



# Rapport de durabilité Update

McDonald's Suisse

**2024**





Importance économique

# Travailler, se développer et créer de la valeur – ensemble

Nous souhaitons faciliter le quotidien de nos hôtes et faire de chacune de leurs visites chez nous une expérience unique. Grâce à la fidélité de nos hôtes, nous sommes en mesure de soutenir la stabilité économique et la croissance de nos fournisseurs partenaires et de la plupart de nos franchisé-e-s qui exploitent la majorité des restaurants de manière indépendante. De plus, nous offrons un emploi sûr à 8'600 employé-e-s 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. Selon la devise «Ensemble, faisons la différence», McDonald's Suisse, ses partenaires et ses hôtes surveillent leur empreinte écologique et soutiennent les familles et leurs enfants.

## Le restaurant de burgers le plus populaire de Suisse

Notre objectif principal est de permettre à tou-te-s nos hôtes de vivre chez nous des petits moments de plaisir en toute simplicité. C'est aussi notre source de motivation. Nous cherchons constamment à nous améliorer et accordons une importance particulière à la variété de nos menus: du bœuf, du poulet, du poisson ou encore des options végétariennes, il y en a pour tous les goûts et tous les budgets.

## Faciliter le quotidien des hôtes

Notre offre de services, qui comprend le service à table, les repas à l'emporter, le McDrive et l'option McDelivery ainsi que les bornes de commandes numériques dans les restaurants, répond aux besoins variés de nos hôtes. Aujourd'hui, une commande sur cinq de Big Mac et autres produits se fait à travers l'app.

## Nous réunissons plus de 40 PME

En Suisse, notre modèle économique repose sur trois piliers: nos franchisé-e-s, nos fournisseurs partenaires 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 42 PME, près de 93% des quelque 180 restaurants McDonald's de Suisse et de la principauté du Liechtenstein étant gérés par des entrepreneur-e-s indépendant-e-s sous contrat de licence. Grâce à son système de franchise, McDonald's est ancrée dans chaque région et proche de ses hôtes.

## Un partenaire économique de longue date

Nous avons fait le choix de travailler avec des fournisseurs suisses. Il y a plus de 45 ans, la viande de bœuf de notre premier Big Mac provenait déjà de la boucherie Bell à Oensingen (SO). Aujourd'hui, nous achetons 88%



«Nous voulons être encore plus proches de nos hôtes grâce à la motivation de nos collaborateur-ric-e-s, à la densité de notre réseau de restaurants et à nos avancées numériques. Au cours des deux dernières années, nous avons ouvert 9 sites en collaboration avec nos franchisé-e-s. En 2024, nous prévoyons d'ouvrir 7 nouveaux restaurants pour être là où nos hôtes travaillent et vivent.»

Lara Skripitsky,  
Managing Director  
McDonald's Suisse

de nos ingrédients à des entreprises locales, ce qui fait de nous un partenaire solide de l'économie suisse.

## Focus sur les ingrédients, l'environnement, les collaborateur-ric-e-s et les familles

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 franchisé-e-s et nos fournisseurs partenaires, nous réduisons notre empreinte écologique afin que notre planète reste viable pour les générations futures.
- Nos collaborateur-ric-e-s: l'inclusion et la responsabilisation des collaborateur-ric-e-s sont essentielles pour nous. Avec nos franchisé-e-s, nous créons des opportunités et un avenir sûr pour nos talents.
- Notre voisinage: le soutien des familles et de leurs enfants nous tient à cœur. Parce qu'un bon voisin peut apporter son aide en cas de besoin.

Plus d'infos sur notre engagement: [mcdonalds.ch/engagement](https://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 2023

179

restaurants en Suisse et dans la principauté du Liechtenstein

42

entrepreneur-e-s locaux-ales

91%

des restaurants exploités par des franchisé-e-s

88%

des denrées alimentaires achetées auprès de partenaires suisses

40

nouveaux emplois par restaurant

179

restaurants proposant la commande via l'app, 171 proposant le service à table, 98 avec McDrive et 117 avec McDelivery

69%

de nos hôtes sont satisfait-e-s selon les feedbacks électroniques

## Nos objectifs d'ici 2025

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

Maintenir le volume d'achat de denrées alimentaires auprès de partenaires suisses à un taux d'au moins 85% (état 2020) 😊

