



Rapporto di sostenibilità Update

McDonald's Svizzera

2024





Significato economico

Lavorare insieme, crescere e creare valore

Vogliamo semplificare la vita dei/delle nostri/e ospiti e rendere ogni loro visita nei nostri ristoranti un'esperienza perfetta. Grazie ai/alle nostri/e ospiti fedeli, siamo in grado di sostenere la stabilità economica e la crescita delle nostre licenziatrici e dei nostri licenziatari, che gestiscono la maggior parte dei nostri ristoranti in modo indipendente, e quella dei nostri partner fornitori locali. Offriamo inoltre un posto di lavoro sicuro a 8'600 collaboratori/trici, in un ambiente che promuove il talento e offre opportunità di crescita. Con il motto «Insieme facciamo la differenza», con i/le nostri/e ospiti e partner ci preoccupiamo della nostra impronta ecologica e sosteniamo le famiglie e i loro bambini.

Essere il ristorante di burger più amato in Svizzera

Il nostro obiettivo: offrire gusto e momenti felici a tutti, nel modo più semplice possibile. Questa premessa ci guida ogni giorno. Cerchiamo costantemente nuovi modi per migliorarci, giorno dopo giorno. Ed è importante per noi poter offrire ai/alle nostri/e ospiti il menu giusto – dalla carne di manzo al pollo o al pesce, fino alle proposte vegetariane – per tutti i gusti e per ogni portamonete.

Semplificare la vita

Il nostro concetto di servizio, composto da servizio al tavolo, take away e McDrive, McDelivery e i canali digitali per le ordinazioni, incontra le svariate necessità dei/delle nostri/e ospiti. Ospiti che oggi utilizzano l'app McDonald's per ordinare Big Mac & Co. una volta su cinque.

Uniamo oltre 40 PMI

Il nostro modello di business in Svizzera si basa su tre solidi pilastri: le

nostre licenziatrici e i nostri licenziatari, i nostri partner fornitori e la nostra sede a Crissier (VD). Con il nostro sistema di franchising, da oltre 45 anni promuoviamo l'imprenditoria locale in Svizzera. Siamo una rete di 42 PMI, poiché quasi il 93% dei circa 180 ristoranti McDonald's in Svizzera e nel Principato del Liechtenstein viene gestito da imprenditrici e imprenditori indipendenti sotto contratto di franchising. Attraverso il sistema di franchising, noi di McDonald's siamo ancorati in ogni regione e vicini ai/alle nostri/e ospiti.

Partner di lunga data dell'economia

Ci affidiamo volutamente a fornitori svizzeri. La carne di manzo per il primo Big Mac, oltre 45 anni fa, proveniva già dalla Bell di Oensingen (SO). Oggi, acquistiamo l'88% dei nostri ingredienti da aziende locali, il che ci rende un importante partner dell'economia svizzera.



«Vogliamo essere ancora più vicini ai/alle nostri/e ospiti: grazie alla motivazione delle nostre collaboratrici e dei nostri collaboratori, con la nostra fitta rete di ristoranti e tramite le semplificazioni digitali. Negli ultimi due anni, insieme alle nostre licenziatrici e ai nostri licenziatari, abbiamo aperto nove nuovi ristoranti. Nel 2024, abbiamo in programma sette nuovi ristoranti, per essere dove i/le nostri/e ospiti lavorano e vivono».

Lara Skripitsky, Managing Director McDonald's Svizzera

Focus su cibo, ambiente, team e famiglie

Ci concentriamo su queste quattro aree, dove possiamo avere il maggiore impatto sulla società e sull'economia svizzera:

- I nostri ingredienti: l'origine degli ingredienti e il benessere degli animali sono importanti per noi. Fa la differenza come e da chi vengono prodotti gli ingredienti per le nostre pietanze.
- Il nostro ambiente: il tipo di imballaggio e la protezione del clima sono centrali. Con le nostre licenziatrici e i nostri licenziatari e insieme ai nostri partner, minimizziamo l'impronta ecologica per mantenere il nostro pianeta vivibile anche per le generazioni future.
- I/le nostri collaboratori/trici: l'integrazione e la responsabilizzazione dei/delle collaboratori/trici sono essenziali per noi. Insieme alle nostre licenziatrici e ai nostri licenziatari, creiamo opportunità e un futuro sicuro per i nostri talenti.
- Il nostro quartiere: il sostegno alle famiglie e ai loro bambini ci sta a cuore. Perché un buon vicino c'è sempre, e quando può aiuta.

