

Stora nog att göra skillnad



Innehåll

Stora nog att göra skillnad.....3

McDonald's Sverige.....4

Hållbarhetsval genom åren.....5

Vi gör det goda valet enkelt.....6

Mat.....8

Människor.....10

Miljö.....12

Stora nog att göra skillnad

Vi på McDonald's Sverige tror starkt på att goda affärer för alla, från gäster till medarbetare, skapas genom att erbjuda goda val som kan förändra samhället. Och som Sveriges största restaurangkedja med över 400 000 gäster varje dag och som en av Sveriges största ungdomsarbetsgivare har vi ett ansvar, men även möjligheten och viljan att göra stor skillnad. I synnerhet inom våra tre fokusområden: Mat, Människor och Miljö.

Vår ambition är att tillsammans med andra aktörer i branschen, och våra gäster, bygga en verksamhet som kan påverka samhället i en positiv riktning. Från klimat och miljö till bra arbetsförhållanden och ett sunt jordbruk. Det är frågor som både våra politiker och svenska konsumenter driver. Vi är med och löser utmaningarna genom ett långsiktigt företagande.



Med tanke på vår storlek, all komplexitet som det innebär att servera högkvalitativ mat till så många, har vår resa mot hållbarhet gått snabbt. Det är ingen överraskning att vi gillar att jobba snabbt, men att prata om exakt vad som händer på resan är något vi ibland glömmer bort i bara farten. Men vi vet att det finns en nyfikenhet kring vårt hållbarhetsarbete och samhällsengagemang, och därför finns det du har framför dig: Vår hållbarhetsrapport för 2017.

Som sagt, vi tror att ett gott val är en god affär, för alla. På dessa sidor delar vi med oss av de många val vi gjort under 2017 för att stärka hållbarheten hos oss, för maten vi serverar, människorna vi jobbar med och miljön vi alla delar. Vi bjuder även på en sammanfattning av milstolparna vi nått genom tiderna, och den kunskap de fört med sig. För det är bara tillsammans som vi kan bygga en ännu godare framtid – och godare burgare så klart.

Ett gott val är en god affär – för alla.

Thomas Kelly, VD, McDonald's Sverige

Henrik Nerell, Miljö- och presschef

McDonald's Sverige

McDonald's är Sveriges största restaurangkedja och är på sätt och vis ett familjeföretag. McDonald's i Norden ägs av brittiska familjen Hands, men de enskilda restaurangerna i Sverige ägs och drivs av våra 39 franchisetagare, med stöd av McDonald's unika franchisesystem. Vi är en av Sveriges största ungdomsarbetsgivare och hos oss arbetar tusentals medarbetare för att servera god mat till de cirka 400 000 gäster som besöker någon av landets cirka 210 restauranger varje dag.



Hållbarhetsval genom åren

(som gör oss extra stolta)

1973 öppnades Sveriges första McDonald's restaurang på Kungsgatan 4 i Stockholm. Här är några milstolpar som beskriver hur vi valt att göra skillnad i samhället de senaste tre decennierna:

1990	Ronald McDonald Barnfond startar.
1993	McDonald's första Ronald McDonald Hus öppnar vid Universitetssjukhuset i Huddinge. Sedan dess har vi öppnat ytterligare fyra stycken hus runt om i Sverige.
1995	McDonald's startar Sveriges första källsorteringsskola och ekologisk mjölk introduceras på menyn.
1997	McDonald's lanserar sin första vegetariska burgare på menyn – McGarden.
2001	McDonald's startar ett samarbete med Läsrörelsen och erbjuder böcker i Happy Meal.
2007	Tallriksmodellen införs på Happy Meal – frukt och grönt till varje barnmåltid.
2007	McDonald's börjar servera ekologiskt och Rainforest Alliance-certifierat kaffe på samtliga restauranger.
2009	Första laddstationen för elbilar invigs på McDonald's Lindvreten utanför Stockholm.
2011	McDonald's blir först i Sverige med att till 100 % erbjuda MSC-certifierad fisk.
2012	McDonald's blir medlem i företagsnätverket Hagainitiativet och tar ett ännu större klimatansvar.
2013	Ronald McDonald Hus nummer fem slår upp dörrarna vid Akademiska Sjukhuset i Uppsala.
2016	McDonald's restauranger köper in 100 % ursprungsmärkt, förnybar el.
2017	Bok Happy Meal passerar 14 miljoner utgivna böcker.
2017	McDonald's meny breddas när McVegan lanseras.