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

Augmenter le taux de satisfaction des hôtes (70%), recueilli via feedbacks électroniques, de 1% à 2% par an 😊



Offre  
et achats

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

McDonald's rime avec plaisir, car nous favorisons des ingrédients de qualité et nous approvisionnons principalement auprès de fournisseurs et d'exploitations agricoles suisses qui suivent des normes de production élevées. Cela fait de nous un partenaire important pour l'agriculture locale et la branche alimentaire. Mais le plaisir et le goût ne font pas tout: nous avons également un devoir envers nos hôtes. Nous proposons donc un large choix de produits à base de viande, de poisson ou encore d'alternatives végétariennes. Nous misons sur des recettes simples, sans arômes, sans colorants et sans additifs.

## 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 pour certains. Parmi ceux-ci, de nombreuses entreprises suisses comme Bell, Eisberg, Emmi, Florin, Fortisa, Frigemo, Malbruner, Nestlé ou Ospelt. En 2023, nous avons acheté pour 235 millions de francs d'ingrédients à des partenaires suisses. Cela correspond à 88% du volume d'achat des produits alimentaires.

## Des ingrédients d'agriculteur-riche-s suisses

Nous partageons notre passion pour des ingrédients de qualité avec les

agriculteur-riche-s suisses qui approvisionnent nos producteurs. Parmi nos partenaires, nous comptons environ 6'600 exploitations agricoles aux quatre coins du pays.

## Viande de bœuf provenant d'animaux élevés en plein air

Il y a plus de 45 ans, nous préparons notre premier Big Mac avec du bœuf de chez Bell à Oensingen. En 2023, nous avons acheté à Bell 5373 tonnes de viande bovine, dont 62% provenaient de bétail SRPA (sorties régulières en plein air). Ensemble, Bell et McDonald's ont pour objectif d'augmenter de nouveau ce pourcentage. En plus du prix du marché, les agriculteur-riche-s 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 élevages respectent les normes suisses de protection animale en termes d'alimentation et de densité du cheptel. Pour nos burgers, nous n'utilisons que du bacon Malbuner fabriqué à partir de porc suisse.

«Nous sommes fiers de produire les Chicken McNuggets pour McDonald's Suisse depuis plus de 20 ans. Le bien-être des animaux fait partie de nos priorités. Nous fournissons donc à McDonald's Suisse de la viande de poulets élevés selon les normes suisses de protection animale. Nous fournissons également à McDonald's le délicieux bacon Malbuner. Notre partenariat ne cesse de se développer.»

Alexander Ospelt,  
Ospelt Food

## Les options végétariennes gagnent en popularité

En 1996, nous avons lancé le premier burger végétarien. Depuis 2020, tous les burgers de poulet sont dispo-

nibles en version végétarienne, avec une escalope faite à base de protéine de lait et d'avoine. Cette offre répond à une demande croissante et importante en matière d'alimentation végétarienne.

## 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 hoki 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 (issu 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 sucre dans le pain

En 2022, nous avons réussi à réduire la teneur en sucre des pains de nos burgers de 22%, sans en modifier la saveur. Depuis 2012, nous avons également réduit la quantité de sel dans les frites de 5 à 4 grammes par portion. Nous tentons désormais de réduire encore la quantité de sel de 35% d'ici 2025. Un projet pilote mené à grande échelle a toutefois démontré qu'en 2023, de nombreux hôtes ont demandé un supplément du sel pour saler leurs frites.

## Happy Meal sans additifs artificiels

Les produits Happy Meal sont exempts de tout additif, arôme ou colorant artificiel. Depuis 2015, chaque menu enfant contient une portion de fruits. En outre, nos hôtes peuvent toujours commander une petite salade à la place des frites dans chaque menu enfant, pour le même prix.

