**Otwarcie Makaruna w Dubaju**

**Największy Makarun na największej sztucznej wyspie świata już otwarty. Od 2 grudnia słynny hotel Atlantis, najbardziej instagramowy punkt w Dubaju, można podziwiać jedząc włoską pastę w wydaniu polskiej sieci – Makarun Spaghetti and Salad.**

To pierwszy polski franczyzowy lokal otwarty na słynnej Palmie Jumeirah usypanej na Zatoce Perskiej. Premierowy i wyjątkowy także dla Makarunowej marki, wywodzącej się z Krakowa.

- To największa inwestycja w historii firmy, a także nasz pierwszy punkt w tej części świata. Mamy nadzieję, że nie ostatni – powiedział po otwarciu Przemysław Tymczyszyn, współwłaściciel franczyzowej sieci. – W Emiratach powstała grupa Pasta People, to spółka udziałowców, z którymi podpisaliśmy umowę. Jest w niej też przewidziana opcja masterfranczyzy na zasadzie realizacji planu rozwoju sieci. Zakłada ona, że w kolejnych latach na tzw. obszarze MENA, tj. Middle East & North Africa pojawi się więcej pomarańczowych punktów Makaruna.

W Dubaju powstał też największy jak do tej pory lokal sieci. Jego powierzchnia liczy ponad 160 m. kw. Przygotowany został na przyjęcie blisko 70 gości (ma też stoliki na zewnątrz). Znajduje się w nowym pasażu rozrykowo-handlowo-gastronomicznym The Pointe Jumeirah, które już zyskało sławę najlepszego punktu widokowego na sztucznej palmie. Można tu zrobić „obowiązkowe” selfie z Atlantis Hotel w tle, gdzie bywają najwięksi tego świata m.in. Robert De Niro, Kim Kardashian czy Michael Jordan. Centrum, w którym znajduje się ponad 170 punktów gastronomicznych, podzielone jest na dwie strefy: w jednej serwują jedzenie najbardziej rozpoznawalne fastfoodowe marki świata, druga to ekskluzywne, drogie restauracje.

- Tych tańszych lokali jest stosunkowo niewiele. Istnieje więc bardzo duża szansa, że będą one oblegane. Makarun znajduje się tuż przy kinowym multipleksie, co jeszcze dodatkowo przysporzy mu klientów. Wierzymy w potencjał tego miejsca – dodaje Ibrahim Eldesouky przedstawiciel spółki Pasta People. – Pierwsze reakcje klientów są bardzo pozytywne.

Otwarcie lokalu w kraju arabskim stanowiło spore wzywanie dla polskiej firmy. Poza odmiennością kulturową, w tym kulinarną, dochodzą też inne przepisy i specyficzny sposób prowadzenia biznesu.

- Bardzo kategorycznie na przykład określone zostały wszelkie kwestie technologiczne i architektoniczne. Do aranżacji wnętrza mogliśmy użyć tylko drewna, ponieważ znajdujemy się w zonie „wood”. Nasze reklamowe pomarańczowe blachy musieliśmy więc zastąpić drewnianymi frontami itp. Dokładnie sprecyzowano jakim materiałem mają być obite fotele, otrzymaliśmy szczegółowe instrukcje co ma się składać na wyposażenie każdego z pomieszczeń – opowiada Marcin Szworak, drugi z właścicieli Makaruna.

Spaghetti to światowa klasyka, ale każdy kraj ma swoje upodobania i tradycje. Szczególne pod tym względem są kraje islamskie, gdzie dodatkowo duże znacznie mają nakazy i zakazy religijne.

- To było prawdziwe wyzwanie zrobić naszą popisową „carbonarę” bez mięsa wieprzowego czy wyselekcjonować boczek wołowy – przyznaje Przemysław Tymczyszyn. – Wspięliśmy się na wyżyny kulinarnej kreatywności i test smaku wyszedł pozytywnie. Pewne rzeczy z uwagi na lokalne gusta musieliśmy na przykład dosłodzić. Lokalni klienci mają też inne wyobrażenie o makaronie z sosem. W Emiratach to raczej sos z makaronem. Ale mając tak dobrze obmyślany serwis jesteśmy w stanie bez problemu do tego się dostosować. Poza tym w Dubaju funkcjonuje model z live cookingiem, więc pewne rzeczy możemy modyfikować już na bieżąco i pod konkretnego klienta.

Palma Jumeirah to jedno z najbardziej prestiżowych miejsc na świecie. Na jej „liściach” swoje domy maja słynni piłkarze i hollywoodzkie gwiazdy. Znalezienie tam lokalu pod inwestycje wymaga wielu zabiegów i pieniędzy. To kolejny zagraniczny lokal w portfolio Makaruna. We wrześniu sieć otworzyła spaghetterię w centrum handlowym w Orange County w Kalifornii. Makarun prowadzi też rozmowy w Czechach, Rumunii, Szwecji oraz UK, planowane jest też otwarcie w Afryce.