Vi gör det goda valet enkelt

Vi vill att det ska vara enkelt för våra gäster att göra medvetna val i våra restauranger. Därför erbjuder vi hög flexibilitet, tillgänglighet och service samt gör merparten av hållbarhetsjobbet för alla våra gäster, innan de kommer till oss. För att göra det goda valet enkelt har vi tagit fram en modell med tre fokusområden: Mat, Människor och Miljö.



Våra tre fokusområden delas upp i ännu mer specifika delar av vår verksamhet. Vi sätter långsiktiga mål, agerar på dem, följer upp och rapporterar för att bli ännu bättre. Ansvaret vi har som Sveriges största restaurangkedja ger oss även en rejäl morot att fortsätta utvecklas. Vi vill alltid ta ett steg till

och vara drivande, speciellt i vår bransch, där vi har ett extra ansvar som ledare. Att kunna göra goda val i det lilla och det stora, oavsett om du är gäst eller medarbetare, ska vara enkelt.



Mat



RÅVAROR I FOKUS

De många goda valen som görs på alla våra cirka 210 restauranger runt om i Sverige syns på vår meny. Vi har ett brett utbud som ska tilltala alla de 400 000 gäster som besöker oss varje dag. Oavsett vad våra gäster väljer från vår meny så ska de kunna vara säkra på att råvarorna har producerats på ett ansvarsfullt sätt.

Våra prioriteringar handlar om att minska miljö- och klimatpåverkan från matproduktionen. Vi har genom åren lanserat fler alternativ till kött, under 2017 kom vår första veganska burgare McVegan på menyn. Vi begränsar kemikalieanvändningen och köper in närproducerat när det finns tillgängligt. Att välja svenska, ekologiska och certifierade råvaror är en väg för att nå resultat. Hos oss är kaffet och mjölken alltid ekologisk och fisken MSC-märkt.

Vi är väldigt måna om våra grönsaker

Vi ägnar mycket tid åt att hitta de grönsaker som smakar bäst för säsongen, och de odlas alltid i svensk jord så länge säsongen tillåter. Alla våra grönsaker skördas av bönder som uppfyller våra höga krav på odlingssätt och kvalitet.

Alla råvaror som levereras till oss måste klara våra strikta kravställningar. Varje led i produktionen övervakas noga för att maten vi erbjuder ska hålla högsta kvalitet och möta våra gästers förväntningar på både smak, servering och hantering. Året om, landet runt.

Hamburgarens klassiska kärna: Köttet

Vi är restaurangbranschens största inköpare av svenskt nötkött. Våra hamburgare innehåller bara en enda sak: 100 % rent nötkött, där ungefär 70 % dessutom kommer från mjölkkor, vilket gör köttet mer klimatsmart. Den svenska produktionen av nötkött är bland den bästa i världen när det gäller omsorg om miljö, djur och klimat, men produktionen räcker inte till. Våra inköp motsvarar den svenska självförsörjningsgraden för nötkött som idag är cirka 45 – 48 %. I regeringens livsmedelsstrategi står det bland annat att svensk, hållbar jordbruksproduktion behöver öka och det målet arbetar vi mot tillsammans med LRF (Lantbrukarnas Riksförbund), SNP (Svenska Nötköttsproducenter) och svenska bönder. Sedan 2011 har vi genom olika samarbetsprojekt stöttat hållbar jordbruksproduktion, unga bönder och de senaste två åren har vi arbetat tillsammans med branschen i Projekt Romeo.





Projekt Romeo - för utvecklingen av ett svenskt lantbruk

För att stötta de svenska bönderna och för att vara med och bidra till att öka den svenska självförsörjningsgraden av nötkött inledde vi Projekt Romeo. Det är ett treårigt samarbete med LRF och SNP. Under tre år blir 100 lantbrukare sponsrade med varsin avelstjur för att kunna växla upp sin produktion och utöka besättningen med minst 20 dikor. Initiativet ska ge minst 60 nya kalvar per bonde. I dagsläget har cirka 75 avelstjurar delats ut, varav 50 stycken under 2017.

VALFRIHET FÖR VÅRA GÄSTER

På McDonald's ska det finnas något för alla. Våra gäster uppskattar våra klassiska smaker med världsberömda burgare som Big Mac. Samtidigt efterfrågar gästerna mer variation och valfrihet både när det gäller smak och typ av protein. Vår ambition är att kyckling, fisk och vegetariskt ska utgöra 50 % av inköpt protein till 2020.

