

Smak, do którego chce się **wracać.**

Dobre lody zostają w pamięci. Smakiem owoców,
kremową konsystencją i przyjemnością, którą chce się
dzielić.

Przyjrzyjmy się temu, co buduje siłę lodów rzemieślniczych
— i jak opowiedzieć o niej językiem PavLove.

· Naturalny skład · Uważne rzemiosło · Nowe możliwości



Mała przyjemność.

Wielka rola smaku.

Rzemiosło poznaje się po pierwszej łyżeczce.

O jakości nie decyduje jedno hasło. Tworzą ją składniki, receptura i uwaga poświęcona każdej partii.

01

Smak na pierwszym planie

Wanilia, która pachnie wanilią. Owoce, których charakter czuć od razu. Dobra receptura pozwala składnikom wybrzmieć.

02

Kremowość, którą się pamięta

Proporcje, napowietrzenie i temperatura podania wspólnie budują konsystencję. Tu doświadczenie rzemieślnika naprawdę ma znaczenie.

03

Miejsce na własny charakter

Mniejsze partie dają swobodę: można pracować z sezonem, dopracowywać smaki i odpowiadać na to, co lubią goście.



Dobry smak zaczyna się od składników.

02 / NATURALNIE, KONKRETNIE

Skład, o którym dobrze się **mówi**.

Zamiast wielkich deklaracji — prosta, apetyczna opowieść o tym, co trafia do lodów.

01 Pokażcie to, co najważniejsze

Owoce, mleczna baza, orzechy czy wanilia. Nazwijcie składniki, które nadają danemu smakowi charakter.

02 Dodajcie historię pochodzenia

Jeśli za surowcem stoi sprawdzony dostawca lub wyjątkowy region, warto o tym opowiedzieć. Konkret buduje zaufanie.

03 Ułatwcie świadomy wybór

Czytelny skład i informacje o alergenach pomagają gościom wybrać lody dla siebie — bez domysłów.

Przejrzystość to więcej niż krótka etykieta: liczy się również rola i jakość każdego składnika.

Dobry smak nie bierze się z przypadku.

Za lekką przyjemnością stoi uważna praca. Warto pokazać ją w prosty, zrozumiały sposób.

01 Wszystko zaczyna się od receptury

Dobór składników i ich proporcji wyznacza smak oraz przyszłą konsystencję.

02 Czas na przygotowanie mieszanki

W bazach mlecznych pasteryzacja, chłodzenie i dojrzewanie pomagają zadbać o bezpieczeństwo i strukturę.

03 Mrożenie, które tworzy kremowość

Kontrolowane mrożenie z mieszaniem pozwala uzyskać drobne kryształki lodu i odpowiednie napowietrzenie.

04 Ostatni szlif: podanie

Właściwe przechowywanie i temperatura serwowania pozwalają wydobyć to, co w danym smaku najlepsze.

Ogólny schemat rzemieślniczej produkcji lodów; szczegóły zależą od receptury i technologii.



Doświadczenie, którego nie widać.

Różnica, którą czuć.

Klasyka daje pewność. Nowość budzi ciekawość.

Nie trzeba podążać za każdą modą. Warto wybierać pomysły, które pasują do charakteru marki i dają gościom powód do kolejnej wizyty.

SMAK SEZONU

Małe premiery. Wielka przyjemność odkrywania.

Truskawka w swoim czasie. Malina, gdy smakuje najlepiej. Krótkie serie mogą zmienić sezonowość w rytuał, na który się czeka.

Pomysł: [kalendarz sezonowych smaków ↗](#)

PRZYJEMNOŚĆ PREMIUM

Znane smaki, wyjątkowy charakter

Pistacja, dobra czekolada czy wanilia nie potrzebują wielu dodatków. Warto wydobyć jakość surowca i opowiedzieć, co czyni go wyjątkowym.

WIĘCEJ MOŻLIWOŚCI

Roślinne, pełne smaku

Sorbety i kremowe receptury roślinne mogą otworzyć ofertę na nowe preferencje. Zaczynajcie od smaku, który obroni się sam.

UWAŻNY WYBÓR

Mniej cukru? Najpierw dobry smak.

Warto testować receptury o zmienionej zawartości cukru, dbając o konsystencję. Deklaracje na etykiecie powinny wynikać ze składu i spełniać wymagania.

