

McDonald's Svizzera



Impact Report 2026

Il nostro impegno
nell'economia e nella società





Contenuto



McDonald's

Semplifichiamo la vita quotidiana delle nostre ospiti e dei nostri ospiti e offriamo loro un'esperienza gastronomica indimenticabile – in Svizzera, da 50 anni. Grazie alla loro fedeltà, sosteniamo le nostre licenziatarie e i nostri licenziatari come pure i nostri partner e sosteniamo i talenti.

- 04 Gestire insieme l'economia e creare valore
- 05 I nostri valori
- 06 Le nostre aziende
- 07 Il nostro sistema
- 09 I nostri ambiti di attività
- 10 Le nostre prestazioni 2025



Ambiente

Per proteggere efficacemente il nostro ambiente è necessario un approccio onnicomprensivo, dalla logistica ai ristoranti, fino agli ospiti.

- 12 Le nostre misure per il clima
- 14 Meno imballaggi, strade più pulite
- 16 Chiudere i cerchi



Mangiare

Utilizziamo ingredienti di alta qualità e ci riforniamo principalmente da partner svizzeri e aziende agricole che producono secondo standard elevati. In questo modo sosteniamo l'agricoltura locale.

- 19 La nostra strategia di acquisto
- 20 Gli ingredienti acquistati nel 2025
- 21 Tutelare concretamente il benessere animale
- 23 Secondo il gusto delle nostre e dei nostri ospiti



Lavorare

Da noi, ognuna e ognuno deve avere l'opportunità di mettersi in gioco e di crescere, in un ambiente che valorizzi il talento, lo spirito di squadra e il rendimento.

- 26 Datore di lavoro affidabile
- 27 Formazione efficace



Comunità

Per noi è naturale restituire qualcosa alla comunità nella quale operiamo e viviamo. Da 30 anni, infatti, ci impegniamo per sostenere la Fondazione per i Bambini Ronald McDonald e i giovani talenti sportivi tramite i patrocini di Aiuto Sport Svizzero.

- 30 Una Casa per le famiglie dei bambini malati
- 31 Sostenere i talenti sportivi e le loro famiglie

Da 50 anni in Svizzera

Semplifichiamo la vita quotidiana delle nostre ospiti e dei nostri ospiti e offriamo loro un'esperienza gastronomica indimenticabile. Da 50 anni in Svizzera.

In Svizzera diamo un importante contributo all'economia locale, poiché sosteniamo l'occupazione e le imprese in tutto il Paese, creando allo stesso tempo opportunità economiche per le licenziatarie e i licenziatari locali, le collaboratrici e i collaboratori dei ristoranti e per i fornitori.



Gestire insieme l'economia e creare valore

Come fa McDonald's Svizzera a mantenere il proprio successo, la propria rilevanza e il proprio radicamento locale sul lungo periodo?

Il Managing Director Brad McMullen, il licenziatario Rajiv Khanna e il presidente di direzione di Frigemo Beat Wittmer parlano di collaborazione, forza regionale e della perfetta esperienza gastronomica offerta alle ospiti e agli ospiti.

Signor McMullen, qual è la principale forza motrice di McDonald's Svizzera?

Brad McMullen : Da 50 anni siamo di casa in Svizzera. Adattiamo costantemente la nostra offerta alle esigenze delle nostre ospiti e dei nostri ospiti e semplifichiamo la loro vita quotidiana – perché il desiderio di esperienze semplici e positive è oggi più che mai importante.

Costruiamo il nostro successo su tre specifici fattori: un'esperienza gastronomica convincente, l'ospitalità autentica delle nostre collaboratrici e dei nostri collaboratori, nonché collaborazioni solide e affidabili. L'interazione tra le nostre licenziatarie e i nostri licenziatari, che gestiscono i nostri ristoranti in modo autonomo, i nostri fornitori e noi stessi – il cosiddetto «treppiede» – garantisce stabilità, crea flessibilità e promuove attivamente l'ulteriore sviluppo di McDonald's Svizzera.

“ **Il nostro successo si basa sul «treppiede», ossia la collaborazione tra McDonald's, le nostre licenziatarie e i nostri licenziatari e i nostri fornitori.** ”

Allo stesso tempo, investiamo costantemente nei nostri ristoranti, in moderne tecnologie e nella formazione e nell'aggiornamento professionale dei nostri team.



Brad McMullen

Managing Director di McDonald's Svizzera

Come si fa a mantenere il successo anche in condizioni più difficili?

Brad McMullen : È proprio in tempi più difficili che emerge quanto sia fondamentale la collaborazione. Agiamo come un'unica squadra – a tutti i livelli – e continuiamo a sviluppare con coerenza la nostra offerta. Tutti danno il proprio contributo: le collaboratrici e i collaboratori dei ristoranti, il management, le nostre licenziatarie e i nostri licenziatari e i nostri partner lungo l'intera catena di fornitura. Questo stretto coordinamento ci permette di reagire rapidamente ai cambiamenti e, allo stesso tempo, di garantire i nostri elevati standard di qualità.

Signor Khanna, che importanza rivestono le licenziatarie e i licenziatari per il radicamento locale?

Rajiv Khanna : Modelliamo McDonald's Svizzera localmente e diamo un volto proprio al marchio nelle diverse regioni. In qualità di imprenditrici e imprenditori, siamo parte integrante della vita locale, creiamo posti di lavoro e ci impegniamo attivamente, ad esempio sostenendo associazioni o promuovendo iniziative come le campagne contro il littering.

Il «treppiede» ci attribuisce un ruolo importante in questo contesto. Contribuiamo con le nostre prospettive alle questioni aziendali fondamentali e partecipiamo attivamente allo sviluppo futuro dell'azienda. Allo stesso tempo, investiamo nelle nostre sedi e sosteniamo in modo mirato le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori, al fine di creare prospettive a lungo termine.

“ **In qualità di licenziatarie e licenziatari, siamo presenti nei ristoranti e vicini alle nostre ospiti e ai nostri ospiti. Offriamo loro un'offerta convincente e la possibilità di ordinare digitalmente, e questo semplifica loro la vita.** ”



Daniel Jenni
CEO di Frigemo

Signor Jenni, cosa contraddistingue la collaborazione con McDonald's Svizzera?

Daniel Jenni : 50 anni fa abbiamo avuto l'onore di fornire le patatine per l'inaugurazione del primo McDonald's a Ginevra. Oggi lavoriamo più di 18'000 tonnellate di patate per gli oltre 190 ristoranti presenti in Svizzera. La nostra collaborazione è improntata sulla fiducia e basata su chiari standard di qualità. Mettiamo a disposizione i nostri punti di forza in modo mirato e forniamo ingredienti di alta qualità, provenienti dalle agricoltrici e dagli agricoltori svizzeri. Inoltre, sviluppiamo insieme nuovi prodotti, come ad esempio le «Rösti Fries», e ottimizziamo i processi, sempre con l'obiettivo di aumentare ulteriormente qualità ed efficienza.

“ *La nostra collaborazione si basa su qualità e “swissness”. E su patate di qualità con radici svizzere.* ”

Quale ruolo riveste questa collaborazione per il futuro?

Brad McMullen : La collaborazione è un pilastro fondamentale del nostro successo. Insieme ai nostri partner rafforziamo le strutture imprenditoriali in Svizzera, garantiamo posti di lavoro e continuiamo a sviluppare in modo mirato il nostro contributo all'economia e alla società.

“ *Lo scorso anno, noi di McDonald's Svizzera abbiamo contribuito con 1,1 miliardi di franchi al prodotto interno lordo svizzero, offerto 13'350 posti di lavoro e generato 218,5 milioni di franchi di entrate nelle casse pubbliche.* ”

Daniel Jenni : Questa collaborazione getta le basi per il progresso – che si tratti di innovazioni, di processi più efficienti o di un uso responsabile delle risorse. E ci permette di sviluppare e attuare insieme soluzioni sostenibili.



Rajiv Khanna
Licenziatario di McDonald's

Come si evolve l'esperienza delle/degli ospiti?

Rajiv Khanna : Uniamo le offerte digitali a un servizio personalizzato. In questo modo rendiamo l'esperienza delle nostre ospiti e dei nostri ospiti semplice, veloce e piacevole, indipendentemente dal canale di ordinazione. Allo stesso tempo, il contatto diretto rimane fondamentale, perché crea fiducia e vicinanza.

Brad McMullen : Uniamo innovazione e ospitalità, apportando al contempo un contributo positivo per le/i nostre/i ospiti, le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori e la società. Il feedback è importante per noi, perché ci aiuta a crescere costantemente e a migliorare insieme. È così che plasmiamo attivamente i prossimi 50 anni di McDonald's Svizzera.

I nostri valori



Mettiamo le persone al centro.

Diamo a tutte/i il benvenuto.



Facciamo la cosa giusta in modo efficace.

Viviamo un buon vicinato.



Insieme siamo più forti.



Le nostre aziende

McDonald's è presente in Svizzera da 50 anni. Il primo ristorante venne inaugurato il 4 novembre 1976 a Ginevra, e allora offriva otto prodotti e impiegava 25 collaboratrici/tori. A fine 2025, McDonald's Svizzera contava 190 ristoranti, oltre 80 prodotti e circa 8'400 collaboratrici e collaboratori.

