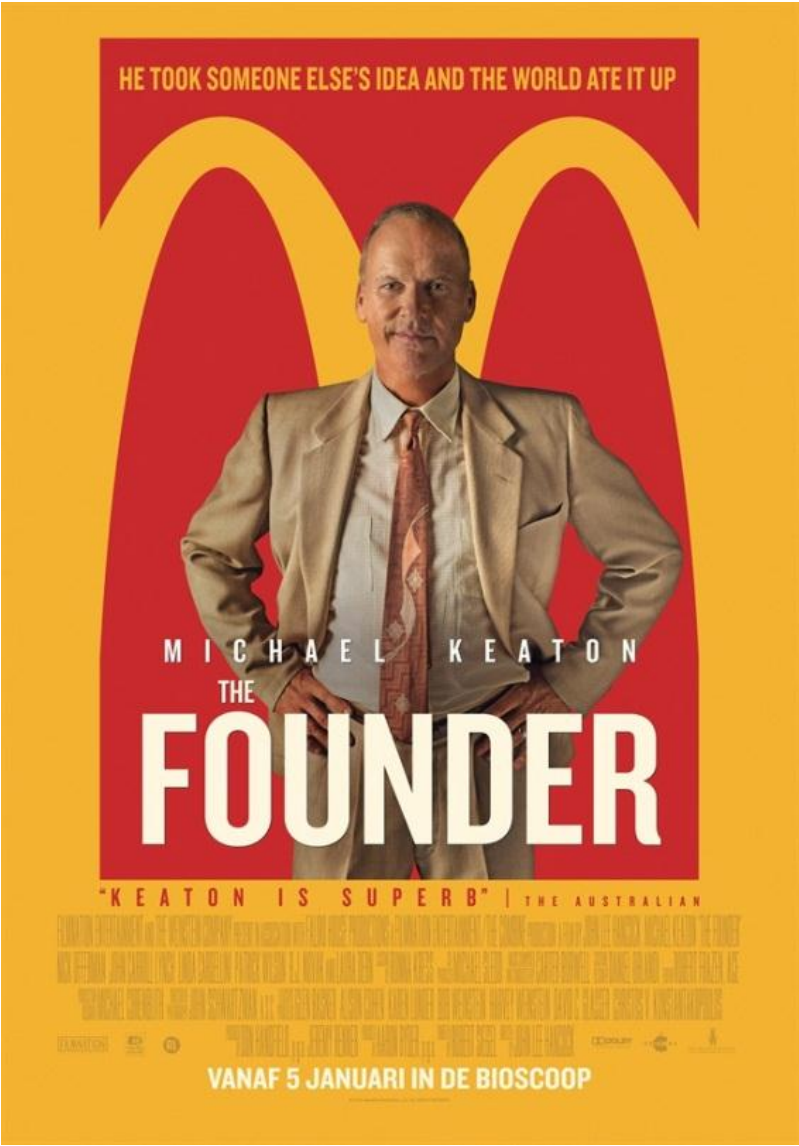


The founder

	DATA USCITA 12 gennaio 2017
	GENERE Biografico, Drammatico
	ANNO 2016
	REGIA John Lee Hancock
	SCENEGGIATURA Robert D. Siegel
	PRODUZIONE FilmNation Entertainment, The Combine
	DISTRIBUZIONE Videa
	FOTOGRAFIA John Schwartzman
	MUSICHE Carter Burwell
	PAESE USA
	DURATA 115 minuti
	VALUTAZIONE Dizionari 3,00 stelle su cinque Critica 3,50 stelle e mezzo su cinque Pubblico 2,8 stelle e mezzo su cinque
	Valutazione media 3,08

Le mie riflessioni - Prof.ssa C.Giambagli

“The founder” è il film delle battute, frasi lapidarie, mitiche, taglienti e rappresentative di tutta la storia raccontata. La storia vera è quella dell’ascesa di un uomo, Ray Kroc, che, senza evidenti ed oggettive capacità, fonda un impero milionario, lasciando una “scia di cadaveri e sangue”, non nel senso letterale del termine, ma in un senso figurato che rappresenta, nel modo più vero, lo sfruttamento che questo “imprenditore fai da te” fa delle persone che gli stanno vicine e delle idee altrui, per arrivare ad un

successo, dove non esiste spazio per nessuno, dove l'unico vincitore è lui a scapito di tutti. E' la storia del sogno americano, fatto di consumismo e ricchezza, che si realizza. Ma, in fondo, se si guarda il film con occhio consapevole, è la storia di tutta la società contemporanea, dove conformismo, globalizzazione, arrivismo e conquista personale senza competenza rappresentano il modo di vivere consueto, all'interno di un mondo dove vengono proposti falsi valori e false illusioni; dove ognuno crede di poter diventare artista, musicista, regista, cantautore, stilista, attore senza reali ed effettive capacità o competenza, ma solo inseguendo l'onda commerciale e della globalizzazione. Il film è spunto ed occasione per riflettere: sicuramente non in modo macroscopico, ma nessuno di noi è immune, in una società dove è sempre più difficile emergere come individuo unico e "diverso" dagli altri.

MYMOVIES

Con acutezza di sguardo John Lee Hancock realizza un grande biopic.

di Giancarlo Zappoli lunedì 9 gennaio 2017

Stati Uniti, anni '50. Ray Kroc, venditore di frullatori per i luoghi di ristorazione dallo scarso successo, si imbatte nei fratelli Mac e Dick McDonald che hanno avviato una redditizia vendita di hamburger a San Bernardino nel Sud della California. Kroc comprende subito che si tratta di un metodo innovativo di preparazione, cottura e vendita al minuto di un alimento molto richiesto, considerato l'alto numero di clienti che si affollano davanti al chiosco. Si dà così subito da fare per avviare un franchising. Ma non si ferma lì.