2017 lanserade vi McVegan, vilket gjorde oss till Sveriges största flexitariska restaurang. McVegan är en smakrik burgare som vi har utvecklat i samarbete med Anamma, ett varumärke inom Orkla Foods Sverige. Burgaren är baserad på protein från sojaböner, och då huvudingrediensen kommer från växtriket, har burgaren mindre klimatpåverkan än en motsvarande animalisk burgare.



Det är både roligt och spännande att vi har inlett samarbetet med Orkla Foods Sverige och deras varumärke Anamma. Vår ambition är att det ska finnas något på vår meny för alla 400 000 gäster som besöker oss varje dag och med McVegan breddar vi vårt erbjudande ytterligare.

Staffan Ekstam

Head of Food Strategy McDonald's

Snabbfakta



En god kopp kaffe

Kaffet till fikat eller efter maten är alltid ekologiskt, och är gjort på varsamt odlade bönor från Rainforest Alliance-certifierade gårdar. Mjölken i vårt kaffe är både svensk och ekologisk. Och papperet i muggen kommer från certifierat hållbart skogsbruk. Om du tar socker i kaffet så är det också ekologiskt.

Goda val för alla

Vi strävar alltid efter full valfrihet för våra gäster, och arbetar inte bara med att utveckla nya rätter, utan även med att förbättra det som redan finns på menyn. Klassikern Filet-O-Fish har funnits på menyn sedan starten 1973 och idag är 100 % av fisken vi serverar MSC-certifierad torsk.

Enkelt att göra medvetna val

För att stödja våra gäster att göra medvetna val var vi första restaurangkedjan i Sverige att lansera näringsmärkning. Hos oss finns alltid lättillgänglig fullständig information om maten – både näringsinnehåll och allergiinformation – i restaurangerna, på hemsidan och i vår app.



Frukt och grönt i varje Happy Meal

Sedan år 2007 serveras vår Happy Meal alltid med frukt och grönsaker, som morötter eller äpplen.

Restaurangbranschens största inköpare av svenska ekologiska ägg

Äggen som vi använder i våra frukostprodukter till exempel Egg McMuffin är alltid svenska och ekologiska. I vårt samarbete med Kronägg köpte vi under 2017 över 2,7 miljoner ägg, vilket gör oss till restaurangbranschens största inköpare av svenska ekologiska ägg. Vi använder även ägg i såsarna till våra burgare och tack vare vårt nära samarbete med våra leverantörer så kommer de äggen att, från och med januari 2019, komma från frigående höns.

Ekologisk törstsläckare

Varenda droppe av de över 1,5 miljoner liter mjölk vi serverar varje år är svensk och ekologisk. Så har det varit sedan 1995, då Arla äntligen kunde leverera så mycket ekologisk mjölk att det räckte till alla McDonald's restauranger i Sverige.

Människor

ARBETSGIVARE SOM GÖR SKILLNAD

Med våra cirka 210 restauranger från norr till söder är McDonald's en naturlig del av det lokala samhället. Därför agerar vi som en lagspelare för att alla ska vinna i längden. Vi investerar och engagerar oss på flertalet plan och arenor i varje stad och kommun som vi har närvaro i. Som arbetsgivare, som mötesplats och som sponsor. Bara för att nämna några roller som vi väljer att axla för att ta vårt ansvar inom social hållbarhet.

Sedan starten på 70-talet har över 150 000 personer gjort Donken, det vill säga arbetat på McDonald's. För många har det varit vägen in på arbetsmarknaden och det första steget ut i vuxenlivet. För andra har vi varit den första viktiga raden i CV:t och även vägen in i det svenska samhället. Hos oss får medarbetare möjlighet att växa och utvecklas oavsett bakgrund eller tidigare erfarenhet. Det är vi stolta över. Läs mer på gordonken.se.



Källa: Undersökning på Ourlounge (medarbetarsite) januari 2017

Vår arbetsplats präglas av mångfald, tydliga strukturer och öppna karriärvägar. Vi har genom åren utvecklat en fungerande modell för att ta vara på människors förmåga och få människor från olika bakgrunder att samarbeta och arbeta mot ett gemensamt mål. Under 2017 gjorde vi en stor undersökning bland våra medarbetare för att förstå vad man lär sig av att arbeta på McDonald's.

