

McDonald's Hållbarhetsrapport 2021



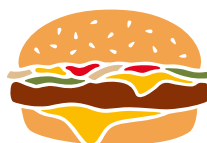


McDONALD'S I SVERIGE

Med cirka 200 restauranger är McDonald's Sveriges ledande restaurangkedja. Vi finns från Luleå i norr till Trelleborg i söder, och de flesta av våra restauranger ägs och drivs lokalt av våra franchisetagare. På McDonald's vill vi göra det goda valet enkelt, med råvaror i fokus och en meny som passar många smaker och preferenser. Våra medarbetare på restaurangerna ger snabb och god service i moderna lokaler. Hållbarhetsarbetet på McDonald's fortskrider, och vi arbetar med leverantörer och samarbetspartners för att göra vår verksamhet mer hållbar.



MIX
Från ansvarsfulla
källor
FSC® C006484



Innehåll:

Redo att fokusera på vägen framåt.....	4
Fem år av hållbarhetsrapportering	5
Från global strategi till lokalt genomförande	6
McDonald's globala strategi.....	9
McDonald's Sveriges hållbarhetsstrategi.....	10
Hagainitiativet.....	11
McDonald's riskanalys.....	11
Mat.....	12
Valfrihet för våra gäster	14
Råvaror i fokus.....	14
Samarbete med leverantörer för att säkerställa hög kvalitet.....	15
Bröd bakat i Sverige sedan 1973	16
Möt vår leverantör – HKScan.....	17
Vi fasar ut artificiella ingredienser	17
Människor	18
Engagerade i samhället.....	20
Genom Ronald McDonald Hus kan familjer bo nära sitt sjuka barn	22
McDonald's skapar lokal sammanhållning	24
Arbetsgivare som gör skillnad	26
McDonald's-modellen.....	27
En arbetsplats man trivs på	28
Miljö	30
En cirkulär framtid	32
Vi bidrar till 10 miljoner kilometer fossilfri körning i Sverige	34
Minskat matsvinn med nya arbetsmetoder.....	35

Redo att fokusera på vägen framåt



Över två år har gått sedan coronapandemin bröt ut – restaurangbranschen är en av de branscher som har drabbats värst och utmaningarna har varit stora och många. Därför vill jag börja med att rikta ett stort tack till alla våra medarbetare på restaurangerna för det arbete ni har gjort under den här tiden. Genom att skapa säkra restaurangbesök för våra gäster har ni sett till att vår verksamhet har fortsatt fungera under pandemin.

Samtidigt blir klimatutmaningen alltmer brådskande och det var därför viktigt att klimatfrågan, genom FN:s klimattoppmöte COP 26 i november, ställdes högst upp på den politiska agendan. McDonald's har höjt ambitionen i klimatarbetet globalt genom att 2021 sätta ett nytt mål om att uppnå netto noll utsläpp i hela verksamheten senast 2050. Det kräver att vi både genomför åtgärder för utsläppsminskningar i vår egen verksamhet och att vi samarbetar med våra franchisetagare och våra leverantörer för att åstadkomma våra gemensamma målsättningar.

Jag blir stolt när jag blickar tillbaka på arbetet vi har gjort inom hållbarhetsområdets alla aspekter under 2021. Som arbetsgivare har vi under ett år av rekordnoteringar av ungdomsarbetslöshet anställt hela 7 200 nya medarbetare, varav majoriteten är ungdomar, och har genom vårt sponsorskap bidragit till att stötta föreningslivet under en riktigt tuff period. Vi ser till att fler blir del av den gemenskap vi skapar på och utanför våra restauranger. Vi fasar ut plast från våra förpackningar och artificiella ämnen ur våra livsmedel. Vi ställer om våra leveranser för att bli fossilfria, utvecklar plastpallar för att bli mer cirkulära och mycket, mycket mer.

Det är med glädje jag presenterar McDonald's Sveriges femte hållbarhetsrapport där vi både sammanfattar det arbete som skett under de senaste fem åren liksom det arbete som gjorts under 2021 och lyfter de utmaningar och initiativ vi lagt särskilt fokus på 2021. Precis som samhället i stort har vi en lång väg kvar att gå. Men som världens största restaurangkedja är vi stora nog att göra skillnad, och det här är bara början.

Joachim Knudsen, vd, McDonald's Sverige

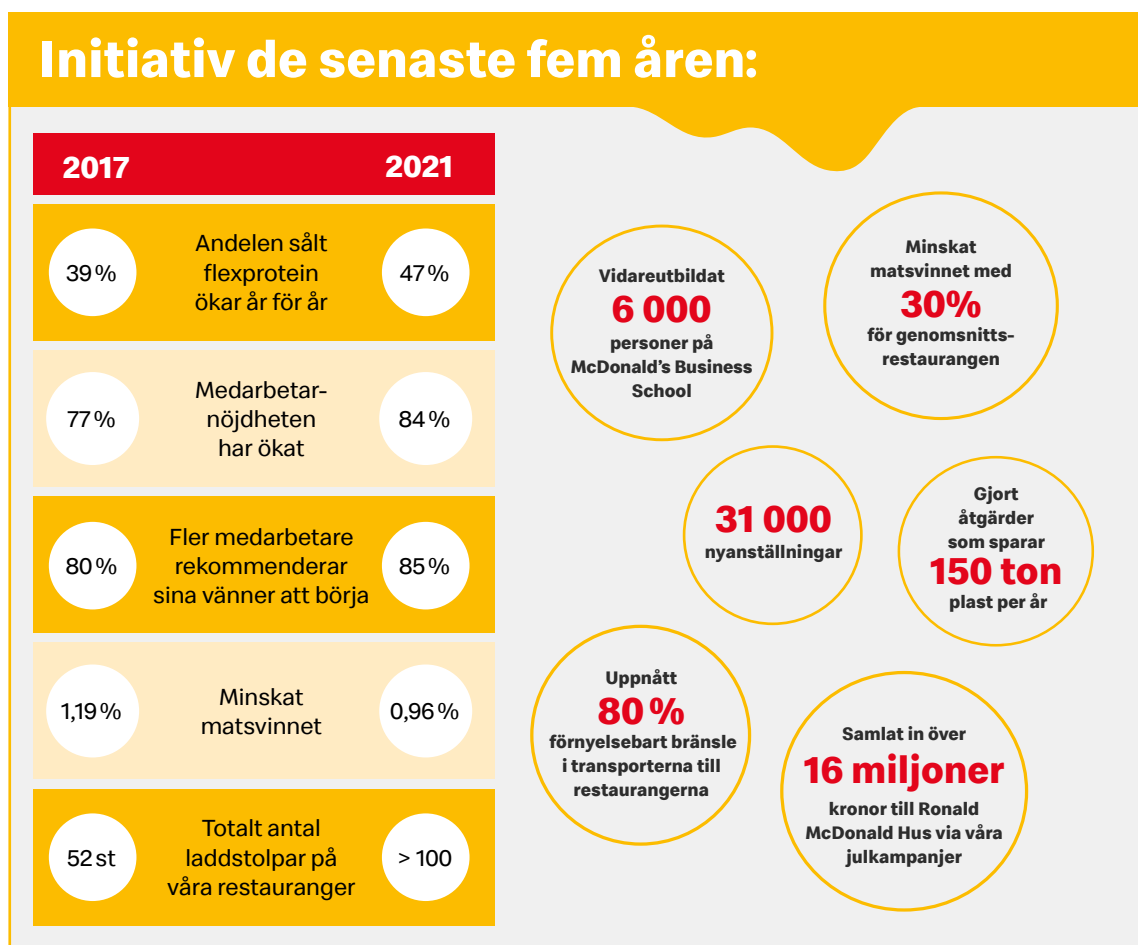


 /minut	2.5
 Big Mac	52.0
 Happy Meal	39.0

Fem år av hållbarhetsrapportering

2017 formaliserade vi på McDonald's hållbarhetsarbetet. Med vår svenska hållbarhetsstrategi på plats började vi också släppa våra hållbarhetsrapporter. Rapporten har ett stort värde som underlag till interna diskussioner om initiativ och mål inför framtiden, men är även ett sätt att visa våra gäster hur vi arbetar med våra hållbarhetsfrågor. Under åren har en rad initiativ skett och stora kliv tagits.