Ci sono film che valgono più di decine di saggi per spiegare come 'funziona' una società che consente di deprecare 'legalmente' delle persone permettendo a chi compie l'operazione di arricchirsi a dismisura grazie all'intuito e al fiuto per gli affari di cui è dotata. Documentari e film spesso negativi sull'impero dell'hamburger cotto e mangiato ne sono stati prodotti diversi e alcuni hanno anche ottenuto un'audience di un certo rilievo. Nessuno aveva però ancora delineato con l'acutezza di sguardo di John Lee Hancock (un regista esperto in biopic) il percorso seguito dal suo fondatore. È quello che accade ora e **il lancio che recita "Il genio che ha fondato l'impero del fast food" ha un'ambiguità che va letta nel profondo.** Perché sicuramente Crok ha avuto la genialità di comprendere come la catena di montaggio nella preparazione degli hamburger e la qualità delle materie prime impiegate dai due fratelli avessero tutte le caratteristiche per imporsi, almeno inizialmente, su scala nazionale. **Alla definizione di 'genio' si potrebbe però aggiungere la specifica "del Male"** perché Crok non solo, grazie ad un escamotage che spostò il tiro dalla vendita di hamburger alla proprietà immobiliare delle numerose filiali progressivamente aperte, poté recidere i legami contrattuali con i due fratelli ma si impadronì del logo nonché del loro stesso cognome. Per offrire a una personalità del genere il giusto equilibrio tra spirito imprenditoriale e voracità da liberista privo di qualsiasi remora di carattere etico occorreva l'interprete giusto. John Lee Hancock lo ha trovato in un **Michael Keaton** al meglio delle sue già notevoli prestazioni di attore. Nei suoi **occhi** e nella sua **gestualità** si leggono, a volte contemporaneamente, l'entusiasmo di chi sta implementando un'idea di cui altri non hanno letto le potenzialità e l'avidità di chi vede spalancarsi progressivamente davanti a sé le porte del Business con l'iniziale maiuscola. Come la M ad arco che contraddistinguerà il marchio che si apprestava ad invadere gli States e successivamente il mondo.

COOMINGSOON

di Carola Proto 9 gennaio 2017

Corre l'anno 1959, l'America è in pieno boom economico, i drive-in stracolmi di auto color crema e dalle forme sinuose regalano romanticismo e intrattenimento alle coppie, e il capitalismo è ancora "sostenibile" e parzialmente estraneo alla smodata avidità. E' questo lo sfondo giallo-oro, beige e azzurro della straordinaria impresa di **Ray Kroc**, che non conosciamo come l'uomo che inventò McDonald's, bensì

come lo scaltro imprenditore che trasformò un business artigianale ma rivoluzionario in un mastodontico franchise e quindi in una sorgente inestinguibile di dollari sonanti.



Dell'ex venditore di frullatori originario dell'Illinois qualcuno di celebre ha già parlato, o meglio "cantato": i **Dire Straits**, che al re del panino più cool del XX° secolo hanno dedicato "**Boom Like That**", stuzzicando l'appetito creativo del produttore **Don Hanfield**, che ha ingolosito lo sceneggiatore **Robert Siegel** e il regista **John Lee Hancock**. **A mo' di chef pluristellati, questi tre signori - diciamolo subito - hanno cucinato non un prodotto da fast-food cinematografico, ma un film che offre tanti spunti di riflessione e che si modifica continuamente in corso d'opera, passando dal character-study al ritratto di un paese intero colto in un momento di grande evoluzione.**

La prima particolarità di **The Founder** è che la gloriosa avventura dei fratelli Dick e Mac McDonald (ben interpretati da Nick Offerman e John Carroll Lynch) viene ridotta a un'unica bellissima sequenza a cena in cui i due onesti ex trasportatori svelano il semplice ma ingegnoso successo del ristorante walk-up a cui hanno dato vita dopo ore di pianificazione con un gessetto e una volenterosa squadra di dipendenti. In altre parole, **quella che avrebbe dovuto essere una origin-story dall'iconografia pop e con la funzione di celebrare la qualità degli ingredienti e il rispetto del lavoratore diventa ben presto l'atto iniziale di tutta un'altra commedia, o piuttosto di un romanzo di formazione, laddove per formazione si intende un percorso prima in direzione dell'intraprendenza e poi dell'insana ambizione e di una smania di accumulo che suona incredibilmente attuale.**

Se Kroc è contemporaneo che più contemporaneo non si può nel suo rappresentare l'anima guasta e senza scrupoli di un sistema economico impietoso più interessato allo sfruttamento che alla considerazione della dignità umana, è invece "antico" in un consapevole e sfacciato passaggio al "lato oscuro" che lo avvicina a Faust e a Dorian Gray, marci e corrotti dentro, smaglianti e impeccabili fuori. Rispetto a questo ottocentesco duetto di personaggi letterari, l'uomo dei multimixer nasconde fino a un certo punto il suo ghigno satanico, e Michael Keaton si ritrova davvero quasi a ringhiare in alcune scene, come un cane per che non è intenzionato a mollare l'osso. Perché **Ray** è orgoglioso di non essere né Ford, né Jobs né Edison né tantomeno un Charles Foster Kane, **ma solo un ladro di idee.** E ancora più orgoglioso di lui è The Founder stesso, a cui, più che un'ottima trovata, interessa chi riesce a tramutarla in un affare

d'oro. E allora è normale che qui **l'eroe e il villain arrivino a coincidere, che la crudeltà sia giustificata e il narcisismo avallato, che nei milkshake le polverine sostituiscano il latte e negli affari il pragmatismo prenda il posto dell'idealismo. Sono gli States di oggi**, l'abbiamo detto, e il regista di Saving Mr. Banks non li guarda con occhio critico, celebrando piuttosto gli archi gialli, i Big Mac e i Sunday, nutrimento a basso costo per migliaia di famiglie.