Genom vår kampanj Gör Donken har vi kunnat visa att det är en styrka att vara olika, och att vi lyckas vara en utvecklande arbetsplats för talangfulla och drivna unga människor, oavsett bakgrund. Vår modell är inte unik, men som en stor arbetsgivare har McDonald's en speciell roll på den svenska arbetsmarknaden. Under 2017 fick vi även möjlighet att uppmärksamma Sveriges beslutsfattare i riksdagen på hur vi jobbar. Vi ville visa vikten av att ta tillvara på de arbetsplatser där människor får en chans, och där

människor med olika bakgrunder möts samt hur näringslivet och politiker kan samarbeta för att få detta att hända.

Vi är stolta över att olikheter skapar framgång hos oss. På McDonald's arbetar människor från över 100 nationaliteter, och det talas över 65 olika språk på våra restauranger. Vi ger mellan 3 000-4 000 ungdomar jobb varje år och därmed också första raden på CV:t. Vi investerar i våra medarbetare, och under 2017 har vi utbildat cirka 2 000 personer på McDonald's Business School, vårt utbildningscenter i Skärholmen utanför Stockholm.

Vi arbetar för allas lika möjligheter

Vår målsättning är att vara en jämställd arbetsplats, från ledning till skiftledare. På vårt huvudkontor i Lindvreten, strax utanför Stockholm, har vi växlat upp denna strävan ytterligare ett snäpp för att leda som vi lär. Detta har lett till en jämnare könsfördelning hos våra medarbetare på kontoret. Under 2017 genomförde vi en jämställdhetskartläggning – resultatet visade 50 kvinnliga medarbetare och 49 manliga medarbetare. I vår svenska ledningsgrupp, Senior Leadership Team (SLT), ingår idag 60 % män och 40 % kvinnor. För att säkerställa att vi når våra jämställdhetsmål genomför vi dessutom varje år en medarbetarundersökning, som resulterar i en handlingsplan för respektive avdelning.

Arbetsmiljön på McDonald's

Hos oss ska alla trivas och vårt systematiska arbetsmiljöarbete lägger grunden för hur vi ska säkerställa att det kan uppnås. Sedan starten 1973 har vi haft kollektivavtal. Alla som jobbar på huvudkontoret måste årligen läsa och skriva under vår uppförandekod. Årliga medarbetarundersökningar ger oss en bra översikt över hur arbetsmiljön kan förbättras framöver. Några av våra viktigaste mål är att man som anställd hos oss har en rolig arbetsplats, en möjlighet att utvecklas och respekt för sina medarbetare. Därför arbetar vi extra mycket med dessa frågor. Om man tittar på enskilda parametrar som mäter arbetsmiljön kan vi se glädjande resultat från 2017.



ENGAGERADE I SAMHÄLLET

Hållbarhet handlar också om att engagera sig i samhället. Vi engagerar oss runt om i Sverige inom till exempel sport, omsorg och integration.

Årligen stöttar våra franchisetagare lokala idrottsklubbar runt om i hela Sverige. Under 2017 har våra franchisetagare bidragit med över 6 miljoner kronor till hundratals föreningar.

” Jag är franchisetagare för fyra restauranger i Örebro och för mig är det en självklarhet att engagera mig i det lokala idrottslivet. Mitt sponsorskap fokuserar just nu på fotboll, hockey, innebandy och amerikansk fotboll.

Magnus Pojen
Franchisetagare

Svårt sjuka barn i Sverige ska få må bättre med sina nära och kära

Ronald McDonald Barnfond är en ideell stiftelse som stöttar arbetet med Ronald McDonald Hus. Husen ger en hemlik och trygg boendemiljö som fungerar som ett ”hem hemifrån” för svårt sjuka barn och deras familjer.

Årligen bor cirka 3 200 familjer i husen. Totalt har Ronald McDonald Barnfond med hjälp av samarbetspartners, restaurangbesökare och McDonald’s medarbetare kunnat samla in cirka 200 miljoner kronor sedan Ronald McDonald Barnfond bildades 1990. Det har möjliggjort byggandet av fem Ronald McDonald Hus där över 200 000 familjemedlemmar kunnat bo sedan vi öppnade vårt första hus i Huddinge 1993.

