



Le tabouret à trois pattes

Le succès de McDonald's est en partie attribuable à une philosophie toute simple mise en place par notre fondateur, Ray Kroc. Cette philosophie est souvent décrite comme un tabouret à trois pattes. L'une des pattes représente McDonald's, la deuxième, nos franchisés-partenaires et la troisième, nos fournisseurs. Ce tabouret puise sa stabilité dans son appui sur ses trois pattes.

Ceci signifie que la compagnie... les franchisés... et les fournisseurs jouent chacun un rôle de soutien égal envers McDonald's. Pour que chacun des trois éléments puisse prospérer, tous doivent prospérer.

McDonald's a pris l'engagement de s'assurer de choisir les meilleurs partenaires d'affaires possibles – tant au niveau des franchisés que des fournisseurs. Ce sont les piliers de notre entreprise. Ce sont eux qui rendent possible la réussite de l'exploitation de notre marque globale au niveau local.

FRANCHISÉS

À l'heure actuelle, environ 70 % de nos restaurants canadiens appartiennent à des franchisés qui en assurent la gestion. Depuis plus de 30 ans, nos partenaires franchisés ont joué un rôle important dans la croissance de McDonald's au Canada en offrant à nos clients des niveaux inégalés de qualité, de service, de propreté et de valeur. Ils sont un élément essentiel de notre entreprise et demain, les franchisés joueront un rôle clé dans notre stratégie de croissance au pays.

La nature de la relation entre les franchisés et McDonald's est celle d'un partenariat exigeant un travail d'équipe pour assurer à chaque client/e une expérience agréable à chaque visite. Ce partenariat est également une occasion unique pour un individu de devenir propriétaire et de gérer une entreprise, tout en ayant accès aux ressources d'une organisation de plusieurs milliards de dollars.

L'administration de McDonald's accorde une importance capitale à la qualité opérationnelle en offrant aux franchisés un restaurant à la fois. Les occasions se présentent par l'entremise de nouveaux restaurants ou de la vente de restaurants existants.

McDonald's recrute des franchisés qui accepteront de mettre la main à la pâte - des franchisés actifs, présents, prêts à travailler à temps plein pour veiller à l'exploitation de leur restaurant McDonald's – et non seulement des investisseurs. McDonald's recrute et forme des individus motivés, qui ont des habiletés d'entrepreneuriat et une expérience en affaires. Une expérience en restauration n'est pas nécessaire. Parmi les autres qualités recherchées, citons la flexibilité quant à l'emplacement géographique accordé et la volonté de respecter des normes et des directives d'exploitation strictes.



La relation entre les franchisés et la compagnie repose sur l'engagement personnel envers l'entreprise, l'accent sur les gens, l'engagement envers la communauté, la gestion financière et le partage des objectifs, des principes et des idées.



Les franchises de nouveaux restaurants sont offertes à des franchisés actuels qui ont un excellent dossier, à de nouveaux franchisés et à des employés de la compagnie. Avant même que les ententes de franchisage ne soient signées, les franchisés éventuels débutent un programme complet de formation sur l'exploitation les préparant au système de gestion et d'exploitation de McDonald's et aux normes rigoureuses de Q.S.P et V.-qualité, service, propreté et valeur.

McDonald's accorde généralement les droits de franchise d'un restaurant pour une période définie en échange de paiements mensuels établis selon un pourcentage des ventes brutes couvrant le loyer, les redevances de service et les contributions à la publicité. McDonald's appuie les franchisés en offrant des conseils et son expertise en formation et en marketing.

Lors de la mise en place d'un nouveau restaurant, McDonald's commence par choisir l'emplacement, l'améliorer, acquérir la propriété et construire le bâtiment. Le franchisé est responsable de l'ameublement et de l'équipement de cuisine, des fournitures, de la décoration, des affiches et de l'aménagement paysager, ainsi que des activités de pré-ouverture comme l'embauche et la formation du personnel.

FOURNISSEURS

Bien que McDonald's soit une entreprise mondiale comptant 31 000 restaurants dans 119 pays et servant plus de 45 millions de clients chaque jour, nous cherchons toujours à établir notre entreprise localement. Notre réseau de fournisseurs ne fait pas exception. McDonald's s'efforce d'utiliser des produits et des fournisseurs locaux.

Le réseau de fournisseurs canadiens de McDonald's compte 120 entreprises canadiennes d'importance. Ces entreprises sont une partie intégrante de la famille étendue de McDonald's. Elles offrent à McDonald's des produits de qualité à prix concurrentiels par l'entremise d'un réseau inégalé. Elles créent de nouveaux produits, contribuent à réduire les coûts de notre système actuel et s'assurent que nos clients retrouvent le même bon goût de McDonald's dans chaque marché au pays.

McDonald's du Canada s'engagent à appuyer l'économie locale. En 2002, McDonald's a acheter pour environ 680 M\$ de produits alimentaires et de papier de notre réseau de fournisseurs canadiens.

Les fournisseurs de McDonald's jouent un rôle crucial dans notre succès et, en retour, sont devenus des entreprises extrêmement rentables. S'il devait y avoir une seule clé au succès de McDonald's, c'est la philosophie du tabouret à trois pattes, l'« interdépendance » des trois partenaires principaux - les franchisés, les fournisseurs et la compagnie.