

L'HAMBURGER

## Dalle nebbie di Amburgo al chiosco californiano

La storia di McDonald's, come tutte le leggende, è ricca anche di molte curiosità. La prima riguarda la nascita stessa dell'hamburger, che non fu inventato dai due fratelli McDonald, ma arrivò negli Stati Uniti con gli immigrati tedeschi. Questi nelle macellerie di Amburgo (da qui il nome) compravano quelle fette di carne trita che poi venivano mangiate crude e speziate. La leggenda del vecchio Far West parla di un "Hamburg steak" già consumato in America all'inizio dell'Ottocento. Una polpetta di carne poi adattata dai pionieri a essere mangiata velocemente, schiacciata tra due pezzi di pane, su un carro o in groppa a un cavallo. Si dice che fu un quindicenne, per la storia Charlie Nagreen, a inventare e vendere il primo panino con l'hamburger a Seymour, località sperduta del Wisconsin. Ma toccò ai due fratelli McDonald, Richard e Maurice, legare indissolubilmente il loro nome all'hamburger, a partire da loro piccolo chiosco di San Bernardino, a cinquanta miglia da Los Angeles.

LE CURIOSITÀ

## In Cina è "Mai dang lao" Niente manzo in India

McDonald's raccontato attraverso numeri e primati. Il ristorante più grande si trova a Pechino, ha 700 posti a sedere e occupa un migliaio di addetti. In tutta la Cina la catena ha preso il nome di "Mai dang lao". I ristoranti sono oggi nel mondo più di 25.000 distribuiti in oltre 110 Paesi, danno lavoro a un milione e mezzo di persone e servono quotidianamente 40 milioni di clienti. I primi ristoranti all'estero sono sorti in Canada e Portorico (nel 1967), seguiti da Giappone, Germania, Guam, Olanda (1971). In Italia il primo McDonald's è stato aperto a Bolzano alla fine del 1985. Il fatturato mondiale del gruppo nel 1997 è stato di 34 miliardi di dollari, circa 60 miliardi di lire. McDonald's ha dovuto adeguarsi ad alcune culture locali: in Israele ci sono ristoranti rigorosamente "kosher" che non servono hamburger latticini; in India ci sono gli unici ristoranti che non impiegano carne di manzo; in Arabia Saudita i locali effettuano cinque pause al giorno, quante sono i momenti di preghiera dei musulmani.

MCDONALD'S ■ LA STORIA

# Friggi, ragazzo friggi

Dai frullatori del mitico Ray Kroc alla valigia di cartone del giovane Mario

Leggere «McDonald's. Una storia italiana» è come rivedere un vecchio film western. Ci sono le praterie sconfiniate, gli eroi solitari, gli indiani cattivi e, alla fine, la trionfale carica del 7° Cavallergeri. Il libro racconta la storia di un fenomeno planetario, di un panino divenuto il prototipo del successo del capitalismo americano.

**Le praterie.** La prima inquadratura si apre sulle praterie sconfiniate. È la California dei primi anni del dopoguerra, dove accorrono i nuovi pionieri alla ricerca di una terra «dove ognuno poteva manifestare le proprie aspirazioni e cogliere la propria occasione». È a questa gente che i due fratelli Richard "Dick" e Maurice "Mac" McDonald danno da mangiare nel loro locale di San Bernardino, a cinquanta miglia da Los Angeles.

Ma è gente con pochi soldi e tanta fretta, e i due fratelli si adeguano: il locale si trasforma in un self-service, più economico e con pochi piatti (l'hamburger costa 15 centesimi, quello col formaggio 19, le patatine fritte 10).

**L'eroe solitario.** Quella dei due fratelli McDonald è vita dura, da veri pionieri, di quelli che un secolo prima si spezzavano la schiena per far rendere quel po' di terra strappata ai rovi e agli indiani. Manca l'eroe solitario, che però arriva quasi subito. La storia vera inizia nel 1954 quando Ray Kroc, un rappresentante di frullatori dell'Illinois, «s'infiliò in auto per rag-



giungere la lontana California e conoscere i fratelli McDonald che nel loro modesto locale vendevano hamburger e patatine». Arriva dunque Ray Kroc: la classica figura del cow-boy solitario vista tante volte: duro tenace ingenuo e scaltro.

Nel 1954 ha ormai passato i 50 anni e non ha ancora trova-

to la sua giusta strada nella vita, è insoddisfatto, sempre alla ricerca di qualcosa su cui concentrare il suo entusiasmo. Ha la curiosità del venditore, fiuta l'affare e ci si butta: vende l'auto, ipoteca la casa, litiga con la moglie e apre il primo ristorante a Des Plaines (Illinois) il 15 aprile 1955: l'incasso è di 366

dollari e 12 cent.

