

Białystok, 23 września 2019 r.

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

**Wow! Makarun w Kalifornii**

**Fashion Island to jedno z popularniejszych centrów handlowych w Orange County, a dokładniej w Newport Beach w Kalifornii - kultowe, z tradycjami, zawsze pełne ludzi. Od 20 września swój punkt ma tam także polska sieć franczyzowa - Makarun.**

Inwestorów ze Stanów Zjednoczonych udało się właścicielom marki pozyskać dzięki wypracowanej międzynarodowej sieci biznesowych kontaktów. Nie bez znaczenia było też, szeroko komentowane  
w branży, wejście Makaruna na sztuczną wyspę - Palmę Jumeirah w Dubaju, zaliczaną do najbardziej prestiżowych miejsc na świecie.

*- Naszymi amerykańskimi franczyzobiorcami są Polacy, którzy od ponad dwóch dekad mieszkają w Stanach. Wcześniej prowadzili biznes gastronomiczny o innym profilu – cukierniczy. Teraz szukali rokującego konceptu, który zapewniłby im sukces na większą skalę, z możliwością rozwoju franczyzy i zgłosili się do nas* - mówi Przemysław Tymczyszyn współwłaściciel sieci.

Beata i Piotr Marcinek, bo tak nazywają się inwestorzy z Kalifornii, przyjechali w kwietniu do Polski, by lepiej poznać markę, spróbować makarunowych dań i omówić warunki finansowe. Ich decyzja była szybka. Już po pierwszym dniu wizyty powiedzieli:

*- Wow! Robimy to!*

Następnie w maju doszło do podpisania umowy franczyzowej w USA, a od czerwca ruszyły procedury uruchomienia Makaruna za oceanem. Odbyły się testy produktów, zmodyfikowano menu tak, by spełniało oczekiwania amerykańskich klientów. Nowością jest m.in. wprowadzenie bardzo popularnej w Stanach Zjednoczonych pasty z cukinii czy Mac and Cheese. Dania testowała około 20 osobowa grupa specjalistów z branży. Włosi, którzy też się w niej znaleźli, byli zaskoczeni,   
że tak wysokiej jakości pastę można przygotować w 3 minuty w formie fast food. Makarun zdał egzamin z wyróżnieniem.

Lokal w Newport Beach ma ponad 70 m. kw. powierzchni. Uruchomiony został w formule specjalnie zaprojektowanej do food courtów w centrach handlowych. Marka wprowadziła ją do swojej oferty franczyzowej w ostatnim roku wraz z totalną zmianą designu. Jest to funkcjonalna i bardzo estetyczna lada wydawnicza, gdzie zamówienie realizowane jest na oczach klientów. Podobny model sprawdzony był uprzednio w polskich warunkach np. w Gliwicach w Galerii Forum oraz w Lublinie w Galerii Vivo, gdzie z powodzeniem działają od tego roku.

- *California to piąta gospodarka świata, zaistnienie na tym rynku to dla sieci naprawę duża rzecz* – przyznaje Przemysław Tymczyszyn. – *Nasi amerykańscy partnerzy podpisali z nami plan rozwoju sieci, dzięki któremu będą w stanie uzyskać wyłączność na Kalifornię oraz możliwość sprzedaży franczyzy na rynku lokalnym na zasadzie masterfranczyzy, są przekonani, że znajdą inwestorów chętnych do prowadzenia naszych spaghetterii w USA.*

Pod marką Makarun działa blisko 30 lokali w 17 miastach w Polsce. Już w przyszłym tygodniu otwarcia Makaruna w Pile, a następnie w Dubaju. Wtedy makarunowych past będzie można skosztować już na trzech kontynentach. Marzenia właścicieli o tym, by Makarun stał się międzynarodowym koncernem stają się więc coraz bardziej realne.