



SCALE FOR GOOD

Commitment to Families



McDonald's is een restaurant dat verantwoorde keuzes voor iedereen leuk, lekker en makkelijk maakt, zodat gasten kunnen genieten met een goed gevoel.

ONZE AMBITIES

McDonald's is een familierestaurant en neemt ook op dat gebied haar verantwoordelijkheid. In 2021 voldoet 50% van ons aanbod aan Happy Meals aan onze internationale voedingskundige criteria. Zo verwijderen we kunstmatige kleur- en smaakstoffen en reduceren we conserveringsmiddelen in onze Happy Meals. Ook stimuleren we de consumptie van groente en fruit. Daarom maken we verantwoorde opties, zoals groenten en fruit, lekker, leuk en makkelijk. Transparantie over voedingswaarden en verantwoorde marketing van producten maakt het onze gasten makkelijker om keuzes te maken die ze een goed gevoel geven.

Met onze steun aan het Ronald McDonald Kinderfonds maken we het daarnaast mogelijk dat families met een ziek kind dichter bij elkaar kunnen zijn.





SCALE FOR GOOD

Commitment to Families



MIJLPALLEN

VERANTWOORDE MARKETING

McDonald's heeft zich gecommitteerd aan de EU Pledge en is aangesloten bij het Clinton Global Initiative. McDonald's houdt zich aan alle bestaande afspraken die met de sector zijn gemaakt en zijn vastgelegd in de Reclamecode voor Voedingsmiddelen 2015 en in de EU.

WATER & HAPPY MEAL

Binnen het Happy Meal kiezen gasten 5x zo vaak voor water als drankje sinds water primair wordt aangeboden.

STOPPEN MET HAPPYSTUDIO

We stopten in Nederland met het online platform happystudio.com. Dit platform paste niet meer bij de marketingnormen die McDonald's in Nederland stelt en de afspraken die zij heeft gemaakt binnen de sector.

VERANTWOORDE VOEDING

We maken het nog makkelijker voor jonge gasten om voor water, melk en fruitsappen te kiezen. We bieden frisdrank, Milk Shakes, Fristi en Chocomel op aanvraag aan.

LEZEN STIMULEREN

Gasten kunnen kiezen tussen een leesboekje of een speeltje als cadeautje bij een Happy Meal. Zo maken we lezen leuk en stimuleren we lezen bij kinderen en ouders.

VERANTWOORDE MARKETING

We combineren in onze communicatie geen licensed characters met voeding en drankjes in het Happy Meal.

VERANTWOORDE VOEDING

We bieden de Cheeseburger alleen nog op aanvraag aan in het Happy Meal. Dat leidt tot een flinke daling in keuze bij bestellingen van Happy Meals via de kiosken.

ALTIJD GROENTE OF FRUIT

We bieden voortaan altijd groente of fruit aan in het Happy Meal. Hiermee stimuleren we het eten van meer groente en fruit.

SUIKERVRIJE FRISDRANKEN

We stimuleren de verkoop van suikervrije frisdranken door Coca-Cola Zero en Light als eerste en meer zichtbaar te tonen op onze menu's en bestelkiosken.

BEWEGEN

De eerste Gym en Fun voor kinderen is opgezet om bewegen voor kinderen leuker te maken.

VERS FRUIT

We bieden verse fruit- en groente-opties aan in het Happy Meal menu. Vanaf 2008 bieden we alleen nog fruitsappen en smoothies van puur fruit aan in het Happy Meal, zonder toegevoegde suikers.

VERANTWOORDE VOEDING

We bieden transparantie over de voedingswaarden van onze producten door deze te vermelden op verpakkingen, de placemat en in de app.

RONALD McDONALD KINDERFONDS

Het eerste Ronald McDonald Huis in Nederland is een feit.

Sinds 2006



1985





SCALE FOR GOOD

STIMULEREN 2019

We stimuleren de consumptie van groente en fruit in het Happy Meal en geven ouders een steuntje in de rug, door

VERANTWOORDE KEUZES

makkelijker te maken door met groente en seizoensfruit te variëren.



MINDER SUIKER 2020

We maken het gasten makkelijker om minder suiker te consumeren via frisdrank door

SUIKERVRIJE OPTIES

makkelijk te maken om voor te kiezen, wateropties te stimuleren en nieuwe suikervrije of laagcalorische koude dranken aan te bieden.



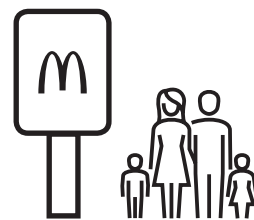
VERANTWOORDE MARKETING 2019-2020



We maken het gasten makkelijker een verantwoorde keuze te maken.

We bieden de Cheeseburger op aanvraag aan in het Happy Meal en Coca-Cola Zero is de eerste frisdrankkeuze in alle restaurantcommunicatie.

We hebben de ambitie om een beweging te maken in communicatie die gericht zal zijn op families in onze mediakeuze.



WAT GAAN WE DOEN?

VERWIJDEREN KUNSTMATIGE KLEUREN SMAAKSTOFFEN

We werken samen met onze leveranciers aan het verwijderen van de allerlaatste kunstmatige kleuren en smaakstoffen en conserveringsmiddelen, zodat die uiterlijk in 2021 in geen enkel product in het Happy Meal meer verwerkt zijn.