Plus d'infos sur notre engagement: [mcdonalds.ch/engagement](https://mcdonalds.ch/engagement)

## Nos réalisations en 2023

88%

des ingrédients achetés auprès de fournisseurs suisses

6'600

fermes locales nous approvisionnent

62%

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

22%

de sucre en moins dans le pain de nos burgers

0%

d'additifs artificiels dans les produits McDonald's

Depuis 2013

Membre de Swiss Pledge pour une publicité responsable

## Nos objectifs d'ici 2025

Maintenir le volume des achats domestiques à 85% 😊

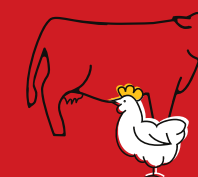
Augmenter de 66% à 75% la part de bœuf provenant d'animaux SRPA 😊

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 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 😊

De 2021 à 2025: réduire la teneur en sel des frites de 4 à 2,5 g/portion – soit une réduction de 35% 😊



## Notre contribution aux ODD



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



## Les ingrédients achetés en 2023



## Toujours moins de plastique, toujours plus durable





## Engagement environnemental

# De l'électricité verte à l'emballage durable

**Pour protéger efficacement notre environnement, il faut une approche globale – de la logistique à l'hôte en passant par les restaurants. Nous avons pour objectif de réduire notre empreinte et optimisons donc constamment nos emballages. En collaboration avec des partenaires, nous cherchons de meilleures solutions de recyclage pour nos hôtes. Parallèlement, nous poursuivons nos engagements, comme l'utilisation systématique d'électricité d'origine hydraulique et le transport de marchandises par train.**

### Toujours moins de plastique

En 2022 et 2023, nous avons continué de réduire les matériaux d'emballage, en particulier des emballages plastiques jetables. En 2022, nous avons réussi à économiser 200 tonnes de plastique au total. Depuis, nous ne distribuons plus de pailles dans nos restaurants, mais utilisons un couvercle en carton adapté pour déguster les boissons à l'emporter et, pour les repas dans nos restaurants, les boissons sont servies sans couvercle. Désormais, nous utilisons des couverts en bois, et les boîtes à salade et pots pour les desserts sont en carton.

### Matériaux d'emballage durables

95% 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.

### Recyclage dans les espaces dédiés aux hôtes

Dans notre restaurant pilote pour les solutions durables à Henschiken (AG), nous testons le recyclage des gobelets dans la zone réservée aux hôtes. Parallèlement, pour les emballages de nos repas, nous cherchons des solutions de recyclage avec des partenaires externes.



**«Nous nous engageons aux côtés de McDonald's contre le littering dans les villes et les champs, car les déchets nuisent aux animaux et à l'environnement.»**

Martin Rufer,  
président de l'Union suisse des paysans

### Engagement pour des rues vertes propres

Pour faire face au problème sociétal que constituent les déchets jetés par négligence, nous installons bénévolement des poubelles supplémentaires aux alentours de nos 180 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 90'000 heures pour améliorer la qualité de vie grâce à des rues et espaces verts propres. À l'occasion du Clean-Up-Day de McDonald's, nos collaborateurs, nos partenaires, l'équipe de direction ainsi que de nombreux hôtes s'engagent contre le littering. L'année dernière, plus de 1'300 personnes ont participé à cette journée de ramassage des déchets.

### Déchets de cuisine transformés en carburant

En 1991, nous avons été l'une des premières entreprises de restauration à créer un système de recyclage. Puisque les commandes sont préparées sur le moment, nous évitons le gas-

**«Les formats réutilisables pour tous les types d'emballage pourraient entraîner une augmentation de la quantité de déchets, notamment de déchets plastiques. En outre, ce type d'emballage augmenterait les émissions de gaz à effet de serre et exercerait une pression supplémentaire sur les systèmes d'eau et d'énergie.»**

Johan Aurik &  
Anna Bexell, Kearney,  
étude No Silver Bullet

pillage alimentaire. Et quand nous en générons malgré tout, nous réutilisons les déchets alimentaires pour produire du biodiesel avec nos huiles de friture 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, 59% des kilomètres de transport entre le centre logistique à Oensingen (SO) et les restaurants ont été couverts par le rail en 2023. 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 CO<sub>2</sub>. En collaboration avec l'entreprise suisse GOFAST, les parkings de 27 McDrive proposent depuis fin 2020 des bornes de recharge rapide pour voitures électriques. La mise en place des bornes de recharge électriques avance plus lentement que prévu en raison des permis de construire.