Ora, nemmeno noi criticiamo Kroc e i suoi modi da schiacciasassi, ma ci sembra che, proprio come lui, The Founder non abbia sempre grande personalità e inventiva, e che si perda, più o meno a tre quarti del racconto, in cavilli burocratici, regole e regolette, strette di mano. E' come se a un certo punto, nel film, una scarsa capacità di padroneggiare la complessità dell'argomento finisse per affossare la passione che dovrebbe caratterizzare ogni storia che riguarda un uomo e il suo sogno. Anche la piacevole e inarrestabile ridefinizione della personalità di Ray Kroc inevitabilmente si blocca, ostacolata da un montaggio troppo rapido.

Restano una notevole prima parte e la **mirabile performance di Keaton, logorroico e funambolico, sinistro e franco, piacevolmente in bilico fra antipatia e fascino.**

BADTASTE

di Gabriele Niola 12 gennaio 2017



Dietro il successo dei panini di McDonald's c'è il sangue dei soci fatti fuori dalla compagnia, la spietata mattanza di azionisti e le tecniche spudorate di presa del potere che necessitano più di un contabile che di un guerriero. Come in Il Petroliere di Paul Thomas Anderson **questa è una storia in cui il desiderio di possedere consuma l'umanità**, solo più blanda e mainstream, senza quella magnifica e reale scarnificazione, senza l'estrema tensione muscolare che rende tutto più duro, ma anzi con una melliflua calma a normalità.

Uno dei marchi più riconoscibili d'America, tra i pochi a poter giustificare un film ed essere il selling point di una storia ("Come è nato McDonald's"), **è fondato sull'inganno e la truffa, sull'avidità e il senso perverso del successo. E sul suo fascino.**

È importante in questo proprio **Micheal Keaton. Ha una faccia contemporaneamente rassicurante e pericolosa, ha le sopracciglia inarcate, il volto che in breve diventa un ghigno, il fisico perfetto della persona di cui non bisogna fidarsi.** È lui The Founder, non tanto i veri fratelli McDonald's che hanno avuto

tutte le idee indispensabili (le ricette, la catena di montaggio, l'ordine, le regole del franchise...) quanto quest'affarista di bassa lega che ha fondato una certa maniera di fare business a certi livelli, grazie a quel marchio e a quel nome. **Quello che The Founder afferma è che il peccato originale che genera la colpa subita dai fratelli è non essere stati davvero capitalisti fino in fondo**, aver tentato timidamente di espandersi e massimizzare i profitti. Invece Raymond Kroc venditore di un po' di tutto (basta che si compri) ha altre idee e lo spirito giusto per trionfare nel sistema americano.

In questo è fondamentale di nuovo il casting, perché Nick Offerman, attore di commedia formidabile noto per Parks & Recreation, con la sua recitazione minimalista, il suo grugno e il fisico duri ma bonaccioni è un perfetto corpo da vessare, onesto americano rigoroso da raggirare, taglio di capelli affidabile a cui soffiare la grande idea della vita. In The Founder insomma ci sono tutte le figure tipiche del film di truffa in stile La Stangata ma nemmeno l'ombra di quello stile divertito. La marcia di Ray Kroc alla conquista della McDonald's è più una serie di battaglie e scontri violenti, il mondo degli affari non è un pic-nic, non ci sono cortesie e **un impero si fonda sul sangue più che sulle buone idee**.

John Lee Hancock tiene il ritmo blando, si innamora di un paio di ruffianerie da script (la rivelazione finale di cosa davvero aveva intrigato Ray Kroc di tutta l'impresa McDonald's) ma non ha mai la forza di farsi memorabile come l'altro film su un impero fondato sul sangue e il furto visto recentemente in The Social Network, per questo forse non diventa mai unico. Buon film tv di un'era in cui questa definizione non è più un insulto, ma troppo esile e convenzionale per rivaleggiare con le grandi storie reali che il cinema mette in scena, The Founder non vuole scontentare nessuno, non rischia nulla e si limita a raccontare un contenuto invece che piegarne il senso grazie alla propria forma.

Però un coraggio ce l'ha, ed è quello di opporsi alle preferenze del pubblico. Chi mai può stare dalla parte di Ray Kroc? Quello che ha la faccia malefica di Keaton, che non ha avuto nemmeno un'idea (l'unica che non viene dai McDonald's gliela suggerisce un avvocato) e non si fa scrupoli ad appropriarsi di ciò che non è suo. Mettersi, anche solo parzialmente, ad ammirare la danza di questo squalo degli affari di una volta, tutto scarpe, telefonate e poca borsa è un atto di introspezione del male quasi doveroso.

ONDACINEMA

di Eugenio Radin

***"Il McDonald's sarà la nuova Chiesa americana.
E poi non è aperto solo di Domenica"***

Si può dire che **il McDonald's**, o in generale **il fast-food**, sia oggi diventato uno dei culti della *way of life* occidentale d'importazione transatlantica; **uno di quei fenomeni d'abitudine che Roland Barthes avrebbe chiamato "Miti d'oggi": elementi costitutivi della nostra quotidianità su cui si è smesso (per indolenza, per inconsapevolezza, per conformismo o per mancanza d'acume) di interrogarsi, ma che potrebbero invece svelarci, se intelligentemente interrogati, elementi cardine del nostro modo di pensare e di vivere.** E tuttavia "The Founder", nel raccontare la nascita della più celebre catena di ristorazione al mondo, non si preoccupa soltanto di denunciare il sostrato economico-sociale che ne costituisce l'impalcatura, ma parte pretestuosamente dalla vicenda personale dell'imprenditore Ray Kroc **per raccontare un universale istinto di prevaricazione che ha sede nell'uomo stesso, al di là di ogni sua possibile collocazione storico-geografica.**

Perciò, nonostante gli arcinoti archi dorati su sfondo rosso siano ormai divenuti il simbolo del capitalismo e del consumismo all'americana, l'opera di John Lee Hancock non si appiattisce sulla struttura del film di denuncia politica (com'era stato ad esempio per "Capitalism - A Love Story" di Michael Moore), ma guarda oltre e si avvicina per certi versi (sì che è difficile evitarne il paragone) al capolavoro di David Fincher: "The

Social Network". Il Ray Kroc interpretato da un convincente Michael Keaton ammicca con enfasi all'eisenberghiano Mark Zuckerberg: anche lui si scontra con un'idea geniale e innovativa; anche lui è disposto a tutto per portarla avanti; anche lui si ritroverà a calpestare i corpi adirati di amici e colleghi cui non sarà concesso di condividere il podio del vincitore.