Per saperne di più sul nostro impegno: mcdonalds.ch/engagement

I nostri valori



Mettiamo le persone al centro.



Diamo il benvenuto a tutti.



Facciamo la cosa giusta nel modo giusto.



Viviamo il buon vicinato.



Insieme siamo più forti.

Il nostro impatto nel 2023

179

ristoranti in Svizzera e nel Principato del Liechtenstein

42

imprenditrici e imprenditori locali

91%

dei ristoranti condotti con contratto di licenza

88%

degli alimenti acquistati da partner svizzeri

40

nuovi posti di lavoro per ristorante

179

ristoranti con possibilità di ordinazione tramite app McDonald's, 171 con servizio al tavolo, 98 con McDrive e 117 con McDelivery

69%

soddisfazione dei/delle clienti con il feedback elettronico

I nostri obiettivi entro il 2025

Sfruttare il potenziale franchising di 200 ristoranti McDonald's in Svizzera per offrire alle imprenditrici e agli imprenditori svizzeri opportunità di partnership e per creare ulteriori posti di lavoro e di formazione 😊

Mantenere il volume degli acquisti di alimenti da partner svizzeri ad un minimo dell'85% (stato al 2020) 😊

Espandere ulteriormente l'offerta di canali di servizio online seguendo di pari passo le esigenze degli/delle ospiti 😊

Aumentare la soddisfazione dei/delle clienti tramite feedback elettronico dall'1 al 2% all'anno a partire dall'attuale 70% 😊

Offerta
e acquisti



Acquistiamo in Svizzera e ci preoccupiamo per il benessere degli animali

McDonald's è sinonimo di gusto, perché ci affidiamo a ingredienti di alta qualità e ci riforniamo per la maggior parte da fornitori e aziende agricole svizzere, che producono secondo standard elevati. Allo stesso tempo, siamo un partner importante per l'agricoltura locale e per il ramo alimentare. Ma il gusto da solo non basta, poiché portiamo la responsabilità per i/le nostri/e ospiti. Per questo offriamo loro un'ampia gamma di prodotti, dalla carne e dal pesce alle verdure, e ci affidiamo a ricette semplici senza aromi, coloranti o additivi artificiali.

La nostra strategia sostenibile degli acquisti

Quando facciamo acquisti, siamo guidati da tre punti: in primo luogo, vogliamo promuovere il benessere degli animali, in secondo luogo, vogliamo proteggere il clima e conservare le risorse – soprattutto per quanto riguarda gli imballaggi e i rifiuti alimentari – e in terzo luogo, vogliamo sostenere i posti di lavoro nazionali. Per attuare questa strategia sostenibile degli acquisti, ci affidiamo a partneriariati a lungo termine con fornitori svizzeri.

Partner di lunga data dell'economia svizzera

Oltre due terzi del nostro volume di acquisti proviene da 40 fornitori diversi, con parte dei quali collaboriamo da oltre 45 anni. Tra questi, numerose aziende svizzere come Bell, Eisberg, Emmi, Florin, Fortisa, Frigemo, Malbuner, Nestlé e Ospelt. Nel 2023 abbiamo acquistato ingredienti da partner svizzeri per 235 milioni di franchi, che corrispondono all'88% del volume di acquisti per alimenti.

Ingredienti da aziende agricole svizzere

Condividiamo la nostra passione per gli ingredienti di alta qualità con le contadine e i contadini svizzeri,


che riforniscono i nostri produttori. Tra i nostri partner, contiamo circa 6'600 aziende agricole distribuite in tutto il Paese.

Carne di manzo da animali con uscita all'aperto

Già il primo Big Mac, oltre 45 anni fa, era stato preparato con carne di manzo della Bell di Oensingen. Nel 2023, abbiamo acquistato 5'373 tonnellate di carne di manzo da Bell, e la proporzione disponibile di capi RAUS (uscita regolare all'aperto) era del 62%. Insieme a Bell, vogliamo aumentare nuovamente questa percentuale. Oltre al normale prezzo di mercato, gli agricoltori ricevono un premio per animale allevato secondo questo standard. Da diversi anni portiamo avanti un progetto di benessere animale con la Ospelt di Sargans (SG) presso i suoi fornitori di carne di pollo francesi e ungheresi. Esigiamo e garantiamo che i polli rispettino le norme svizzere sul benessere degli animali in termini di allevamento, alimentazione e densità di allevamento. Per i nostri burger usiamo solo bacon Malbuner di carne di maiale svizzero.

