**Riksze i ice-trucki odchodzą na zasłużony urlop**

**Działo się – nie ma chyba Lodziarzy, którzy nie zgodziliby się z takim podsumowaniem kończącego się właśnie sezonu. Nowe, zaskakujące smaki, deser dla dzieci oraz aplikacja mobilna Wytwórni Lodów Polskich podbiły serca klientów i jak nigdy wcześniej rozbudziły ich apetyt na więcej.**

Wytwórnia Lodów Polskich „u Lodziarzy” rozpoczęła sezon mocnym akcentem – wprowadziła na rynek aplikację mobilną, która pozwala korzystać z kuponów rabatowych, wyszukiwać lodziarnie w okolicy oraz oceniać pojawiające się smaki. Klienci, którzy ściągnęli ją na swój telefon, nie mogli narzekać na brak promocji.

– W tym roku z naszej aplikacji mobilnej skorzystało już 19 tysięcy użytkowników, którzy zrealizowali w sumie 23 tysiące kuponów! To dla nas spory sukces. Mamy nadzieję, że w niedługim czasie stanie się ona naszym głównym kanałem do kontaktu z klientami, a dla nich samych – dużym ułatwieniem. Udowodniła to nam odbywająca się w sierpniu „Noc lodożerców”, podczas której w ciągu czterech godzin akcji aktywowano ponad tysiąc kuponów! – mówi Paulina Daniłowicz, manager rozwoju sieci.

Ale na tym nie koniec nowości. Nie ominęły one także samego menu. Tego lata klienci mogli spróbować lodów z prozdrowotnymi składnikami, np. rokitnikiem, jarzębiną, czarnuszką czy jagodą kamczacką. Nie zabrakło też propozycji dla fanów bardziej klasycznych połączeń – stąd w ofercie chałka z Nutellą, sernik z kruszonką, kokosanki z czekoladą czy kawa z ciastem francuskim w czekoladzie.

– Ponadto przygotowaliśmy lody wegańskie, produkowane na bazie napoju ryżowego. To nasza propozycja specjalna dla osób, które nie jedzą produktów odzwierzęcych, zmagają się z nietolerancją laktozy lub alergią na białka mleka krowiego – tłumaczy przedstawicielka Wytwórni i dodaje: – Oczywiście, nie zapomnieliśmy o naszych najmłodszych klientach. Wiosną w lodziarniach zadebiutował Junior, czyli deser złożony z maleńkich gałek, których smaki każdy mógł wybrać samodzielnie. Maluchy były zachwycone! Nareszcie mogły spróbować wszystkich lodów na raz.

W mijającym sezonie na mapie Polski nowe punkty Wytwórni pojawiły się m.in. w Warszawie, Gdańsku, Ustce, Białymstoku czy Poznaniu. Rozrosła się także mobilna flota, składająca się z charakterystycznych riksz oraz ice-trucków. W sumie jej przedstawicieli można było spotkać w 24 miastach, np. w Gdyni, Łodzi czy Giżycku.

– Warto zaznaczyć, że nie wszystkie lodziarnie zamykają się na jesień. Zimnych przysmaków skosztujemy jeszcze w lodziarnio-kawiarniach oraz na wyspach w galeriach handlowych. W ich menu, oprócz lodów, znajdują się także aromatyczne kawy, które w tym roku weszły do naszej oferty. To dwie mieszanki o korzennym oraz orzechowym aromacie, stworzone specjalnie na potrzeby Wytwórni. Zachęcamy więc do odwiedzania naszych lokali przez cały rok! – podsumowuje Paulina Daniłowicz.