E così come il padre di Facebook, il patrigno del Cheeseburger viene presentato allo spettatore come una personalità ambigua: esso è sì il genio visionario che ha saputo veder lontano e creare qualcosa di inesistente e fino ad allora impensabile; ma è anche il viscido manipolatore, incapace di fermarsi nel suo machiavellico piano verso l'arricchimento e la gloria.

Agli antipodi stanno invece i fratelli McDonald, le vere menti creative responsabili dell'invenzione di quel nuovo modello di ristorazione, incapaci però di estendere quel piccolo chiosco di famiglia alle dimensioni di un impero gastronomico e commerciale.

È la spietata lotta per il successo che viene qui tematizzata: una lotta universale in cui i valori morali dell'amicizia, del rispetto e del riconoscimento del merito vengono sacrificati in nome di una supremazia e di una popolarità visti come i fini supremi di ogni esistenza terrena.

Ma la sobria regia scolastica, che sceglie di non investire in innovazioni tecniche né in una ridefinizione del genere del *biopic*, risulta forse eccessivamente distaccata nella narrazione, sia a causa di una messa in scena che preferisce non rischiare e che si adatta di buon grado a uno stile manualistico senza infamia e senza lode; sia soprattutto nel mantenersi in una posizione neutrale (almeno apparentemente) nel giudicare la vicenda. Se da un lato infatti il film sembra cadere in una morale individualista tipicamente a stelle e strisce, in cui il raggiungimento del successo è da commemorarsi sempre e comunque come un traguardo eroico ed esemplare, tuttavia esso sembra talvolta propendere per una critica a quello stesso sistema economico personificato da Michael Keaton, senza accorgersi che l'esaltazione del personalismo difficilmente potrà andare d'amore e d'accordo con la critica al modello capitalistico senza raggiungere in breve tempo una contraddizione in termini.

Scelta vincente invece quella dell'attore protagonista (che dopo il successo di "Birdman" è al centro di una sorprendente riscoperta), capace di convincere sia nel ruolo iniziale dell'inetto venditore di frullatori, incapace di emergere in un mondo in continuo progresso; sia nella parte del cinico visionario senza scrupoli, cui non importa tanto regalare al mondo un nuovo mito, quanto regalare a se stesso un'imperitura fama.

MOVIEPLAYER

The Founder: il cuore nero di Ronald McDonald

13 gennaio 2017 Dopo Tom Hanks nei panni di Walt Disney, John Lee Hancock dirige Michael Keaton nel ruolo di un'altra grande leggenda americana dalla doppia valenza.

di Federica Aliano 13 gennaio 2017

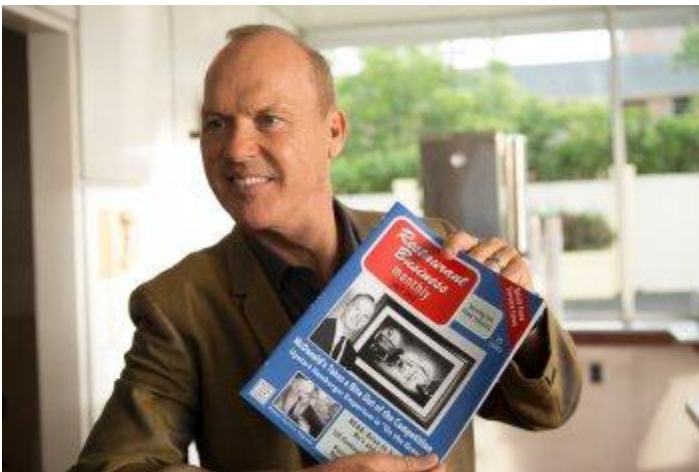


Nel mondo esistono oltre 35.000 ristoranti McDonalds. In ciascuno di essi viene servito il Big Mac: la formula della somministrazione è sempre la stessa, gli elementi della comunicazione sono riconoscibili, gli ingredienti e la percezione del prodotto da parte del cliente sono di base i medesimi. Probabilmente la maggior parte dei clienti di McDonald's nel mondo non si è mai chiesto chi ha fondato questo impero. Magari qualcuno pensa che davvero esista Ronald McDonald, e che sia un rubicondo statunitense medio che ha poi ispirato quell'inquietante pagliaccio (quale mente perversa ha potuto pensare che *attirasse* i bambini anziché spaventarli?), oppure che ci sia una perfida e oscura multinazionale alla base di tutto questo. Invece basterebbe fare un giro su Wikipedia per sapere che a costruire questo impero fu un uomo solo.

