**Lody regionalne z żubrówką**

**Choć to może wydawać się niemożliwe, są wśród nas tacy, którzy nigdy nie próbowali lodów**

 **innych niż śmietankowe. Należą do nich przedstawiciele starszego pokolenia (50+) i...**

 **najmłodszego (10-). Pozostałe grupy wiekowe lubią czasami eksperymentować, ale też nie**

 **wszyscy. Polacy bowiem wierni są tradycyjnym smakom, choć lubią takie... „trochę**

 **podkręcone”.**

Podstawą do takiego stwierdzenia są twarde dane sprzedażowe lodziarni. W menu wszystkich bez trudu znajdziemy wspomniane lody o smaku śmietanki. Choć nie potwierdzają tego badania za rok 2017, opracowane przez firmę ARC Rynek i Opinia, z których wynika, że 2/3 klientów chodzi do cukierni, bo chce poznać nowe smaki. Najwięksi eksperymentatorzy to nastolatkowie.

*- Motywacja seniorów i kilkulatków, którzy zawsze wybierają packę śmietankowych jest jednak inna. Starsi jedzą tylko takie, bo w swoim życiu spróbowali już wszystkiego i wiedzą, co jest najlepsze, a najmłodsi, bo boją się jeść czegoś, czego nie znają - stwierdza na podstawie obserwacji Magdalena Kwiatkowska, specjalistka ds. rozwoju sieci w Wytwórni Lodów Polskich „u Lodziarzy”. - Generalnie jednak, co ma potwierdzenie w wynikach sprzedaży, Polacy najbardziej lubią lody śmietankowe, czekoladowe i truskawkowe. Zdecydowanie wolą mleczne (wybiera je pod 70 proc. naszych klientów) od sorbetów. Jadają je głównie latem, ale coraz częściej pojawiają się też na stołach podczas przyjęć o różnych porach roku.*

Faktem jest też, że Polacy przekonują się do lodów coraz bardziej. Daleko im wprawdzie do Nowozelandczyków czy Amerykanów, którzy zjadają ponad 20 litrów rocznie - nasi krajanie na razie niewiele ponad 4 litry - ale trend jest wzrostowy. Wydają też coraz więcej na mrożone desery. Przeciętny Kowalski, według danych GUS, rocznie kupuje lody za sumę prawie 50 zł, ale jak pokazują statystyki, z każdym sezonem kwota ta nieznacznie - o złotówkę, dwie - ale jednak - wzrasta. Według analiz firmy Euromonitor Intenational rynek lodów w Polsce w 2018 roku osiągnie pułap 1,82 mld. Złotych.

Producenci wabią klientów różnymi nowymi smakami: oscypka, ogórka kiszonego, pokrzywy z mleczem, ale Polacy, po zaspokojeniu pierwszej ciekawości, spróbowaniu ich raz czy dwa razy, wracają do swoich stałych preferencji.

- Nowinki lodowe są dla koneserów, mają raczej krótki żywot, choć niektóre przyjmują się na dobre, jak np. smak tiramisu czy słony karmel. Hitem sezonu 2017 okazały się czarne lody. Pewnie więc znajdą się w stałym menu - mówi Magdalena Kwiatkowska. - Nasi rodacy w kwestiach kulinarnych są

tradycjonalistami, także w przypadku lodów. I jest to zrozumiałe. W branży gastronomicznej coraz popularniejszy jest trend: jemy to co rośnie blisko, w promieniu 100 km, bo jest świeże i znamy się na hodowli czy uprawie tych produktów. Mleko, śmietana, owoce to wszystko i to pierwszej klasy, można zdobyć u polskich rolników.

Nowości w ofercie wprowadza się dla odświeżenia, dla efektu pozytywnego zaskoczenia klienta, ale coraz częściej punktem wyjścia do eksperymentów smakowych jest jednak tradycja. Lodziarze, opracowując nowe menu na najbliższy sezon letni, odwołują się do niej, ale w kreatywny sposób. Planują wprowadzić smaki regionu.

*- W Polakach rośnie poczucie przynależności do małych ojczyzn, są dumni z miejsc, z których pochodzą, chcą je promować. Wpisujemy się w ten bardzo pozytywny trend także z naszymi lodami - zapowiada Magdalena Kwiatkowska z Wytwórni Lodów Polskich. - I tak na przykład na Podlasiu będzie można spróbować lodów o smaku słynnego wigierskiego sękacza albo białowieskiej żubrówki. Ciągle jeszcze pracujemy nad tym konceptem i nie chcemy na razie zbyt wiele zdradzać, ale jeśli ktoś lubi spędzać wakacje w Polsce, to niech zajrzy do naszych lodziarni, a znajdzie tam tradycyjne smaki regionu w zaskakującej odsłonie.*