



i'm lovin' it®

McDonald's Polska w 2007 r. obchodził 15 rocznicę swojego istnienia w Polsce. 2 lata wcześniej, w 2005 r., półwiecze istnienia obchodziła cała korporacja. W kwietniu 1955 r. Ray Kroc, sprzedawca-wizjoner, otworzył własną restaurację na przedmieściach Chicago. Ten moment uznaje się za początek korporacji McDonald's. Od tej pory sieć rozwijała się w imponującym tempie. Dzięki jakości produktów, dogodnej lokalizacji obiektów sieci oraz łatwości korzystania firma osiągnęła pozycję lidera w branży gastronomicznej, a jej logo – Złote Łuki stało się jednym z najlepiej rozpoznawanych na świecie.

Oferta i wartości

McDonald's to sieć restauracji szybkiej obsługi, oferująca głównie hamburgery, frytki, sałatki i desery. Ray Kroc budował markę w oparciu o proste zasady: jakość,

obsługę, czystość i wartość. McDonald's do przygotowywania oferowanych produktów stosuje surowce najwyższej jakości, pochodzące tylko od sprawdzonych, lokalnych dostawców. Aby zapewnić klientom informa-

cje, pozwalające na podejmowanie właściwych decyzji żywieniowych, firma wprowadziła szczegółowe tabele z wartościami odżywczymi sprzedawanej żywności.

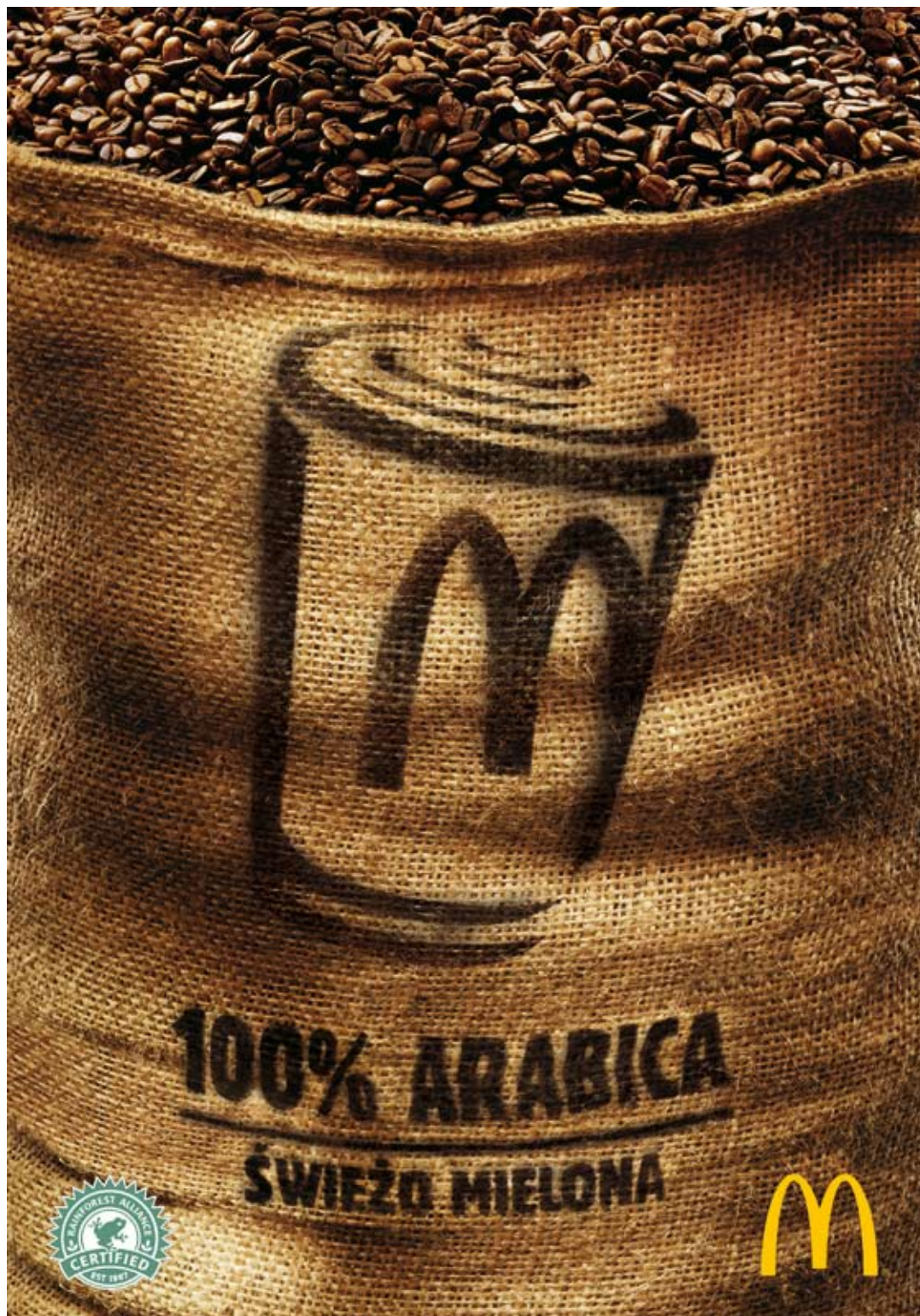
Menu staje się coraz bogatsze i zróżnicowane. W ofercie pojawiają się kolejne rodzaje sałatek, kanapki z kurczakiem, jogurty i świeże owoce. Ostatniej zimy, dla miłośników białego szaleństwa McDonald's przygotował dwie nowe kanapki: tatrzańską i alpejską.

