



Importance
économique



Travailler, se développer et créer de la valeur – ensemble

Nous voulons que nos hôtes se sentent bien chez nous – c'est pourquoi nous leur simplifions la vie. Grâce à la fidélité de nos hôtes, nous sommes en mesure de soutenir la stabilité économique et la croissance de nos fournisseurs locaux et de nos franchisé-e-s qui exploitent la majorité des restaurants de manière indépendante. De plus, nous offrons un emploi sûr à 7750 employés dans un environnement qui favorise le talent et offre des opportunités. Nous sommes également attentifs à notre empreinte écologique en ce qui concerne les ingrédients et l'environnement, et nous soutenons les familles et leurs enfants.

Notre objectif: être l'enseigne de restauration la plus populaire de Suisse

Offrir à tous la possibilité de passer des petits moments de plaisir et de convivialité. Cette promesse nous stimule chaque jour. Nous sommes agiles et toujours à la recherche de nouvelles façons de rendre demain les choses encore meilleures qu'aujourd'hui. Nous tenons à proposer des burgers pour tous les budgets et tous les goûts – du bœuf et du poulet, au burger végétarien, en passant par le poisson. Avec 300 000 hôtes par jour, nous sommes heureux de restaurer chaque jour une partie représentative de la population suisse.

Les hôtes peuvent passer leur commande comme cela leur convient: au restaurant, où ils peuvent se faire servir leur menu à table, au McDrive pour un service simple sur le pouce ou via McDelivery pour la livraison à domicile. Nos canaux numériques, parmi lesquels l'application McDonald's, assument

une fonction centrale dans nos échanges directs avec nos hôtes ainsi que pour les processus de commande simples.

Nous réunissons 47 PME

En Suisse, notre modèle économique repose sur trois piliers solides: nos franchisés, nos fournisseurs et notre siège à Crissier (VD). Notre système de franchise promeut depuis près de 45 ans l'entrepreneuriat local en Suisse. Nous formons ainsi un réseau de 47 PME, près de 90% des quelque 170 restaurants McDonald's de Suisse et de la principauté du Liechtenstein étant gérés par des entrepreneurs indépendants sous contrat de franchise. Grâce à son système de franchise, McDonald's est ancrée dans chaque région et proche des besoins de ses hôtes.

Nous sommes un partenaire économique de longue date

Nous avons fait le choix de fournisseurs suisses. Il y a 45 ans, la viande de bœuf de notre premier Big Mac provenait déjà de la boucherie



«Nous sommes heureux du partenariat qui nous lie étroitement à nos franchisées et franchisés, à nos fournisseurs locaux et à nos collaborateurs motivés. La Covid-19 a démontré avec force ce qui constitue notre ADN: ensemble, nous sommes plus forts. C'est pourquoi nous voulons continuer à soutenir les PME locales, à offrir aux employés un emploi attrayant, et veiller à ce que notre action commune crée également de la valeur pour la société.»

Aglaë Strachwitz,
Managing Director
McDonald's Suisse

Bell à Oensingen (SO). Achetant aujourd'hui plus de 86% de nos ingrédients auprès d'entreprises locales, nous sommes un partenaire solide de l'économie suisse.

Nos préoccupations: aliments, environnement, collaborateurs et société

Au centre de nos efforts se trouvent quatre domaines qui nous permettent d'avoir le plus d'impact sur la société et l'économie suisses.

- Nos ingrédients: l'origine de nos ingrédients et le bien-être des animaux nous importent. Savoir comment les ingrédients de nos aliments sont produits, et par qui, joue pour nous un rôle décisif.
- Notre environnement: le type d'emballage et la protection du climat sont essentiels. Avec nos franchisés et nos partenaires, nous réduisons au minimum notre empreinte écologique afin que notre planète reste viable pour les générations futures.
- Nos collaborateurs: l'inclusion et la responsabilisation des collaborateurs sont essentielles pour nous. Avec nos franchisés, nous créons des opportunités et un avenir sûr pour nos talents.
- Notre voisinage: il nous importe de soutenir les familles et leurs enfants. Parce qu'un bon voisin peut apporter son aide en cas de besoin.