Varianti vegi di tendenza

Abbiamo lanciato il primo burger vegetariano nel 1996. Dal 2020, i clienti possono ordinare ogni burger di pollo



«Siamo orgogliosi di produrre le Chicken McNugget per McDonald's Svizzera, da oltre 20 anni. Il benessere degli animali è importante per noi, per questo utilizziamo petto di pollo proveniente da animali allevati secondo gli standard svizzeri di benessere animale. McDonald's riceve da noi anche il pregiato bacon Malbuner. Una collaborazione, la nostra, in continua crescita».

Alexander Ospelt,
Ospelt Food

nella variante vegetariana, con una cotoletta a base di proteine del latte e avena. Questo risponde a una forte e crescente domanda.

Farina, pesce e caffè da fonti sostenibili

Dal 1999 lavoriamo con l'Associazione dei contadini che praticano la produzione integrata (IP-Suisse). Oltre a parte dell'olio di colza, ci procuriamo il 100% della farina per i panini da Fortisa secondo gli standard IP-Suisse. Il Filet-O-Fish con filetto di Pollack d'Allaska porta il marchio di qualità del Marine Stewardship Council (MSC) e per le bevande a base di caffè, usiamo esclusivamente chicchi con marchio Fairtrade della Rainforest Alliance, lavorati dall'azienda familiare Rast di Ebikon (LU). Usiamo l'olio di palma solo nelle Apple Pie e in alcune guarnizioni del McFlurry, e solo perché tecnologicamente imperativo. Proviene però da fonti certificate e sostenibili.

Meno zucchero nel pane

Nel 2022, siamo riusciti a ridurre del 22% il contenuto di zucchero nei nostri panini per burger, senza comprometterne il sapore. Già nel 2012 avevamo ridotto la quantità di sale nelle patatine fritte da 5 a 4 grammi per porzione, e ora stiamo lavorando per ridurre la quantità di sale di un ulteriore 35% entro il 2025. Tuttavia, un esperimento pilota su larga scala condotto nel 2023, ha dimostrato che molti clienti ordinano il sale per aggiungerlo alle patatine.

Happy Meal senza additivi artificiali

Anche tutti i prodotti nei menu Happy Meal sono senza aromi artificiali, coloranti e additivi. Dal 2015, una porzione di frutta è parte integrante del menu per i bambini, e gli ospiti possono ordinare una piccola insalata al posto delle patatine fritte in ogni menu, al medesimo prezzo.

Per saperne di più sul nostro impegno:
mcdonalds.ch/engagement

Il nostro impatto nel 2023

88%
degli ingredienti acquistati presso fornitori svizzeri

6'600
aziende agricole locali ne fanno parte

62%
della carne di manzo da animali con regolare uscita all'aperto (standard RAUS)

100%
della carne di pollo francese e ungherese secondo gli standard svizzeri sul benessere animale

22%
di zucchero in meno nel pane per i burger

0%
di additivi artificiali nei prodotti di McDonald's

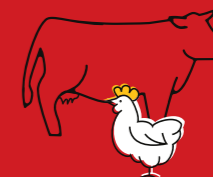
Dal 2013
membri dello Swiss Pledge per una pubblicità Responsabile

I nostri obiettivi entro il 2025

Mantenere un volume di acquisti presso fornitori svizzeri stabile all'85% 😊



Aumentare la percentuale di carne di manzo proveniente da animali allevati secondo standard RAUS dal 66% al 75% 😊



Continuare a usare carne di pollo per Chicken McNugget e McChicken proveniente da Francia e Ungheria al 100% secondo gli standard svizzeri sul benessere degli animali 😊

Dal 2021 al 2023 ridurre la percentuale di zucchero nei Big Mac del 22%, senza che il sapore ne risenta 😊