Initiativ de senaste fem åren:



"Vi är fortfarande i början av hållbarhetsresan. Det är tydligt att hållbarhetsarbetet inte sker hos en enskild hållbarhetsperson utan i hela verksamheten, med många människor inblandade. Det är när vi samarbetar, både som organisation och med våra partners och leverantörer, som vi lyckas nå tydliga resultat. Samverkan mellan företag, leverantörer och producenter, men också politiker, kommer att vara viktigt för att åstadkomma meningsfull förändring och bidra till en hållbar värld."

Henrik Nerell, Miljöchef, McDonald's Sverige

Från global strategi till lokalt genomförande

Klimatförändringar är en global utmaning som kräver att regeringar, företag, organisationer och privatpersoner runt om i världen agerar. Samtidigt är förutsättningarna inte desamma i alla länder och det är ofta på lokal nivå som klimatinitiativen måste genomföras. På McDonald's sker klimatarbetet på global, nordisk, och lokal, nationell nivå.

Global nivå

McDonald's finns i över 100 länder runt om i världen. Under 2021 satte McDonald's Corporation ett globalt klimatmål – att till 2050 ha nått netto noll utsläpp i hela värdekedjan. Det innefattar både utsläppen från

McDonald's egen verksamhet och utsläppen i leverantörsledet.

Genom ett globalt rapporteringsverktyg mäter McDonald's Corporation klimatpåverkan på olika marknader. McDonald's använder

rapporteringsramar som CDP (tidigare Carbon Disclosure Project) för att rapportera klimatåtgärder samt sätter mål efter Science Based Targets. McDonald's Corporation uppmanar också sina leverantörer att rapportera inom CDP.

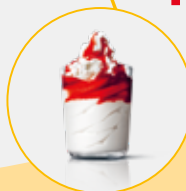
"För att vi ska kunna göra framsteg inom klimatarbetet arbetar vi nära leverantörerna – utan dem kan vi inte nå våra mål. Vi uppmanar dem att samarbeta inom branschen och även i sina egna leverantörsled för att sätta mål och minska utsläpp."

Peter Garbutt, Sustainability Director
Nature and Climate, Global Impact Team

McDonald's Corporation sätter mål efter Science Based Targets



Under 2021 satte McDonald's Corporation ett globalt klimatmål – att till 2050 ha nått netto noll utsläpp i hela värdekedjan



Nordiskt samarbete

De nordiska marknaderna liknar varandra och är geografiskt nära, varför det finns goda möjligheter till samarbete mellan marknaderna. Under 2021 tillsattes en ny hållbarhetschef på nordisk nivå. Det bäddar för mer koordinering av hållbarhetsarbetet i de nordiska länderna under kommande år.



Fram till
2020 reducerade
vi utsläppen med
40%
i egen verksamhet

Redan idag
har vi till exempel bara
förnybar el i verksamheten
och leveranserna till
restaurangerna körs på

80%
förnyelsebart
bränsle



Lokalt genomförande

Vi har under flera år arbetat intensivt för att minska utsläpp i McDonald's egen verksamhet i Sverige. Fram till 2020 reducerade vi utsläppen med 40 procent i egen verksamhet, med basår 2012.

Fram till 2030 är målet att utsläppen i vår egen verksamhet ska vara nära noll. Redan idag har vi till exempel bara förnybar el i verksamheten och leveranserna till restaurangerna körs på 80 procent förnyelsebart bränsle.

McDonald's globala hållbarhetsarbete berör alla FN:s globala mål



McDonald's globala strategi

Med 39 000 restauranger i över 100 länder är McDonald's Corporation en av världens största restaurangkedjor. Dagligen serverar McDonald's över 68 miljoner gäster vilket kommer med ett stort ansvar att bidra till en hållbar utveckling. Under 2021 åtog McDonald's Corporation ett globalt mål om netto noll utsläpp i hela värdekedjan, världen över, till 2050. Sedan tidigare finns Science Based Targets mål på plats om att mellan år 2015 och 2030 minska utsläpp från restauranger och kontor med 36 procent samt minska utsläpp från leverantörskedjan med 31 procent.

McDonald's globala hållbarhetsarbete delas in i fyra områden som i sin tur består av flera områdesgrupper.



Matens kvalitet & ursprung

Genom hållbart jordbruk och matsäkerhet säkerställer McDonald's Corporation en hög kvalitet på maten som serveras. Arbetet inom djurvälstånd är viktigt och därför finns höga ambitioner och mål inom området. McDonald's arbetar med frågorna på olika sätt, dels genom en ansvarsfull antibiotikaanvändning och genom att jobba nära jordbrukssamhällen.



Samhällsengagemang

McDonald's strävar efter att vara en god granne runt om i världen och stötta de samhällen där de verkar. McDonald's var med och grundade Ronald McDonald Barnfonds arbete och stödjer deras ansträngningar världen över som syftar till att stötta familjer i svåra tider.



Vår planet

Området "Vår Planet" rymmer bland annat klimatfrågor och utsläpp i egen verksamhet och leverantörsled. Utöver klimatfrågor rymmer "Vår Planet" även skog och biologisk mångfald, hållbar vattenanvändning, förpackningar och avfall samt ett hållbart jordbruk.



Jobb, inkludering & utveckling

McDonald's skapar jobbmöjligheter och arbetsplatser dit alla är välkomna. McDonald's säkerställer trygga arbetsmiljöer samt erbjuder stora chanser till utbildning och vidareutveckling inom företaget.

McDonald's Sveriges hållbarhetsstrategi

Med nästan 200 restauranger och 12 000 medarbetare är McDonald's Sveriges största restaurangkedja. Vi serverar mat och skapar restaurangupplevelser för cirka 400 000 gäster varje dag. Vi köper in råvaror och tjänster från bönder, livsmedelsproducenter, förpackningsproducenter och transportföretag. Våra franchisetagare bidrar till utveckling i de lokalsamhällen de verkar i – till exempel med arbetstillfällen och sponsorskap av barn- och ungdomsföreningar.

Att vara Sveriges största restaurangkedja medför både en stolthet och ett ansvar. Vår ambition är att tillsammans med våra gäster, medarbetare, franchisetagare, leverantörer och partners, driva en verksamhet som påverkar samhället i en positiv riktning. Miljö- och klimatfrågorna står högt på agendan för McDonald's och hur mat produceras, hanteras och konsumeras är en avgörande faktor för en hållbar utveckling. Vi har under flera år arbetat intensivt för att minska utsläpp i McDonald's egen verksamhet i Sverige. Fram till 2020 reducerade vi utsläppen med 40 procent i egen verksamhet, med basår 2012.

Fram till 2030 satte vi ett nytt mål – då ska utsläppen i vår egen verksamhet vara nära noll.



På varje ort där en McDonald's-restaurang finns spelar vi en roll i lokalsamhällets utveckling genom att erbjuda unga ett utvecklande jobb som ger den första viktiga raden i CV:t. Genom vårt sponsorskap bidrar vi även till föreningslivet runt om i landet.

