



Significato economico



Lavorare insieme, crescere e creare valore

I nostri ospiti da noi devono sentirsi a loro agio e desideriamo semplificare loro la vita. Grazie ai nostri ospiti fedeli, siamo in grado di sostenere la stabilità economica e la crescita dei nostri licenziatari, che gestiscono la maggior parte dei nostri ristoranti in modo indipendente, e quella dei nostri fornitori locali. Offriamo inoltre un posto di lavoro sicuro a 7'750 collaboratori in un ambiente che promuove il talento e offre opportunità. Ci preoccupiamo della nostra impronta ecologica quando si tratta di ingredienti e dell'ambiente, e sosteniamo le famiglie e i loro bambini.

Il nostro obiettivo

Diventare il marchio di ristoranti più amato in Svizzera e offrire gusto e momenti felici a tutti. Questa promessa ci guida ogni giorno. Siamo sempre in movimento, alla ricerca di nuovi modi per rendere le cose ancora migliori, giorno dopo giorno. Ed è importante per noi poter offrire ai nostri ospiti il panino giusto – dalla carne di manzo al pollo o al pesce fino alle proposte vegetariane – per tutti i gusti e per ogni portamonete. Siamo felici che, con 300'000 ospiti al giorno, un bello spaccato di popolazione svizzera venga a mangiare da noi.

I nostri ospiti possono ordinare come preferiscono: che sia nei ristoranti, dove serviamo i menu anche direttamente al tavolo, ai McDrive per un rapido ristoro in viaggio o tramite McDelivery per il servizio a domicilio. I nostri canali digitali, come ad esempio l'App McDonald's, hanno assunto un ruolo centrale per il nostro scambio diretto con gli ospiti

e per semplificare le procedure di ordinazione.

Uniamo 47 PMI

Il nostro modello di business in Svizzera si basa su tre solidi pilastri: i nostri licenziatari, i nostri fornitori e la nostra sede a Crissier (VD). Con il nostro sistema di franchising, da quasi 45 anni promuoviamo l'imprenditoria locale in Svizzera. Siamo una rete di 47 PMI, poiché quasi il 90% dei circa 170 ristoranti McDonald's in Svizzera e nel Principato del Liechtenstein viene gestito da imprenditori indipendenti sotto contratto di franchising. Attraverso il sistema di franchising, noi come McDonald's siamo ancorati in ogni regione e vicini ai bisogni degli ospiti.

Siamo un partner di lunga data dell'economia

Ci affidiamo volutamente a fornitori svizzeri. La carne di manzo per il primo Big Mac, quasi 45 anni fa, proveniva già dalla Bell di Oensingen (SO). Oggi, acquistiamo l'86% dei



«Siamo molto contenti della stretta collaborazione con i nostri licenziatari, i nostri fornitori locali e i nostri motivati dipendenti. COVID-19 ci ha mostrato ancora più chiaramente cosa abbiamo nel nostro DNA: insieme siamo più forti. Per questo vogliamo continuare a promuovere le PMI locali, offrire ai collaboratori posti di lavoro interessanti e garantire che l'azione comune crei anche un valore per la società».

Aglaë Strachwitz,
Managing Director
McDonald's Svizzera

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.**

nostri ingredienti da aziende locali, il che ci rende un importante partner dell'economia svizzera.

Focus su cibo, ambiente, collaboratori e società

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 i nostri prodotti.
- Il nostro ambiente: il tipo di imballaggio e la protezione del clima sono centrali. Con i nostri licenziatari e partner, minimizziamo l'impronta ecologica per mantenere il nostro pianeta vivibile anche per le generazioni future.
- I nostri collaboratori: l'integrazione e la responsabilizzazione dei collaboratori sono essenziali per noi. Insieme 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**

Il nostro impatto nel 2020

169

**ristoranti in Svizzera
e nel Principato del
Liechtenstein**

142

**di questi con servizio al
tavolo, 88 con McDrive
e 94 con McDelivery**

47

**imprenditori e
imprendtrici locali che
conducono l'89% dei
ristoranti come licen-
ziatari**

2

nuovi ristoranti

30

**nuovi posti di lavoro per
ristorante**

300'000

**ospiti in media al giorno
(nel 2019, il valore del
2020 non è rappresen-
tativo causa covid)**



I nostri obiettivi entro il 2025

**Sfruttare il potenziale
franchising di 200 risto-
ranti McDonald's in
Svizzera per offrire agli
imprenditori svizzeri
opportunità di partner-
ship e per creare ulter-
riori posti di lavoro e di
formazione**