Nessun additivo artificiale nei prodotti esistenti e in quelli nuovi 😊

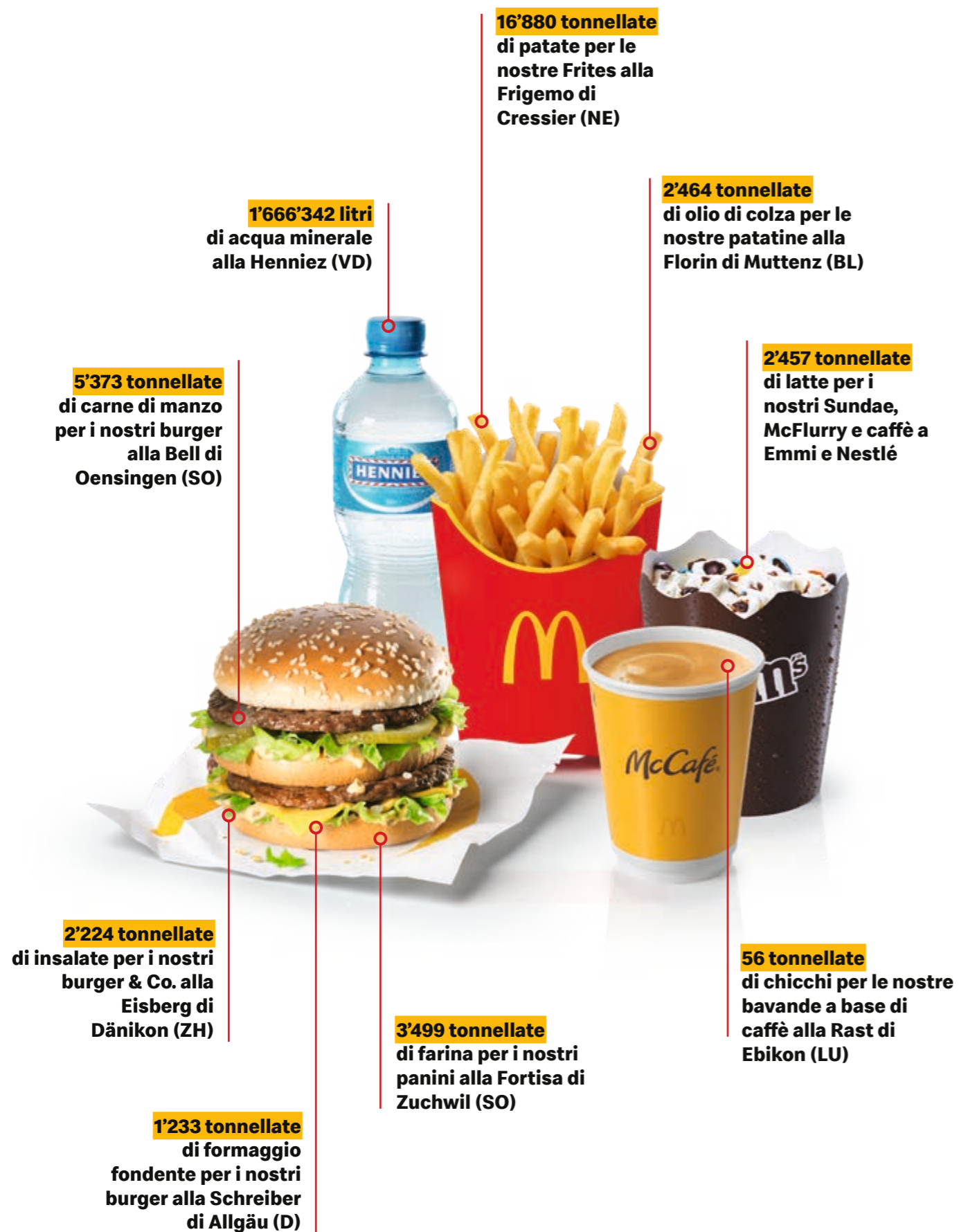
Dal 2021 al 2023 ridurre il sale nelle patatine fritte da 4 a 2,5 g per porzione – una riduzione del 35%. Nuovo entro il 2025 😊

In nostro contributo all'SDGs



SDGs = Obiettivi per uno sviluppo sostenibile fissati dalle Nazioni Unite (UN)

Nel 2023 abbiamo acquistato queste materie prime



Sempre meno plastica, sempre più sostenibili



Impegno ambientale

Dall'elettricità verde agli imballaggi sostenibili

Per proteggere efficacemente il nostro ambiente, abbiamo bisogno di un approccio complessivo – dalla logistica ai ristoranti fino ai nostri ospiti. Vogliamo ridurre la nostra impronta ecologica passo dopo passo, e per questo stiamo ottimizzando i nostri imballaggi e collaborando con i nostri partner per trovare soluzioni di riciclaggio migliori per l'area ospiti. Allo stesso tempo, portiamo avanti i nostri impegni di lunga data, come l'utilizzo coerente di energia elettrica da centrali idroelettriche e il trasporto delle merci su rotaia. Questo è il modo in cui abbiamo perseguito importanti obiettivi climatici per anni, ed è così che proteggiamo il clima e la natura che ci circonda.