Mot bakgrund av detta innefattar vår strategi tre fokusområden – Mat, Människor och Miljö – som stakar ut vägen för vårt bidrag till samhällets hållbara omställning och gör det goda valet enkelt.

I det svenska genomförandet av strategin fokuserar vi på de sex mål där McDonald's i Sverige kan göra störst skillnad.





Hagainitiativet

McDonald's är sedan 2012 medlemmar i Hagainitiativet, ett företagsnätverk som engagerar sig för att minska näringslivets påverkan på klimatet. Hagainitiativet grundades i slutet av 2010 och var tidigt ute med att prata om möjligheterna med klimatarbete, istället för att enbart se det som en utmaning.

McDonald's ska tillsammans med andra aktörer, som till exempel Coca-Cola Sverige och Löfbergs, vara med och bidra till att nå Hagainitiativets vision om ett lönsamt näringsliv utan negativ klimatpåverkan. Ett exempel är hur Hagainitiativet under 2021 drivit på frågan om ett högre pris på koldioxid där en fjärdedel av världens företag idag står bakom förslaget.

"I Hagainitiativet möts en mängd olika bolagstyper – från svenska familje- och folkrörelseägda företag till multinationella bolag. Det är så otroligt viktigt att ha den här paletten av företag med olika äganden och som är verksamma inom olika branscher. Det gör att företagen i nätverket har många olika utmaningar och perspektiv där de kan lära från varandra."

Nina Ekelund,

Generalsekreterare för Hagainitiativet

McDonald's riskanalys

Att minska och hantera risker är en del av McDonald's hållbarhetsarbete. 2020 tog vi fram vår första riskanalys och kommer varje år göra en revidering för eventuella uppdateringar. Under 2021 har vi granskat riskanalysen för att identifiera och prioritera våra hållbarhetsrelaterade risker och sätta in rätt åtgärder.

De hållbarhetsrisker vi ser som viktigast i vår egen verksamhet rör våra medarbetare, leverantörsled och förpackningar.

Vi är måna om att säkerställa en trygg och säker arbetsplats för våra medarbetare och utvecklar och förankrar därför kontinuerligt vårt systematiska arbetsmiljöarbete. Vi genomför regelbundna medar-

betarundersökningar och intern revision för att fånga upp viktiga frågor och minimera risker. Vi möjliggör också goda möjligheter till vidareutbildning och utveckling inom företaget.

Vi arbetar med hållbarhetsrisker inom våra leverantörsled och ställer därför höga krav på våra leverantörer genom vår uppförandekod. Vi arbetar årligen med uppföljningar av hur kraven efterlevs och eftersträvar långsiktiga samarbeten.

För att göra förpackningarna mer hållbara arbetar vi för hållbara materialval, utfasning av plast och att minska mängden förpackningsmaterial som används i förpackningarna.

Mat

På McDonald's vill vi erbjuda våra gäster mat av högsta kvalitet, som produceras på ett hållbart sätt med naturliga ingredienser. Därför ställer vi höga krav – från gårdarna som levererar våra livsmedel hela vägen tills att maten serveras hos oss.



HÅLLBARHETSÅRET 2021



Försäljningsandelen av flexprotein går stadigt uppåt och 2021 var 47 procent av proteinet som serverades på våra restauranger kyckling, fisk eller vegetariskt. Målet är att flexitariska alternativ ska utgöra 50 procent av vår försäljning.



McDonald's har nått målet om 100 procent certifierad soja till allt kycklingfoder globalt.



Under 2021 har vi fortsatt servera bröd bakat i Sverige – sedan år 1973 levereras bröd till restaurangerna från bagerierna i Skärholmen och Malmö.

Inom området mat bidrar McDonald's arbete till de mål inom Agenda 2030 som syftar till att minska hungern och främja hållbar produktion och konsumtion.

Vi arbetar för att bidra till delmålen:

- 2.1:** Tillgång till säker och näringsrik mat för alla
- 2.4:** Hållbar livsmedelsproduktion och motståndskraftiga jordbruksmetoder
- 12.2:** Hållbar förvaltning och användning av naturresurser



Valfrihet för våra gäster

För oss är det viktigt att erbjuda våra gäster en bred variation av rätter och menyer samt främja flexitariska val som består av kyckling, fisk och vegetariskt. På så sätt gör vi det goda valet enkelt.



Vegetariskt sedan 1997

År 1997 lanserade McDonald's sin första vegetariska burgare McGarden, och sedan dess har vi alltid haft vegetariska alternativ på menyn. 2017 var McDonald's Sverige först i McDonald's-världen med en helt vegansk burgare – McVegan, som finns på menyn än idag. Under åren har McDonald's testat flera vegetariska produkter på menyn, så som McFalafel och Crispy Cheese.

Under 2021 har vi pilottestat den växtbaserade bургaren McPlant på utvalda restauranger. McPlant-receptet togs fram i ett unikt samarbete mellan McDonald's och Beyond Meat. McDonald's vill vara det goda valet för många och kommer fortsätta göra

liknande pilottester på olika typer av protein tills vi hittar den bästa smakkombinationen för våra gäster. Vi är måna om att anpassa vår meny efter gästernas preferenser. Inom mat har vi som mål att vegetariskt, kyckling och fisk ska utgöra 50 procent av allt protein vi serverar. Andelen fortsätter att öka och under 2021 bestod 47 procent av försäljningen av våra flexitariska alternativ.

Under
2021 bestod
47 %
av försäljningen av
våra flexitariska
alternativ

Inom mat
har vi som mål
att vegetariskt, kyckling
och fisk ska utgöra
50 %
av allt protein
vi serverar



Råvaror i fokus

På McDonald's står råvarorna i fokus. För oss är det viktigt att maten vi serverar håller en hög kvalitet och därför har vi också höga krav på våra leverantörer och producenter. Våra nära samarbeten, som med bageriet i Skärholmen i Stockholm eller lantbrukarna ute på gårdarna, är det som skapar den höga kvaliteten på vår mat.





Samarbete med leverantörer för att säkerställa hög kvalitet

På McDonald's jobbar vi i täta och långsiktiga partnerskap med våra leverantörer för att säkerställa att vi har råvaror av högsta kvalitet som produceras i enlighet med våra krav på hållbarhet, djuruomsorg och etik.

På McDonald's gör vi via tredje part årligen återkommande inspektioner hos alla våra leverantörer för att säkerställa matsäkerhet, kvalitet, arbetsmiljö och etik. För de produkter som vi bland annat har störst volymer på, som till exempel kött, görs det två inspektioner per år för att garantera matsäkerhet och kvalitet. Den första är en full inspektion som pågår i två till tre dagar, medan den andra är en oanmäld inspektion för att se till att leverantörerna håller samma standard under hela året. När det gäller kontrollen av att våra etikkrav

efterföljs är vi framstående i branschen då vi även utför inspektioner av tredjepartsleverantörer genom vårt Supplier Workplace Accountability Program.

Vi arbetar både med att förbättra våra existerande produkter och utveckla nya produkter. När vi jobbar med att utveckla våra existerande produkter kan det handla om att förbättra en produkt genom att till exempel dra ned på mängden socker, salt eller konserveringsmedel. Vi utför också ständigt kontroller av våra produkter på vårt kvalitetscenter i München i

Tyskland för att se till att vår mat håller den höga kvalitet som vi kräver. Vi gör även analyser av våra leverantörers ekologiska fotavtryck och kommer lägga allt större fokus på detta i framtiden för att få större förståelse för vårt totala ekologiska fotavtryck.