**Mantenere il volume
degli acquisti da for-
nitori svizzeri ad un
minimo dell'85% (stato
al 2020)**

**Espandere ulteriormen-
te l'offerta di canali
di servizio online se-
guendo di pari passo le
esigenze degli ospiti**

**Aumentare la soddisfa-
zione dei 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

Il gusto ci sta a cuore. Ecco perché ci affidiamo a ingredienti di alta qualità, per la maggior parte provenienti da fornitori svizzeri che producono secondo standard elevati. In questo modo, siamo anche un partner importante per l'agricoltura locale. Ma il piacere da solo non basta, perché portiamo la responsabilità per i 300'000 ospiti che serviamo ogni giorno. Per questo offriamo loro prodotti da ricette buone e semplici, senza additivi artificiali, e riduciamo sale e zucchero dove possibile.

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 partnership a lungo termine con i fornitori svizzeri.

Partner di lunga data dell'economia svizzera

Oltre due terzi del nostro volume di acquisti proviene da 40 fornitori diversi, con i quali lavoriamo da oltre 45 anni. Tra questi, numerose aziende svizzere come Bell, Eisberg, Emmi, Florin, Fortisa, Frigemo, Nestlé e Ospelt. Nel 2020 abbiamo acquistato ingredienti da fornitori svizzeri per 134 milioni di franchi, che corrispondono all'86% del volume di acquisti per alimenti.

Ingredienti dei contadini svizzeri

Condividiamo la nostra passione

per gli ingredienti di alta qualità con i contadini svizzeri che riforniscono i nostri produttori. Tra i nostri partner, contiamo circa 6'900 agricoltori da tutto il Paese.

Carne di manzo e uova da animali con uscita all'aperto

Già il primo Big Mac, 45 anni fa, era stato preparato con carne di manzo della Bell di Oensingen. Nel 2020, abbiamo acquistato 4465 tonnellate di carne di manzo da Bell, e la proporzione disponibile di capi RAUS (uscita regolare all'aperto) era del 66%. 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. E per i nostri burger usiamo solo pancetta Malbuner di maiale svizzero, mentre le uova per l'Egg McMuffin provengono da allevamenti all'aperto.



«Siamo orgogliosi di aver fornito la carne di manzo per McDonald's Svizzera sin dall'apertura del primo ristorante, 45 anni fa. Questo è quello che io chiamo un vero partenariato. Il benessere degli animali è importante, ed è per questo che dal 2010 utilizziamo per McDonald's carne di animali con regolare uscita all'aperto.»

Lorenz Wyss,
CEO Bell Food Group

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 merluzzo del Pacifico 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 sale e zucchero

Nel 2020 abbiamo lavorato per semplificare le ricette delle nostre salse e per utilizzare additivi naturali. Nei prossimi anni, ci concentreremo nuovamente sulla riduzione del sale e dello zucchero. Nel 2012, abbiamo ridotto la quantità di sale nelle patatine fritte per porzione da 5 a 4 grammi. Nei prossimi cinque anni, miriamo a ridurre questa quantità di un ulteriore 35%. Per quanto riguarda i Big Mac, il nostro obiettivo è di usare il 22% di zucchero in meno, senza che il sapore ne risenta.

Happy Meal senza aromi artificiali e coloranti

Tutti i prodotti nei menu Happy Meal sono senza aromi artificiali, coloranti e additivi. Da 15 anni offriamo frutta come complemento all'Happy Meal e dal 2015 una porzione di frutta ne fa parte integrante. Da questo lancio, abbiamo servito ai bambini oltre 20 milioni di porzioni di frutta. Nel 2004, abbiamo anche ampliato la nostra offerta di insalate. Da allora, gli ospiti possono ordinare una piccola insalata al posto delle patatine fritte allo stesso prezzo, in ogni menu.

Sempre più varianti vegetariane

Abbiamo lanciato il nostro primo vegi burger nel 1996. L'anno scorso abbiamo ulteriormente ampliato la nostra gamma con tre burger vegi e un'insalata Caesar vegi. Ogni burger al pollo è così disponibile anche nella versione vegi.