In qualità di marchio leader nel settore della ristorazione in Svizzera, l'attenzione è costantemente rivolta ai partner locali: più dell'85% del volume di acquisti, pari a 250 milioni di franchi, confluisce nell'economia svizzera. Oltre il 90% dei ristoranti viene gestito da licenziatarie e licenziatari indipendenti.

Membri di GastroSuisse

In qualità di membri di lunga data di GastroSuisse, ci impegniamo inoltre attivamente per sviluppare ulteriormente il settore della ristorazione nel nostro Paese. Le nostre licenziatarie e i nostri licenziatari hanno una parte attiva nelle associazioni cantonali di ristorazione e nella formazione professionale.

Vicini alle/agli ospiti

Lo scorso anno sono stati aperti sette nuovi ristoranti; per il 2026 ne sono previsti almeno altri sei.

Da 50 anni



85%
degli ingredienti da
partner locali

Volume d'acquisto in
generi alimentari:

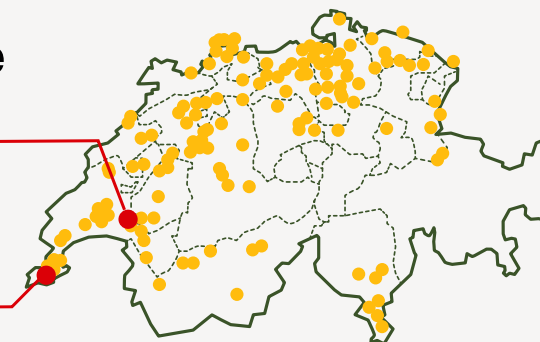
CHF **250** mio.

190. ristorante

Châtel-St-Denis
26. 12. 2025

1. ristorante

Ginevra Mont-Blanc
04.11.1976



1976

Da 3'000 a 275'000 ospiti al
giorno 2026

2026



8
prodotti

1
partner di licenza

3'000
ospiti al giorno
dell'inaugurazione

25
collaboratrici/tori



oltre
80
prodotti

45
partner di
licenza

275'000
ospiti al giorno

8'400
collaboratrici/tori



50

 traguardi di
impatto

Negli ultimi 50 anni abbiamo imparato molto insieme alle nostre licenziatarie e ai nostri licenziatari, ai nostri partner, alle autorità e agli opinion leader. Queste competenze ci aiutano a migliorare ogni giorno, a beneficio delle nostre ospiti e dei nostri ospiti, delle nostre collaboratrici e dei nostri collaboratori, dell'economia e della società svizzera.

In questo rapporto, troverete 50 traguardi che illustrano l'impatto che McDonald's Svizzera ha avuto in questo periodo.



Un concetto di servizio variegato

Le/i nostre/i clienti ordinano nel modo che meglio si adatta alla loro routine quotidiana: al ristorante con servizio direttamente al tavolo, in uno dei quasi 100 McDrive per un pasto veloce in viaggio o tramite McDelivery, per la consegna a casa o in ufficio. I nostri canali digitali svolgono un ruolo centrale in questo senso. L'app di McDonald's semplifica il processo di ordinazione e rafforza l'interazione diretta con le/i nostre/i clienti, che la usano sempre più spesso. Viene infatti utilizzata per un'ordinazione su quattro. Per ordinare, per pagare, per sfruttare un'offerta e per accumulare e riscattare punti.

Corporate Governance

McDonald's Svizzera, in qualità di società controllata da una società madre quotata in borsa negli Stati Uniti, è soggetta alle disposizioni del Sarbanes-Oxley Act. Il rispetto dei diritti umani secondo la Dichiarazione delle Nazioni Unite è sancito in modo vincolante negli «Standard di condotta aziendale» e nel «Codice di condotta dei fornitori».

Linee guida integrative regolano, tra l'altro, la gestione dei regali e delle informazioni riservate. Sono vietati i contributi politici.



**Ospitalità -
sempre e ovunque**



App con Order&Pay
per un'ordinazione su 4



Servizio al tavolo
in ogni ristorante



McDrive
in un ristorante su 2



Servizio di consegna
da 165 ristoranti

Il nostro sistema

I nostri fornitori

- 1 Individuare e sfruttare i potenziali di efficienza
- 2 Rafforzare il ruolo dei fornitori nella gestione delle aziende agricole
- 3 Tutelare la natura e promuovere in modo mirato la biodiversità
- 4 Migliorare il benessere degli animali e garantire un uso responsabile degli antibiotici
- 5 Combattere con determinazione la deforestazione lungo la catena di approvvigionamento
- 6 Promuovere la riduzione delle emissioni insieme ai fornitori
- 7 Rispettare i diritti umani lungo tutta la catena di produzione
- 8 Preservare le riserve idriche e utilizzarle in modo efficiente
- 9 Migliorare costantemente la sicurezza alimentare dall'origine fino al consumatore
- 10 Utilizzare materiali innovativi, ridurre gli imballaggi e promuovere l'economia circolare

Processi, collaboratrici/tori, e partner di licenza

- 11 **Offerta**
 - Offrire pasti equilibrati per i bambini
 - Condurre attività di marketing rivolte ai bambini in modo responsabile
- 12 **Uffici/sedi**
 - Ridurre con coerenza le emissioni di gas serra (GHG)
- 13 **Sicurezza alimentare, qualità e sviluppo**
 - Migliorare costantemente la sicurezza alimentare lungo l'intera catena di approvvigionamento
- 14 **Imballaggi, ricerca e sviluppo**
 - Sviluppare nuovi materiali, ridurre gli imballaggi ed evitare gli sprechi
 - Promuovere in modo mirato l'economia circolare

Le nostre comunità

- 18 **Impegno per le famiglie**
 - Sostenere le Case Ronald McDonald Svizzera in modo mirato
 - Vivere la collaborazione con Aiuto Sport Svizzero
- 19 **Opportunità lavorative**
 - Offrire posti di tirocinio e percorsi formativi verso il diploma federale
 - Offrire posti di lavoro per le/i rifugiate/i
 - Offrire posti di lavoro per chi inizia la carriera professionale senza disporre di esperienza lavorativa o di una formazione



- 15 **Collaboratrici/tori dell'azienda**
 - Garantire retribuzioni competitive e benefici aggiuntivi interessanti

- 16 **Tutte/i le/i collaboratrici/tori**
 - Promuovere un ambiente lavorativo sicuro, rispettoso e inclusivo
 - Offrire opportunità di sviluppo continuativo e di formazione

- 17 **Sedi dei ristoranti**
 - Ridurre il consumo energetico in modo mirato
 - Rendere i ristoranti sempre più sostenibili
 - Migliorare il riciclaggio degli imballaggi
 - Ridurre l'uso di materie plastiche nuove ricavate da materie prime fossili



I nostri ambiti di attività

McDonald's gestisce ristoranti in tutto il mondo – sia in proprio sia in collaborazione con le proprie licenziatarie e i propri licenziatari – ed è presente in oltre 100 Paesi. I ristoranti offrono un assortimento di menu di alta qualità, adattati ai gusti locali.

McDonald's concentra la propria attenzione in modo mirato su quelle tematiche ambientali, sociali e aziendali che rivestono particolare importanza per i suoi stakeholder e nelle quali l'azienda può dare il massimo contributo alla creazione di valore a lungo termine. La strategia di impatto raggruppa queste attività in quattro ambiti di intervento principali.

In questi ambiti, McDonald's definisce indicatori chiave di prestazione, utilizza tali indicatori per monitorare i propri progressi e sviluppa continuamente il proprio impatto.

Ambiente

Gli imballaggi e la tutela del clima sono tra i nostri principali ambiti di intervento. Insieme alle nostre licenziatarie e ai nostri licenziatari e ai nostri partner, ci impegniamo a sviluppare soluzioni di imballaggio sempre nuove, a utilizzare le risorse in modo responsabile e a migliorare costantemente il nostro impatto ambientale.

Mangiare

La provenienza degli ingredienti e il benessere degli animali sono importanti per noi. Il modo in cui vengono prodotti gli ingredienti dei nostri prodotti e da chi, fa una grande differenza.

Lavorare

Il coinvolgimento e la valorizzazione delle collaboratrici e dei collaboratori sono per noi fondamentali. Insieme alle nostre licenziatarie e ai nostri licenziatari, creiamo opportunità e garantiamo un futuro sicuro ai nostri talenti.

Comunità

Il sostegno alle famiglie e ai loro bambini ci sta molto a cuore. Perché un buon vicino aiuta e sta accanto agli altri quando ce n'è bisogno.

Abbiamo analizzato in che misura la nostra attività principale influisca sui quadri normativi internazionali di riferimento e quali sono i collegamenti con gli obiettivi delle Nazioni Unite. Da tale analisi emerge che molte delle nostre tematiche prioritarie coincidono con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, come illustriamo nel presente rapporto.



Dialogo costante

Il dialogo con i nostri stakeholder è per noi fondamentale e lo manteniamo per individuare tempestivamente le aspettative e tenerne conto nelle nostre decisioni.

Al centro della nostra attenzione ci sono le nostre ospiti e i nostri ospiti, le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori, le nostre licenziatarie e i nostri licenziatari, i nostri partner, nonché i rappresentanti della politica, delle autorità, dei media, delle ONG e del mondo accademico.