Due fratelli fregati: la storia alla base di The Founder

Ray Kroc. Un nome a cui non daresti credito nemmeno se tentasse di venderti un frullatore. Per l'appunto. Perché fu vendendo *milk shaker* che Kroc incappò nei fratelli Dick e Mac McDonald nel 1954. I *drive in* erano diventati trappole malfrequentate, dove si mangiava male e con tempi inaccettabili per il consumismo che stava avanzando, dove i motociclisti infastidivano ragazzine e donne con figli, dove i teppistelli si incontravano per bere, fumare e far danno. I fratelli McDonald avevano inventato un sistema di ristorazione *walk through*, senza stoviglie da lavare e senza camerieri, avevano azzerato gli sprechi ottimizzando l'offerta ed esaltando la qualità del prodotto. Kroc ne fu affascinato, volle entrarci e inventò il franchising che poi sarebbe diventato il suo personale impero immobiliare. Da autentico squalo ante litteram, ben prima di quelli di Wall Street, snaturò McDonalds, ottimizzò il guadagno e si prese tutto, anche il nome. **La genuinità delle sue intenzioni fu pari a quella del cibo che oggi viene servito nei fast food della catena più grande al mondo.**

Michael Keaton - o l'imprevedibile virtù della perseveranza



Per anni la gente ha ignorato quale grande attore fosse Michael Keaton. Comico fracassone, Batman osteggiato in quanto "non abbastanza sexy", poi il semi-oblio. Fino a Birdman, che lo ha riportato all'attenzione di tutti e ha fatto svegliare persino i più scettici. Lo scorso anno con Il caso Spotlight ha bissato il numero di testate che hanno parlato di lui e quest'anno si accinge a fare altrettanto. Con quel suo sguardo tondo, la bocca carnosa semiaperta e l'espressione curiosa è un Kroc perfetto. Imbruttito dal trucco che simula un'abbronzatura da decappottabile e la pettinatura che non gli dona, fa lo stesso lavoro di aderenza al personaggio che ha svolto per Robby Robinson. E poco conta che questo personaggio sia tutt'altro che positivo. Keaton è il protagonista assoluto, presente in quasi tutte le scene. È il cuore malvagio di questa storia e di questa pellicola, che procede con pochi giudizi. Ha perseverato, il buon Michael, e adesso si gode un successo meritato che lo annovera finalmente tra i grandi attori.



Una storia americana



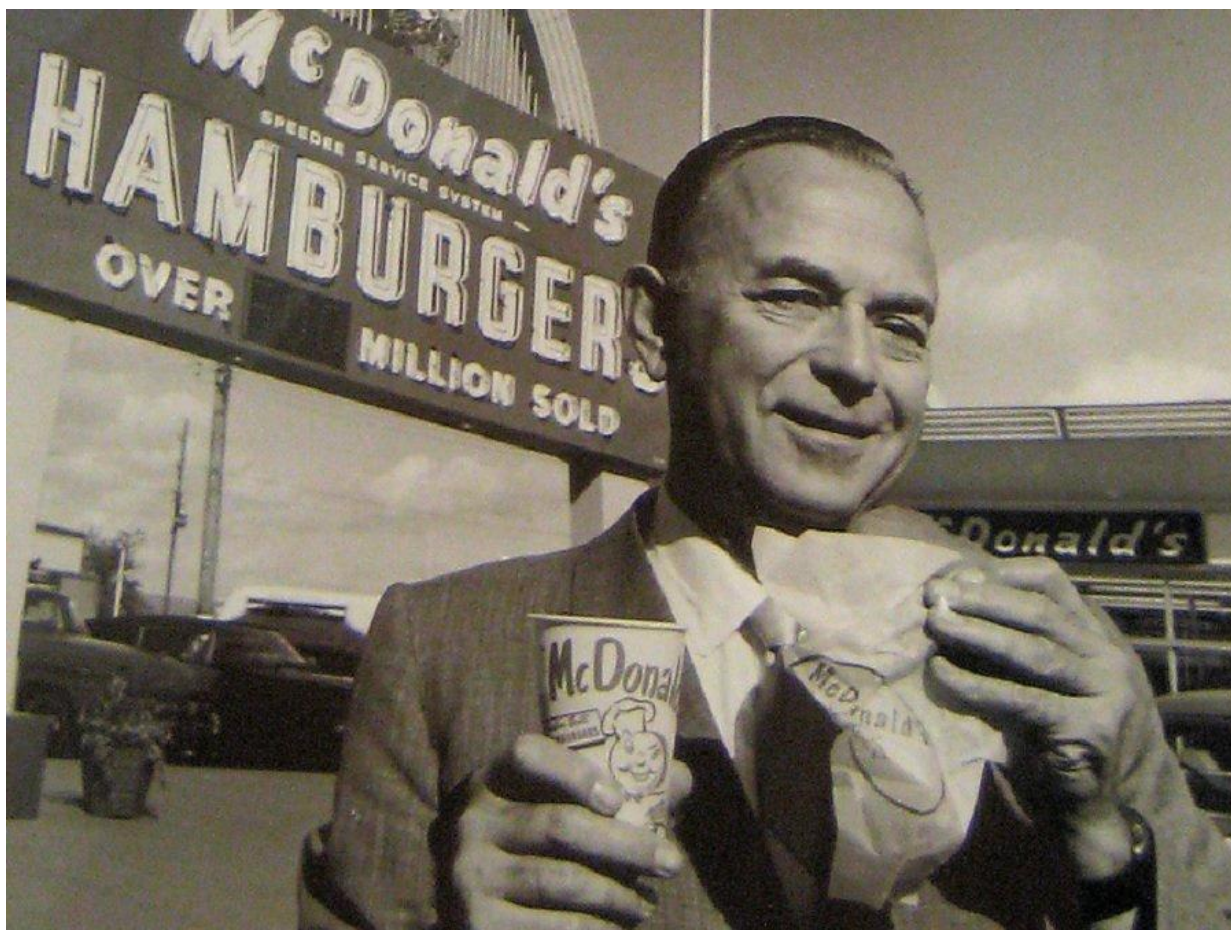
The Founder è il sogno americano. Quello di un uomo che, con il solo suo ingegno, senza nemmeno titoli di studio o grandi meriti, ha fondato un impero ed è diventato ricchissimo. Ray Kroc incarna la promessa stessa che gli Stati Uniti hanno sempre fatto a ogni cittadino. E poco contano i mezzi, se giustificati dal fine. Certo, la schiettezza del racconto, il personaggio marginale eppure ben definito di Laura Dern, i due fratelli McDonald fanno da contraltare al racconto, e il giudizio che si lascia allo spettatore non è nemmeno troppo celato nel suo essere indotto. Non è necessario arrabbiarsi o fare iperboli come in *Super Size Me*: di motivi per essere coscienti che mangiando al McDonald's si sostiene una multinazionale corrotta ce ne sono innumerevoli, senza nemmeno bisogno di scomodarsi a contare le calorie, la quantità di grassi saturi e l'elenco dei lavoratori sfruttati. Basta prendere i caramellosi colori degli anni Cinquanta, con le acconciature, le auto, le musiche che hanno fatto grandi gli *Happy Days*, e riportarli fedelmente, per mostrarne tutta la *darkness*, il rovescio della medaglia, per dichiarare senza slogan né prese di posizione come il capitalismo abbia posato le sue peggiori basi proprio in quegli anni, e di come ne siamo figli noi, ancora oggi. E questa volta lo sguardo di John Lee Hancock non è bonario, poiché non c'è nessun Mr. Banks da salvare.