Plus d'infos sur notre engagement:
mcdonalds.ch/engagement

Nos valeurs



Nous mettons l'accent sur l'humain.



Chez nous, tout le monde est bienvenu.



Nous agissons bien et efficacement.



Nous entretenons un bon voisinage.



Nous sommes plus forts ensemble.

Nos réalisations en 2020

169

restaurants en Suisse et dans la principauté du Liechtenstein

142

d'entre eux avec service à table, 88 avec McDrive et 94 avec McDelivery

47

entrepreneuses et entrepreneurs locaux qui gèrent 89% des restaurants en franchise

2

nouveaux restaurants

30

nouveaux emplois par restaurant

300 000

hôtes par jour en moyenne (état 2019, les chiffres pour 2020 n'étant pas probants en raison du coronavirus)

Nos objectifs d'ici 2025

À long terme, réaliser le potentiel de franchising de 200 restaurants McDonald's en Suisse pour offrir aux entrepreneurs locaux des opportunités de partenariat et créer des emplois et des places de formation supplémentaires

Maintenir le volume d'achat auprès de fournisseurs suisses à un taux minimum élevé de 85% (état 2020)

Développer l'offre des canaux de services en ligne en fonction des besoins des hôtes

Augmenter de 1 à 2%/an le taux de satisfaction des hôtes (aujourd'hui 70%) recueilli via feedbacks électroniques





Offre
et achats

Nous nous approvisionnons en Suisse et veillons au bien-être animal

Le plaisir et le goût nous tiennent à cœur. C'est pourquoi nous travaillons avec des ingrédients de qualité et nous approvisionnons principalement auprès de fournisseurs suisses produisant selon des normes élevées. Cela fait de nous un partenaire important pour l'agriculture locale et la branche alimentaire. Mais le plaisir et le goût ne sont pas tout: nous sommes aussi responsables des quelque 300 000 hôtes que nous servons chaque jour. C'est pourquoi nous proposons des produits aux recettes savoureuses et simples, sans additifs artificiels, et réduisons le sel et le sucre dès que c'est possible.

Notre stratégie d'achat durable

Notre politique d'approvisionnement se fonde sur trois critères: promotion du bien-être animal; protection du climat et préservation des ressources – notamment en ce qui concerne les emballages et les déchets alimentaires; soutien de l'emploi sur le territoire national. Afin de mettre en œuvre cette stratégie d'achat durable, nous nous appuyons sur des partenariats de longue date avec nos fournisseurs suisses.

Partenaires de longue date de l'économie suisse

Environ 2/3 de notre volume d'achat provient de 40 fournisseurs avec lesquels nous collaborons depuis plus de 45 ans. Parmi ceux-ci, de nombreuses entreprises suisses comme Bell, Eisberg, Emmi, Florin, Fortisa, Frigemo, Nestlé ou Ospelt. En 2020, nous avons acheté pour 134 millions de francs d'ingrédients à des fournisseurs suisses. Cela correspond à 86% du volume d'achat des produits alimentaires.

Des ingrédients paysans suisses

Nous partageons notre passion pour des ingrédients de qualité

avec les agriculteurs suisses qui approvisionnent nos fabricants. Nous comptons parmi nos partenaires environ 6900 paysans des quatre coins du pays.

Viande de bœuf et œufs d'animaux de plein air

Il y a 45 ans, nous préparions notre premier Big Mac avec du bœuf de chez Bell à Oensingen. En 2020, nous avons acheté à Bell 4465 tonnes de viande bovine, dont 66% provenaient de vaches SRPA (sorties régulières en plein air). En plus du prix du marché, les agriculteurs reçoivent une prime par animal pour cette norme.

Depuis plusieurs années, nous menons avec Ospelt Sargans (SG) un projet de bien-être animal auprès des fournisseurs de viande de poulet français et hongrois. Nous exigeons et nous assurons que les poulets respectent les normes suisses de protection animale en termes d'élevage, d'alimentation et de densité du cheptel. Pour nos burgers, nous n'utilisons que du lard Malbuner fabriqué à partir de porc suisse. Les œufs pour l'Egg McMuffin proviennent d'élevages en plein air.