Il nostro 2025 in cifre

McDonald's Svizzera	Ambiente	Mangiare	Lavorare	Comunità
• 1,1 miliardi di franchi di contributo al prodotto interno lordo svizzero • 2,2 miliardi di franchi a sostegno della produzione economica complessiva • 13'350 posti di lavoro sostenuti direttamente e indirettamente • 218,5 milioni di franchi di entrate generate per le casse pubbliche • 7 nuovi ristoranti aperti e 20 sedi rimodernate in collaborazione con il settore edilizio locale • 94% dei 189 ristoranti McDonald's gestito da licenziatarie e licenziatari locali	• Imballaggi monouso realizzati al 98% con materiali rinnovabili, riciclati o certificati • Riduzione della percentuale di plastica negli imballaggi monouso, portata al di sotto del 2% • Garantita la partecipazione di tutti i ristoranti Clean-Up-Day nazionale • Circa due terzi delle merci trasportate ai ristoranti a impatto zero in termini di CO₂	• Oltre l'85% degli ingredienti proviene da partner svizzeri • Volume di acquisti presso fornitori svizzeri superiore a 290 milioni di franchi • Prosegue la collaborazione che da 50 anni lega McDonald's a Bell e Frigemo • Collaborazione con 6'900 agricoltrici e agricoltori locali • Circa due terzi della carne di manzo provengono da allevamenti certificati RAUS • Il 100% della carne di pollo proviene da Paesi limitrofi e risponde agli standard svizzeri sul benessere animale • Continua l'applicazione coerente della politica di rinuncia agli additivi artificiali • Prosegue l'impegno nell'ambito dello Swiss Pledge	• 8'400 collaboratrici/tori assunti direttamente da McDonald's Svizzera • Equilibrio di genere nella direzione aziendale • Il 64% dei team dei ristoranti è costituito da donne • 90% del management dei ristoranti ha iniziato la carriera nella crew • Ampliamento dell'offerta formativa: introduzione del certificato professionale CFP e aumento del numero di posti di tirocinio nella ristorazione di sistema AFC • Garantita la parità salariale tra donne e uomini • Raggiunto un livello di soddisfazione superiore all'85% tra le collaboratrici e i collaboratori e al 95% tra il management dei ristoranti	• 189 patrocini con Aiuto Sport Svizzero per tutti i ristoranti • Oltre 1,9 milioni di franchi alla Fondazione per i Bambini Ronald McDonald in Svizzera – grazie alla collaborazione delle licenziatarie e dei licenziatari, dei fornitori e delle/degli ospiti.



Stime d'impatto di Oxford Economics. Si veda l'Impact Report di Oxford Economics mcdonalds.ch/engagement

“

McDonald's è per noi un membro importante e attivo, nonché un partner affidabile all'interno di GastroSuisse. Con grande impegno, spirito imprenditoriale innovativo e una visione d'insieme, l'azienda fornisce preziosi impulsi per il continuo sviluppo del nostro settore.



Beat Imhof
Presidente di GastroSuisse

Il nostro impegno per l'ambiente

Per proteggere efficacemente il nostro ambiente è necessario un approccio onnicomprensivo: dalla logistica ai ristoranti, fino alle/agli ospiti.

Lavoriamo costantemente per ottimizzare i nostri imballaggi e, insieme ai nostri partner, per promuovere soluzioni di riciclaggio nell'area dedicata alle/agli ospiti. Allo stesso tempo, continuiamo a potenziare misure già collaudate, come l'uso sistematico di energia idroelettrica e il trasporto delle nostre merci su rotaia.





Le nostre misure per il clima

In Svizzera ci concentriamo sulla riduzione sistematica delle emissioni lungo l'intera catena di approvvigionamento, sia nei nostri ristoranti sia presso i nostri fornitori. A tal fine, combiniamo iniziative già in atto con nuove misure.

Nel 2025, il consumo energetico per ospite, rispettivamente per ristorante, è rimasto stabile. Sebbene abbiamo in parte prolungato gli orari di servizio, ampliato l'offerta di prodotti e introdotto nuove tecnologie, compensiamo questo aumento del fabbisogno con misure mirate di risparmio energetico. Il consumo energetico per ogni ordine è pari a 1,6 kWh.

Circa nove decimi della nostra impronta di CO₂ derivano dalla produzione dei nostri alimenti – in particolare dall'agricoltura, dalla lavorazione delle materie prime e dalla produzione degli imballaggi. Il trasporto effettuato dalla nostra azienda di logistica verso i ristoranti è responsabile del 2% circa delle emissioni. Le emissioni attribuibili direttamente a McDonald's Svizzera e alle nostre licenziatrici e ai nostri licenziatari rappresentano circa il 6%.

È proprio qui che interveniamo con misure concrete, ad esempio attraverso modelli di ristorazione efficienti dal punto di vista energetico, l'utilizzo di energie rinnovabili e soluzioni di trasporto ottimizzate.

Utilizzare in modo mirato energie rinnovabili

Dal 2010 acquistiamo la nostra energia elettrica in tutta la Svizzera esclusivamente da fonti idroelettriche. In questo modo riduciamo notevolmente le emissioni di CO₂ nella gestione dei nostri ristoranti. Enti indipendenti certificano che i certificati di origine vengano rilasciati esclusivamente per l'energia idroelettrica effettivamente prodotta.

Energia solare e geotermica

Per l'edificazione di nuovi ristoranti e per la ristrutturazione di quelli esistenti, valutiamo l'utilizzo dell'energia geotermica e degli impianti solari. Nei luoghi più



adatti installiamo impianti fotovoltaici per coprire direttamente sul posto parte del fabbisogno di energia elettrica.

Efficienza energetica nella gestione dei ristoranti

Un fattore chiave è rappresentato dalla gestione energetica efficiente dei nostri ristoranti. A tal fine puntiamo su sistemi di controllo digitali e su chiare linee guida operative. Con il nostro «Energy Saving Manual» definiamo standard vincolanti, ad esempio riguardo agli orari di accensione e all'utilizzo delle apparecchiature.

Il «McEnergy System» ci consente di monitorare in tempo reale il consumo energetico di ogni singolo ristorante e di sfruttare in modo mirato i potenziali di ottimizzazione.

Inoltre, collaboriamo a stretto contatto con consulenti energetici esterni e con l'Agenzia per l'energia dell'economia. Team interdisciplinari attuano sistematicamente i miglioramenti individuati.

Le misure concrete all'interno e nei dintorni del ristorante comprendono, tra le altre cose:

- utilizzo capillare dell'illuminazione a LED
- sistemi di recupero del calore in cucina
- elettrodomestici da cucina e impianti tecnici ad alta efficienza energetica
- postazioni di ricarica per la mobilità elettrica

1998

Trasporti attraverso le Alpi sistematicamente trasferiti **su rotaia**

2001

I primi veicoli alimentati con carburanti alternativi come il **biodiesel** e il **biogas**

2005

Introdotta il sistema **interno «McEnergy System»** per migliorare l'**efficienza energetica** nei ristoranti

2010

Passaggio all'uso esclusivo di **energia verde da fonti idroelettriche** in tutti i ristoranti

2015

Per la prima volta, la metà di tutti i **chilometri di trasporto** viene percorsa **su rotaia**





“

La logistica sostenibile nasce laddove i partner si assumono le proprie responsabilità e promuovono l'innovazione. La collaborazione con McDonald's dimostra come spronarsi vicendevolmente a sviluppare nuove soluzioni renda, un passo dopo l'altro, il trasporto a impatto zero una realtà.



Angela Klüe
CEO HAVI

Stazioni di ricarica per ospiti

In collaborazione con l'azienda svizzera GOFAST, dal 2020 stiamo installando stazioni di ricarica rapida in luoghi strategici, promuovendo così una mobilità più sostenibile nella vita quotidiana delle nostre ospiti e dei nostri ospiti.

Logistica povera di emissioni

Garantire rifornimenti affidabili ai nostri circa 190 ristoranti, che servono ogni giorno oltre 275'000 ospiti, rappresenta una sfida logistica. Il nostro partner di lunga data HAVI, gestisce nella centrale di Oensingen (SO), un centro di distribuzione dotato di collegamento autostradale e di un punto di carico ferroviario.

Trasporto su rotaia

Da lì, le merci vengono consegnate ai ristoranti. Per le distanze più lunghe usiamo sistematicamente la ferrovia, mentre la distribuzione capillare avviene tramite autocarro. Nel 2025, il 58% dei chilometri di trasporto è stato percorso su rotaia – una quota che abbiamo aumentato costantemente dal 2011. In questo modo, lo scorso anno siamo riusciti a risparmiare circa 790'000 litri di gasolio, che corrispondono a circa 2'100 tonnellate di CO₂.

Carburanti alternativi

Parallelamente, stiamo aumentando in modo mirato la quota di carburanti alternativi nella nostra flotta per le consegne. Nel 2025, tale quota era pari a quasi il 40% (biodiesel e biogas). Il nostro obiettivo rimane quello di aumentare ulteriormente questa percentuale, anche grazie alle nuove tecnologie che consentono l'utilizzo del biodiesel.



Trasporti a idrogeno

In collaborazione con il nostro partner logistico HAVI, promuoviamo con coerenza soluzioni di trasporto rispettose del clima. Nel 2021 è stata effettuata per la prima volta una consegna completamente a emissioni zero con un autocarro a idrogeno, dal centro di distribuzione di Oensingen a Crissier – con il vapore acqueo come unica emissione. Da allora, questo autocarro viene impiegato in diverse regioni e contribuisce ad aumentare ulteriormente la quota di merci trasportate a emissioni zero. Inoltre, dalla fine del 2025, per la consegna ai nostri ristoranti viene utilizzato anche un autocarro elettrico.