Sempre meno plastica

Nel 2022 e nel 2023, ridurre il materiale di imballaggio – specialmente quello in plastica monouso – è stato un tema essenziale per noi e per i nostri ospiti. Nel 2022, siamo riusciti a risparmiare complessivamente 200 tonnellate di plastica. Da allora, non usiamo più cannuce, sostituite da un coperchio di cartone con un foro per bere per l'asporto e servendo le bevande al ristorante senza coperchio. Oltre ai bicchieri, siamo passati anche alle posate di legno, alle ciotole per l'insalata e alle coppette da dessert in cartone. Entro il 2025, ridurremo la plastica ancora presente nei nostri imballaggi, affinché al massimo il 2% di tutti gli imballaggi di McDonald's sia ancora costituito da questa materia prima.

Materiali di imballaggio sostenibili

Oggi, il 95% dei nostri imballaggi alimentari è già realizzato con materie prime rinnovabili come carta e cartone. La carta e il cartone che utilizziamo vengono prodotti con materie prime riciclate al 100% o certificate FSC o PEFC. Entro il 2025, vogliamo

che il 100% dei nostri imballaggi per alimenti provenga da fonti rinnovabili, riciclate o certificate.

Riciclaggio nell'area ospiti

Nel nostro ristorante ecologico pilota di Hendschiken (AG), stiamo testando il riciclo dei bicchieri nell'area ospiti. Nel contempo, stiamo lavorando con partner esterni al fine di trovare soluzioni di riciclaggio scalabili per gli imballaggi alimentari.



«Insieme al team McDonald's, stiamo conducendo una campagna contro il littering nelle città e nei prati, perché i rifiuti danneggiano l'ambiente e gli animali.»

Martin Rufer,
Presidente dell'Unione
svizzera dei contadini

Impegno per strade e prati più puliti

Per combattere il problema sociale del littering, i nostri ristoranti hanno volontariamente installato dei cestini per i rifiuti supplementari e hanno impiegato il loro personale per fare giri quotidiani di pulizia intorno ai circa 180 ristoranti. Raccolgono i rifiuti gettati con noncuranza nei dintorni e li smaltiscono correttamente. Lo scorso anno, abbiamo dedicato 90'000 ore lavorative per più qualità di vita e per strade e prati più puliti. All'annuale Clean-Up Day di McDonald's, le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori, i nostri partner, il team di gestione e molti ospiti si sono impegnati molto nella lotta contro il littering. Lo scorso anno, vi hanno partecipato oltre 1'300 persone.

Rifiuti di cucina e olii esausti diventano carburante

Nel 1991 siamo stati una delle prime imprese della gastronomia ad introdurre un sistema di riciclaggio. Grazie alla preparazione direttamente su ordinazione, evitiamo gli sprechi alimentari. E quando non

«I modelli riutilizzabili per tutti i tipi di imballaggi e canali potrebbero portare a un aumento dei volumi di rifiuti, soprattutto di quelli in plastica. Inoltre, ciò aumenterebbe le emissioni di gas serra e la pressione sui sistemi idrici ed energetici.»

Johan Aurik & Anna Bexell,
Kearney, Studio scientifico
No Silver Bullet

possiamo evitarlo, trasformiamo gli avanzi in qualcosa di nuovo: dall'olio esausto ricaviamo biodiesel, e dai rifiuti organici della cucina ricaviamo biogas. Gli autocarri utilizzati per la distribuzione capillare delle nostre merci ai ristoranti funzionano con una percentuale variabile di biodiesel o biogas, e questo chiude il cerchio. Inoltre, nel 2023, il 59% dei chilometri di trasporto dal centro logistico di Oensingen (SO) ai ristoranti è stato coperto dalla ferrovia.

Elettricità da centrali idroelettriche

Dal 2010, ci riforniamo esclusivamente di elettricità proveniente da centrali idroelettriche, e questo ci ha permesso di ridurre significativamente le nostre emissioni di CO₂. In collaborazione con la società svizzera GOFAST, dalla fine del 2020 offriamo stazioni di ricarica rapida per auto elettriche nei parcheggi di 27 McDrive. Il progetto procede più lentamente del previsto a causa dei permessi di costruzione.