«Nous sommes fiers de fournir la viande de bœuf à McDonald's Suisse depuis l'ouverture du premier restaurant il y a 45 ans. C'est ce que j'appelle un vrai partenariat. Le bien-être animal est important, c'est pourquoi, depuis 2010, nous fournissons à McDonald's du bœuf provenant d'animaux sortant régulièrement en plein air.»

Lorenz Wyss,
CEO de Bell Food Group

Farine, poisson et café durables

Depuis 1999, nous collaborons avec l'Association suisse des paysannes et paysans pratiquant la production intégrée (IP-SUISSE). Outre une partie de l'huile de colza, nous achetons à Fortisa une farine 100% conforme aux normes IP-SUISSE. Les filets de

lieu jaune du Pacifique du Filet-O-Fish sont labellisés Marine Stewardship Council (MSC), et pour les spécialités de café, nous n'utilisons que des grains portant le label Fairtrade de la Rainforest Alliance, achetés à l'exploitation familiale Rast à Ebikon (LU). Nous n'utilisons de l'huile de palme (issue de sources certifiées et durables) que dans le chausson aux pommes et les garnitures individuelles du McFlurry, car elle y est technologiquement indispensable.

Moins de sel et de sucre

En 2020, nous avons travaillé à simplifier les recettes de nos sauces et à utiliser systématiquement des additifs naturels. Dans les années à venir, nous nous concentrerons sur la réduction du sel et du sucre. En 2012, nous avons déjà réduit de 5 à 4 g/portion la quantité de sel dans nos frites. Ces cinq prochaines années, nous voulons encore réduire celle-ci de 35%. Pour le petit pain du Big Mac, notre objectif est d'utiliser 22% de sucre en moins, tout en préservant le goût.

Happy Meal 0 arômes, 0 colorants artificiels

Tous les produits des menus Happy Meal sont exempts d'arômes, de colorants et d'additifs artificiels. Depuis 15 ans, nous proposons des fruits dans le Happy Meal, qui depuis 2015 contient toujours une portion de fruits. Depuis ce lancement, nous avons servi plus de 20 millions de portions de fruits aux enfants. En 2004, nous avons également élargi notre offre de salades. Depuis lors, chaque menu peut contenir pour le même prix une petite salade au lieu des frites.

Toujours plus de versions végés

En 1996, nous lançons notre premier burger végétarien. L'an dernier, nous avons enrichi notre offre végétarienne de trois burgers et d'une salade César. Ainsi, chaque burger de poulet est également disponible en version végétarienne.

Plus d'infos sur notre engagement:
mcdonalds.ch/engagement

Nos réalisations en 2020

86%

des ingrédients achetés auprès de fournisseurs suisses

6900

fermes locales nous approvisionnent

66%

de la viande de bœuf provient d'élevages où le bétail sort régulièrement en plein air (standard SRPA)

100%

de la viande de poulets français et hongrois respecte les normes suisses de bien-être animal

3.7 mio.

de portions de fruits servies-principalement avec le Happy Meal

Depuis 2013

Membre de Swiss Pledge pour une publicité responsable



Nos objectifs d'ici 2025

Maintenir le volume des achats domestiques stable à 85%

Augmenter de 66% à 75% la part de bœuf provenant d'animaux SRPA

Continuer d'acheter le poulet pour les McNuggets et McChicken à 100% en France et en Hongrie conformément aux normes suisses en matière de bien-être animal.

De 2021 à 2023: réduire la teneur en sel des frites de 4 à 2,5 g/portion – soit une réduction de 35%

De 2021 à 2023: réduire de 22% (14 t par an) le sucre contenu dans les Big Mac, tout en préservant le goût

Ne pas utiliser d'additifs artificiels pour les produits existants ou nouveaux

Notre contribution aux ODD



ODD = Objectifs de développement durable des Nations Unies (ONU)

Les ingrédients achetés en 2020

15 211 tonnes
de pommes de
terre pour nos
frites chez Frigemo
(Cressier NE)

1 666 342 litres
d'eau minérale
chez Henniez
(VD)

2286 tonnes
d'huile de colza pour
nos frites chez Florin
(MuttENZ BL)

4465 tonnes
de viande de
bœuf pour nos
burgers chez Bell
Oensingen (SO)

1741 tonnes
de lait pour
nos Sundaes,
McFlurry et cafés
chez Emmi et
Nestlé



1926 tonnes
de salade pour nos
burgers & Cie chez
Eisberg
(Dänikon ZH).