2019

Entra in funzione il primo ristorante dotato di un proprio **impianto fotovoltaico**

2020

Entra in funzione la prima **stazione di ricarica** per auto elettriche

2021

Viene impiegato il primo **autocarro a idrogeno**

**2021**

Il primo ristorante ad utilizzare l'**energia geotermica** come fonte energetica sostenibile

Meno imballaggi, strade più pulite

Le nostre strategie in materia di imballaggi, giocattoli e rifiuti perseguono un obiettivo chiaro: ci impegniamo contro l'abbandono dei rifiuti e preserviamo le risorse. A tal fine, continuiamo a sviluppare le nostre soluzioni con coerenza. Riduciamo i rifiuti, passiamo a materiali più sostenibili e miglioriamo le condizioni per il riciclaggio.

La riduzione dei materiali di imballaggio – in particolare della plastica monouso – è al centro delle nostre misure. Insieme alle nostre ospiti e ai nostri ospiti, portiamo avanti con coerenza questo percorso.

Eliminare ciò che non serve

Dal 2022 risparmiamo ogni anno oltre 200 tonnellate di plastica. Abbiamo eliminato completamente le cannucce, e le bevande da asporto vengono servite con coperchi di cartone dotati di foro per bere, mentre nel ristorante le serviamo volutamente senza coperchio.

Abbiamo modificato anche altri imballaggi. Per esempio, utilizziamo posate di legno e contenitori in cartone per insalate e dessert. Allo stesso tempo, ottimizziamo costantemente il peso e l'impiego dei materiali. Dove possibile, riduciamo lo spessore dei materiali o rinunciamo a singoli componenti, pur continuando a rispettare i requisiti di qualità, igiene e praticità.

Utilizzo mirato dei materiali rinnovabili

Oggi, circa il 98% dei nostri imballaggi per alimenti è costituito da materie prime rinnovabili come carta e cartone. Queste provengono esclusivamente da fonti riciclate o certificate secondo standard riconosciuti come FSC o PEFC.



Da diversi anni abbiamo rinunciato coerentemente ad impiegare imballaggi contenenti PFAS (sostanze per- e polifluoroalchiliche. I nostri imballaggi non contengono quindi le sostanze chimiche note come "inquinanti eterni".

Giocattolo o libretto nell'Happy Meal

Abbiamo gradualmente sostituito i materiali dei giocattoli contenuti negli Happy Meal. Oggi vengono realizzati con materiali riciclati, poiché abbiamo rinunciato all'uso di plastica derivata da materie prime fossili.

Ordinando l'Happy Meal, i genitori possono scegliere se ricevere un giocattolo o un libretto. I libretti vengono stampati su carta certificata FSC o PEFC.

1992

Passaggio agli **imballaggi per burger in carta o cartone** per ridurre l'uso della plastica

2001

Prima partecipazione al **Clean-Up-Day** per dare un segnale concreto contro il littering

**2002**

Introduzione di **contenitori riutilizzabili per pane, olio e bevande**, al fine di preservare le risorse

2007

Passaggio a **orinatori senza acqua** per risparmiare acqua



Insieme contro il littering

Per noi è importante che le strade e i prati siano puliti. Per questo motivo, le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori, così come le nostre licenziatarie e i nostri licenziatari, si impegnano quotidianamente nella lotta contro il littering.

I nostri ristoranti mettono a disposizione cestini supplementari per i rifiuti e il personale effettua regolarmente giri di pulizia nei dintorni delle sedi. Lo scorso anno abbiamo dedicato a questo scopo circa 90'000 ore di lavoro. Inoltre, sensibilizziamo le/i nostre/i ospiti a una gestione responsabile dei rifiuti.

Iniziative interne oltre al Clean-Up-Day

In qualità di partner di lunga data dell'IGSU, il centro nazionale di competenza contro l'abbandono dei rifiuti, diamo un ulteriore segnale contro il littering partecipando all'annuale Clean-Up-Day. Insieme a collaboratrici e collaboratori, partner, dirigenti e numerose/i ospiti, ci impegniamo attivamente contro il littering. Lo scorso anno, le/i partecipanti sono state/i oltre 1'500, e hanno dato così un contributo tangibile a una migliore qualità della vita.

“

Le strade pulite non sono frutto del caso, ma il risultato di un impegno costante. Noi dell'IGSU diamo un importante impulso con la giornata nazionale del Clean-Up-Day. McDonald's rafforza questo impegno con grandi iniziative proprie in tutta la Svizzera: una partnership dall'impatto tangibile.



Nora Steimer

Direttrice del Centro svizzero di competenza contro il littering IGSU



2021

I giocattoli vengono prodotti con **materiali riciclati e rinnovabili**

2022

300 tonnellate di plastica nuova in meno grazie a **soluzioni di imballaggio ottimizzate**



2025

90'000 ore di volontariato dedicate ai **giri di pulizia** in tutta la Svizzera



Chiudere il cerchio

La nostra strategia in materia di rifiuti si basa su un principio chiaro: prevenire, ridurre e riciclare. Da oltre 30 anni gestiamo un nostro sistema di riciclaggio e utilizziamo in modo coerente le soluzioni esistenti offerte dal settore svizzero della gestione dei rifiuti.

In collaborazione con partner di lunga data, garantiamo che i materiali riciclabili rimangano nel ciclo di riciclaggio: l'olio da frittura esausto viene trasformato in biodiesel, la plastica proveniente dalle cucine viene riciclata e il cartone e la carta rientrano nel ciclo di riciclaggio. Il PET viene convogliato verso il consolidato sistema di riciclaggio svizzero.

Un sistema di riciclaggio dal 1991

Nella zona cucina, la raccolta differenziata e il riciclaggio sono una pratica consolidata da oltre 30 anni. Nell'area dedicata alle/agli ospiti, lavoriamo costantemente per sviluppare soluzioni praticabili ed efficaci, tenendo conto sia delle possibilità tecniche sia delle condizioni economiche generali.



“

In collaborazione con McDonald's, installiamo in modo sistematico impianti fotovoltaici sui tetti dei ristoranti. Per SolarEdge, questa partnership dimostra come una tecnologia solare innovativa possa avere un impatto diretto sul territorio. In modo efficiente, scalabile e come contributo concreto a un futuro energetico sostenibile.



Pascal De Boer

General Manager di Europe
SolarEdge

Riciclaggio dei rifiuti organici

I rifiuti organici provenienti dalle cucine vengono sistematicamente separati e riciclati. Negli impianti per la produzione di biogas vengono trasformati in energia rinnovabile e concime. In questo modo, i residui diventano nuove risorse.

Anche l'olio alimentare esausto viene reimmesso nel ciclo: viene trasformato in biodiesel e utilizzato come carburante alternativo. Gli autocarri utilizzati per la distribuzione capillare delle nostre merci viaggiano con una percentuale variabile di biodiesel o biogas. In questo modo chiudiamo il cerchio.

1988

L'olio alimentare esausto viene trasformato in biodiesel e utilizzato come carburante

1988

I rifiuti organici delle cucine vengono trasformati in **biogas** e riutilizzati anche come carburante

1991

Introduzione di un proprio **sistema di riciclaggio** per la raccolta differenziata e il riutilizzo sistematico dei rifiuti delle cucine

2024

I mobili sono fatti con **materiali riciclati**



Nel 2025 abbiamo ricavato 760 tonnellate circa di biodiesel dall'olio di frittura esausto e trasformato circa 620 tonnellate di rifiuti organici in biogas. Oltre un terzo dei rifiuti provenienti dalle cucine e dall'area ospiti viene destinato al riciclaggio. La parte restante viene trasformata in calore negli impianti di trattamento dei rifiuti urbani.

Ridurre efficacemente gli sprechi alimentari

Preveniamo lo spreco alimentare grazie a una pianificazione accurata e a processi ottimizzati. Fattori quali le fasce orarie, le condizioni meteorologiche o gli eventi locali vengono presi in considerazione nella nostra pianificazione del fabbisogno.

Grazie a personale qualificato e a moderni sistemi nelle cucine, riusciamo a ridurre al minimo lo spreco alimentare. Per ogni ordinazione, si producono in media circa 5,6 grammi di scarti alimentari.

Questo dato ci colloca nettamente al di sotto della media del settore. I rifiuti organici vengono inoltre interamente riciclati e trasformati in energia e fertilizzante.

Mobili in materiali riciclati

Nella progettazione dei nostri ristoranti, puntiamo sempre più su soluzioni circolari.

Utilizziamo mobili realizzati con materiali riciclati o materie prime ottenute in modo sostenibile. Molti componenti sono progettati in modo tale da essere costituiti da un unico materiale o facilmente scomponibili.

Gran parte del legno utilizzato proviene da selvicoltura certificata e sostenibile. Le materie plastiche sono realizzate con materiale riciclato e rinunciamo consapevolmente all'uso di materiali compositi difficili da separare.

Il concetto si basa sul principio dell'economia circolare: i materiali vengono utilizzati in modo tale da poter essere riutilizzati integralmente e senza perdita di qualità al termine del loro ciclo di vita. E questo senza rinunciare ad un'atmosfera calda e accogliente per le/i nostre/i ospiti.