Per saperne di più sul nostro impegno:
mcdonalds.ch/engagement

Il nostro impatto nel 2023

95%

dei nostri imballaggi alimentari in carta o cartone

200 tonnellate

di plastica in meno grazie ai nuovi imballaggi

100%

dei giocattoli in materiale sostenibile o riciclato

90%

dei ristoranti presenti al Clean-Up-Day

1'300

partecipanti al Clean-Up-Day nazionale

100%

dell'energia elettrica da centrali idroelettriche

69%

delle merci trasportate in modo CO₂ neutro

I nostri obiettivi entro il 2025

100% degli imballaggi per il servizio in materiali rinnovabili, riciclati o con certificato di sostenibilità ☺

Un massimo del 2% di plastica negli imballaggi per il servizio ☺

Giochi nell'Happy Meal esclusivamente in materiali sostenibili o riciclati ☺

80% dei ristoranti impegnati nei Clean-Up-Day nazionali ☺

10% di collaboratrici e collaboratori, ospiti e partner partecipanti in più rispetto al 2019 ☺

Offrire stazioni di ricarica in tutti i ristoranti McDrive idonei entro il 2022. Nuovo entro il 2025 ☺

70% delle nostre merci trasportate a impatto CO₂ neutro ☺

Il nostro contributo all'SDGs



SDGs = Obiettivi per uno sviluppo sostenibile fissati dalle Nazioni Unite (UN)

**Datore di lavoro
e formatore**



Offriamo opportunità e sostegno ad ogni membro del nostro team

Da noi, ognuno deve avere l'opportunità di poter contribuire e crescere in un ambiente che valorizza il talento, lo spirito di squadra e le prestazioni. Anche le nostre licenziatarie e i nostri licenziatari, che gestiscono la maggior parte dei nostri ristoranti, sostengono questo principio in veste di datori di lavoro indipendenti. Indipendentemente dal genere, dalla provenienza e dall'esperienza professionale, vogliamo offrire opportunità a tutte le nostre collaboratrici e a tutti i nostri collaboratori. Siamo infatti convinti che i team misti collaborino meglio e ottengano risultati migliori.

Un datore di lavoro affidabile

Come uno dei maggiori datori di lavoro del Paese, insieme alle nostre licenziatarie e ai nostri licenziatari indipendenti, offriamo a 8'600 collaboratori/trici un posto di lavoro sicuro, con opportunità di formazione e perfezionamento pratico, nonché un ambiente di lavoro molto positivo. Nel 2022 e nel 2023, abbiamo creato complessivamente 700 nuovi posti di lavoro. Come membri di Gastro-Suisse, abbiamo firmato il contratto collettivo di lavoro per la ristorazione e paghiamo i salari e le prestazioni sociali corrispondenti. Da noi vale la regola: stesso salario per lo stesso lavoro.

Opportunità di impiego e di carriera per talenti impegnati

Per noi è importante creare posti di lavoro adatti a tutti gli stili di vita e quindi offrire modelli di orario di lavoro flessibile, particolarmente

apprezzati da mamme e papà, così come da studenti e studentesse. Il nostro variegato team riunisce 81 nazionalità, che lavorano insieme con gioia. Offriamo opportunità ai nostri talenti indipendentemente dal loro background. Per esempio, un quarto dei/delle manager di ristorante ha iniziato la sua carriera come membro della crew, al bancone o in cucina, e ora sono responsabili di una squadra media di 45 persone. Oltre ad albergatori, banchieri e sportivi, che da noi hanno proseguito il loro percorso professionale diventando imprenditori/trici indipendenti, il 40% dei/delle partner di licenza ha iniziato la propria carriera proprio nei nostri ristoranti.

Oltre il 50% di donne nei quadri

Uomini e donne da noi hanno le stesse opportunità di carriera. La percentuale di donne nella gestione dei ristoranti è stata vicina al 50% per molti anni. Nel 2023, il 59% dei

gerenti di ristorante era di sesso femminile e la metà del team di gestione era composto da donne. Anche la percentuale di donne tra i partner di licenza è destinata ad aumentare nei prossimi anni. Sono proprio aspetti come questi, così come la promozione del talento attraverso la formazione, ad assicurare un alto livello di identificazione dei/delle collaboratori/trici con noi come datore di lavoro. Secondo un recente sondaggio, l'82% dei membri della crew considera McDonald's un ottimo datore di lavoro. Percentuale che tra i quadri dei ristoranti sale al 92%.

La formazione che fa progredire

Anche nel 2023, oltre 2'600 collaboratrici e collaboratori hanno partecipato a programmi di formazione interna incentrati su ospitalità, preparazione e servizio. Oggi, nell'95% dei ristoranti i menu vengono serviti direttamente al tavolo. Il nuovo concetto di servizio ha cambiato i compiti dei/delle nostri/e



«Gestisco cinque ristoranti McDonald's in qualità di imprenditrice indipendente. Per me è importante avvicinare i/le giovani alla ristorazione, che per me è il lavoro più bello del mondo. Per questo motivo, nei miei ristoranti formo apprendisti/e in gastronomia di sistema fino all'ottenimento dell'attestato federale».