**Vi gör årligen
inspektioner
hos alla våra
leverantörer**

Bröd bakat i Sverige sedan 1973

Sedan vår första restaurang öppnade på Kungsgatan 1973 så har McDonald's Sverige alltid serverat svenskt bröd till hamburgarna. Även om Sjöholms bröd, som det hette 1973, nu har blivit en del av det internationella bageriföretaget Aryzta, så är det i praktiken samma bageri som levererar till McDonald's idag som på 70-talet.

Aryzta's bagerier i Malmö och Stockholm bakar brödet till alla produkter i McDonald's grundutbud och för de flesta kampanjprodukterna. Vetet som används i brödet är i största möjliga utsträckning svenskt, så länge skördarna räcker till och kvaliteten på vetet är god nog. I andra hand används euro-

peiskt vete. Flera av gårdarna som levererar vete till Aryzta deltar i ett projekt kring växelbruk. Växelbruk är en form av hållbart jordbruk som innebär att växternas placering roteras varje år, för att undvika skadedjur och inte utarma odlingsjorden.

"McDonald's har verkligen drivit bageriets utveckling. Vi hade inte varit där vi är idag utan samarbetet med McDonald's, de har drivit oss framåt, framför allt när det gäller kvaliteten på våra produkter och vårt kvalitetstänk."

Michael Berglind, vd, Aryzta Bakeries Nordic

Möt vår leverantör – HKScan

HKScan har levererat svenskt kött till McDonald's i över tio år. Svenskt kött har i dagsläget ett 50–60 procent lägre klimatavtryck än genomsnittet i världen – men HKScan vill göra mer. Som ett steg mot att bli klimatneutrala år 2040 driver de sedan 2019 Gårdsinitiativet. Med hjälp av 100 olika mätbara insatser ska HKScan och gårdarna arbeta tillsammans för att minska gårdarnas klimatpåverkan och öka miljöfördelarna för svenskt kött.

Åtgärderna handlar bland annat om initiativ för ökad biologisk mångfald, bättre djurhälsa, lägre vattenanvändning, minskad övergödning och smartare energiförsörjning. Ett av målen för Gårdsinitiativet är att minska klimatpåverkan från kött med 20 procent till 2030. Resultaten från de första gårdarna som gick med i initiativet visar en 10–15 procent lägre påverkan på klimatet än genomsnittsproducenten i Sverige.



Vi fasar ut artificiella ingredienser

På McDonald's arbetar vi med att fasa ut artificiella ingredienser ur våra produkter. Det långsiktiga målet är att arbetet ska leda till en minskning av artificiella ämnen i samtliga produkter. Därför undviker vi artificiella ingredienser i alla nya

produkter och i de produkter som görs om. Under 2021 har vi arbetat med att fasa ut konserveringsmedel ur vår Curry Dip. Sedan tidigare är också den hemliga såsen till Big Mac helt fri från artificiella tillsatser.



"Under 2021 innebar pandemin att stort fokus låg på att säkra produkter och leveranser till våra restauranger. Vi arbetar alltid framtidsdrivet, men vill under 2022 göra ytterligare analyser för hur vår hållbarhetsresa och arbete ska se ut."

Hilde Stenhaug,

Kvalitets- och hållbarhetschef
inom leverantörsfrågor i Norden, McDonald's



Människor

Från våra medarbetare till våra gäster och lokalsamhällen, på McDonald's har vi alltid människor i fokus. Vi skapar mötesplatser i storstad såväl som i småstad och genom våra sponsorsamarbeten bidrar vi till ett levande lokalsamhälle.

HÅLLBARHETSÅRET 2021



Under 2021 anställde vi 7 200 nya medarbetare. Vi är stolta över att våra restauranger skapar arbetstillfällen och vägar in till arbetsmarknaden, men också mötesplatser där våra medarbetare kan växa på ett professionellt och personligt plan.



Grunden Bois, Gothia Cup och Sörliden-Valla Samverkansförening är några av de föreningar och arrangemang våra lokala franchisetagare stöttar. Genom sponsorsamarbeten skapar vi mötesplatser för en stärkande gemenskap runtom i landet – från norr till syd, från öst till väst.



På McDonald's jobbar vi kontinuerligt för att skapa en arbetsplats med goda utvecklingsmöjligheter och trivsamt arbetsmiljö. Vi vill säkerställa att våra ambitioner inom området ger resultat och genomför därför årligen en medarbetarundersökning. I år uppgav 84 procent att de tycker att McDonald's är en mycket bra arbetsplats – en ökning med 7 procentenheter de senaste fem åren.

Inom området människor bidrar McDonald's arbete till Agenda 2030s mål om anständiga arbetsvillkor.

Vi arbetar för att bidra till delmålen:

8.5: Full sysselsättning och anständiga arbetsvillkor med lika lön för alla

8.6: Främja ungas anställning, utbildning och praktik





Engagerade i samhället

För oss på McDonald's är det viktigt att ge tillbaka till samhället. Våra franchisetagare bidrar till utvecklingen i de lokalsamhällen där de är verksamma genom att stötta och engagera sig i lokala organisationer och föreningar.

En möjliggörare i samhället genom sponsorskap

Studier har länge visat att idrott och motion har en rad positiva effekter för den fysiska och psykiska hälsan. Idrott får barn och ungdomar att utvecklas både fysiskt och mentalt, leder till ökad livskvalitet och en känsla av gemenskap. Med målet att göra det möjligt för fler barn och unga att ta del av den stärkande gemenskap som idrott innebär har McDonald's länge varit en aktiv del av svenskt föreningsliv.

Våra franchisetagare sponsrar idag över 160 föreningar och idrottsklubbar över hela landet, inom barn- och ungdomsidrott.

Sponsorskapet är en naturlig del av McDonald's och våra franchisetagares arbete. Anders Höweler började jobba extra på McDonald's 1985 och driver idag nio restauranger på västkusten och ser det som en självklarhet att bidra till samhället han verkar i.

"För oss är det jätteviktigt att kunna bidra och ge tillbaka till de samhällen där vi har restauranger. Sedan hoppas jag att det är något som mina medarbetare kan känna sig stolta över också, att vi står för bra värden och ger tillbaka till samhället."

**Anders Höweler,
Franchisetagare, McDonald's**



160
föreningar och
idrottsklubbar är
sponsrade av våra
franchisetagare

Sedan 1985 har McDonald's sponsrat fotbollsturneringen Gothia Cup där nära 1 700 lag från 80 nationer spelar 4 500 matcher varje år. Enligt Anders Höweler finns det många anledningar till att samarbetet har blivit så långvarigt: dels vill man vara med och möjliggöra världens största fotbollsturnering för ungdomar i Göteborg och den stolthet det innebär för staden, men det handlar också om de positiva effekter som turneringen kan ha för ungdomar och samhället i stort.

En annan viktig förening som Anders Höweler sponsrar är

idrottsföreningen Grunden Bois. Här är alla välkomna oavsett nivå på den intellektuella funktionsvariationen eller nivå på idrottskunskande. Åldern på spelarna sträcker sig från 6 till 68 år. Efter ett par tunga säsonger under pandemin med inställda matcher och träningar så är verksamheten nu igång med full fart igen. Lagom till att matcherna drar igång igen har Grunden Bois med stöd av McDonald's dessutom professionaliserat klubben ytterligare genom att investera i en spelarbuss där emblemet och klubbens färger täcker bussen – precis som elitlagens bussar.