Acquistare da partner svizzeri

McDonald's è sinonimo di gusto. Utilizziamo ingredienti di alta qualità e ci riforniamo principalmente da partner svizzeri e aziende agricole che producono secondo standard elevati. In questo modo sosteniamo l'agricoltura locale.

Allo stesso tempo, ci assumiamo la responsabilità nei confronti delle nostre ospiti e dei nostri ospiti. Offriamo un'ampia scelta che spazia dalla carne al pesce fino ai piatti vegetariani e puntiamo su ricette semplici, prive di additivi artificiali.





La nostra strategia di acquisto

Quando facciamo acquisti in Svizzera, abbiamo tre obiettivi: promuovere il benessere degli animali, tutelare il clima e le risorse – in particolare riducendo imballaggi e spreco alimentare – e favorire l'occupazione in Svizzera.



McDonald's si impegna attivamente in tutto il mondo per rendere il futuro del nostro approvvigionamento alimentare più sicuro e sostenibile. A tal fine, McDonald's continua a migliorare i propri standard in materia di qualità e sicurezza alimentare, promuove la salute e il benessere degli animali lungo l'intera catena di approvvigionamento e offre alle famiglie di tutto il mondo un migliore accesso a pasti equilibrati e di alta qualità.

Per McDonald's, la promozione della salute e del benessere degli animali è una componente fondamentale della strategia di sostenibilità. Grazie a un approvvigionamento di ingredienti sempre più sostenibile, McDonald's garantisce alle proprie ospiti e ai propri ospiti prodotti di alta qualità e un'ampia scelta, contribuendo nel contempo al benessere delle generazioni future.

McDonald's si è prefissata l'obiettivo di rinunciare completamente, entro la fine del 2027, nei mercati interessati (compresa la Svizzera), all'uso degli antibiotici classificati dall'OMS come «Highest-Priority Critically Important Antibiotics» per la medicina umana. In Svizzera abbiamo già attuato questa misura nell'allevamento di polli.

Standard chiari per la nostra catena di approvvigionamento

Le nostre collaborazioni di lunga data con i fornitori si basano su una visione comune di alta qualità e su un continuo miglioramento. Integriamo con coerenza la responsabilità sociale, la tutela dell'ambiente e l'efficienza economica lungo l'intera catena agricola di approvvigionamento.

A questo scopo ci affidiamo a standard chiari e a linee guida vincolanti: programmi come «Supplier Workplace Accountability» e gli standard di «GlobalG.A.P.» e «SwissGAP» garantiscono che i nostri requisiti vengano sistematicamente applicati e verificati.

Un elemento fondamentale di ogni collaborazione diretta è inoltre il «Supplier Code of Conduct» redatto dalla McDonald's Corporation. Esso definisce principi vincolanti per un comportamento responsabile e crea una base comune per partnership sostenibili.

1976

Primo BigMac con carne di **manzo svizzero della Bell** (Oensingen SO) - Inizio di una collaborazione che dura da 50 anni

1976

Prime patatine fritte a base di **patate svizzere di Frigemo** (Cressier NE)

**1999**

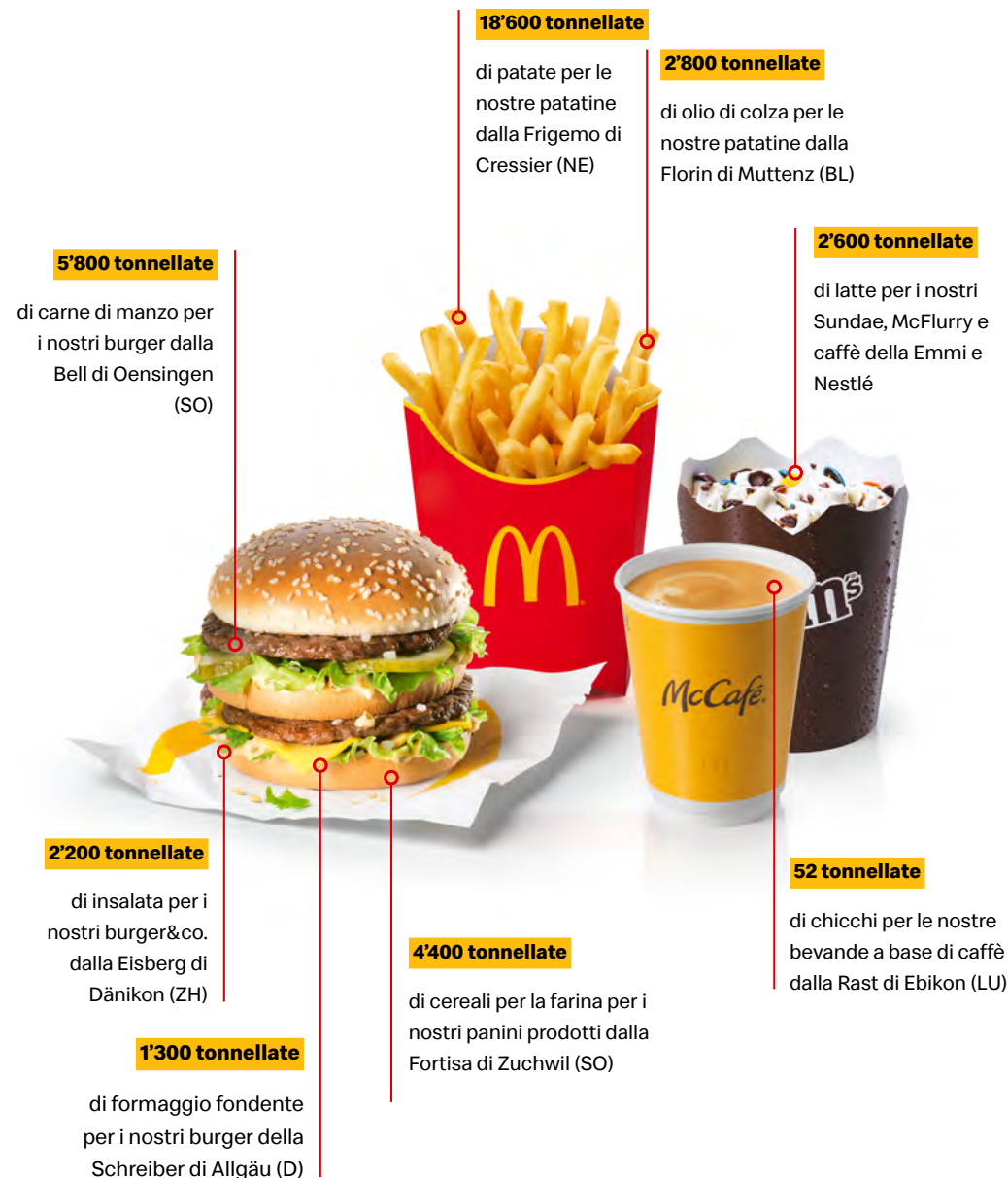
Passaggio alla farina di grano **IP-SUISSE** - Sostegno ad un'agricoltura sostenibile

2020

McFlurry e Sundae esclusivamente a base di **latte della Emmi**



Gli ingredienti acquistati nel 2025



Insieme a IP-SUISSE

Dal 1999 collaboriamo con l'Associazione svizzera delle contadine e dei contadini che praticano la produzione integrata (IP-SUISSE). Acquistiamo il 100% della farina per i nostri panini dalla Fortisa, che la produce secondo i criteri IP-SUISSE e parte del nostro olio di colza dallo stesso programma.

Altri marchi di qualità

I nostri Filet-O-Fish con filetto di merluzzo giallo sono certificati dal Marine Stewardship Council (MSC), che garantisce una pesca sostenibile.

I gamberi provengono da acquacoltura responsabile certificata (ASC).

Per le nostre bevande a base di caffè utilizziamo esclusivamente chicchi con il marchio Rainforest Alliance provenienti dall'azienda a conduzione familiare Rast Kaffee di Ebikon (LU).

Anche per le nostre altre materie prime puntiamo sull'origine svizzera e su standard chiari: patate, carote, latte e altri ingredienti provengono da fornitori con la certificazione Suisse Garantie. Questa certificazione garantisce il rispetto di requisiti ben definiti in materia di produzione e lavorazione, nonché un sistema indipendente di controllo e certificazione.

Utilizziamo l'olio di palma solo laddove è tecnologicamente necessario, ad esempio nelle Apple Pie e in alcuni condimenti per i McFlurry. Proviene esclusivamente da fonti certificate e sostenibili.

“

La collaborazione con McDonald's rappresenta per noi un forte impegno a favore dell'agricoltura svizzera. Garantisce canali di smercio affidabili per le nostre agricoltrici e i nostri agricoltori e rafforza la creazione di valore aggiunto sul territorio nazionale – in uno spirito di collaborazione a lungo termine e paritaria.



Martin Rufer

Direttore Unione Svizzera delle contadine e dei contadini



Tutelare il benessere degli animali

Il benessere degli animali è una componente fondamentale della qualità. Insieme ai nostri partner promuoviamo un allevamento responsabile e ci affidiamo agli elevati standard svizzeri.

Ove possibile e sensato, utilizziamo carne proveniente da animali allevati secondo gli standard svizzeri in materia di benessere degli animali. Puntiamo, inoltre, su forme di allevamento che garantiscano maggiore libertà di movimento.