7° Cavallergeri. E si parte alla conquista dell'America. Qui di indiani che frappongono ostacoli non ce ne sono quasi (se ne troveranno anni dopo in Europa e si chiameranno leggi, norme, sindacati e burocrazia). Il "soldato blu" ha due armi imbattibili sul suo cavallo: model-

lo industriale e "franchising".

Vengono quindi mutuati dalla grande industria i meccanismi dell'organizzazione del lavoro, l'estrema parcellizzazione delle funzioni, trasformando anche il fast-food in una catena di montaggio. E poi il "franchising": la McDonald's dà la concessione del marchio a dei privati, che aprono i nuovi ristoranti. È un tipo di "franchising" centralizzato, ci sono dei ferri principi e regole da rispettare. Il principio è chiaro: «Che cosa c'è di più sicuro, prevedibile e familiare che consumare un pasto in un McDonald's? In ogni angolo del pianeta la multinazionale del panino serve lo stesso menu, cucina nel medesimo modo hamburger e patatine, offre porzioni uguali, utilizza gli stessi criteri organizzativi, manageriali, commerciali».

E inizia il successo travolgente: nel 1956 McDonald apre 12 ristoranti, nel 1958 vende il centomillesimo hamburger, nel 1961 i buoni fratelli McDonald («siamo gente del New Hampshire») cedono tutto a Kroc per 2 milioni 700 mila dollari, nello stesso anno nasce, per i manager, la Hamburger University in uno scantinato di Elk Grove Village (Illinois), il 5 luglio 1966 arriva la quotazione a Wall Street...

**Verso l'infinito e oltre.** Il successo è strepitoso e il nostro libro si riempie di numeri, di fatturati che bucano il cielo, di cifre strabilianti e di ancora più strabilianti progetti. Il mondo come cliente. A Oaks Brook, al-

le porte di Chicago, a venti miglia dal primo ristorante di Des Plaines, c'è il quartier generale. Qui troviamo l'immane italoamericano: Jim Cantalupo, presidente di McDonald's International con nonno della provincia di Napoli. La sua formula è semplice: «Ci sono cinque miliardi di persone fuori degli Stati Uniti, mangiano tre volte al giorno. Quindi, teoricamente, possiamo disporre di 15 miliardi di occasioni al giorno per sviluppare il nostro lavoro». (Contando anche i milioni di persone che muoiono di fame? verrebbe voglia di chiedere).

**INIZIO DURO**

**E VINCENTE**

**Nel locale**

**di S. Bernardino**

**i due fratelli**

**McDonald**

**nutrono**

**i nuovi pionieri**

gli indiani cattivi sono rappresentati dalla burocrazia, dalle pubbliche amministrazioni, dalle troppe leggi e norme, dai sindacati che vogliono metterci il naso, e da una certa mentalità italiana che non ama il rischio. Ma per fortuna che arriva lui, Mario Resca (uno degli autori del libro) che nel 1992 incontra McDonald's e dà la svolta.

Ora Mario Resca è presidente della McDonald's Italia e quell'incontro di sette anni fa gli ha naturalmente cambiato la vita. Dal clima western classico si

passa allo spaghetti western aggiornato al clima degli anni Settanta. Ferrarese, laureato alla Bocconi, Mario Resca arriva dalla provincia a Milano in treno con valigia di cartone acquistata all'Upim. Il padre è operaio (un «comunista all'acqua di rose»), la madre casalinga che lo sogna impiegato in banca. Da alla prima figlia il nome di Alessandra Giordana, «un po' per simpatia - spiega - verso Giordano Dell'Amore, allora un'istituzione alla Bocconi e nel mondo bancario». (Quanti Gianni e Susanna ci saranno tra i figli dei dipendenti Fiat?).

Lavora alla Chase Manhattan Bank, nel gruppo Fiat e per quindici anni è partner della Egon Zehnder, leader mondiale dei "head hunter", i cacciatori di teste (non spaventatevi, sono solo quelli che cercano i dirigenti per le aziende). Quindi nel 1992, dopo «l'incontro» prova a dirigere un ristorante in corso Vercelli a Milano. «Non sapevo nulla di ristorazione - racconta - ma chiunque avrebbe capito che quel ristorante era gestito senza entusiasmo». E in due anni di gestione il fatturato passa da 2,6 a 4,5 miliardi. Poi altri ristoranti, quindi dal 1995 la guida della McDonald's Italia con un discorsetto chiaro ai 20 ragazzi che stanno iniziando l'avventura con lui: «Se volete lavorare qui vi prometto che vi renderete ricchi e famosi e faremo delle belle cose, se non ci state potete andarvene». Friggi ragazzo, friggi.

BRU.CA.