**Plus d'infos sur notre engagement: [mcdonalds.ch/engagement](https://mcdonalds.ch/engagement)**

## Nos réalisations en 2023

### 95%

de nos emballages alimentaires sont composés de papier et de carton



### 200 tonnes

de plastique en moins grâce aux nouveaux emballages

### 100%

des jouets fabriqués à partir de matériaux durables ou recyclés

## 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 😊

### 90%

des restaurants participent au Clean-Up-Day national



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

### 1'300

participant-e-s au Clean-Up-Day national

+10% de participation des employé-e-s, partenaires et hôtes par rapport à 2019 😊

### 100%

d'électricité d'origine hydraulique



Installation d'ici 2025 de bornes de recharge électrique dans tous les restaurants McDrive le permettant 😊

### 69%

de marchandises transportées vers les restaurants sans émissions

Transport neutre en CO<sub>2</sub> de 70% de nos marchandises vers les restaurants 😊

## Notre contribution aux ODD



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

Employeur  
et formateur



## Nous offrons des opportunités et encourageons tous nos employé·e·s

Chez nous, chacun doit avoir la possibilité de s'impliquer et d'évoluer dans un environnement qui met l'accent sur le talent, l'esprit d'équipe et la performance. Nos franchisé·e·s qui gèrent la majorité de nos restaurants partagent également ce principe en tant qu'employeurs indépendants. Indépendamment du sexe, de l'origine ou de l'expérience professionnelle, nous voulons offrir des opportunités à tou·te·s nos collaborateur·rice·s. Nous sommes convaincus que les équipes mixtes travaillent mieux ensemble.

### Employeur de confiance

Étant l'un des principaux employeurs du pays, nous offrons, avec nos franchisé·e·s indépendant·e·s, un emploi sûr, une formation et un perfectionnement axés sur la pratique, et une atmosphère de travail favorisant l'esprit d'équipe à 8'600 collaborateur·rice·s. En 2022 et 2023, nous avons créé 700 postes au total. En tant que membre de GastroSuisse, nous avons signé la convention collective de travail pour la restauration et versons les salaires et prestations sociales correspondants. Chez nous, le principe est le suivant: à travail égal, salaire égal.

### Opportunités d'emploi et de promotion pour les employé·e·s motivé·e·s

Nous tenons à créer des postes adaptés à tous les modes de vie: c'est pourquoi nous proposons des modèles de temps de travail flexibles, particulièrement appréciés des parents ainsi que des étudiant·e·s. Notre équipe diversifiée

réunit 81 nationalités qui travaillent main dans la main au quotidien. Nous offrons des opportunités à nos employé·e·s quelle que soit leur origine. Ainsi, un quart des managers de restaurant ont commencé leur carrière comme membre d'équipe au comptoir ou à la cuisine. Aujourd'hui, il·elle·s sont responsables d'une équipe de 45 personnes en moyenne. Outre les hôtelier·ère·s, les banquier·ère·s et les athlètes qui ont évolué chez nous en tant qu'entrepreneur·e·s indépendant·e·s, 40% des partenaires franchisé·e·s ont également commencé leur carrière chez nous dans le restaurant.

### Plus de 50% de femmes cadres

Chez nous, les femmes et les hommes ont les mêmes opportunités de carrière. Depuis de nombreuses années, la proportion de femmes parmi les cadres des restaurants est proche de 50%. En 2023, 59% des cadres des restaurants et la moitié

de l'équipe de direction étaient des femmes. Parmi les partenaires franchisé·e·s, la proportion de femmes devrait également augmenter au cours des prochaines années. Ce sont ces aspects, ainsi que la promotion des talents par la formation, qui garantissent le niveau élevé d'identification des collaborateur·rice·s avec l'employeur McDonald's. Selon une enquête récente, 82% des employé·e·s et 92% des cadres recommandent McDonald's Suisse comme un très bon employeur.