981 tonnes
de fromage fondu
pour nos burgers
chez Schreiber
(Allgäu, D)

2493 tonnes
de farine pour nos
petits pains chez
Fortisa (Zuchwil SO)

39 tonnes
de grains de café
pour nos spécialités
McCafé chez Rast
(Ebikon LU)



Engagement environnemental

De l'électricité verte aux emballages durables

Pour protéger efficacement notre environnement, il faut une approche globale – de la logistique à l'hôte en passant par les restaurants. Nous poursuivons ainsi depuis des années d'importants objectifs climatiques. Voulant nous améliorer sans cesse, nous allons encore plus loin et optons pour des emballages plus durables grâce à de nouvelles idées, de nouveaux matériaux et moins de plastique. Ainsi, nous protégeons le climat et la nature qui nous entoure.

Matériaux d'emballage durables

Nous nous engageons en faveur de l'environnement – hier, aujourd'hui et demain. Actuellement, éviter les emballages – notamment en plastique jetable – est un sujet essentiel pour nous et nos hôtes. 90% de nos emballages alimentaires sont déjà composés de matières premières renouvelables telles que le papier et le carton. Ces derniers sont issus de matériaux recyclés à 100% ou certifiés FSC ou PEFC. D'ici 2025, nous voulons que 100% de nos emballages proviennent de sources renouvelables, recyclées ou certifiées.

Toujours moins de plastique

D'ici 2025, nous réduirons de 80% le plastique encore présent dans nos emballages, pour que seuls 2% maximum de tous les emballages McDonald's soient encore fabriqués avec cette matière première. Le passage, en octobre 2019, au gobelet McFlurry sans couvercle en plastique participe de cet objectif. En 2020, nous avons introduit dans les restaurants de

Genève et de Neuchâtel de nouveaux conditionnements: couverts en bois, saladiers et gobelets à dessert en carton, porte-ballons en papier. Cette opération a servi de test pour la Suisse.



«Avec McDonald's, nous avons trouvé un partenaire solide pour poursuivre notre mission: aménager en Suisse un réseau de recharge rapide dense et fiable pour les conducteurs de voiture électrique. Nous contribuons ainsi à la protection du climat avec McDonald's et ses hôtes.»

Domenic Lanz,
CEO de GOFAST

Engagement pour des rues et des espaces verts propres

Pour faire face au problème social que constituent les déchets jetés n'importe où, nous installons bénévolement des poubelles supplémentaires aux alentours de nos 170 restaurants, et nos collaborateurs effectuent régulièrement des rondes pour ramasser les déchets qui traînent et les éliminer correctement. L'an passé, nous avons ainsi investi 70 000 heures pour améliorer la qualité de vie grâce à des rues et espaces verts propres.

Déchets de cuisine et huile usagée transformés en carburant

En 1991, nous avons été l'une des premières entreprises de restauration à créer notre propre système de recyclage. En préparant nos burgers sur commande, nous réduisons encore plus les déchets alimentaires. Et quand nous en générons malgré tout, nous les réutilisons, produisant du biodiesel avec nos huiles de friture



«Peu à peu, nous voulons réduire la part de plastique dans nos emballages jusqu'à 2% max. pour les emballages jetables. Nous testons de nouvelles options en demandant l'avis de nos hôtes, car une solution ne devient durable que si tout le monde participe.»

Heinz Hänni,
responsable Environnement
McDonald's Suisse

usagées et du biogaz à partir de nos déchets de cuisine organiques. Les camions effectuant la distribution finale de nos marchandises aux restaurants roulent avec une proportion variable de biodiesel ou de biogaz. Ainsi, nous bouclons la boucle. En outre, 55% des kilomètres de transport entre le centre logistique à Oensingen (SO) et les restaurants ont été couverts par le rail en 2020. Depuis 1998, plus aucun camion ne traverse les Alpes pour transporter nos marchandises.