Carne di manzo da animali con uscita all'aperto

Già 50 anni fa, come oggi, abbiamo preparato il primo Big Mac con carne di manzo della Bell di Oensingen. Nel 2025 abbiamo acquistato 5'800 tonnellate di carne di manzo dalla Bell. Due terzi di questa provenivano da manzi con regolare accesso all'aperto (RAUS). Per questo standard più elevato, le allevatrici e gli allevatori ricevono, oltre al prezzo di mercato, un premio per ogni capo.

Nell'approvvigionamento di carne di manzo, per noi la qualità, la tracciabilità e la sicurezza sono prioritarie. Allo stesso tempo, la carne di manzo svizzera, a causa dei cambiamenti strutturali nel settore agricolo e di fattori stagionali – come, ad esempio, la transumanza estiva – non è disponibile in quantità sufficienti durante tutto l'anno. Per questo motivo, a seconda delle circostanze, integriamo la nostra offerta con carne di manzo proveniente dall'Austria.



Pollo da allevamenti secondo gli standard svizzeri

Sul mercato svizzero la carne di petto di pollo non è disponibile in quantità sufficienti. Per cui, complessivamente, oltre il 40% viene importato.

Per questo motivo, dal 2002 collaboriamo con il nostro partner Ospelt Food di Sargans e abbiamo realizzato un progetto sul benessere degli animali con i nostri fornitori in Francia, dal 2014 anche in Ungheria e, a partire dal 2024, anche in Germania. In questo contesto garantiamo il rispetto degli standard svizzeri in materia di protezione degli animali per quanto riguarda l'allevamento, l'alimentazione e la densità di allevamento. Oggi tutta la carne utilizzata per i nostri prodotti a base di pollo proviene da questo programma. Lo scorso anno Ospelt ha acquistato per noi circa 3'100 tonnellate di carne di pollo, che ha poi trasformato a Sargans in Chicken McNuggets e polpette di pollo.

“

La partnership con McDonald's riveste grande importanza per Bell da 50 anni. L'impegno reciproco a migliorare costantemente ha caratterizzato la nostra collaborazione e ha contribuito in modo determinante al nostro successo comune.



Marco Tschanz
CEO di Bell

2010

Pesce proveniente da pesca sostenibile certificata **MSC**

2013

Caffè marchio Fairtrade per una maggiore responsabilità sociale ed ecologica



2013

Carne di manzo da animali con regolare uscita all'aperto secondo gli **standard RAUS**

2013

Carne di pollo proveniente da allevamenti **conformi agli standard svizzeri** – proveniente dai Paesi confinanti



“

Dal 2002, McDonald's e Ospelt sono legate da una collaborazione basata sulla fiducia e coronata da successo, fondata su valori condivisi quali qualità, responsabilità e visione a lungo termine.



Philipp Ospelt
CEO di Ospelt

Malbuner da carne svizzera

In Svizzera la domanda di burger con bacon è elevata. Per questo motivo, dal 2018 utilizziamo esclusivamente bacon Malbuner prodotto con carne suina svizzera di nostra provenienza. Nei ristoranti, le fette di bacon vengono rosolate al momento sulla piastra. Nel 2025 ne sono state usate ben 300 tonnellate.

Per i nostri McMuffin a colazione e per i burger in promozione con uovo all'occhio di bue, utilizziamo uova provenienti da allevamenti all'aperto. Negli ultimi anni ne abbiamo utilizzate circa 800'000 all'anno.

Standard di sicurezza alimentare

Procedure chiare e controlli rigorosi nei nostri ristoranti e presso i nostri fornitori garantiscono freschezza, qualità e sicurezza alimentare ai massimi livelli. Le nostre

linee guida sono tra le più rigorose del settore della ristorazione.

Partner affidabili nella catena di fornitura

I nostri fornitori operano secondo il Supplier Quality Management System (SQMS), basato su standard internazionali e che integra i nostri requisiti. Verifichiamo regolarmente il rispetto di tali requisiti tramite audit interni ed esterni, nonché attraverso un dialogo costante. Inoltre, tutti i fornitori soddisfano i requisiti della Global Sustainable Sourcing Guide (GSSG) e vengono sottoposti a un processo strutturato di sostenibilità, che monitoriamo con controlli a campione e valutazioni periodiche.

Controlli nei nostri ristoranti

Ispezioni ATCQ (Across the Counter Quality) certificano regolarmente la qualità nei nostri ristoranti – dal prodotto crudo al menu pronto per essere servito. Queste ispezioni si basano sulle percezioni delle/dei nostre/i ospiti e integrano i nostri controlli con un'ulteriore garanzia di qualità orientata alla pratica. I risultati confluiscono direttamente nei corsi di formazione e nell'ottimizzazione dei processi, garantendo così una qualità costantemente elevata.

Complessivamente, in Svizzera effettuiamo oltre 5'000 analisi microbiologiche all'anno.

**2025**

500 controlli esterni nei ristoranti – anche senza preavviso





Come piace alle nostre ospiti e ai nostri ospiti

McDonald's ha reso socialmente accettabile in Svizzera mangiare con le mani. Oggi, circa 275'000 clienti visitano ogni giorno i nostri ristoranti: dalle famiglie alle/ ai giovani, fino alle donne e agli uomini d'affari.



Da 50 anni il Big Mac è il burger più amato, ma noi abbiamo ampliato costantemente la nostra offerta: da 8 prodotti nel 1976 agli oltre 80 di oggi. Numerose creazioni svizzere riprendono le tradizioni e i sapori regionali, come ad esempio il McRaclette, il McRösti o il McFondue.

Offerta variegata

Offriamo alle nostre ospiti e ai nostri ospiti un'offerta variegata, di alta qualità e a prezzi convenienti, servita in modo rapido e cordiale. Il nostro assortimento copre l'intera giornata: dalla colazione con specialità a base di caffè agli spuntini per i piccoli languorini, fino ai menu di mezzogiorno e della sera, nonché alle proposte per chi ha fame a tarda ora. Insieme ai nostri fornitori, sviluppiamo costantemente la nostra offerta.

Ottimo rapporto qualità-prezzo

Soddisfiamo esigenze diverse: dal cheeseburger ai burger più grandi con ricette sempre diverse. Il BigMac e il cheeseburger continuano a essere tra i prodotti più apprezzati. I nostri burger sono disponibili con carne di manzo o di pollo proveniente da partner svizzeri come Bell e Ospelt, oltre a varianti a base di pesce e vegetariane. In ristoranti selezionati proponiamo anche prodotti per la colazione come i McMuffin con uovo.

Le/gli ospiti attenti al prezzo prediligono i menu McDeals a un prezzo massimo di 9.50 franchi: un menu completo con burger, contorno e bevanda.

Sviluppo continuo

Stiamo rimodernando le nostre cucine e puntando su nuove tecnologie di servizio per rispondere in modo ancora più flessibile alle esigenze individuali. Il nostro team di sviluppo prodotti testa ogni anno nuove idee che tengono conto delle attuali tendenze alimentari. Sono i test sulle consumatrici e sui consumatori a decidere quali prodotti entreranno a far parte del menu.

Scelta più ampia

Dal 2004 le/gli ospiti possono scegliere, per ogni menu e allo stesso prezzo, una piccola insalata al posto delle patatine fritte. Anche per quanto riguarda le bevande offriamo una scelta consapevole: dall'acqua al succo di mela con acqua frizzante, fino alle alternative a ridotto contenuto calorico.

Già nel 1996 abbiamo lanciato il primo burger vegetariano. Dal 2020 proponiamo alternative ai burger di pollo in versione vegetariana, a base di proteine del latte e avena, rispondendo così a un'esigenza sempre più diffusa.

Offerta per le famiglie

Tutti i prodotti dell'Happy Meal sono privi di aromi, coloranti e additivi artificiali e, dal 2015, includono sempre una porzione di frutta.

Grazie all'utilizzo di ingredienti di alta qualità, possiamo in genere fare a meno di coloranti artificiali ed esaltatori di sapidità.

1996

Lancio del **primo Veggie Burger** come alternativa vegetale

2003

L'insalata diventa parte integrante della nostra offerta



2003

In ogni menu è possibile avere **l'insalata** come **alternativa alle patatine fritte** – allo stesso prezzo

2004

Nell'Happy Meal offriamo a scelta **frutta e verdura come contorno** o dessert



Pubblicità responsabile

Prendiamo molto seriamente le nostre responsabilità e orientiamo sistematicamente tutte le nostre iniziative pubblicitarie e di marketing secondo chiare linee guida interne. Esse sono veritiere, trasparenti e adeguate.

Trattiamo con particolare attenzione la pubblicità che potrebbe essere rivolta ai bambini. Da gennaio 2012 soddisfiamo i criteri dell'EU Pledge on Marketing to Children. Questo impegno volontario si applica quando almeno il 35% del pubblico ha meno di 13 anni e vale per tutti i media, compresi i nostri canali digitali. Alle/ai minori di 13 anni proponiamo consapevolmente opzioni di menu equilibrate – come i Chicken McNuggets con acqua e carotine – ed evitiamo di mostrare bevande zuccherate sia nella pubblicità sia nei ristoranti.

Dal 1. gennaio 2013 ci impegniamo su base volontaria anche nello Swiss Pledge.

Informazioni nutrizionali trasparenti

Forniamo informazioni chiare e comprensibili sugli ingredienti, i valori nutrizionali e gli allergeni di tutti i nostri prodotti. Queste informazioni sono facilmente accessibili sul nostro sito web e nella nostra app.