### Des formations qui profitent à tou·te·s

En 2023, 2'600 collaborateur·rice·s ont participé à des programmes de formation interne axés sur l'hospitalité, la préparation et le service. Aujourd'hui, dans 95% des restaurants, les collaborateur·rice·s servent à table. Grâce à ce nouveau concept, les tâches de nos employé·e·s ont évolué. Il·elle·s peuvent désormais mettre pleinement à profit leur talent



«Je gère cinq McDonald's en tant qu'entrepreneure indépendante. Il me tient à cœur de faire découvrir aux jeunes la gastronomie, qui est le plus beau métier du monde selon moi. C'est pourquoi je forme dans mes restaurants des apprenti·e·s en restauration de système jusqu'au certificat fédéral de capacité.»

Sarah Dallmaier,  
franchisée et employeuse  
de plus de 250  
collaborateur·rice·s dans  
le canton de Berne

d'accueil. La satisfaction des collaborateur·rice·s est la base essentielle de l'expérience unique de nos hôtes.

### Des places d'apprentissage pour les jeunes

Nous endossons volontiers notre responsabilité de formateur et de promoteur pour les jeunes professionnel·le·s. Depuis 1998, nous formons des apprenti·e·s – cela a commencé par les domaines commercial et informatique. En 2013, les premier·e·s jeunes ont débuté chez nous un apprentissage de 3 ans dans la restauration de système. Actuellement, nous formons 42 jeunes à ce métier reconnu au niveau fédéral. D'ici 2025, nous voulons proposer au moins 100 places d'apprentissage dans ce domaine. La principale caractéristique de cette formation spécialement conçue pour la gastronomie de système est sa diversité.

Plus d'infos sur notre engagement:  
[mcdonalds.ch/engagement](https://mcdonalds.ch/engagement)

### Nos réalisations en 2023

50%  
de femmes dans l'équipe  
de direction

59%  
de femmes cadres dans  
les restaurants

Pas  
de différence de salaire  
entre les femmes et les  
hommes

42  
apprenti·e·s sont en  
formation de spécialiste  
en restauration de  
système CFC

44%  
des franchisé·e·s ont  
commencé leur carrière  
dans un restaurant

11,1 ans  
durée moyenne  
d'ancienneté de  
nos cadres

85%  
des membres d'équipe  
sont fiers de travailler  
chez nous

### Nos objectifs d'ici 2025

Augmenter la proportion  
de femmes cadres de 25%  
(2020) à 40% et à plus long  
terme à 50% 😊

Augmenter la proportion  
de femmes cadres au siège  
de 42% (2020) à 50% et  
dans les restaurants de  
46% (2020) à 50% 😊

Pérenniser pour  
tous·te·s la garantie  
de l'égalité salariale  
hommes-femmes 😊

Augmenter le nombre  
d'apprenti·e·s spécialistes  
en restauration de système  
CFC de 19 (2020) à 100 😊



### Notre contribution aux ODD



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





## Nous soutenons les familles et leurs enfants

Donner quelque chose en retour à la société dans laquelle nous vivons et travaillons est une évidence pour nous. Soutenir les familles nous tient particulièrement à cœur. C'est ainsi que nous nous engageons depuis 30 ans en faveur des Maisons des Parents de la Fondation en Faveur des Enfants Ronald McDonald et que depuis 10 ans, nous soutenons 180 jeunes athlètes grâce aux parrainages de l'Aide Sportive Suisse. Pour chaque franc dépensé par un hôte chez McDonald's, une partie est consacrée au soutien de ces programmes familiaux.

### Un foyer pour les familles d'enfants malades

Chaque jour, des enfants naissent prématurément, sont victimes d'un accident ou tombent subitement malades. Afin que les familles puissent rester proches de leur enfant dans de tels moments, la Fondation en Faveur des Enfants Ronald McDonald leur propose un «foyer temporaire» dans six Maisons situées à proximité d'hôpitaux pour enfants.

### Un soutien depuis 30 ans

Depuis 30 ans, la Fondation en Faveur des Enfants peut apporter ce précieux soutien grâce à nos restaurants, partenaires et hôtes. Lorsqu'un enfant tombe gravement malade, il a particulièrement besoin de la proximité de ses parents et de ses frères et sœurs. Mais souvent, l'infrastructure des hôpitaux ne permet pas aux familles de passer la nuit auprès des petit-e-s patient-e-s. C'est là qu'interviennent les six Maisons des Parents de Berne, Bâle, Lucerne, Saint-Gall et Genève, situées à proximité d'hôpitaux pédiatriques. Dans ces Maisons, les familles retrouvent un peu de vie quotidienne, peuvent se ressourcer, et en même temps être toujours présentes pour leur enfant hospitalisé.