Sarah Dallmaier,
licenziataria e datrice
di lavoro di oltre
250 collaboratori/trici
nel Canton Berna

collaboratori/trici, che ora possono sfruttare appieno il loro talento come padroni di casa. La soddisfazione dei/delle collaboratori/trici è la condizione essenziale affinché i nostri ospiti vivano un'ottima esperienza nei nostri ristoranti.

Tirocini per giovani

Accettiamo volentieri anche la nostra responsabilità come formatori e sostenitori dei giovani e delle giovani professioniste/e. Formiamo apprendisti/e dal 1998: inizialmente nel ramo del commercio e dell'informatica, mentre nel 2013 i/le primi/e giovani hanno iniziato il tirocinio triennale nella gastronomia di sistema.

Attualmente, stiamo formando 42 giovani per questa professione riconosciuta a livello federale. Entro il 2025, vogliamo offrire un totale di 100 apprendistati in questo campo. La caratteristica più importante di questa formazione, che è appositamente progettata per la ristorazione di sistema, è la sua poliedricità.

Per saperne di più sul nostro impegno:
mcdonalds.ch/engagement

Il nostro impatto nel 2023

50%
di donne nel management

59%
di donne nei quadri dei ristoranti

Nessuna

differenza di salario tra donne e uomini

42

apprendisti/e sono in formazione da noi nel ramo della gastronomia di sistema

44%

delle licenziatarie e dei licenziatari ha iniziato la carriera nel ristorante

11,1 anni

anni lavorano da noi in media i/le collaboratori/trici in posizioni quadro

85%

dei membri della crew ci ritiene un ottimo datore di lavoro

I nostri obiettivi entro il 2025

Portare la percentuale di donne nel management dal 25% (2020) al 40% e a lungo termine al 50% 😊

Portare la percentuale di donne nel management della sede centrale dal 42% (2020) al 50% e nei ristoranti dal 46% (2020) al 50% 😊

Garantire la parità di salario tra donne e uomini per tutti anche in futuro 😊

Portare il numero di apprendisti/e in formazione nella ristorazione di sistema da 19 (2020) a 100 😊



Mantenere o aumentare ulteriormente la percentuale di soddisfazione e inclusione dei/delle collaboratori/trici (secondo inchieste esterne) 😊

Il nostro contributo all'SDGs



SDGs = Obiettivi per uno sviluppo sostenibile fissati dalle Nazioni Unite (UN)

Impegno
per la società

Sosteniamo le famiglie e i loro bambini

Fa parte del nostro senso di responsabilità restituire qualcosa alla società nella quale operiamo e viviamo. Ne fa parte il sostegno alle famiglie, che ci sta particolarmente a cuore. Ecco perché, da 30 anni sosteniamo le Case per i genitori della Fondazione per i Bambini Ronald McDonald e da dieci, 180 giovani atlete e atleti tramite i patrocini di Aiuto Sport Svizzero. Per ogni franco che un ospite spende da McDonald's, una parte va a sostenere questi programmi per le famiglie.

Una casa per le famiglie dei bambini malati

Ogni giorno vengono al mondo bimbi prematuri, subiscono incidenti o si ammalano gravemente. Affinché le famiglie possano essere vicine ai loro figli in questi momenti, la Fondazione per i Bambini Ronald McDonald offre loro una «casa temporanea» in sei case situate proprio accanto agli ospedali.

30 anni di sostegno

Da 30 anni, la Fondazione per i Bambini è in grado di fornire questo prezioso sostegno grazie all'aiuto dei nostri ristoranti, partner e ospiti. Quando un bambino si ammala gravemente, ha bisogno soprattutto della vicinanza dei genitori e dei fratelli. Tuttavia, l'infrastruttura degli ospedali spesso non permette alle famiglie di pernottare accanto ai piccoli pazienti. È qui che le sei Case per i genitori di Berna, Basilea, Lucerna, San Gallo e Ginevra, nelle immediate vicinanze degli ospedali pediatrici, possono venire in aiuto. Nelle Case Ronald McDonald, le famiglie possono continuare a vivere la loro quotidianità lontane da casa, pur rimanendo vicine ai loro bambini malati.