In questo modo consentiamo alle/agli ospiti attenti all'alimentazione, nonché a quelle/quelli con particolari allergie o esigenze dietetiche, di scegliere l'opzione più adatta alle loro esigenze.

“

Con la sua offerta senza glutine, McDonald's contribuisce in modo significativo a migliorare la qualità di vita delle persone celiache o intolleranti al glutine, che spesso sono limitate nella vita quotidiana, soprattutto quando mangiano fuori casa. È quindi importante che possano contare su soluzioni affidabili, gustose e sicure, in tutta la Svizzera.



Tina Toggenburger Scherrer

Comunità di interesse per la celiachia



2015

La porzione di frutta diventa un contorno fisso in ogni Happy Meal, rendendolo un pasto completo

2017

Introduzione dei **panini senza glutine** per burger per le/gli ospiti con intolleranze alimentari



2020

Gli Happy Meal sono completamente **privi di additivi artificiali**

2023

I burger di pollo sono disponibili nella **variante vegetale** – in tutta la Svizzera

Offrire opportunità, sostenere talenti

Da noi, tutte e tutti devono avere la possibilità di dare il proprio contributo e crescere, in un ambiente che mette al centro il talento, lo spirito di squadra e la prestazione. Anche le nostre licenziatarie e i nostri licenziatari, che gestiscono la maggior parte dei nostri ristoranti in qualità di datrici/tori di lavoro indipendenti, condividono questo principio.

Indipendentemente dal genere, dall'origine e dall'esperienza professionale, offriamo opportunità a tutte le nostre collaboratrici e a tutti i nostri collaboratori. Siamo infatti convinti che i team eterogenei collaborino meglio e ottengano risultati migliori.





Datore di lavoro affidabile

McDonald's è da sempre un'azienda fatta dalle persone per le persone. Anche in Svizzera creiamo un ambiente di lavoro nel quale le collaboratrici e i collaboratori si sentono a loro agio, possono crescere professionalmente e sviluppare il proprio potenziale.

50 anni fa offrivamo lavoro a 25 collaboratrici/tori. Oggi, insieme alle/ai nostre/i 45 licenziatarie/tari, diamo lavoro a oltre 8'400 collaboratrici e collaboratori. Questo ci colloca tra i maggiori datori di lavoro in Svizzera. Nella nostra sede centrale di Crissier (VD) lavorano oltre 100 collaboratrici e collaboratori. Ogni nuovo ristorante crea circa 40 posti di lavoro nella rispettiva regione.

Stesso stipendio per lo stesso lavoro

In qualità di membri di GastroSuisse, applichiamo il contratto collettivo di lavoro del settore della ristorazione. Garantiamo salari equi e prestazioni sociali e ci atteniamo al principio: pari salario per pari lavoro, confermato già nel 2011 dal Dialogo sulla parità salariale della Confederazione. All'epoca, McDonald's Svizzera è stata la prima azienda del settore della ristorazione ad aderire a questa iniziativa volontaria promossa dalla Confederazione e dalle parti sociali.

Orari di lavoro flessibili

Progettiamo modelli di lavoro adatti alle diverse situazioni di vita. Gli orari di lavoro flessibili alleggeriscono in particolare il carico delle madri e dei padri, nonché delle studentesse e degli studenti. Nel 2025, tre quarti delle nostre collaboratrici e dei nostri collaboratori lavoravano a tempo parziale. Tra questi figurano molte/i giovani in formazione alla ricerca di un'attività secondaria: circa il 20 per cento delle/dei collaboratrici/tori a tempo parziale sono in formazione. Sosteniamo inoltre chi desidera conciliare famiglia e lavoro, ossia circa il 10 per cento di tutte/i le/i collaboratrici/tori a tempo parziale.



In qualità di imprenditrice indipendente con sei ristoranti, la partnership con McDonald's è particolarmente importante. Insieme sosteniamo le giovani e i giovani e offriamo loro una solida formazione nel settore della ristorazione di sistema – per me il lavoro più bello del mondo.



Sarah Dallmaier

Licenziataria e datrice di lavoro di oltre 250 collaboratrici/tori nel Canton Berna

La diversità ci rende forti

Nei nostri ristoranti lavorano persone provenienti da circa 80 nazioni. Le collaboratrici e i collaboratori più numerosi provengono dalla Svizzera, dallo Sri Lanka, dal Portogallo, dall'Italia e dalla Francia. Lo scorso anno abbiamo inoltre offerto un posto di lavoro sicuro a oltre 250 persone con status di rifugiato.

La metà del nostro personale ha meno di 30 anni e il 40% ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni. La percentuale di coloro che hanno più di 30 anni è aumentata costantemente negli ultimi anni.

Donne in ruoli dirigenziali

Per noi le pari opportunità sono un dato di fatto. Da noi, donne e uomini hanno le stesse opportunità di crescita professionale. Promuoviamo consapevolmente la diversità nei nostri team: il 45% dei dirigenti nei ristoranti è costituito da donne. Nella direzione aziendale la loro percentuale è del 50%. Complessivamente, la percentuale di donne si attesta intorno al 65%.

Collaboratrici e collaboratori felici e fedeli

Sosteniamo le/i nostre/i collaboratrici/tori in modo mirato, rafforzando così il loro legame con noi come datore di lavoro. Secondo un recente sondaggio, l'85% delle/dei membri della crew e il 95% delle/dei dirigenti dei ristoranti ci raccomandano come ottimo datore di lavoro.

Anche l'anzianità media di servizio dimostra che molte/i collaboratrici/tori lavorano volentieri con noi: alla fine del 2025 era pari a 6,5 anni per la crew, a 16,8 anni per le/i dirigenti dei ristoranti e a 10 anni presso la sede.

2001

Partecipazione al **Dialogo sulla parità salariale** per sostenere la parità salariale e la trasparenza

2018

Introduzione del **congedo di paternità prolungato** per conciliare meglio lavoro e famiglia

2023

Per la prima volta **il 50% delle donne nella direzione aziendale:** un'importante pietra miliare per la parità di genere

**2025**

6,5 anni di anzianità di servizio in media nei team dei ristoranti: segno di un elevato livello di fidelizzazione del personale



Formazione efficace

Sosteniamo attivamente le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori, individuiamo precocemente i talenti e li accompagniamo in modo mirato nel loro percorso. In questo modo creiamo le condizioni affinché possano sviluppare il proprio potenziale.

Anche nel 2025, oltre 2'000 collaboratrici e collaboratori hanno partecipato a corsi di formazione interni incentrati sull'ospitalità, la preparazione dei piatti e il servizio. La formazione inizia direttamente in ristorante ed è strutturata in modo pratico. Combiniamo l'apprendimento nella quotidianità lavorativa con moduli di e-learning e corsi di formazione e perfezionamento mirati. L'offerta comprende oltre 170 corsi.

Formazione orientata alla pratica

Oggi le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori servono direttamente al tavolo. Con il nuovo modello di servizio, i loro compiti si sono evoluti. Per questo motivo rafforziamo in modo mirato le loro competenze nel contatto diretto con le/gli ospiti.

In questo modo possono mettere in pratica ancora meglio il loro senso di ospitalità. Collaboratrici/tori soddisfatti costituiscono la base affinché le/gli ospiti si trovino bene da noi.

Promuoviamo in modo sistematico lo sviluppo del nostro personale. Almeno una volta all'anno conduciamo colloqui sulle prestazioni, sullo sviluppo e sui progressi di carriera, sia nei nostri ristoranti sia con le nostre licenziatarie e i nostri licenziatari. In questo modo individuiamo i talenti sin dalle prime fasi e li sviluppiamo in modo mirato.

Opportunità di crescita per i talenti motivati

Ad esempio, il 90% delle responsabili e dei responsabili di ristorante ha iniziato la propria carriera come membro della crew. Oggi sono a capo, in media, di un team di 45 persone. Oltre agli albergatori, ai banchieri e agli sportivi che hanno proseguito il proprio percorso professionale presso di noi come imprenditori autonomi, anche quasi la metà delle nostre licenziatarie e dei nostri licenziatari ha iniziato la propria carriera proprio nei nostri ristoranti.

2013

Introduzione del primo **tirocinio nella gastronomia di sistema**

2020

Lancio del primo **corso Progresso** – una formazione continua orientata alla pratica per il personale non qualificato nel settore dell'ospitalità

2025

Creazione dei primi posti di formazione a livello CFP (**Certificato federale di formazione pratica**) come opportunità di accesso alla ristorazione orientata alla pratica



“

La collaborazione con McDonald's Svizzera e le/i sue/suoi licenziatarie/tari è sinonimo di responsabilità concreta nella formazione professionale. Questo impegno costante e di lunga data riveste grande importanza per il nostro settore.



Sabrina Camenzind
Direttrice Hotel & Gastro formation
Svizzera

Tirocini per giovani

Ci assumiamo la responsabilità di formare e sostenere chi muove i primi passi nel mondo del lavoro. Insieme alle nostre licenziatarie e ai nostri licenziatari, diamo un importante contributo alla lotta contro la carenza di personale qualificato nel settore della ristorazione.

Dal 1998 formiamo apprendiste/i, mentre nel 2013 è stato avviato il percorso di apprendistato triennale in gastronomia standardizzata. Questo percorso prepara in modo mirato le/i giovani ad assumersi responsabilità. La formazione è versatile. Una volta conseguito l'attestato, le/gli apprendiste/i assumono i primi incarichi dirigenziali, guidano i team e garantiscono il regolare

svolgimento delle operazioni anche negli orari di punta. Inoltre, conoscono bene gli indicatori economici e sono in grado di effettuare analisi del fatturato e dei ristoranti.