IL RICORDO

## SETTECENTO LIRE DI CANNELLONI, FRITTURINA E CONTORNO

AURELIO PICCA

Quando avevo sette anni e riuscivo a rimediare dalle trecento alle settecento lire, e le chiese erano chiuse e nessuno mi invitava a pranzo, me ne andavo a mangiare in trattoria. In trattoria trovavo tutto quello che mi serviva: il cibo, il calore, la sensualità, il silenzio. Fino a quattrocento lire potevo mangiare un piatto di spaghetti al pomodoro o gnocchi al ragù o pasta e ceci o pasta (spaghetti spezzati) e fagioli - con i fagioli, altre volte, la signora Redenta ci accompagnava la pasta all'uovo ma tagliata o il riso -, oppure, sempre con gli stessi soldi, mangiavo tagliatelle con il sugo di salsiccia e involtini. E questo, ovviamente, era il primo piatto, perché sempre con quei soldi, se era sabato, potevo ordinare una trippa; invece se il giorno della settimana era il mercoledì, mi godevo metà porzione di bollito con l'osso di midollo, la carota lessa e la patata.

Con settecento lire la qualità dei piatti saliva vertiginosamente - anche se a trovarle era più difficile. Ai piatti delle quattrocento (se a uno piaceva di mangiare quei cibi), si aggiun-

geva doppia razione di pane, di acqua, addirittura mezzo litro rosso, la frutta e, infine, una fetta di crostata o torta di mele e pere cotte. Ma se, a esempio, il cliente desiderava per quella cifra cambiare menù era liberissimo di farlo. Allora poteva mangiare un timballo di rigatoni o un piatto di cannelloni ripieni di carne tritata, mozzarella e pancetta, oppure si poteva orientare su un piatto di lasagne o, quando era fresco, come rubato all'acqua del mare, un risotto alla pescatora. E questo era il primo, perché, sempre con le settecento lire, per secondo, uno, se aveva ancora fame, poteva mangiare una fettina alla pizzaiola con contorno di broccoli in padella, oppure si poteva sbizzarrire con una fritturina di gamberetti, trigliette, merluzzetti e calamaretti, mettendoci vicino una insalatina di soli pomodori, e a cappuccina o scariola o di lattughina fresca; co-

munque per quel prezzo il cliente poteva scegliere anche una verdura cotta o lessa. Con il contorno, acqua, vino e pane dentro le settecento.

La trattoria era piccola e d'inverno sul pavimento ci si buttava la segatura. Ognuno aveva il suo tavolo. E ognuno era libero di sceglierlo e di scegliere l'angolo che più gli piaceva. Le persone mangiavano in silenzio (oggi lo fanno soltanto i monaci nelle abbazie cistercensi e non sempre, perché quando l'abate decide il contrario, anche se a voce bassa, tutti parlano) e quando decidevano di scambiarsi un'opinione lo facevano dopo aver buttato giù il boccone e lentamente, avendo tempo e giustamente tempo da perdere. Insomma le trattorie erano chiese o templi: perché il pranzo era sacro - tra l'altro era anche un modo di dire: «il pranzo è sacro».

Oggi, in questa sfinterata, residuale modernità (noi leggiam-



mo il presente con gli occhi del passato senza ombra di malinconico rimpianto), le trattorie di un tempo hanno lasciato il posto ai supermercati dell'alimentazione: i Mc Donalds, che si chiamano pure in tanti altri modi, a seconda delle tendenze

del gusto e dell'immagine che vogliono offrire. Il loro spazio tende sempre al gigantesco, e insieme alle varie salse colorate uno può mangiare con un palloncino pubblicitario legato al polso. Se vuoi mangiare nei Mc devi servirti da solo - è questo in-

fatti il divertente! E le signorine con la visierina che stanno alla cassa e girano tra i tavoli sorridenti, ti fanno pensare a tutto: meno che a scopiarle e mangiarle. I supermercati del pranzo e della cena, della colazione e dell'aperitivo (l'ora della merenda va in scena soltanto in televisione) sono anche i nuovi luna park per soli bambini. Dentro, infatti, i bambini invece di mangiarci possono giocare con mangiafuoco, con i dischi volanti, con la magia dei colori e dei suoni, che un tempo apparteneva al circo e che ora (fortuna per i bambini e i nonni!) te la godi con le patatine fritte.

Ma ormai i Mc Donalds sono diventati le mense obsolete e tristemente periferiche della città, i nuovi arrivati si chiamano «Gusto» o «Caffè Renault». Sono supermercati raffinati, non sono per bambini, per soli divoratori di salse, non sono per la sola gente comune. In alcuni,

L'inchiesta



La banda militare giordana all'apertura del McDonald's ad Amman

Ali Jarekji/  
Reuters