### 212'000 nuitées rendues possibles

La mission de la Fondation en Faveur des Enfants Ronald McDonald est



«En collaboration avec la Fondation en Faveur des Enfants Ronald McDonald, nous souhaitons à l'avenir pouvoir offrir aux familles de Zurich un foyer temporaire lorsque leur enfant est hospitalisé au Kispi. La proximité des parents et des frères et sœurs est extrêmement importante pour les petit-e-s patient-e-s dans des moments aussi difficiles.»

Françoise de Vries, direction du comité de pilotage de l'Hôpital pédiatrique universitaire de Zurich

une nécessité: depuis 30 ans, quelque 25'000 familles ont pu passer environ 212'000 nuits dans les Maisons des Parents. Pour cela, un total de 2,5 millions de francs a été versé l'année dernière par McDonald's Suisse, par les franchisé-e-s et les fournisseurs, ainsi que par de nombreux petits et grands donateurs à la Fondation en Faveur des Enfants. Chaque franc dépensé dans les restaurants soutient la mission via une participation au chiffre d'affaires des partenaires. Une part importante des dons – 1,1 million de francs au total – provient des hôtes de McDonald's qui ont arrondi leur montant à la borne de commande ou qui ont déposé leur monnaie dans les tirelires destinées aux dons.

### Une nouvelle Maison des Parents à Zurich

La Fondation en Faveur des Enfants Ronald McDonald prévoit de créer une septième Maison des Parents à Zurich en 2026, en collaboration avec l'Hôpital universitaire pour enfants de Zurich (Kispi) et la clinique Lengg.

### Soutenir les jeunes athlètes et leurs familles

En tant que restaurant familial, le soutien local est également très impor-



«Il y a de nombreuses années, l'équipe du McDonald's Thoune m'a soutenu avec un parrainage Together for Gold. En tant que jeune sportif, c'est tout simplement génial d'avoir McDonald's à ses côtés comme parrain et de bénéficier d'un précieux soutien - financier et émotionnel - de la part de l'équipe du restaurant.»

Dominic Stricker, joueur de tennis professionnel anciennement soutenu par Together for Gold

tant pour nous. C'est pourquoi, avec nos franchisé-e-s, nous nous engageons activement en faveur de la relève de notre région. En tant que Gold Partner de l'Aide Sportive Suisse, nous soutenons depuis 2015 les jeunes athlètes et leurs familles. Nous sommes convaincus qu'il-elle-s sont des modèles et que leur réussite a un impact positif.

### Plus de 1'500 parrainages en 10 ans

L'année dernière, nos restaurants ont à nouveau parrainé 180 jeunes athlètes de leur région, ce qui permet à chaque restaurant d'apporter un soutien à la fois financier et émotionnel à un jeune talent. Les familles reçoivent chacune une contribution d'encouragement de 2'200 francs par an. Depuis le lancement du programme il y a 10 ans, nous avons pris en charge plus de 1'500 partenariats annuels et accordé une aide à hauteur de 3,8 millions de francs.

Plus d'infos sur notre engagement: [mcdonalds.ch/engagement](https://mcdonalds.ch/engagement)

### Nos réalisations en 2023

12'370

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

2,5 mio.

de francs de dons collectés pour la Fondation en Faveur des Enfants

36,7 mio.

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

1'523

de parrainages annuels de jeunes athlètes depuis 2015

3,8 mio.

de francs mis à disposition de jeunes athlètes depuis 2015

### Nos objectifs d'ici 2025

Soutenir la Fondation avec l'aide de nos restaurants, franchisé-e-s, 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 😊



### Notre contribution aux ODD



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









**[corporate.mcdonalds.com](https://corporate.mcdonalds.com)**

**Contact**

McDonald's Suisse Restaurants Sàrl

Case postale, CH-1023 Crissier

Tel. +41216311111

E-Mail: [corporateresponsibility@ch.mcd.com](mailto:corporateresponsibility@ch.mcd.com)