Zmiany dotyczą również zestawów dziecięcych Happy Meal. Od niedawna w składzie każdego zestawu dziecięcego znajduje się np. jabłko.

W 2006 r. sieć restauracji, jako pierwsza firma działająca na skalę ogólnopolską, zainicjowała akcję wakacyjnej pracy dla młodocianych (osób w wieku 16–18 lat). Ten popularny na Zachodzie sposób zdobywania środków na naukę czy wakacyjne wyjazdy w naszym kraju nie jest jeszcze rozpowszechniony, głównie ze względu na surowe wymogi prawa pracy. Restauracje McDonald's tworzą środowisko pracy odpowiadające tym wymaganiom, dzięki czemu w sezonie wakacyjnym zatrudnienie znalazło w nich około 1500 nastolatków.

McDonald's przykłada dużą wagę do społecznego otoczenia prowadzonego biznesu. Stąd doniosła rola działań charytatywnych. W 1984 roku w USA została utworzona światowa fundacja Ronald McDonald House Charities (RMHC), której misją jest tworzenie, wspieranie i realizowanie programów pomagających dzieciom żyć w zdrowiu i pomyślności. Z myślą o pozyskaniu środków na cele charytatywne co roku odbywa się globalna akcja pod nazwą Światowego Dnia Dziecka McDonald's. Przypada on na 20 listopada. W Polsce, dzięki ofiarności gości McDonald's, każdego roku udaje się zebrać kilkaset tysięcy złotych, które trafiają do polskiego oddziału RMHC – Fundacji Ronalda McDonalda.

Fundacja ta powstała w kwietniu 2002 r. Ogromna część jej przychodów to efekt ofiarności gości restauracji McDonald's. We wszystkich lokalach sieci w Polsce znajdują się skarbonki, do których każdy może wrzucić datek i w ten sposób wspomóc działania służące chorym dzieciom. Fundacja prowadzi ogólnopolski program szkoleń dla lekarzy rodzinnych „NIE nowotworom



u dzieci”. Zadaniem programu jest uzupełnienie wiedzy lekarzy na temat wczesnego wykrywania chorób nowotworowych u dzieci. Do tej pory w szkoleniach wzięło udział blisko 1500 lekarzy. W listopadzie 2005 roku odbyła się premiera specjalistycznego ambulansu (Ronald McDonald Care Mobile Unit) – pierwszego tego typu pojazdu w Europie. Uroczystość została uświetniona obecnością Księżnej Yorku Sarah Ferguson. Ambulans jest wykorzystywany w akcji profilaktycznych badań ultrasonograficznych u małych dzieci. W ciągu 2 lat trwania programu przebadano ok. 5000 dzieci. Blisko 200 z nich otrzymało skierowania do dalszych konsultacji medycznych. Ambulans pełni też funkcję mobilnej stacji krwiodawstwa.

Innowacje i promocje

Strategia firmy na najbliższe lata zakłada modernizację dużej części obiektów w Polsce. Restauracjom nadawany jest nowoczesny, a jednocześnie ciepły i przyjazny wygląd.

Ważną inicjatywą firmy jest umieszczanie na opakowaniach produktów tzw. wskaźników dziennego zapotrzebowania. Jest to nowatorskie podejście do kwestii informowania o walorach odżywczych oferowanej żywności,

które McDonald's zastosował jako pierwsza firma w branży. Z odpowiednich wykresów klient może dowiedzieć się o wartościach odżywczych produktu oraz jaką część dziennego zapotrzebowania na nie zaspokaja, jedząc dany produkt. Dodatkowo na specjalnie przygotowanej stronie internetowej www.mcdonaldsmenu.info udostępniony został kalkulator, który pozwala ustalić indywidualne potrzeby żywieniowe.