Thor Guttormsen, som under 2021 utsågs till "Årets Eldsjäl", är klubbchef för Grunden Bois och menar att klubben är viktig för att den välkomnar spelare med ett brinnande intresse för fotboll och innebandy, men som tidigare inte har haft någon klubb att spela i.



"Betydelsen för spelarna att vara med i Grunden Bois brukar jag beskriva som att gå från ett liv i grått till ett liv i ljus. För många som är aktiva så är Grunden Bois det viktigaste i livet – de blir en del av en gemenskap och får en bättre fritid, vilket ökar livskvalitén."

Thor Guttormsen,
Klubbchef, Grunden Bois



Genom Ronald McDonald Hus kan familjer bo nära sitt sjuka barn

Det första Ronald McDonald Huset byggdes 1993 av svenska McDonald's grundare Paul Lederhausen och hans fru Iréne. Huset byggdes som en konsekvens av att deras dotter gått bort i en allvarlig sjukdom och de fick uppleva hur svårt det var att hålla ihop familjen under tiden för hennes sjukdom med alla sjukhusbesök. Redan 1990 startade Paul och Iréne den ideella stiftelsen Ronald McDonald Barnfond för att samla in medel för att finansiera bygget av det första Huset. Än idag verkar Ronald McDonald Barnfond för att finansiera fler boenden för svårt sjuka barn och deras familjer.

McDonald's ägare i Norden och franchisetagare runt om i landet är än idag de största bidragsgivarna till Ronald McDonald Barnfond. Med detta bidrar man

till att fler familjer kan vara tillsammans under en svår tid i livet. De fem befintliga Ronald McDonald Husen drivs helt utan vinstintresse, med hjälp av bidrag och donationer från regioner, franchisetagare, sponsorer och partners likväl som från engagerade frivilligarbete och allmänheten.



Forskning visar att om barn kan vara med nära och kära i en hemlik miljö tillfrisknar de snabbare, något Ronald McDonald Hus erbjuder till över 4 000 familjer varje år



Familjen Oksanen/Forsberg är en av de familjer som bott i ett Ronald McDonald Hus. 6-åriga Melina fick akut leukemi under 2019 vilket krävde specialistbehandling på Akademiska barnsjukhuset i Uppsala. För att ha nära till sjukvården och specialistkunskap bodde familjen på Ronald McDonald Hus under fem månader.

"Vi kom dit första gången i november 2019. Jag kände bara till Ronald McDonald Husen lite ytligt, som att de finns till för familjerna. Jag minns att vi kom gående utanför med Melina i rullstol när vi såg en tegelbyggnad varifrån det lyste varmt och mysigt. Men jag var jätterädd för att gå in, just eftersom jag visste att det var för familjer i behov av hjälp – och vi kände oss inte som en sådan familj. Fast bara efter några timmar försvann rädslan och ersattes med en känsla av trygghet och samhörighet."

Jane Oksanen, Melinas mamma

I dag har det gått två år sedan Melina blev sjuk och hon har fått komma hem igen. I höstas började hon i förskoleklass.



RONALD MCDONALD HUS

5 

FAMILJEBOENDEN
131 RUM

4,8 

MILJONER KR SAMLADES
IN UNDER 2021

20 

ANSTÄLLDA (OMRÄKNAT
TILL HELTIDSTJÄNSTER)

120 

VOLONTÄRER



61 464

FAMILJER HAR BOTT I
HUSEN SEDAN STARTEN

2,6 miljoner

BARN VÄRLDEN ÖVER FÅR STÖD VARJE ÅR
PÅ ETT RONALD MCDONALD HUS



McDonald's skapar lokal sammanhållning

McDonald's är Sveriges största restaurangkedja med nästan 200 restauranger i både storstäder och småstäder runt om i Sverige. Vår närvaro runt om i landet skapar arbetstillfällen, breddar matutbudet och bidrar till samhällsutvecklingen. Under 2021 öppnade franchisetagaren Roland Edin en ny restaurang i Örnsköldsvik.

Per Nylén är kommunalråd i staden. Han ser många fördelar med att McDonald's har öppnat i Örnsköldsvik, inte minst då det skapar arbetstillfällen för ungdomar och är en väg in på arbetsmarknaden. Han ser också hur det breddar stadens matutbud och menar att McDonald's närvaro i staden bidrar till kommunens hållbarhetsarbete.

Sörliden-Valla Samverkansförening är en av de verksamheter som McDonald's i Örnsköldsvik sponsrar som arbetar för att utveckla stadsdelen där restaurangen nu öppnat.

Sörliden och Valla är två bostadsområden i centrala Örnsköldsvik och föreningen har funnits sedan 2011 och jobbar för att integrera de boende i samhället och skapa olika mötesplatser.

– Vi har bland annat kvinnogrupper som bjuder in socialarbetare och polisen för att prata, och vi har nyligen skapat en grupp för män. Sedan arrangerar vi mycket aktiviteter på sommaren för barn och ungdomar, som badresor, säger Bert Grundström, Styrelseordförande i Sörliden-Valla Samverkansförening.

"McDonald's har ett väldigt ambitiöst klimat- och miljöarbete vilket går hand i hand med de skarpa klimat- och miljömål vi har i kommunen. Bland annat ska våra egna verksamheter i kommunen vara klimatneutrala och energieffektiva till 2030, men vi vill också att platsen Örnsköldsvik med näringslivet och restauranger ska följa efter. Där passar McDonald's profil in väldigt bra och kan inspirera andra verksamheter i Övik."

Per Nylén, Kommunalråd
Örnsköldsvik



McDonald's i Örnsköldsvik sponsrar även stadens största idrottsklubb Modo Hockey från ungdomsleden hela vägen upp till elitverksamheten.

"Sponsringen av de yngre ger förutsättningar för att så många som möjligt kan fortsätta spela. Vi ser även hur elitlagen inspirerar våra yngre, så sponsringen av elitlagen är i förlängningen också viktigt för vår ungdomsverksamhet."

Rickard Edblad,

Försäljnings- och marknadschef, Modo Hockey





Arbetsgivare som gör skillnad

Medarbetarna på restaurangerna är det viktigaste vi har. Därför vill vi erbjuda en bra och inkluderande arbetsplats med goda möjligheter till utveckling.

Vi öppnar dörren för Sveriges unga

McDonald's är en av Sveriges största privata ungdomsarbetsgivare – totalt har över 220 000 personer startat sin yrkeskarriär på McDonald's och 2021 anställde vi över 7 000 personer. För många blir det något mer än ett första jobb: 70 procent av våra franchisetagare har börjat som medarbetare i köket eller kassan. Bland våra restaurangchefer är andelen internrekryterade lika stor.



70 % av våra franchisetagare har börjat som medarbetare i köket eller kassan



Felicia Arvidsson är 22 år och är restaurangchef på McDonald's i Skara. Hon började sommarjobba på McDonald's när hon var 15 år, och har sedan dess haft en rad olika roller på restaurangen samtidigt som hon utbildat sig på McDonald's Business School. När hon var 19 år blev hon restaurangchef.

"Det roligaste och mest intressanta med McDonald's är att man hela tiden kan klättra. Jag har ju ingen akademisk utbildning i ryggsäcken utan har jobbat mig uppåt. Vem som helst kan göra det så länge man har rätt inställning, är positiv och engagerad."