Hydroélectricité, stations de recharge

Depuis 2010, notre électricité provient exclusivement de centrales hydrauliques, ce qui a permis de réduire considérablement nos émissions de CO₂. En collaboration avec l'entreprise suisse GOFAST, les parkings de 5 McDrive proposent depuis fin 2020 des bornes de recharge rapide pour voitures électriques. Une manière simple pour nos hôtes d'apporter une contribution supplémentaire à la protection du climat. D'ici 2022, tous les McDrive de Suisse le permettront seront équipés de stations de recharge GOFAST.

Plus d'infos sur notre engagement:
mcdonalds.ch/engagement

Nos réalisations en 2020

90%
de nos emballages alimentaires sont composés de papier et de carton

42 tonnes
de plastique économisé avec le nouveau gobelet McFlurry



70 000
heures consacrées à des tournées de nettoyage volontaire autour des restaurants



100%
d'électricité d'origine hydraulique

45%
d'émissions de CO₂ économisées lors de la production d'un Big Mac (2019 vs 2009)



55%
de marchandises transportées vers les restaurants par le rail

Notre contribution aux ODD



ODD = Objectifs de développement durable des Nations Unies (ONU)

Nos objectifs d'ici 2025

Des emballages de service fabriqués à partir de matériaux 100% renouvelables, recyclés ou certifiés durables

2% de plastique maximum dans l'emballage de service

Les jouets du Happy Meal sont exclusivement fabriqués à partir de matières durables ou recyclées

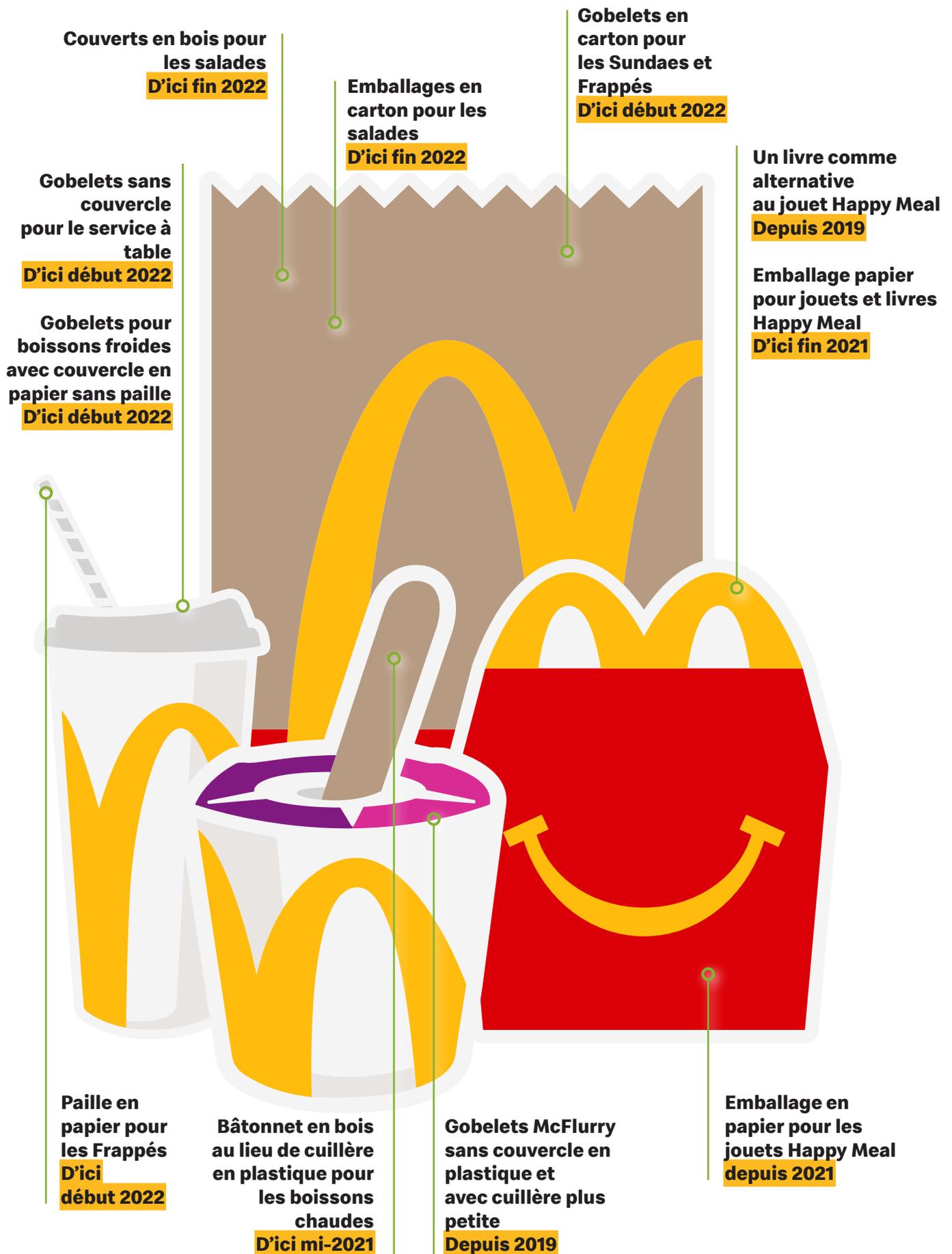
Participation de 80% des restaurants au Clean-Up-Day national

