**Makarun mnie przekonuje**

**Początkujący przedsiębiorcy często obawiają się zainwestowania w marki gastronomiczne, gdyż jest to biznes dość wysokiego ryzyka. Rozwiązaniem dla nich może być skorzystanie z ofert franczyzowych, które ułatwiają organizacyjnie i marketingowo wiele kwestii, a ponadto oferują sprawdzony produkt. Makarun Spaghetti and Salad jest nie tylko największą siecią spaghetteri w Polsce, a także marką z największą dynamiką rozwoju. Posiada ponad 30 lokali w największych miastach Polski. W lutym firma uruchomiła drugi punkt w Poznaniu, w marcu powstanie tam trzeci. Poniżej rozmowa o początkach w makarunowym biznesie z Jakubem Giefingiem, franczyzobiorcą sieci Makarun Spaghetti and Salad z Poznania.**

**Pierwsze tygodnie po otwarciu lokalu bywają decydujące. Jakie są Pana wrażenia i czy początek dobrze rokuje?**

Jakub Giefing: Poszło dobrze! Nawet lepiej niż się spodziewałem, otwierając lokal na placu budowy. Trwa właśnie wielki remont ul. Świętego Marcina, przy której 15 lutego, uruchomiliśmy punkt Makaruna, a mimo to na otwarcie przyszło sporo ludzi i jeśli utrzyma się dotychczasowa frekwencja, czyli będziemy wydawać około 100 dań dziennie, to powinniśmy wyjść na swoje, a nawet zarobić.

**Dlaczego zdecydował się Pan na taką lokalizację?**

Ponieważ poza ewidentnymi minusami: remont, utrudniona reklama zewnętrzna, czasowo mniejszy ruch, ma też swoje niezaprzeczalne plusy. Do końca trwania przebudowy ulicy, czyli do marca 2019 roku, płacimy o połowę mniejszy czynsz! Obok działają lokale o podobnym profilu biznesowym, ale serwujące zupełnie inne dania, więc mam nadzieję, że powstanie tu strefa dobrej, niedrogiej kuchni i mimo płotu, wieści o niej szybko się rozejdą wśród miejscowych. Poza tym, to główna ulica Poznania. 20 lat temu była miejskim deptakiem i po rewitalizacji, znowu ma nim być. Spodziewam się więc, że wróci tu dawny ruch, Święty Marcin zacznie tętnić życiem, a ja i moi współpracownicy na tym skorzystamy. Jestem poznaniakiem, wiem gdzie ludzie tu chodzą, co lubią, czym się kierują. Postawiłem na tę lokalizację, a Makarun oszacował wszystko bardzo starannie i zgodził się ze mną, że da się tu zarobić.

**Ile trwały przygotowania do otwarcia lokalu i co okazało się największym problemem?**

Pracowaliśmy przez dwa miesiące, czasami naprawdę od rana do nocy. Najtrudniejsza okazała się papierologia, załatwienie wszystkich formalności, projektów, pozwoleń. Prowadziłem wcześniej mniejsze punkty gastronomiczne i wiedziałem co mnie czeka, a mimo to bywało ciężko. Muszę oddać sprawiedliwość, że ludzie z Makaruna - Agnieszka i Karol, uczestniczyli w przygotowaniach nie tylko teoretycznie, ale też praktycznie. Po prostu pomogli mi załatwić wiele spraw.

**Dlaczego zainwestował Pan właśnie w Makarun?**

Mam pewne doświadczenie w gastronomii. Chciałem zainwestować w tę branżę, w coś co mnie przekonuje. Wybrałem Makarun dlatego, że jakość dań, jakie oferuje jest adekwatna do ceny. Karta nie jest przekombinowana, to proste, smaczne jedzenie. Gdybym był „na mieście”, miał wiele spraw do załatwienia i chciał coś szybko zjeść, poszedłbym do Makaruna. Oczywiście sprawdziłem też oferty innych kulinarnych sieci franczyzowych. Niektóre życzyły sobie jakichś absurdalnych pieniędzy. Rozmawiając z Makarunem wiedziałem za co płacę, skąd biorą się koszty.

**Jakie to koszty i kiedy spodziewa się Pan ich zwrotu?**

Zainwestowałem w otwarcie lokalu 130 tys. zł. Do końca przebudowy ulicy spodziewam się raczej niewielkich zysków, ale mam nadzieję, że jak runie płot, to nadejdzie czas żniw. W wersji optymistycznej stanie się to za dwa lata, w pesymistycznej za trzy. Tak czy siak, wierzę, że się uda.