**Polski Makarun wyruszył na podbój Europy**

**Po niewątpliwym sukcesie, jaki udało się osiągnąć na rodzimym rynku, sieć franczyzowych spaghetterii Makarun rozpoczyna ekspansję zagraniczną. Pierwszym krokiem na tej drodze jest nowo otwarty lokal w Niemczech. Jak jednak zdradzają przedstawiciele marki, to dopiero początek, a pojawienie się w Europie kolejnych tego typu punktów z makaronem na wynos jest tylko kwestią czasu.**

Sieć Makarun Spaghetti and Salad na polskim rynku obecna jest od dokładnie 5 lat. Pierwszy lokal pod tym szyldem otwarty został w maju 2012 roku w Krakowie i bardzo szybko zyskał uznanie w oczach klientów.

­- O naszym sukcesie w dużej mierze zadecydował sposób, w jaki realizowaliśmy sprzedaż. Od samego początku postawiliśmy bowiem na formułę „to go” – nasze dania serwowane były w charakterystycznych kubeczkach, co pozwalało zabrać je ze sobą dosłownie wszędzie – opisuje Przemysław Tymczyszyn, jeden z twórców marki.

To w połączeniu z najwyższej jakości makaronami, bogatą ofertą sosów i atrakcyjną ceną sprawiło, że Makarun w krótkim czasie stał się – szczególnie wśród studentów - niezwykle popularną marką.

Jej twórcy nie zamierzali jednak spoczywać na laurach i rozpoczęli prace nad budową ogólnopolskiej sieci. Efektem tego jest 19 punktów działających dziś na terenie całego kraju. W ostatnim czasie otwarty zaś został pierwszy lokal zagraniczny – umiejscowiony w galerii handlowej Mundsburg Center w Hamburgu w Niemczech.

­*- Wybór naszych zachodnich sąsiadów był rzecz jasna nieprzypadkowy. Wpływ na to miało kilka czynników. Przede wszystkim zgłosili się do nas partnerzy, którzy urzekli nas nie tylko swoim zaangażowaniem, ale również bardzo dużą znajomością tamtejszych realiów – mówi przedstawiciel Makarun’a.*

I dodaje: *Nie bez znaczenia był również fakt, iż mamy w tym wypadku do czynienia z bardzo atrakcyjnym, choć wymagającym rynkiem, z dość silną konkurencją. Do tego dochodzi także geograficzna bliskość, co pozwoliło nam zredukować koszty związane z logistyką.*

Lokal Makarun w Hamburgu działa na zasadach franczyzy. Prowadzi go dwóch biznesmenów z doświadczeniem w branży kosmetycznej i odzieżowej.

Jak przyznają twórcy marki, odniesienie sukcesu na rynkach zagranicznych z całą pewnością nie będzie proste. Ich zdaniem jest jednak o co walczyć – w Europie wciąż brakuje bowiem konceptu typu fast food, w którym serwowane byłyby makarony na wynos w stosunkowo niskiej cenie.

­*- Wiemy, że pojawienie się konkurencji jest tylko kwestią czasu. Z tego też powodu stawiamy na dynamiczny rozwój – chcemy wykorzystać nasz potencjał i w stosunkowo krótkim czasie skraść serca i podniebienia mieszkańców innych krajów. Do działania mocno motywuje nas również pozytywny odbiór naszej oferty wśród potencjalnych partnerów. Chęć nawiązania współpracy wyraziło już ponad 100 potencjalnych kontrahentów z zagranicy – wyjaśnia Przemysław Tymczyszyn.*

Otwarcie kolejnych lokali jest zatem tylko kwestią czasu. Przedstawiciele sieci póki co nie zdradzają następnych lokalizacji. Zaawansowane rozmowy na ten temat już jednak trwają i wszystko wskazuje na to, że nowa spaghetteria z szyldem Makarun pojawi się w Europie jeszcze w tym roku.