FENOMENOLOGIA DI UN FOUNDER SPIETATO. LA VERA STORIA DI RAY KROC, IL “PAPÀ” DI MCDONALD’S

di Giancarlo Donadio gennaio 15, 2017

Se fosse una startup questa è la storia di un'exit trasformata in una delle scale up più fortunate del mondo. Ovvero comprare un marchio, McDonald's, e trasformarlo in un business planetario. Non senza colpi bassi.

Ray Kroc, il fondatore dell'impero McDonald's, è solo un bambino quando scopre quale sarà il suo futuro. Nella sua autobiografia racconta di quando suo padre lo porta da un frenologo, lo studioso di una disciplina pseudo scientifica che promette di predire l'avvenire di una persona dalla conformazione del cranio. La “testa” del piccolo Ray parla chiaro: avrebbe fatto carriera nel business della ristorazione.



Quello che neanche il frenologo può prevedere è che non sarebbe stato un imprenditore qualsiasi. **In 22 anni porta la catena di ristorazione al primo miliardo di utili.** Nel 1965 il brand esordisce in Borsa. Nel 1983, l'anno prima della sua morte, le vendite toccano quota nove miliardi.

E quello che più sorprende nella sua vita che questi numeri li ha raggiunti senza aver inventato nulla. **Il marchio McDonald's non appartiene a lui.** Lo ha comprato – per alcuni con manovre poco pulite – **da due fratelli, Richard e Maurice McDonald**, i fondatori del primo ristorante della catena e di un nuovo metodo di lavoro che è alla base del successo futuro. Ma, mentre loro sono stati spazzati via dalla storia, lui è rimasto “l'unico fondatore” a prendersi tutti gli onori. Troppo furbo e scaltro lui, o ingenui gli altri?

Come nasce un venditore perfetto

«Ho sempre creduto che ogni uomo crea la sua felicità ed è responsabile dei problemi che affronta. È una filosofia semplice», scrive nelle prime righe della sua biografia *Grinding it Out: The Making of McDonald's*. Ray nasce a Chicago, figlio di una famiglia di immigrati cechi. Suo padre lavora in Western Union e la madre una musicista che gli trasmette la passione per il pianoforte. Non è fatto per studiare, a differenza del fratello Bob che fa carriera come professore universitario.

Legge poco, ma ha l'abitudine di sognare a occhi aperti tanto che a scuola gli affibbiano il soprannome di "Danny Dreamer": «Immaginavo ogni tipo di situazione e come avrei saputo gestirle. Non ho mai considerato i miei sogni come una perdita di energia: erano tutti legati a un'azione. Per esempio, quando ho sognato di avere uno stand per vendere limonate, dopo qualche giorno ne ho aperto uno per davvero», scrive.

Inizia a lavorare giovanissimo nella drogheria di suo zio. **La sua prima vera esperienza è quella di venditore presso Lily-Tulip Cup Co: vende bicchieri di carta per 35 dollari a settimana, mentre suona il piano part-time per arrotondare.** Mostra subito la sua capacità e scala presto la gerarchia diventando uno dei "top seller" dell'azienda. Ma vuole molto di più e va a caccia di nuove opportunità. Allora non sa ancora che il suo destino sta per compiersi quando si presenta nell'insolita veste di un frullatore a cinque lame. Nel 1938 abbandona il lavoro per venderli in proprio e si prende un bel rischio: sposatosi giovanissimo, ha già una moglie e una figlia da mantenere.

L'incontro con i fratelli McDonald



Ed è proprio un frullatore a legare i destini di Ray e dei fratelli McDonald. Richard e Maurice sono due immigrati scozzesi che hanno deciso di fare molto di più nella loro vita rispetto a quella del padre, operaio in una fabbrica di scarpe. Dal New Hampshire si trasferiscono in California intorno agli anni 1930, mentre

nel 1940 aprono il loro primo ristorante a San Bernardino. I clienti di Ray gli parlano di questo ristorante: «Tutti mi chiedevano dei frullatori come quelli dei fratelli McDonald. Ero sempre più curioso di capire chi erano questi fratelli e perché i clienti mi parlavano tanto dei loro frullatori, in fondo avevo macchine simile in molti posti», scrive Ray.

La curiosità lo spinge a volare verso Los Angeles e poi dall'aeroporto a spostarsi verso San Bernardino dove conosce una realtà che colpisce la sua immaginazione: un piccolo ristorante che funziona come un fabbrica perfetta, self service, nessun posto a sedere, menu limitato a cheeseburger, patatine, bibite gassate e frullati. Piatti, e posate di plastica, per risparmiare sul lavaggio. Tempi di attesa per i clienti di pochi minuti, massima pulizia. Un piccolo gioiello che in poco tempo fattura 350mila dollari l'anno, abbastanza per garantire ai due fratelli un buon tenore di vita.