+ 10% de participation des employés, partenaires et hôtes par rapport à 2019

Installer d'ici 2022 des bornes de recharge électrique dans tous les restaurants McDrive le permettant

Transport neutre en CO₂ de 70% de nos marchandises vers les restaurants

Toujours moins de plastique, toujours plus durable





**Employeur
et formateur**



Nous offrons des opportunités et un soutien à tous nos employés

Nous offrons à chacun la possibilité de s'engager et d'être promu en tant qu'individu – dans un environnement respectueux qui met le talent et la performance au premier plan. Les franchisés qui exploitent la majorité de nos restaurants partagent ce principe en tant qu'entrepreneurs et employeurs indépendants. Nous voulons proposer des emplois sûrs et offrir des opportunités à tous nos collaborateurs, quels que soient leur sexe, leur origine ou leur expérience professionnelle. À cette fin, nous les impliquons activement et favorisons leur évolution. Nous appliquons le principe «à travail égal, salaire égal».

Un employeur fiable pour 7750 personnes

Étant l'un des principaux employeurs du pays, nous offrons, avec nos franchisés indépendants, un emploi sûr, une formation pratique et une atmosphère de travail positive à 7750 collaborateurs. En tant que membre de GastroSuisse, nous avons signé la convention collective du secteur de la restauration et versons les salaires et prestations sociales correspondants.

Des perspectives d'embauche et de carrière pour les employés motivés

Tenant à créer des postes adaptés à tous les modes de vie, nous proposons des modèles flexibles de temps de travail flexibles, particulièrement appréciés des parents ainsi que des étudiants. Ces derniers constituent un cinquième des collaborateurs à temps partiel, de même que les parents qui travaillent. Nos équipes très diverses réunissent 91 nationalités

qui ont plaisir à travailler ensemble. Nous offrons des opportunités à nos employés, quelle que soit leur origine. Ainsi, un quart des managers de restaurant responsables en moyenne d'une équipe de 50 personnes ont commencé leur carrière en tant qu'équipier au comptoir ou en cuisine. Plus de 40% des franchisés ont également commencé leur carrière dans un de nos restaurants. Des hôteliers, des banquiers, des athlètes, etc. peuvent se développer avec nous.

De nombreuses femmes cadres

Les femmes et les hommes ont chez nous les mêmes opportunités de carrière. Depuis des années, le management des restaurants est féminin à plus de 45%. En 2020, 46% des managers de restaurants étaient des femmes. Au siège, la proportion est de 42%. Ce sont ces aspects, ainsi que la promotion des talents par la formation, qui garantissent le niveau

élevé d'identification des collaborateurs avec l'employeur McDonald's. Selon une enquête récente, 85% des employés sont fiers de travailler chez McDonald's.