McDonald's to jeden z największych sponsorów igrzysk olimpijskich. W 2004 roku firma ogłosiła kontynuację współpracy z Międzynarodowym Komitetem Olimpijskim do roku 2012. McDonald's jest także jednym z 15 oficjalnych sponsorów i partnerem Mistrzostw Świata FIFA.

Z okazji Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej Niemcy 2006 McDonald's zorganizował program Dziecięca Eskort (Players Escort), służący wybraniu dzieci, które wyprowadzały piłkarzy reprezentacji narodowych na murawę stadionów. W naszym kraju miał on postać ogólnopolskiego konkursu plastycznego dla dzieci w wieku od 6 do 10 lat, w którym główną nagrodą był wyjazd w towarzystwie rodzica lub dorosłego opiekuna do Dortmundu na mecz Polska–Niemcy. Nagrodzonych zostało 11 dzieci. Finałowe prace konkursowe

oceniało jury pod przewodnictwem znanego rysownika Henryka Sawki. Ambasadorem programu był Artur Boruc, bramkarz Celticu Glasgow i reprezentacji Polski. Program Dziecięca Eskort zostanie ponownie zorganizowany przy okazji Mistrzostw Europy w Austrii i Szwajcarii w 2008 r.

Ważnym programem, służącym przybliżeniu odbiorcom jakości i bezpieczeństwa żywności, są Dni Otwarte w restauracjach McDonald's. Organizowane dwa razy do roku weekendowe dni otwarte przyciągają za każdym razem 20–30 tysięcy zwiedzających, którzy mają okazję poznać zazwyczaj niedostępne zaplecze restauracji, zasady zapewniania jakości i bezpieczeństwa żywności oraz przyrzeć się sposobom jej przygotowywania.

Kontekst rynkowy

McDonald's Polska funkcjonuje w branży o dużym nasyceniu konkurujących ze sobą firm. Są to zarówno międzynarodowe sieci restauracji, jak i małe lokale, specjalizujące się w serwowaniu najróżniejszych



To, czego nie wiedzieliście

★ McDonald's po raz pierwszy został oficjalnym sponsorem igrzysk olimpijskich podczas Olimpiady w Montrealu w 1976 r., a w 1996 r. podczas igrzysk w Atlancie po raz pierwszy restauracje McDonald's zostały otwarte w wiosce olimpijskiej.

★ W Polsce kilkakrotnie ustanowiono światowy rekord liczby transakcji w dniu otwarcia restauracji McDonald's. Np. w 1992 r. w Warszawie – 13 304 i w 1993 r. w Gdańsku – 13 421.

★ Ponieważ w Indiach krowy uważane są za zwierzęta święte, do produkcji hamburgerów McDonald's nie używa tam wołowiny. Big Maca zastępuje więc słynny Maharaja Mac z baraniną.

produktów: pizzy, hamburgerów, sałatek, dań kuchni polskiej, chińskiej czy tureckiej. Około 17 proc. rynku tego sektora gastronomii przypada w udziale sieciom restauracji szybkiej obsługi. Dzięki połączeniu wysokiej jakości produktów, szybkiej i miłej obsługi, czystych, przyjaznych wnętrz, dynamicznego marketingu w punktach o dużym natężeniu i lokalizacji ruchu McDonald's zajmuje wśród nich pozycję lidera. Dotyczy to zarówno liczby obiektów, jak i procenta klientów, wybierających usługi firmy (57 proc.).

Każdego dnia 213 restauracji obsługuje łącznie około 350 tysięcy gości. Do dziś McDonald's zainwestował w kraju ponad 700 milionów złotych. Liczba zatrudnionych pracowników to 10 tysięcy. W 2007 r. przychód netto spółki McDonald's Polska ze sprzedaży towarów i usług wyniósł ponad 772 mln zł.

Osiągnięcia i perspektywy

McDonald's to największa na świecie sieć restauracji szybkiej obsługi. Obejmuje ona ponad 30 000 restauracji, każdego dnia obsługujących blisko 50 milionów osób w ponad 100 krajach. Wartość marki McDonald's szacuje się na 26 mld dol. W ostatnich latach jej udana rewitalizacja przeprowadzona w oparciu o strategię Plan to Win zaowocowała wzrostem sprzedaży na większości rynków. Specjaliści z branży i środowiska biznesowe doceniają jej siłę oraz jakość świadczonych usług. W 2006 r. firma Interbrand sklasyfikowała McDonald's na 9. miejscu w rankingu najbardziej wartościowych marek świata.



1968 Pojawia się najstynniejsza kanapka świata – Big Mac

1974 Otwarcie pierwszej restauracji typu Drive Thru (McDrive), gdzie zakupu można dokonać bez konieczności wysiadania z samochodu

1992 Otwarcie pierwszej restauracji McDonald's w Polsce

2002 200 restauracji McDonald's w Polsce