CAŁE DOŚWIADCZENIE

Liczy się także to, jak podajecie

Estetyczny kubeczek, wygodne opakowanie na wynos i spójna komunikacja dopełniają przyjemność. Każdy detal opowiada o marce.

Rynek daje przestrzeń. Marka daje powód do wyboru.

Skala rynku pokazuje potencjał kategorii. Dla PavLove najważniejsze jest to, jak zamienić zainteresowanie lodami w przywiązanie do konkretnego smaku i miejsca.

WARTOŚĆ RYNKU W POLSCE

5,4 mld zł

Wartość sprzedaży lodów w okresie
marzec 2024 – luty 2025.

NielsenIQ · dane opublikowane w 2025 r.

ZMIANA WARTOŚCI SPRZEDAŻY

+16%

Wzrost rok do roku w tym samym okresie.
Dotyczy wartości, nie liczby sprzedanych porcji.

NielsenIQ · rynek lodów w Polsce

PRODUKCJA W POLSCE

298 mln l

Lodów wyprodukowanych w 2024 r.
Polska wśród największych producentów UE.

Eurostat · produkcja przemysłowa, 2024

WNIOSEK DLA PAVLOVE

Nie trzeba być marką dla wszystkich.
Warto być tą, do której wraca się z przyjemnością.

Dane za lata 2024–2025; opisują całą kategorię, nie wyniki PavLove ani wielkość segmentu rzemieślniczego.

Zamieńmy jakość w dobrą opowieść.

Trzy kierunki, które warto wspólnie dopracować. Każdy wychodzi od produktu i prowadzi do doświadczenia gościa.

01 / POKAZAĆ

Niech składniki mówią za Was.

Przy wybranych smakach pokażcie główny składnik, jego pochodzenie i jeden detal receptury. Krótko, konkretnie, apetycznie.

POMYSŁ NA KOMUNIKACJĘ

„Co sprawia, że nasza pistacja smakuje właśnie tak?”

02 / ZACIEKAWIĆ

Dajcie powód do kolejnej wizyty.

Zaplanujcie małe premiery smaków i zapowiedzcie je z wyprzedzeniem. Zaproście gości do próbowania i dzielenia się opinią.

POMYSŁ NA KOMUNIKACJĘ

„Nowy smak, nowa mała przyjemność. Spróbujcie i dajcie znać.”

03 / ZBLIŻYĆ

Pokażcie ludzi stojących za smakiem.

Krótkie historie z pracowni i codzienne wybory rzemieślników budują bliskość. To one nadają marce własny głos.

POMYSŁ NA KOMUNIKACJĘ

„Zajrzyjcie z nami za kulisy. Tu zaczyna się Wasza ulubiona gałka.”

NA DOBRY POCZĄTEK

Jeden wybrany smak. Jedna autentyczna historia.
Spójnie na stronie, w lokalu i w social mediach.

Wy tworzycie smak. My pomożemy o nim opowiedzieć.

Połączmy charakter PavLove z komunikacją, która budzi apetyt — i narzędziami, które ułatwiają codzienną pracę.

Zacznijmy od rozmowy o Waszych priorytetach. Wybierzmy jeden obszar, w którym dobrze zaprojektowane rozwiązanie przyniesie Wam najwięcej korzyści.

Porozmawiajmy o współpracy ↗

info@senuso.com / +48 607 765 876



Dobry produkt zasługuje na dobrą opowieść.

Przygotowane dla PavLove
Senuso Verte Sp. z o.o. · 23.09.2026

Źródła i informacje o opracowaniu

Dane rynkowe: NielsenIQ (publikacja 06.2025, okres III 2024–II 2025); Eurostat (produkcja lodów w 2024 r.). Wzrost wartości sprzedaży nie jest równoznaczny ze wzrostem wolumenu.

Kontekst branżowy: formul.io (2025), Reluctant Gourmet, WorldFood Poland, DairyReporter, GreyB (2026). Wnioski i propozycje komunikacji są rekomendacjami Senuso, a nie potwierdzonym opisem receptur, dostawców ani planów PavLove.

Ilustracje: grafiki mają charakter ilustracyjny — zostały wygenerowane i nie dokumentują produktów ani pracowni PavLove.