Des formations qui profitent à tous

En 2020 aussi, plus de 1000 employés ont participé à des programmes de formation interne axés sur l'hospitalité, la préparation et le service. Aujourd'hui, dans 85% des restaurants, les employés servent les menus à la table et des «Guest Experience Leaders» s'occupent du bien-être des hôtes. Grâce à ce nouveau concept de service, les missions de nos collaborateurs ont évolué. Ils peuvent désormais s'investir pleinement dans l'accueil et l'hospitalité.

Des places d'apprentissage pour les jeunes

Nous endossons volontiers notre responsabilité de formateurs et de promoteurs pour les jeunes profes-



«J'ai commencé ma carrière au restaurant McDonald's il y a 25 ans et j'ai évolué régulièrement. Aujourd'hui, je dirige trois McDonald's en tant qu'entrepreneur indépendant et suis ravi de former des apprentis à la restauration de système. Parce que les jeunes ont de grands objectifs et que pour les atteindre, ils ont besoin d'opportunités et de soutien. Nos places d'apprentissage leur offrent précisément cette possibilité d'évolution et de réussite.»

Fredy Bruder,
franchisé McDonald's
et employeur de plus de
100 personnes dans le
canton d'Argovie

sionnels. Nous formons des apprentis depuis 1998 – cela a commencé par les domaines commercial et informatique. En 2013, nos premiers jeunes ont débuté un apprentissage de trois ans en restauration de système. Nous formons actuellement 19 jeunes à cette profession reconnue au niveau fédéral. D'ici 2025, nous voulons proposer 100 places d'apprentissage dans ce domaine. L'aspect le plus important de cette formation spécialement conçue pour la restauration collective est sa diversité.

Plus d'infos sur notre engagement envers nos collaborateurs:
mcdonalds.ch/engagement

Nos réalisations en 2020

46%

de femmes cadres dans les restaurants

10,7 ans

c'est la durée moyenne que les cadres passent chez nous

1 manager sur 4

est issu de nos rangs.

42%

des franchisés ont commencé leur carrière dans un restaurant

19

apprentis sont en formation de Spécialiste en restauration de système CFC

85%

des membres d'équipe sont fiers de travailler chez nous

Nos objectifs d'ici 2025

Augmenter la proportion de femmes cadres de 25 à 40% et, à plus long terme, à 50%

Augmenter la proportion de femmes cadres au siège de 42% à 50%, et dans les restaurants de 46% à 50%.

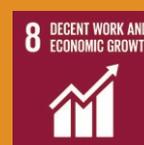
Augmenter le nombre d'apprentis Spécialistes en restauration de système CFC de 19 (2020) à 100

Pérenniser pour tous la garantie de l'égalité salariale hommes-femmes

Maintenir à 85% ou augmenter le degré d'engagement et d'inclusion des collaborateurs lors d'audits externes



Notre contribution aux ODD



ODD = Objectifs de développement durable des Nations Unies (ONU)



Engagement
social



Nous soutenons les familles et leurs enfants

Pour nous, donner quelque chose en retour à la société dans laquelle nous travaillons et vivons est une évidence. Le soutien aux familles nous tient particulièrement à cœur. Nous nous engageons en faveur des six Maisons des Parents de la Fondation en Faveur des Enfants Ronald McDonald et de plus de 170 jeunes athlètes à travers des parrainages de l'Aide Sportive Suisse. Une part de chaque franc qu'un hôte dépense chez nous sert à soutenir ces programmes familiaux.

Un foyer pour les familles d'enfants malades

Un enfant est hospitalisé loin de chez ses parents. Que faire? Depuis plus de 25 ans et grâce à l'aide de nos restaurants, franchisés, fournisseurs et hôtes, la Fondation en Faveur des Enfants Ronald McDonald apporte une réponse précieuse à cette question.