5

hus

200 000

familjemedlemmar
har bott i husen

120

rum

200

miljoner kronor har
samlats in

Sveriges största läsfrämjare

Vi har stimulerat barns läsande i snart 20 år. Vårt Bok Happy Meal föddes år 2001 i samarbete med organisationen Läsrorelsen. Sedan 2001 har hela 14,2 miljoner barnböcker funnit nya små läsare via Bok Happy Meal – fler än 110 titlar, skrivna av över 100 författare. Några exempel från 2017 är Inga Borg, med sitt älskvärda troll Plupp, tecknaren Ulf Stark och humoristiske Ole Lund Kirkegaard.



Miljö

HÅLLBARA RESTAURANGER

Vi ställer hårda krav på våra restauranger och på våra leverantörer. Vi arbetar för att förbättra vårt miljö- och klimatarbete tillsammans med våra gäster. Och nu höjer vi ribban för våra restauranger ytterligare. Vi bygger om och utformar för att vägleda till godare val. Till exempel genom installation av laddstolpar, återvinningsmöjligheter och att minska det onödiga matsvinnet.

Ett gediget arbete mot klimatförändringarna

Klimatfrågan är en av vår tids största utmaningar och då vi har samarbetspartners i många olika länder jobbar vi utifrån ett gränsöverskridande perspektiv på lokal och global nivå. Vi arbetar tillsammans med partners och gäster för att tillsammans lösa utmaningarna snabbare och mer effektivt. Vi köper 100 % förnybar el till våra restauranger och arbetar för att minska energiförbrukningen.

I Sverige stödjer vi initiativet Fossilfritt Sverige som arbetar för att Sverige ska bli ett av världens första fossilfria välfärdsländer. Som enda restaurangkedja har vi också gått med i Hagainitiativet, ett företagsnätverk som arbetar för att minska näringslivets klimatpåverkan. Som medlemmar i Hagainitiativet har vi åtagit oss att aktivt arbeta med att minska vår klimatpåverkan med 40 % fram till 2020, ett mål som vi uppnådde redan 2016. Vi arbetar mot Hagainitiativets 2030 mål som innebär att utsläppen från vår egen verksamhet ska vara nära noll år 2030.

McDonald's globala klimatstrategi är ambitiös och i mars 2018 blev McDonald's den första restaurangkedjan i världen att sätta upp vetenskapligt förankrade mål (Science Based Targets). Läs mer om McDonald's globala klimatmål på corporate.mcdonalds.com/corpmcd.html

Ladda bilen vid nästa besök

Elbilar går att ladda vid någon av alla våra laddstolpar, som blir både fler och mer effektiva. Till år 2020 är målet att det ska gå att ladda elbilar på samtliga McDrive.

Redan 2009 installerade vi vår första laddstation för elbilar vid McDonald's Lindvreten i Skärholmen, ett stenkast från vårt huvudkontor. Sedan dess har vi fortsatt utbyggnaden av laddinfrastruktur i hela Sverige, både i form av vanliga laddstolpar och snabbladdstolpar. Under 2017 installerades 15 snabbladdare i anslutning till våra svenska restauranger. Idag har vi 52 laddstolpar på 37 restauranger varav 29 har

snabbladdare. Detta gör oss till Sveriges största kedja för laddning av elbilar. 2017 laddades el för att kunna köra 860 000 kilometer. Det motsvarar 21,4 varv runt jorden och en besparing på 148 ton koldioxid jämfört med att köra på fossilt bränsle. Det inspirerar oss till att fortsätta att bygga ut laddmöjligheter runt om i Sverige, i enlighet med Sveriges ambitioner att minska den fossildrivna fordonsflottan.



Mot minskat matsvinn

Vi har en plan för hur det onödiga matsvinnet ska reduceras de kommande åren. På våra restauranger är svinnet redan nere på 1,19 %, och med vårt nya beställningssystem som möjliggör att all mat tillagas på beställning kan vi minska matsvinnet med ytterligare 20 %. Idag har cirka hälften av våra restauranger utrustats med det nya systemet och vi beräknar att alla kommer att ha det till 2019.

Enkelt att återvinna

Idag återvinns allt avfall från våra restauranger och blir nytt material, eller återvinns som energi. Vi vill även göra det enklare för våra gäster att återvinna sina förpackningar och jobbar därför löpande för att förbättra vår källsortering. Vår logistikpartner HAVI hjälper oss att förverkliga detta mål och återvinner aluminium, pantburkar, och från 2017 även mjuk- och PET-plast från restaurangköket. Till 2020 arbetar vi för att erbjuda bättre sorteringsmöjligheter för våra gäster i syfte att öka materialåtervinningen på restaurangerna.

