**Chwała lodom dobrej roboty!**

**Wbrew wrogiej imperialistycznej propagandzie, kolektyw lodziarzy, podczas tegorocznych targów Expo Sweet, jednomyślnie powiedział TAK wielkiemu powrotowi Lodów PRL. Gdyż to jedna z lepszych rzeczy, która kojarzy nam się z tymi słusznie minionymi czasami.**

Lody PRL po raz pierwszy w kapitalistycznej Polsce zostały zaprezentowane na targach Expo Sweet 2018, które odbyły się pod koniec lutego w Warszawie. Zaskoczenie było duże. Kiedy na innych stoiskach w najlepsze trwał wyścig w wymyślaniu jeszcze bardziej egzotycznych smaków, Lodziarz.pl, który stoi za nową marką, dobrowolnie zredukował swoją ofertę do czterech. Za to dokładnie takich jakie kiedyś, w latach PRL-u, wydawano z blaszanych baniek na mleko: mlecznych, kakaowych, truskawkowych i cytrynowych. Do tego podawanych w zapomnianym dziś wafelku tulipanku. Chętnych do próbowania było bardzo wielu, wszyscy z aprobatą komentowali: „Tak, to jest właśnie ten smak, czuć w nich od razu mleko.”

 *- Recepturę też zredukowaliśmy do tego co w lodach najważniejsze - mówi Zbigniew Garbowski, reprezentujący nową markę. - Przed premierą, zaprosiliśmy na konsultacje i degustację starych mistrzów cukiernictwa, którzy produkowali lody w latach 60. i 70. Skorzystaliśmy z ich rad i stworzyliśmy linię mieszanek, która odtwarza ten archiwalny dzisiaj smak.*

 Pomysł na Lody PRL powstał jednak głównie z myślą o współczesnych lodziarzach. Marka żartobliwie nawiązuje do socjalistycznej spółdzielczości. Zachęca do współpracy hasłem: „Niech żyje i umacnia się braterska sieć Spółdzielni Lodziarni Partnerskich”. Jakkolwiek ryzykowne wydaje się połączenie nowoczesnego biznesu z klimatami przaśnego PRL-u, kryje się pod tym nowy koncept na współpracę z istniejącymi lodziarniami, a także z przedsiębiorcami, którzy dopiero chcą w branżę zainwestować.

 *- Rynek lodziarski rozwijał się do tej pory głównie poprzez franczyzę, ale chcieliśmy dać nową alternatywę - tłumaczy Zbigniew Garbowski. - Poza wszelką dyskusją franczyza jest dobrym systemem współpracy, bo wiele oferuje, ale jednocześnie nakłada na partnera pewne naturalne ograniczenia, które mogą dla niektórych stanowić pewną barierę. Opracowany przez nas koncept mogą natomiast wykorzystać wszyscy lodziarze, i ci którzy od lat są na rynku, a chcieliby wprowadzić odświeżającą zmianę, jak również ci, którzy chcą sprzedawać dobre lody, ale bez decydowania się na szczegółowe, długoterminowe umowy.*

 Producent oferuje więc trzy modele współpracy, nazwane zgodnie z przyjętą peerelowską nomenklaturą: ludowy, robotniczy i kapitalistyczny. W pierwszej opcji wymiana usług jest najprostsza. Lodziarz kupuje dowolne ilości naszych surowców do produkcji lodów, ale nie może używać nazwy PRL. Pakiet robotniczy, bardziej rozbudowany, zakłada, że w zamian za kupno 30 kilogramów lodowej mieszanki miesięcznie, przedsiębiorca może wykorzystać w swoim punkcie branding, opracowany przez właściciela marki Lody PRL. Jest to tablica do menu, na której jak za dawnych lat, mazakiem wypisuje się dostępny produkt i jego cenę, logo, szyldy, tabliczki z socjalistycznymi hasłami, zrobione według ówczesnego wzornictwa. Trzeci wariant - kapitalistyczny jest skierowany do tych inwestorów, którzy w sezonie letnim (maj - wrzesień) zakupią 500 kg mieszanki do lodów. W zamian dostaną rabat na komponenty oraz pełen branding, (po przekroczeniu pewnej kwoty zamówienia, także zwrot kosztów jego przygotowania). Lista wszystkich spółdzielców opublikowana zostanie na stronie www.lodyprl.pl

 Lodziarze podkreślają, że jest to dla nich atrakcyjna propozycja. Przede wszystkim nie muszą rezygnować ze swojej dotychczasowej oferty, bo Lody PRL mogą sprzedawać jako dodatkowe pozycje, wzbogacając dotychczasowe menu. Poza tym formy współpracy są bardzo elastyczne, pozostawiają im dużo swobody. Bez ryzyka i większych kosztów można wziąć produkt na próbę.

 „Lodziarz.pl” wprowadził już z powodzeniem na rynek ubiegłoroczne lodowe hity: bąbel wafla i czarne lody, jest więc duża szansa, że i Lody PRL też będą sukcesem. Tak więc „Spółdzielcy z wszystkich regionów łączcie się”.