Felicia Arvidsson, Restaurangchef



McDonald's-modellen

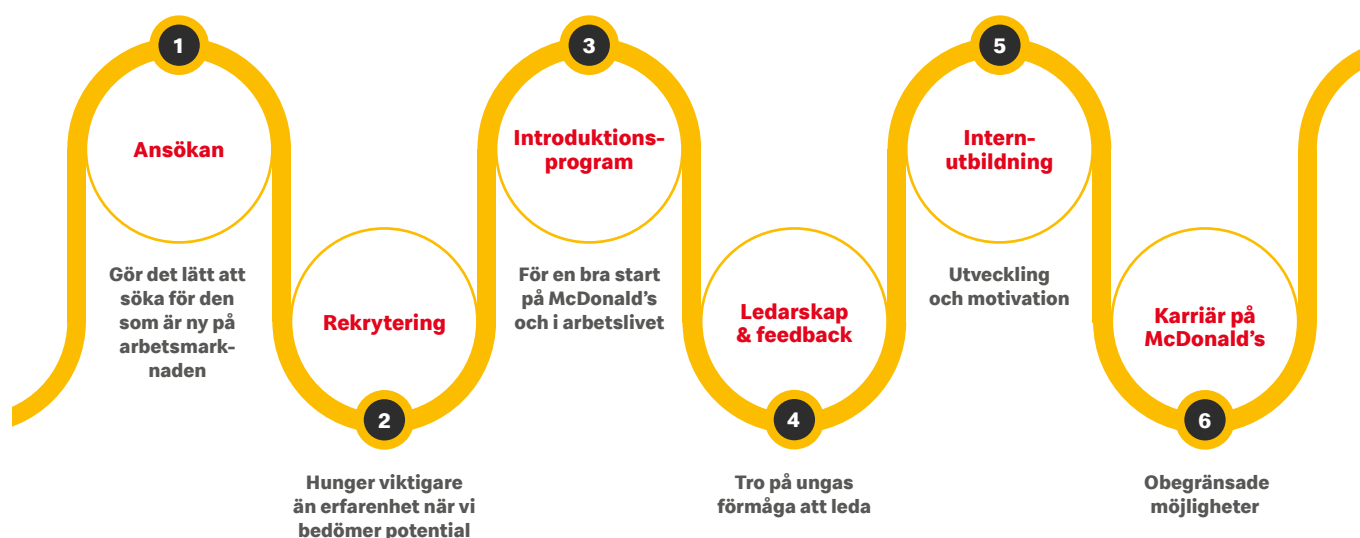
Genom åren har vi blivit experter på att få unga människor att utvecklas. McDonald's utbildningssystem ger medarbetarna möjlighet att vidareutbilda sig till samtliga roller på restaurangen. På McDonald's Business School kan aspirerande medarbetare även vidareutbilda sig inom bland annat ledarskap, affärsmannaskap, personalfrågor samt kommunikation.

Under 2021 har nära 1 200 anställda vidareutbildats via McDonald's Business School.

Vi har länge varit en av Sveriges största ungdomsarbetsgivare, vilket har gett oss lång tid att utveckla en bra modell för att ta vara på ungas förmågor och få dem att utvecklas snabbt. Vi

brinner för ungas rätt till likvärdiga möjligheter, och under de senaste åren har det varit tufft för Sveriges unga att få en fot in i arbetslivet.

Vi beslutade därför under 2021 att dela med oss av vår modell för att rekrytera, arbeta med, utbilda och utveckla unga människor så att fler företag och organisationer kan vara med och öppna dörren för Sveriges unga.



En arbetsplats man trivs på

Det är viktigt för oss att vara en attraktiv arbetsgivare och vi arbetar ständigt för att bli bättre. På McDonald's ska man känna sig välkommen och trivas oavsett vem man är.

2021 har precis som året innan varit extra utmanande för våra medarbetare då Covid-19 krävt att de jobbat extra hårt för att erbjuda en säker restaurangupplevelse. Vi är väldigt stolta och tacksamma över det arbete de gjort för våra gäster och varandra.

För oss är det centralt att våra medarbetare trivs och vi gör årligen medarbetarundersökningar för att följa utvecklingen. De senaste åren visar på en positiv utveckling – år 2017 var siffran 77 procent, jämfört med 2021 då cirka 84 procent uppgav att McDonald's är en mycket bra arbetsgivare. En utveckling med sju procentenheter. 84,9 procent rekommenderar också sina vänner att börja på McDonald's. Vi är stolta och glada över att så många av våra medarbetare trivs hos oss och vi jobbar ständigt för att bli en ännu bättre arbetsgivare. Om våra medarbetare har frågor, behöver stöd eller vill rapportera eventuella missförhållanden så finns dessutom en medarbetarlinje som alla kan kontakta.

En mötesplats för alla

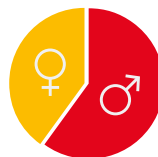
Mångfald och inkludering är mer än bara ord på McDonald's, det genomsyrar hela vår organisation. Vi strävar efter att vara en arbetsplats som speglar samhället och där människor kan mötas. På våra restauranger är vi stolta över att ha en diversifierad arbetskraft.

På McDonald's rekryterar vi utifrån lämplighet och kompetens, och erbjuder lika möjligheter till intern utbildning och befordran. På flera restauranger lokalt samarbetar vi också med Samhall och Arbetsförmedlingen för att nå upp till våra ambitioner om att vara en inkluderande arbetsplats.

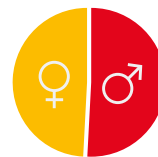
Våra värderingar kring mångfald och inkludering startar redan vid anställningen.

I den obligatoriska grundutbildningen för nyanställda läggs det vikt på jämställdhet och våra värderingar. Vi uppmuntrar även våra anställda till att vara lyhörda och ta in andra perspektiv. För att säkerställa att våra värderingar efterlevs har McDonald's flera policys, bland annat kring mångfald samt kring diskriminering och trakasserier som är väl förankrade internt.

Inom organisationen har vi nolltolerans mot diskriminering, i såväl rekrytering som på arbetsplatsen. I början av året gör alla restauranger en jämställdhetsplan och ser över könsfördelningen i både ledande positioner och personalstyrkan.



Ledningsgruppen har en könsfördelning om 40 % kvinnor och 60 % män.



På restaurangnivå är könsfördelningen 49 % kvinnor och 51 % män.

A photograph of two McDonald's employees, a man and a woman, smiling. They are wearing dark blue caps with the golden arches logo, white shirts, and dark blue aprons with the golden arches logo. The woman in the foreground has a black scarf tied around her neck and a name tag that reads 'Tori'.

85 %

av våra medarbetare
rekommenderar sina
vänner att börja på
McDonald's

84 %

av våra medarbetare
tycker att McDonald's
är en mycket bra
arbetsplats



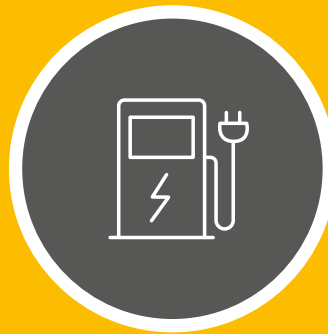
Miljö

Vi arbetar tillsammans med våra samarbetspartners och leverantörer för att skapa en hållbar värdekedja och nå våra miljömål. Vi byter ut förpackningar för att minska vår användning av plast, förändrar våra processer för att minska vårt matsvinn, sätter upp fler laddstolpar och mycket mer.

HÅLLBARHETSÅRET 2021



Vi har startat flera olika innovativa projekt för ökad resurseffektivitet – cirkulära serveringsbrickor, mindre plast vid godstransporter, lastpallar tillverkade av svåråtervunnen plast samt återtransporter som används i ännu högre utsträckning än tidigare.



Cirka 20 nya restauranger fick elbilsladdare 2021 och antalet laddtillfällen på McDonald's i Sverige dubblades jämfört med året innan.



Matsvinnet på McDonald's i Sverige fortsätter att minska och har sedan 2016 minskat med över 30 procent.