Quand un enfant est gravement malade, il a encore plus besoin d'être entouré de ses parents et frères et sœurs. Mais l'infrastructure hospitalière ne leur permet pas toujours de rester à ses côtés. C'est là qu'interviennent les six Maisons des Parents de Berne, Bâle, Lucerne, Saint-Gall et Genève, situées à proximité immédiate d'hôpitaux pour enfants.

Dans les Maisons Ronald McDonald, les familles peuvent poursuivre leur vie quotidienne loin de leur foyer:

ensemble, elles peuvent faire la cuisine, la lessive, et se détendre comme si elles étaient chez elles, tout en étant proches de leur enfant malade.



«Rapprocher les familles quand elles en ont particulièrement besoin. C'est notre mission dans les Maisons des Parents Ronald McDonald. Grâce au soutien de McDonald's et de ses partenaires, nous sommes en mesure de créer cette proximité.»

Gabi Weishaupt,
responsable de la Maison
des Parents de Saint-Gall

Cette mission répond à un besoin: ces 27 dernières années, 20 450 familles ont passé près de 167 000 nuits dans les Maisons des Parents. Pour permettre cela, 1,7 million de francs suisses de dons ont été versés en 2020 à la Fondation par McDonald's Suisse, ses franchisés, ses fournisseurs, ainsi que de nombreux petits ou grands donateurs. Chaque franc dépensé dans les restaurants soutient la mission, les partenaires lui versant une partie de leurs ventes.

Une part précieuse des dons provient des hôtes qui laissent leur monnaie dans les tirelires des restaurants. Depuis 2020, ils peuvent également donner par voie électronique via les bornes de commande de nos restaurants. En tant que restaurant familial, cet engagement social nous tient particulièrement à cœur, et nous sommes reconnaissants lorsque nous pouvons aider.



«Les jeunes athlètes et leurs familles ont besoin d'énergie et de persévérance pour atteindre le sommet. Avec McDonald's comme parrain, ils bénéficient d'un précieux soutien – aux plans financier et émotionnel.»

Dominique Gisin,
déléguée du conseil de
fondation
de l'Aide Sportive Suisse

Un soutien aux jeunes athlètes et à leurs familles

En tant que restaurant familial, le soutien local est également très important pour nous. C'est pourquoi, avec nos franchisés, nous nous impliquons en faveur des jeunes talents de de notre région. Gold Partner de l'Aide Sportive Suisse, nous soutenons depuis 2015 de jeunes athlètes et leurs familles en chemin vers le succès. Nous en sommes convaincus: ce sont des modèles, et leur réussite a un impact positif. En 2020, dans le cadre du programme de l'Aide Sportive, nos restaurants ont parrainé 175 jeunes athlètes prometteurs de leur région, chacun apportant une aide tant financière qu'émotionnelle à un jeune talent.

Pour les jeunes athlètes aussi, 2020 a été une année très difficile. C'est pourquoi, en collaboration avec l'Aide Sportive Suisse, nous avons augmenté la contribution directe de parrainage de 200 francs pour la porter à 2200 francs. Depuis le début du programme en 2015, nous avons pris en charge plus de 953 parrainages annuels et accordé des subventions pour un montant total de 2,5 millions de francs.

Plus d'infos sur notre engagement social:
mcdonalds.ch/engagement

Nos réalisations en 2020

10 184

nuitées de familles d'enfants malades rendues possibles dans les Maisons Ronald McDonald

29,7 mio.

de francs de dons collectés au profit de la Fondation depuis sa création en 1992



Nouveau

Possibilité de faire un petit don à une borne de commande

953

parrainages annuels pour de jeunes athlètes depuis 2015

2,5 mio.

de francs suisses mis à disposition de jeunes sportifs depuis 2015



Nos objectifs d'ici 2025

Soutenir la Fondation avec l'aide de nos restaurants, franchisés, fournisseurs et hôtes afin qu'elle puisse aider 30% de familles de plus qu'en 2020.

Profiter de la notoriété de notre marque et de toutes les plateformes pour collecter 7% de dons de plus qu'en 2020

Tous les restaurants McDonald's endossent un parrainage de l'Aide Sportive Suisse

Notre contribution aux ODD



ODD = Objectifs de développement durable des Nations Unies (ONU)