HÅLLBAR VÄRDEKEDJA

Att vara Sveriges största restaurangkedja ger oss på McDonald's möjlighet att påverka hela värdekedjan. Vi arbetar för en mer hållbar värld, främst inom nötköttproduktion, förpackningar och avfall, och energianvändning. Genom att göra goda val har vi gjort stora framsteg på många områden, men vi har en bit kvar och utvärderar därför åtgärder framåt, för att långsiktigt fortsätta att minimera vår miljö- och klimatpåverkan.

Med full insyn och kontroll över vår leverantörskedja säkerställer vi att våra önskemål infrias. Det omfattar regler för lantbrukare och djurhållning, samt minskade utsläpp från produktion och transporter. Vi ställer höga krav på matsäkerhet, i vissa fall till och med högre än myndigheterna, och vi kan spåra samtliga ingrediensers ursprung. Nära samarbeten med våra leverantörer och vår logistikpartner gör att nästan ingen mat kasseras på väg till restaurangerna. Antibiotika används aldrig i syfte att öka tillväxten vid uppfödning, och inte heller i förebyggande syfte. Dessa krav gäller leverantörer i Sverige såväl som de i andra länder.

Med ett helhjärtat engagemang i mat, människor och miljö skapar vi en hållbar värdekedja, utan svaga länkar.

Fossilfria transporter

I samarbete med vår logistikpartner, HAVI, arbetar vi för att minska miljö- och climateffekter av transporter till restaurangerna. HAVI kör råvaror till restaurangerna med lastbil och målet är att 95 % av transporterna ska köras på förnybart bränsle till 2020. 2017 uppnådde HAVI 98,6 % förnybart, i huvudsak HVO (certifierat fri från PFAD och palmolja). En mindre andel, cirka 10 %, av transporterna körs av underleverantörer till HAVI, och de kommande åren kommer HAVI att arbeta med sina underleverantörer för att öka den totala andelen förnybart bränsle.

Under 2017 påbörjade våra partners Scania och HAVI ett femårigt program, som ska minska koldioxidutsläppen i transporterna till och från McDonald's restauranger i Europa och Asien. I Sverige innebär samarbetet att ett antal fordon byts till gasbilar under de kommande åren. Givet tillgång till biogas så kommer det att innebära minskad klimatpåverkan jämfört med HVO.



Vår resa mot hållbara förpackningar

En fråga som vi fokuserar extra mycket på är hållbara förpackningar. Vi strävar även efter att minimera mängden plast, kartong och papper som går åt för att producera våra förpackningar, och därmed minska mängden avfall. För de förpackningar som ändå behövs för att skydda maten och hålla den fräsch, använder vi förnybara material i så stor utsträckning som möjligt. Redan idag kommer 100 % av våra pappersförpackningar i Sverige från certifierat hållbart skogsbruk eller återvunnet material. Senast 2025 ska alla förpackningar på världens McDonald's restauranger antingen vara certifierade eller komma från förnybar eller återvunnen råvara.

Växtbaserade plastmuggar



I vår strävan att hela tiden hitta bättre förpackningslösningar inledde vi under 2017 vårt arbete med att se över plastmuggarna för Milkshakes, Smoothies och Frappés. Under 2018 börjar vi

byta ut de nuvarande muggarna mot bättre, växtbaserade sådana. PlantBottle-muggarna består av 30 % växtbaserat material. Det innebär en mindre klimatpåverkan än oljebaserade plastförpackningar och detta är bara början på vår resa mot 100 % hållbara förpackningar.

Att vara Sveriges största restaurangkedja medför både stolthet och ansvar. Nu tar vi nästa steg och utvecklas tillsammans med våra medarbetare, leverantörer och gäster för att möta nya och större utmaningar. När omvärldens förändringar ökar är vi stolta över det vi gjort men vi vill gå längre. Därför sätter vi långsiktiga mål, agerar, följer upp och rapporterar. Med goda val och stort engagemang för vi utvecklingen framåt.



KONTAKT

Har du fler frågor om vårt hållbarhetsarbete? Kontakta:

Henrik Nerell, miljöchef McDonald's Sverige
media@se.mcd.com