212'000 pernottamenti

La missione della Fondazione Ronald McDonald è necessaria. Negli ultimi 30 anni, 25'000 famiglie hanno potuto trascorrere circa 212'000 notti nelle



«Insieme alla Fondazione per i Bambini Ronald McDonald, vogliamo offrire una casa temporanea a Zurigo alle famiglie che hanno un bambino ricoverato al Krispi. La vicinanza di genitori e fratelli è infatti incredibilmente importante per i piccoli pazienti in momenti così difficili».

Françoise de Vries,
responsabile del Comitato direttivo dell'Ospedale pediatrico universitario di Zurigo

Case per i genitori. Per questo, lo scorso anno, McDonald's Svizzera, i suoi partner di licenza e i suoi fornitori, insieme a numerosi piccoli e grandi donatori, hanno contribuito con un totale di 2,5 milioni di franchi al fondo della Fondazione per i Bambini. Ogni franco speso nei ristoranti sostiene la missione attraverso una quota delle vendite dei partner. Una parte importante delle donazioni, per un totale di 1,1 milioni di franchi, proviene dagli ospiti di McDonald's, che alle postazioni per le ordinazioni hanno arrotondato l'importo delle loro consumazioni o hanno lasciato il loro resto nei salvadanai della Fondazione.

Nuova Casa per i genitori a Zurigo

La Fondazione per i Bambini Ronald McDonald, insieme all'Ospedale pediatrico universitario di Zurigo e alla Clinica Lengg, sta progettando la settima Casa per i genitori a Zurigo, prevista per il 2026.

Sostegno ai/alle giovani talenti e alle loro famiglie

Come ristorante familiare, per noi anche il sostegno locale è molto importante. Ecco perché, insieme alle



«Molti anni fa, il team del McDonald's di Thun mi aveva sostenuto con un patrocinio Together for Gold. Per un giovane atleta è fantastico avere McDonald's come sponsor e ricevere dal team del ristorante locale un prezioso sostegno, sia finanziario sia emotivo».

Dominic Stricker,
tennista professionista ed ex talento Together for Gold

nostre licenziatrici e ai nostri licenziatrici, siamo attivamente coinvolti nel sostenere i talenti emergenti della regione. Dal 2015 siamo Gold Partner di Aiuto Sport Svizzero, insieme al quale sosteniamo le giovani promesse dello sport svizzero e le loro famiglie. Siamo convinti che questi giovani siano dei modelli da seguire e che il loro successo abbia un'aura positiva.

Oltre 1'500 patrocini in 10 anni

Anche lo scorso anno, i nostri ristoranti hanno sostenuto 180 giovani sportivi/e della regione, ed ogni ristorante li ha accompagnati e sostenuti sia finanziariamente sia economicamente. Le famiglie ricevono inoltre un sostegno finanziario pari a 2'200 franchi all'anno. Dall'inizio del programma ormai 10 anni fa, abbiamo assunto oltre 1'500 patrocini annuali e concesso sovvenzioni per un totale di 3,8 milioni di franchi.

Per saperne di più sul nostro impegno:
mcdonalds.ch/engagement

Il nostro impatto nel 2023

12'370

pernottamenti delle famiglie di bambini malati nelle Case della Fondazione per i Bambini Ronald McDonald

2,5 Mio.

di franchi di donazioni raccolte a favore della Fondazione per i Bambini

36,7 Mio.

di franchi di donazioni complessive raccolte dalla Fondazione nel 1992

1'523

patrocini a favore dei giovani atleti/e dal 2015

3,8 Mio.

di franchi stanziati a favore dei giovani talenti sportivi dal 2015

I nostri obiettivi entro il 2025

Sostenere la Fondazione per i Bambini con i nostri ristoranti, licenziatrici e fornitori e ospiti in modo che questa possa aiutare il 30% di famiglie in più rispetto al 2020 😊

Sfruttare la forza del nostro marchio e di tutte le nostre piattaforme per raccogliere il 7% di donazioni in più rispetto al 2020 😊



Tutti i ristoranti McDonald's si assumono un patrocinio di Aiuto Sport Svizzero 😊

Il nostro contributo all'SSDGs



SDGs = Obiettivi per uno sviluppo sostenibile fissati dalle Nazioni Unite (UN)





corporate.mcdonalds.com

Contact

McDonald's Suisse Restaurants Sàrl

Case postale, CH-1023 Crissier

Tel. +41216311111

E-Mail: corporateresponsibility@ch.mcd.com