Inom området miljö bidrar McDonald's arbete till Agenda 2030 genom att främja hållbar produktion och konsumtion, minska vår klimatpåverkan samt bedriva samarbeten och globala partnerskap.

Vi arbetar för att bidra till delmålen:

12.2: Hållbar förvaltning och användning av naturresurser

12.3: Halvera matsvinnet i världen

12.5: Minska mängden avfall

13.3: Öka kunskap och kapacitet för att hantera klimatförändringar

17.6: Samarbeta och dela kunskap kring vetenskap, teknik och innovation



En cirkulär framtid

En cirkulär ekonomi innebär att produkter och material återanvänds istället för att slängas, och att förnybara resurser används istället för fossila. Vi på McDonald's strävar efter att hitta nya sätt för att bidra till en mer cirkulär framtid.

Vi fasar ut allt mer plast

Studier visar att plastproduktionen inom EU bidrar till utsläpp av cirka 13,4 miljoner ton koldioxid per år. Trots detta fortsätter både produktionen och användningen av plast att öka, både i EU och i Sverige.

De senaste åren har vi på McDonald's i Sverige satsat stort på att fasa ut den plast som används på våra restauranger. Under hösten 2020 påbörjades arbetet med att fasa ut alla plasticsugrör – ett arbete som vi slutförde under 2021. Numera har alla McDonald's 200 restauranger i Sverige sugrör av papper. Under 2021 har vi fasat ut alla plastbestick på samtliga restauranger i Sverige. Plastbesticken ersätts av träbestick, ett skifte som minskar plastanvändningen med 28,5 ton årligen.

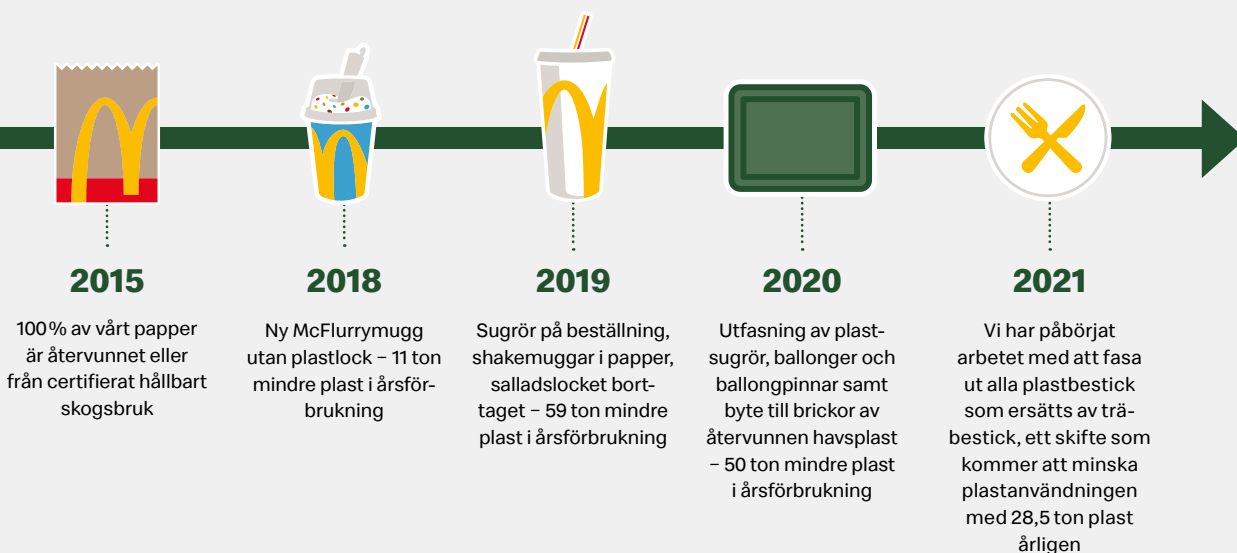
Idag är över 90 procent av materialet i våra gästförpackningar papper som kommer antingen från återvunnet material eller från certifierat hållbart skogsbruk.

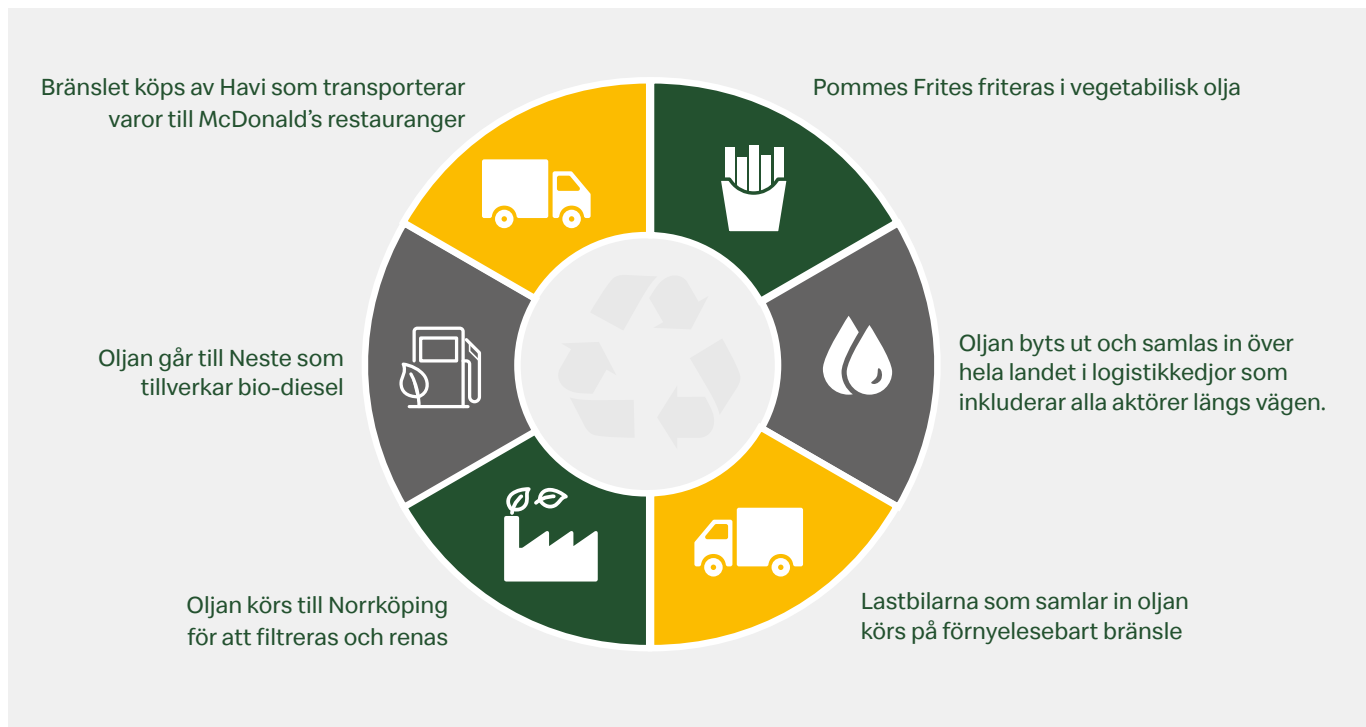
De senaste årens initiativ innebär en besparing på 150 ton plast per år. Framåt fokuserar vi på att fasa ut plasten i våra Sundae- och frappemuggar – ett steg som ytterligare kommer minska plastanvändningen och bidra till McDonald's hållbarhetsresa.

