje się w tym zawodzie standardem.

– *W tym roku w naszym menu zadebiutowały dwie wyjątkowe mieszanki kaw, stworzone specjalnie na potrzeby Wytwórni Lodów Polskich „u Lodziarzy”* – mówi Magdalena Kwiatkowska, manager rozwoju sieci. – *To ziarna o korzennym oraz orzechowym aromacie, idealne do zaparzania pobudzających naparów, które w połączeniu z packą lodów stanowią połączenie idealne.*

Kawy podawane w lodziarniach nie muszą ograniczać się do standardowych propozycji w stylu espresso, cappuccino czy latte. Klienci coraz częściej oczekują bowiem napojów, których nie odtworzą samodzielnie w domu – z dodatkiem miodów, syropów, przypraw, a nawet suszonych owoców czy procentowych „wkładek”.

– *Właściciele lodziarni dobrze wiedzą, że opłaca się inwestować w szkolenia tematyczne dla swojego personelu. Przygotowywanie kawy to prawdziwa sztuka i pole dla wyobraźni, szczególnie jeśli ma się do dyspozycji zaplecze w postaci rzemieślniczych, naturalnych lodów o niespotykanych smakach* – tłumaczy ekspertka.

Lodziarnie z częścią kawiarnianą przez cały rok mają duży potencjał sprzedażowy. Funkcjonują bowiem jak tradycyjne kawiarnie z tą różnicą, że posiadają rozbudowaną ofertę zimnych deserów, które także jesienią znajdują wielu swoich koneserów. Okazuje się bowiem, że Polacy owszem, unikają lodów w chłodniejsze miesiące, ale tylko na świeżym powietrzu. W galeriach handlowych czy w przytulnych lokalach sytuacja przedstawia się zupełnie inaczej.

– *Powszechnie uważa się, że sprzedaż lodów ma charakter czysto sezonowy. To prawda, jednak pod warunkiem gdy mówimy o kupowaniu deserów z ulicy. Doświadczenia naszych franczyzobiorców, którzy prowadzą swoje biznesy przez dwanaście miesięcy, pokazują, że pogoda nie odgrywa aż tak wielkie roli w sytuacji, gdy mamy ochotę na gorącą kawę czy kawałek ciasta zaserwowany z packą zimnych lodów. Nawet jeśli za oknem jest chłodno i pada deszcz  –* przekonuje Magdalena Kwiatkowska.

Obecnie pod szyldem Wytwórni Lodów Polskich „u Lodziarzy” działa …… wsyp oraz …. lodziarnio-kawiarni. Oba modele współpracy cieszą się coraz większą popularnością, szczególnie wśród przedsiębiorców, którzy chcą rozwijać lokale także jesienią i zimą.