McDonald's
the drive-in with the arches

McDonald's Amazing Menu

Pure Beef Hamburger	15¢
Tempting Cheeseburger	19¢
Triple-Thick Shakes	20¢
Golden French Fries	10¢
Thirst-Quenching Coke	10¢
Delightful Root Beer	10¢
Steaming Hot Coffee	10¢
Full-Flavor Orange Drink	10¢
Refreshing Cold Milk	12¢

© Courtesy Ronald McDonald

Ray torna a sognare ad occhi aperti come da bambino. Parla con le persone che aspettano in fila, fa domande per capire perché quel ristorante ha così tanto successo e soprattutto calcola la montagna di soldi che quel modello può garantire se esportato nel resto degli Stati Uniti. Entra e si presenta ai proprietari. **Stretta di mano, pacche sulle spalle, è bravo con la gente e ci sa fare, strappa la promessa di una cena per parlare di affari.** Dopo la serata visita la cucina per capire i meccanismi, prende appunti e torna in albergo: «Quella notte nel motel ho iniziato a immaginare ristoranti McDonald's in tutti i Paesi, con tanti frullatori all'interno e soldi che finivano nelle mie tasche».

La mattina dopo torna dai fratelli e fa la sua proposta: «Ho visitato le cucine di tanti ristoranti per vendere frullatori, e non ho visto un potenziale come il vostro. Perché non aprite una serie di locali come questo? », chiede Ray. Eppure, malgrado il suo entusiasmo, i due fratelli inizialmente giocano indifesa. Gli spiegano di avere già una bellissima casa e di amarla, di non avere problemi, di possedere un buon tenore di vita. In realtà non hanno alcuna voglia di imbarcarsi in un'avventura che avrebbe significato nuovi problemi, come il fisco, e lavoro. «Ci saranno una marea di casini, chi potrebbe aprirli per noi?» chiede uno dei due fratelli. «Che ne dite del sottoscritto? », replica Ray.

Tutto merito di Harry Sonneborn, mago della finanza

Ray apre il suo primo McDonald's nel 1955 (mese di aprile) nel sobborgo di Chicago di De Plaines. La formula è semplice: per ogni franchise venduto, lui ottiene una fee dell'1,9% sul fatturato lordo, di cui l'0,5 sarebbe finito nelle mani dei fratelli. Ma, a differenza di quanto immaginava, la realtà è ben più dura. In un anno riesce a vendere 18 franchise. **Eppure può a malapena a rientrare nelle spese.** Nella sua fretta di acquistare il metodo di lavoro McDonald's ha strappato una condizione poco favorevole che non gli avrebbe fatto fare soldi. **È allora che entra in scena nella storia Harry Sonneborn, un genio della finanza che gli svela un nuovo modo guadagnare con il franchising.** Secondo Harry non bisogna vendere "hamburger" ma proprietà. Il piano è questo: creare una compagnia che avrebbe comprato e poi prestato "il terreno" dove sarebbero stati costruiti i ristoranti della compagnia. I franchisee avrebbero pagato a Ray un affitto mensile. Questo sì che garantisce un profitto e non è un caso se con l'entrata in scena di Harry, apre 1000 ristoranti da una costa all'altra del Paese.

Questo sodalizio sarebbe poi finito male. Dopo essere stato nominato presidente dell'azienda, Sonneborn si scontra spesso con Ray. Convinto che il "fondatore" avrebbe portato McDonald's in acque agitate decide di lasciare l'azienda e vendere le sue azioni per tre milioni di dollari. Il genio della finanza fa un errore grossolano: quei titoli sarebbero cresciuti di tre volte in poco meno di 10 anni.

Ciò malgrado, il ruolo avuto in azienda è stato decisivo. Come è spiegato nel libro McDonald's: Behind The Arches: «Quello che ha reso McDonald's una macchina da soldi non ha nulla a che fare con Ray Kroc, con i fratelli McDonald o con la popolarità di hamburger e patatine fritte o frullati. È Sonneborn il vero artefice».

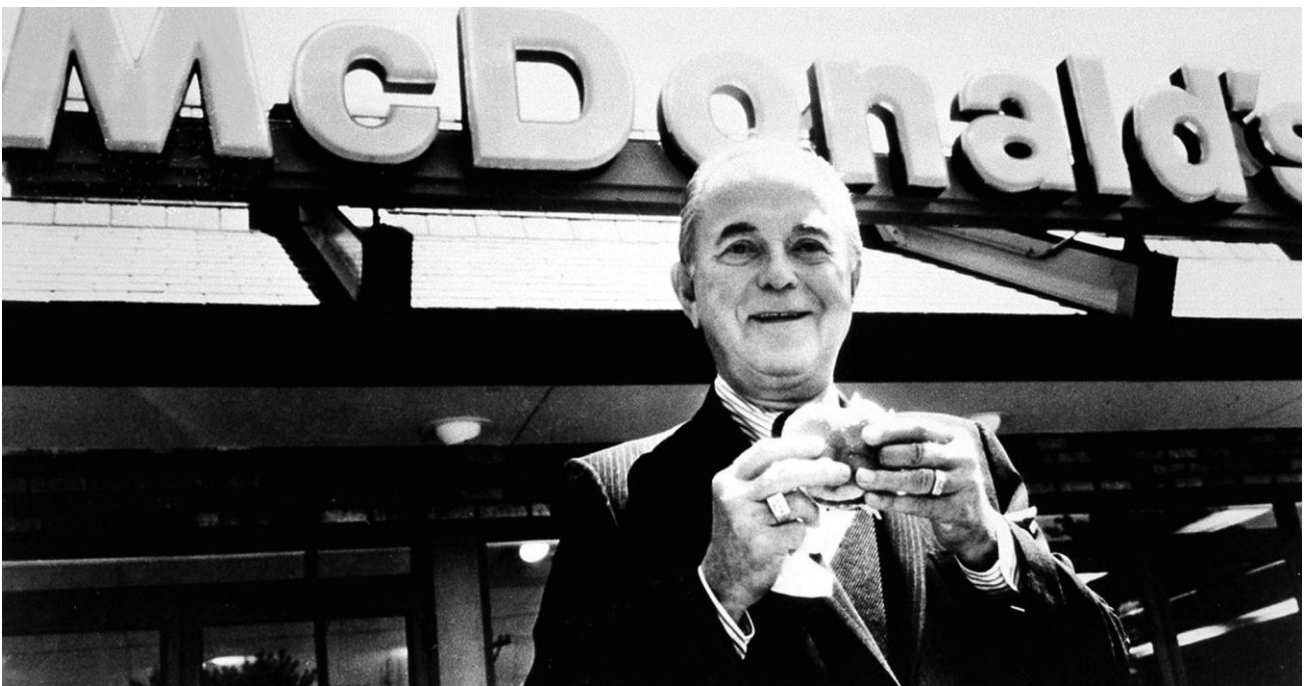
Quando chiama i fratelli McDonald, «figli di p...»

