

Białystok, 12 marca 2020

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

**Lodziarnia to świetny pomysł na biznes rodzinny**

**Z rodziną najlepiej wychodzi się na zdjęciach? Nie tylko. Okazuje się, że prowadzenie własnej lodziarni to jeden z tych biznesów, w których pomoc bliskich może okazać się bezcenna.**

Polski biznes rodzinami stoi – potwierdzają to statystyki. Szacuje się, że od 60 do nawet 90% małych i średnich przedsiębiorstw w naszym kraju można nazwać “rodzinnymi”. Nie istnieją jednak konkretne warunki, jakie należy spełnić, aby dana firma została określona tym mianem. Faktem jest natomiast, że chętnie rozpoczynamy współpracę z bliskimi, którzy stają się naszymi wspólnikami lub pracownikami.

– *W naszej sieci biznesy rodzinne zdarzają się bardzo często. To właściwie reguła, że franczyzobiorca może liczyć na wsparcie, na przykład małżonka, rodzeństwa lub dorosłych już dzieci. Taka sytuacja jest całkowicie zrozumiała* – mówi Monika Zalewska, manager rozwoju LodyBonano, jednej z największych franczyz w Polsce i dodaje: – *Inną rzeczą jest, że branża lodowa sprzyja tego typu rozwiązaniom. Krótki, intensywny sezon może utrudniać znalezienie odpowiednich managerów, szczególnie gdy prowadzimy więcej niż jeden lokal. Wtedy pomoc ze strony zaangażowanych bliskich znacząco ułatwia rozwój firmy.*

Potwierdzają to Ewa i Krzysztof, małżeństwo z Białegostoku, które posiada dwie lodziarnie pod szyldem LodyBonano.

– *Kiedy decydowaliśmy się na franczyzę, ja prowadziłem już jedną firmę, a żona pracowała na etacie. Od początku było jednak wiadomo, że jeśli wszystko pójdzie dobrze, Ewa przejmie kierowanie drugim lokalem. Wspólnie uczyliśmy się tej branży, dzięki czemu łatwiej było nam wystartować w kolejnej lokalizacji. Z perspektywy czasu wiemy, że to była dobra decyzja* – tłumaczy pan Krzysztof.

Dlaczego przy prowadzeniu firmy wolimy polegać na rodzinie niż osobach z zewnątrz? Dużą rolę odgrywa tu motywacja – bliskim zależy na sukcesie lokalu w równym stopniu co właścicielowi. To właśnie dlatego mogą być bardziej zaangażowani w pracę, gotowi do poświęceń i posiadać większą wyrozumiałość wobec potknięć czy błędów.

Sezonowość także działa na naszą korzyść. Członkowie rodziny nie muszą bowiem rezygnować z własnego etatu czy innych zobowiązań. Pomoc w prowadzeniu lodziarni to dla nich często zajęcie dodatkowe, które niekoniecznie pochłania wiele czasu. Nie bez przyczyny sama franczyza lodowa jest tak chętnie wybierana przez osoby, które prowadzą już jedną firmę i szukają kolejnych źródeł dochodu. Szczególnie, że przy stosunkowo niewielkich kosztach inwestycji początkowej, już po pierwszym sezonie można cieszyć się zyskami.

*– Przyszłym franczyzobiorcom, którzy zastanawiają się nad poszukiwaniem wspólnika, czasami radzimy, aby rozejrzeli się wśród rodziny. To samo dotyczy sytuacji, gdy partnerzy sieci wahają się, czy poradzą sobie z zarządzaniem drugą lub trzecią lodziarnią. Nasze doświadczenia pokazują, że tego typu rozwiązania są niezwykle skuteczne i przynoszą korzyści obu stronom* – zwraca uwagę przedstawicielka LodyBonano.

Obecnie pod szyldem LodyBonano w całej Polsce działa ponad 220 lokali. Firma jest liderem franczyzy lodowej w naszym kraju. Swoim partnerom oferuje cztery podstawowe koncepty sprzedaży, których wkład własny oscyluje między kilkanaście a kilkadziesiąt tysięcy złotych. W tym roku sieć będzie świętować swoje 17. urodziny.