Attualmente, oltre 40 giovani stanno seguendo questa formazione riconosciuta a livello federale. Circa la metà delle nostre licenziatarie e dei nostri licenziatari opera come azienda formatrice. Una/un apprendista su due rimane con noi dopo il conseguimento dell'attestato e continua a sviluppare la propria carriera presso la nostra azienda.

Nuova opportunità: attestato professionale

Dal 2025 offriamo anche l'ulteriore opportunità formativa con Certificato federale di formazione pratica (CFP) nella gastronomia di sistema. In questo modo aiutiamo le/i giovani adulte/i ad avvicinarsi al settore. Il percorso formativo pone volutamente grande attenzione al lavoro pratico in azienda e integra in modo mirato i contenuti teorici.



Il nostro impegno per le famiglie

Fa parte del nostro senso di responsabilità restituire qualcosa alla società in cui viviamo e operiamo. Ci sta particolarmente a cuore il sostegno alle famiglie.

Da oltre 30 anni sosteniamo la Fondazione per i Bambini Ronald McDonald Svizzera e da oltre 10 anni aiutiamo le/i giovani talenti tramite i programmi di patrocinio di Aiuto Sport Svizzero. Di ogni franco che le/gli ospiti spendono da McDonald's, una parte viene destinata al sostegno di questi programmi per le famiglie.





Una casa per le famiglie dei bambini malati

Ogni giorno ci sono bambini che nascono prematuri, subiscono incidenti o si ammalano gravemente. Affinché le famiglie possano stare loro vicine, la Fondazione per i Bambini Ronald McDonald mette a loro disposizione una sistemazione temporanea in case situate proprio accanto agli ospedali.

Da oltre 30 anni, la Fondazione fornisce questo prezioso aiuto grazie al sostegno dei nostri ristoranti, dei nostri partner e delle/dei nostre/i ospiti. Quando una/un bambina/o si ammala gravemente, ha particolarmente bisogno della vicinanza dei genitori e dei fratelli. Tuttavia, spesso le infrastrutture ospedaliere non consentono alle famiglie di pernottare accanto alle/ai piccole/i pazienti.

Le sei Case per i genitori di Berna, Basilea, Lucerna, San Gallo e Ginevra, situate nelle immediate vicinanze degli ospedali pediatrici, offrono un grande sostegno. Le famiglie vi ritrovano un po' di normalità, ritrovano le

“

In qualità di partner della prima ora, McDonald's caratterizza in modo unico il nostro impegno. Il suo sostegno affidabile va ben oltre l'aiuto finanziario e ci permette, da oltre 30 anni, di offrire alle famiglie con bambini ricoverati in ospedale vicinanza, sicurezza e una casa temporanea – oggi e anche in futuro.



Thomas Schneider
Presidente del Consiglio di amministrazione della Fondazione per i Bambini Ronald McDonald Svizzera

energie e, allo stesso tempo, possono essere sempre presenti per la propria bambina o il proprio bambino ricoverata/o.

Esserci quando conta davvero

La missione della Fondazione per i Bambini Ronald McDonald è più importante che mai: negli ultimi 30 anni, oltre 28'000 famiglie hanno potuto trascorrere complessivamente circa 237'000 notti nelle sue Case.

Lo scorso anno sono stati versati complessivamente circa 2,7 milioni di franchi nel fondo donazioni della Fondazione – da McDonald's Svizzera, dalle sue

licenziatarie e dai suoi licenziatari, dai fornitori e da numerose/i donatrici e donatori, grandi e piccoli. Ogni franco raccolto nei nostri ristoranti viene devoluto a sostegno della missione tramite una quota dei ricavi dei nostri partner. Una parte importante delle donazioni – per un totale di 1 milione di franchi – proviene inoltre dalle nostre ospiti e dai nostri ospiti, che arrotondano l'importo ai terminali per le ordinazioni o lasciano il resto nelle cassette delle donazioni.

Nuova Casa per i genitori a Zurigo

Nelle immediate vicinanze dell'Ospedale pediatrico universitario di Zurigo, vi è la più grande Casa per i genitori della Svizzera. In collaborazione con la Fondazione Eleonore dell'Ospedale pediatrico di Zurigo e la Fondazione svizzera per l'epilessia, la Fondazione per i Bambini Ronald McDonald Svizzera ha realizzato questo progetto faro.

Da fine estate 2026 sono disponibili 20 camere per i genitori dotate di bagno privato, letto matrimoniale e angolo divano. Le camere sono integrate da spazi comuni quali cucina, lavanderia e depositi. In questo modo la Fondazione offre un'atmosfera accogliente che consente alle famiglie di ritrovare un po' di normalità nella vita quotidiana, garantendo loro al contempo la vicinanza alla propria bambina o al proprio bambino.



1994

Inaugurazione della prima Casa Ronald McDonald come importante pietra miliare a **sostegno delle famiglie con bambini ospedalizzati**



2019

Introduzione della possibilità di effettuare **donazioni presso i terminali per le ordinazioni** nei ristoranti McDonald's, per promuovere la solidarietà nella vita quotidiana

2025

Oltre **237'000 pernottamenti** nelle sei Case dalla Fondazione: un segnale forte del costante sostegno offerto alle famiglie in difficoltà

2026

Inaugurazione della **settima Casa dei genitori** in Svizzera per ampliare ulteriormente l'offerta e sostenere più famiglie possibile



Sostenere i giovani talenti e le loro famiglie

In quanto ristorante per le famiglie, il radicamento nel territorio è per noi particolarmente importante. Insieme alle nostre licenziatarie e ai nostri licenziatari, ci impegniamo quindi attivamente per sostenere i giovani talenti locali.

Dal 2015, in qualità di Gold partner di Aiuto Sport Svizzero, ci impegniamo a sostenere le giovani atlete e i giovani atleti e le loro famiglie nel loro percorso verso il successo. Siamo convinti che rappresentino dei modelli di riferimento e i loro successi hanno un effetto positivo su chi li circonda.

Partner di Aiuto Sport Svizzero

Anche lo scorso anno i nostri ristoranti hanno assunto 189 patrocini nell'ambito di Aiuto Sport a sostegno di giovani atlete e atleti della propria regione. In questo modo, ogni ristorante sostiene un giovane talento non solo dal punto di vista finanziario, ma anche emotivo.

“

La lunga collaborazione con McDonald's riveste per noi grande importanza. Il costante impegno di tutti i ristoranti – sia dal punto di vista finanziario sia da quello emotivo – rafforza in modo duraturo il nostro sostegno e offre ai giovani talenti e alle loro famiglie preziosa sicurezza e fiducia..



Steve Schennach
Direttore generale della Fondazione Aiuto Sport Svizzero

Un patrocinio di Aiuto Sport prevede un contributo di 2'500 franchi all'anno. Di questi, 2'200 franchi vanno direttamente a beneficio delle atlete e degli atleti, mentre 300 franchi sono destinati alle spese di progetto e amministrative sostenute da Aiuto Sport Svizzero. Oltre all'impegno finanziario, i nostri team dei ristoranti sostengono i talenti sportivi offrendo loro piattaforme per ampliare ulteriormente la loro base di tifosi.

Impegno a lungo termine

Dall'avvio del programma, oltre dieci anni fa, abbiamo assunto circa 1'900 patrocini annuali e stanziato contributi per un totale di 4,7 milioni di franchi.



Sostegno locale dei giovani talenti

Le nostre licenziatarie e i nostri licenziatari e i ristoranti di McDonald's Svizzera sostengono inoltre numerose società sportive locali, soprattutto nei settori del calcio e dell'hockey su ghiaccio. Anche in questo caso l'attenzione è rivolta alla promozione dei giovani talenti.

2015

Inizio della collaborazione con Aiuto Sport Svizzero con l'obiettivo di **sostenere giovani atlete e atleti**



2025

1'900 patrocini dall'inizio della collaborazione – sostegno a lungo termine ai giovani talenti sportivi in Svizzera

In merito a questo rapporto

La presente relazione riguarda l'esercizio 2025 (dal 1. gennaio 2025 al 31 dicembre 2025).

Le informazioni contenute nel presente documento si riferiscono principalmente a McDonald's Svizzera, a tutti i ristoranti situati in Svizzera e nel Principato del Liechtenstein gestiti dalle nostre licenziatarie e dai nostri licenziatari, nonché alla nostra amministrazione. In alcuni casi, i dati – opportunamente contrassegnati – si riferiscono al gruppo aziendale guidato da McDonald's Corporation.

I riferimenti contenuti nel presente rapporto a «McDonald's» o alle linee guida, ai processi e alle iniziative «a livello mondiale» si riferiscono a McDonald's Corporation.

I termini «noi», «nostro» o «l'azienda» si riferiscono a McDonald's Svizzera e alle nostre collaboratrici e ai nostri collaboratori. Essi non includono espressamente le nostre licenziatarie e i nostri licenziatari, i fornitori o le loro collaboratrici e i loro collaboratori.



Contatto

McDonald's Suisse Restaurants Sàrl
Impact Team, Casella postale, CH-1023 Crissier

Telefono : +41 21 631 11 11
E-mail : impact@ch.mcd.com