Il cambiamento della formula di vendita fa arrabbiare i fratelli che vogliono avere un controllo su tutta l'azienda. Ray è stufo di dover dar conto a loro per tutto. Per lui sono diventati solo un ostacolo, "erano ottusi e non capivano che avevo messo ogni mio centesimo nel progetto". **Su consiglio di Sonneborn, Ray prepara la sua strategia di acquisto: avrebbe comprato il marchio per liberarsi definitivamente dai fratelli.** E per farlo punta su una delle loro più grandi paure: le tasse. Sempre nel libro McDonald's: Behind The Arches", l'autore spiega come i due fossero paranoici delle tasse ed è per questo che hanno poi venduto. **La cifra chiesta dai fratelli è di 2,7 milioni in cash.** Un ammontare che Ray trova ingiustificato. Prova a offrire meno soldi, ma i due non accettano un centesimo in meno. L'affare ha due nodi complessi: il primo è quello del ristorante di San Bernardino, il primo della catena. Ray lo vuole a tutti i costi ed è

convinto che è inserito nella trattativa (ma non è così). E poi c'è un giallo enorme, quello della fee dello 0,5% sul fatturato lordo che Ray avrebbe promesso come naturale proseguimento del loro rapporto di collaborazione, senza inserirla nel contratto per questioni fiscali.

Qui le versioni divergono i fratelli ricordano bene quella stretta di mano e la promessa del pagamento, mentre Ray nella sua autobiografia non ne parla in modo diffuso. **Secondo la sua versione, non rispetta la promessa perché i fratelli non hanno a loro volta mantenuto la loro**, quella cioè di offrirgli anche il ristorante di San Bernardino che nel 1961, l'anno dell'affare fattura una cifra come 100mila dollari l'anno. Ma quello 0,5% gli avrebbe conferito molto di più, anche vista la straordinaria crescita della compagnia, «Se avessero giocato le loro carte nel modo corretto quella percentuale li avrebbe resi incredibilmente ricchi», scrive Ray nell'autobiografia.

Ma a lui non basta aver preso il brand, vuole tutto. Avendo ricevuto il diritto del marchio sa che i fratelli sono costretti a cambiare il nome del fast food di San Bernardino che viene ribattezzato in Big M, **«Non sono un tipo vendicativo, ma questa volta gliela farò pagare a quei figli di p...»**, confida ai suoi dipendenti. In che modo? Ray apre un McDonald accanto a Big M per costringerli poi a chiudere. E ci riesce. I due fratelli vengono spazzati così fuori dalla storia e non compariranno mai in quella ufficiale del brand. Pare che proprio per il dispiacere uno dei sia caduto vittima di un attacco cardiaco, mentre per l'altro la vita va decisamente meglio, passerà a miglior vita da milionario e con una casa che è un museo dove raccoglie articoli di giornali, foto e gadget di quello che un tempo è stato il suo McDonald's.



Fenomenologia di un impero

Dopo la scalata, Ray ha finalmente le mani libere. Nel 1965 ha già aperto più di 700 ristoranti in 44 stati. **Nell'aprile dello stesso anno, McDonald's diventa la prima catena di hamburger ad entrare a quotarsi a Wall Street**, 22 dollari ad azione che poi crescono fino ad arrivare ai 49 dollari in poco tempo. In un decennio, raggiunge il traguardo dei 1.500 ristoranti che operano nel mondo. Nel 1984, l'anno della sua scomparsa, un nuovo McDonald's apre ogni 17 ore. Dieci mesi dopo l'azienda festeggia i 50 miliardi di hamburger venduti.

Per creare uniformità tra i vari punti vendita, offre ai suoi franchisee un manuale, "The MacDonald's Method". Si tratta di una sorta di regole che governano tutta l'attività dell'azienda, da peso degli

hamburger, alla quantità degli ingredienti, al tempo della cottura delle patatine, a quante volte il ristorante va pulito. In questi aspetti è un maniaco tanto che nel 1961 apre un centro di formazione, poi diventata Hamburger University.

Lascia ufficialmente la guida della società nel 1974 per dedicarsi a un'altra delle sue passioni: il baseball.

Acquista e diventa presidente dei San Diego Padres. In quegli anni la catena ha 7.500 ristoranti in 31 Paesi e vale 8 miliardi di dollari. La sua fortuna personale ammonta a 500 milioni. Dopo la sua morte sopravvenuta per un attacco cardiaco, il patrimonio finisce nelle mani di sua moglie che ne spende una buona parte in opere di beneficenza.

Anche nella sua più fervida immaginazione, nei suoi sogni a occhi aperti, non avrebbe mai potuto immaginare il business planetario che avrebbe contribuito a creare: oggi sono oltre 36 mila i fast food dell'azienda che danno lavoro a 420 mila persone. Nell'ultimo anno il Gruppo ha fatturato 25,36 miliardi di dollari, con una capitalizzazione di mercato di 110 miliardi (fonte Forbes).