Hållbara transporter med HAVI

Inrikes transporter står för en tredjedel av Sveriges totala utsläpp av växthusgaser. McDonald's har ett nära samarbete med logistikföretaget HAVI gällande lagerhållning och distribution av varor. Samarbetet skapar möjligheter till många spännande utveck-

MCDONALD'S I SVERIGE MINSKAR PLASTEN:





lingsprojekt inom hållbarhetsområdet och minskar utsläppen.

Återvunna plastpallar och nya transportnät

Att utveckla platslastpallar av återvunnen McDonald's-plast är ett av de projekt som McDonald's just nu driver tillsammans med HAVI. Målet är att skapa ett system där en del av PET-plasten från restaurangerna fungerar som insatsmaterial för att göra lastpallar. När pallarna går sönder kan man mala ner plasten igen och göra en ny pall. På det sättet kan vi nå en högre återanvändningsgrad jämfört med de träpallar som används idag.

Ett annat pågående test gäller en ny typ av transportnät som kan användas för att hålla varor på plats under transporter. Idag används sträckfilm av plast som endast kan användas en gång, i kontrast till transportnäten som kan användas om och om igen. Under 2021 har vi genomfört tester av både plastpallar och transportnät för utvärdering och utveckling.

Leveranser på förnybart bränsle

Leveranserna till våra restauranger sker i stor utsträckning med lastbilar som drivs av förnybara bränslen. 99 procent av HAVI:s transporter till McDonald's restauranger görs med förnybara bränslen och när HAVI:s underleverantörer inkluderas, är samma siffra 80 procent. Det vanligaste drivmedlet för lastbilarna är HVO, vilket är ett biodrivmedel som liknar diesel och framställs bland annat med hjälp av McDonald's återvunna fritureolja. HAVI har även biogaslastbilar och pluginhybrider.

För att effektivisera leveranserna ytterligare ingår McDonald's sedan 2018 i ett innovationsprojekt tillsammans med HAVI, Scania, Stockholms Stad och KTH. Där har HAVI testat möjligheten att leverera varor till restaurangerna med eldriven lastbil på natten, för att minska trängseln i innerstadstrafiken. Resultaten på sträckorna har visat en sänkning av utsläpp med upp till 38 procent. Projektet har vidareutvecklats och vi testar nu att leverera varor även när restaurangerna är stängda, något som hittills visat på goda resultat.

Överblivet material skickas tillbaka vid varuleverans

För att minska antalet transporter till och från våra restauranger tar HAVI med sig överblivet material för återvinning från restaurangerna i samband med leverans av varor till restaurangerna. På så sätt blir vår verksamhet mer resurseffektiv eftersom ytterligare transporter inte behöver sättas in.

"Vad det gäller hållbarhet så har McDonald's alltid ställt höga krav på oss att alltid ligga i framkant och prova nya typer av bränslen till exempel. Mycket av det vi gjort hittills inom hållbarhetsområdet har skett i dialog med McDonald's."

Camilla Eklöf,

Nordisk Kvalitets- och hållbarhetschef på HAVI

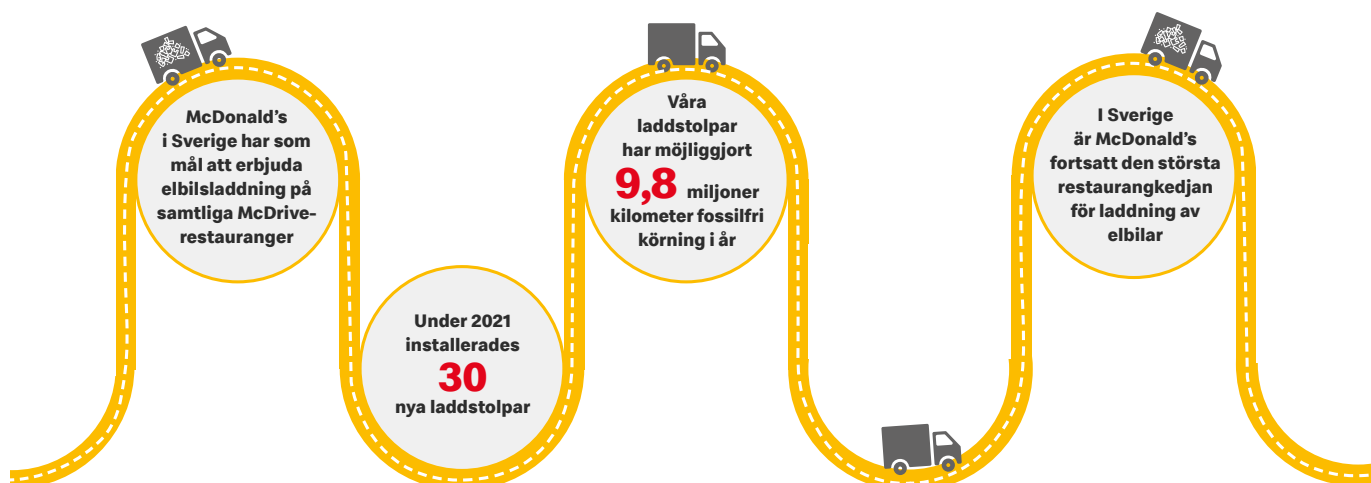


Vi bidrar till 10 miljoner kilometer fossilfri körning i Sverige

Av alla de nya bilar som registrerades i Sverige under 2021 var nästan hälften elbilar. Under 2022 beräknas denna siffra stiga ytterligare och prognoser förutspår att hela 60 procent av alla nya bilar kommer att vara laddbara.

I över 10 år har McDonald's bidragit till uppbyggandet av infrastruktur för ett fossilfritt, eldrivet resande på Sveriges vägar. McDonald's i Sveriges mål är att erbjuda elbilsladdning på samtliga McDrive-restauranger och i nuläget har vi nått halvvägs fram till målet.

Under 2021 installerades över 30 nya laddstolpar för elbilar, vilket resulterat i att över 70 av våra restauranger nu erbjuder elbilsladdning. Under 2020 möjliggjorde våra laddstolpar 2,8 miljoner kilometer fossilfri körning. År 2021 ökade denna siffra, och vi har genom vårt samarbete med Recharge och E.ON möjliggjort 9,8 miljoner kilometer fossilfri körning – en ökning med 7 miljoner kilometer jämfört med året innan. I dag är vi fortsatt Sveriges största restaurangkedja för laddning av elbilar.



Minskat matsvinn med nya arbetsmetoder

En tredjedel av all mat som produceras äts aldrig upp enligt Livsmedelsverket. På McDonald's arbetar vi därför ständigt för att minska matsvinnet, och har idag ett matsvinn på under en procent. Istället för att estimerar och tillaga maten i förväg har vi de senaste åren implementerat ett nytt system på nästan alla våra restauranger där maten istället lagas på beställning. På så sätt har vi kunnat minska matsvinnet samtidigt som gästerna får ännu godare hamburgare serverade lika snabbt som förut.

Vi arbetar löpande med våra leverantörer för att optimera de

förpackningar som produkterna levereras i till restaurangerna. Det arbetet är viktigt både ur ett matsäkerhets- och hållbarhetsperspektiv, då det säkerställer att matvarorna håller en god kvalitet under längre tid. Genom att anpassa mängden råvaror i förpackningarna utifrån i vilken utsträckning de används i restaurangen kan vi också minska på matsvinnet. Det, i kombination med vår modernisering av restaurangerna som innebär att maten lagas på beställning, har gjort att matsvinnet minskat med 30 procent de senaste fem åren till dagens siffra på under en procent.





Har du frågor om vårt hållbarhetsarbete?

Kontakta Henrik Nerell, Miljöchef McDonald's Sverige
henrik.nerell@se.mcd.com