

Relazione del film "The Founder"

Riassunto

Negli anni '50, Ray Kroc, un venditore di frullatori con poca fortuna, vive una vita agiata ad nell'Illinois, con sua moglie Ethel. Mentre cerca di vendere frullatori, nota che molti ristoranti drive-in sono gestiti in modo inefficiente. La svolta avviene quando scopre un drive-in a San Bernardino che ordina un numero insolitamente elevato di frullatori per frappé. Si dirige in California e trova McDonald's, un ristorante di successo con servizio rapido, cibo di alta qualità e un'atmosfera familiare.

Ray incontra i fratelli McDonald, Mac e Dick, i quali gli raccontano la storia delle origini di McDonald's e del loro sistema di "fast food". Ray propone di creare affiliati commerciali per il ristorante, ma i fratelli esitano. Dopo insistenze, accettano a condizione di un contratto rigoroso. Ray inizia a costruire un ristorante McDonald's cercando investitori ricchi, ma incontra ostacoli.

Trova successo con investitori della classe media, aprendo nuovi ristoranti nel Midwest. Nonostante il successo, Ray affronta difficoltà finanziarie a causa di un contratto limitato con i fratelli McDonald. Joan, la moglie di un investitore, suggerisce l'uso di frappé in polvere per ridurre i costi, e Ray accetta entusiasticamente. In seguito, Ray viene avvicinato dal consulente finanziario Harry Sonneborn, che suggerisce di fornire immobili agli affiliati. Ray iniziò ad aprire nuovi ristoranti senza l'approvazione dei fratelli e rinominò l'azienda "McDonald's Corporation", cercando di sciogliere il contratto con i fratelli. Dopo difficoltà, accettano ma la royalty annuale dell'1% è garantita solo con una stretta di mano. Ray apre un nuovo ristorante McDonald's dall'altra parte della strada, rimuovendo il nome dei fratelli dall'originale e mettendoli fuori mercato.

Nel 1970, Ray celebra il successo di McDonald's nella sfarzosa villa con la sua nuova moglie, Joan. Ai fratelli McDonald non viene mai pagata la percentuale concordata. Le informazioni finali rivelano che McDonald's alimenta circa l'1% della popolazione della Terra ogni giorno e che Ray e Joan rimangono sposati fino alla morte di Ray nel 1984.

Tematiche affrontate

1. **Imprenditorialità e Ambizione:** Il film esplora il lato imprenditoriale di Ray Kroc e come la sua ambizione abbia contribuito al successo di McDonald's. Kroc è presentato come un venditore determinato e ambizioso che trasforma un'idea locale in un'impresa su scala internazionale.
2. **Innovazione e Efficienza:** La storia della fondazione di McDonald's è anche una storia di innovazione nel settore del "fast food". I fratelli McDonald sviluppano un sistema di produzione altamente efficiente e innovativo che diventa la chiave del successo del marchio.
3. **Etica degli Affari:** Il film esplora le dinamiche etiche degli affari, specialmente attraverso le azioni di Ray Kroc. Mentre inizialmente sembra essere un uomo d'affari determinato, emergono comportamenti eticamente discutibili nella sua presa di controllo dell'azienda.
4. **Contrasti tra Località e Globalizzazione:** McDonald's inizia come un'impresa locale con un forte legame con la comunità, ma la sua crescita lo porta a diventare un gigante globale con nuove sfide e problemi associati alla gestione di un'azienda di tale portata.
5. **Relazioni Interpersonali e Conflitti:** Il film esplora le relazioni tra i personaggi, in particolare il rapporto tra Ray Kroc e i fratelli McDonald. Emergono conflitti e tensioni quando gli interessi personali e commerciali entrano in gioco.

6. **Ascesa dell'azienda:** Il percorso di McDonald's rappresenta un'ascesa significativa nel mondo degli affari.
7. **Manipolazione e Tradimento:** Il personaggio di Ray Kroc si evolve nel corso del film, rivelando una certa manipolazione e tradimento nei confronti dei fratelli McDonald. Questo solleva questioni etiche sulla lealtà e l'onestà nel mondo degli affari.
8. **Competizione:** Il film tocca il tema della competizione nel settore degli affari. La storia di McDonald's mostra come l'ascesa di un marchio possa influenzare la concorrenza e la dinamica del mercato.

Strategie di marketing

1. **Standardizzazione dei Prodotti e Processi:** Una delle innovazioni chiave presentate nel film è l'approccio dei fratelli McDonald alla standardizzazione dei prodotti e dei processi. Questa strategia si concentra sulla fornitura di cibo di alta qualità in tempi rapidi e con costi ridotti, contribuendo così a creare una brand consistency e una customer experience uniforme in tutti i punti vendita.
2. **Efficienza Operativa:** La catena di McDonald's nel film è modellata sull'efficienza operativa. I fratelli McDonald sviluppano un sistema altamente efficiente e riducono al minimo i tempi di attesa per i clienti. Questa efficienza diventa un elemento centrale nella strategia di marketing, promuovendo il concetto di "fast food" e la promessa di un servizio veloce e di qualità.
3. **Franchising:** Una parte significativa della crescita di McDonald's è attribuita all'espansione attraverso il franchising. Ray Kroc riconosce il potenziale del modello di franchising per la crescita rapida e la presenza su scala nazionale e internazionale. Il film mostra come il franchising sia diventato un elemento chiave nella strategia di espansione di McDonald's.
4. **Marketing Regionale:** Mentre McDonald's cresce, il film evidenzia l'adattamento delle strategie di marketing alle specificità regionali. Ad esempio, vengono introdotte nuove aggiunte al menu per rispondere ai gusti e alle preferenze locali.
5. **Campagne di Pubblicità e Promozione:** Il film mostra anche come McDonald's abbia utilizzato campagne di pubblicità e promozioni per consolidare la propria presenza di mercato. Ciò include l'uso di insegne luminose, pubblicità radiofonica e televisiva per attirare clienti e aumentare la consapevolezza del marchio.
6. **Collaborazioni Strategiche:** Il film suggerisce che Ray Kroc ha implementato strategie di marketing attraverso collaborazioni strategiche, come quella con Harry Sonneborn per la gestione finanziaria e quella con l'agenzia di pubblicità di Joan Smith per promuovere il marchio.
7. **Posizionamento del Marchio:** McDonald's è presentato come un marchio che offre cibo veloce, conveniente e di qualità. La catena si posiziona come un'opzione di ristorazione accessibile a tutti, contribuendo a costruire un'immagine positiva del marchio.

Considerazioni personali

Per concludere, trovo che questo film sia stato davvero interessante, perchè mi ha fatto capire come nasce e come si evolve un'impresa partendo da un'idea imprenditoriale. Mi è piaciuto soprattutto l'attore Michael Keaton, nel ruolo di Ray Kroc, che con la sua performance convincente ha catturato la complessità del personaggio e delle situazioni che affronta.