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

Il nostro impatto nel 2020

86%
degli ingredienti acquistati presso fornitori svizzeri

6'900
fattorie locali ci riforniscono

66%
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

3.7 Mio.
di porzioni di frutta servite con l'Happy Meal

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 McNuggets e McChicken proveniente da Francia e Ungheria al 100% secondo gli standard svizzeri sul benessere degli animali

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

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

In nostro contributo all'SDGs



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

Nel 2020 abbiamo acquistato queste materie prime

15'211 tonnellate
di patate per le
nostre Frites alla
Frigemo di
Cressier (NE)

1'666'342 litri
di acqua minerale
alla Henniez (VD)

2'286 tonnellate
di olio di colza per le
nostre patatine alla
Florin di MuttENZ (BL)

4'465 tonnellate
di carne di manzo
per i nostri burger
alla Bell di
Oensingen (SO)

1'741 tonnellate
di latte per i
nostri Sundae,
McFlurry e caffè a
Emmi e Nestlé

1'926 tonnellate
di insalate per i no-
stri burger & Co. alla
Eisberg di
Dänikon (ZH)

2'493 tonnellate
di farina per i nostri
panini alla Fortisa di
Zuchwil (SO)

39 tonnellate
di chicchi per le nostre
bavande a base di caf-
fè alla Rast di
Ebikon (LU)

981 tonnellate
di formaggio fon-
dente per i nostri
burger alla Schrei-
ber di Allgäu (D)





**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. Questo è il modo in cui abbiamo perseguito importanti obiettivi climatici per anni. Poiché vogliamo sempre migliorare, facciamo un passo in più e rendiamo anche i nostri imballaggi sempre più sostenibili grazie a nuove idee, materiali e meno plastica. In questo modo, proteggiamo il clima e la natura che ci circonda.

Materiali sostenibili per gli imballaggi

Ci siamo sempre impegnati per l'ambiente. Ieri, oggi e domani. Attualmente, evitare gli imballaggi – specialmente quelli di plastica monouso – è un argomento essenziale per noi e per i nostri ospiti. Oggi, il 90% dei nostri imballaggi per alimenti è già costituito da materie prime rinnovabili come la carta e il cartone. La carta e il cartone utilizzati sono riciclati al 100% o sono di origine certificata FSC o PEFC. Entro il 2025 vogliamo che questa quota arrivi al 100% da fonti rinnovabili, riciclate o certificate.

Sempre meno plastica

Entro il 2025 ridurremo dell'80% 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. Il passaggio, nell'ottobre 2019, alla coppetta per il McFlurry senza coperchio di plastica testimonia questo obiettivo. Nel 2020, abbiamo inoltre introdotto nuovi imballaggi come posate di legno, coppette per

le insalate e per i dessert in cartone e porta palloncini di carta nei ristoranti di Ginevra e Neuchâtel, che hanno funto da test per tutta la Svizzera.



«In McDonald's abbiamo trovato un partner forte con il quale perseguire la nostra missione: implementare una rete di ricarica veloce capillare e affidabile per i conducenti di auto elettriche in Svizzera. In questo modo, insieme a McDonald's e ai suoi ospiti, stiamo contribuendo alla protezione del clima».

Domenic Lanz,
CEO di GOFAST

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 dei giri quotidiani di pulizia intorno ai circa 170 ristoranti. Raccolgono i rifiuti gettati con noncuranza nei dintorni e li smaltiscono correttamente. Lo scorso anno, in questo modo abbiamo dedicato 70'000 ore lavorative per più qualità di vita e per strade e prati più puliti.

Rifiuti di cucina e olii esausti diventano carburante

Nel 1991 siamo stati una delle prime imprese della gastronomia ad introdurre un proprio sistema di riciclaggio. Grazie alla preparazione di Big Mac & Co. direttamente su ordinazione, possiamo ulteriormente contenere lo spreco di cibo. E quando non possiamo evitarlo, lo usiamo per qualcosa di nuovo: dall'olio esausto delle friggitorie ricaviamo biodiesel, mentre i rifiuti della cucina diventano biogas. Gli



«Passo dopo passo, vogliamo ridurre la percentuale di plastica nei nostri imballaggi, per arrivare a un massimo del 2% per gli imballaggi monouso. Testiamo le nuove soluzioni confrontandoci con i nostri ospiti, perché solo se condivise da tutti possono essere davvero sostenibili».

Heinz Hänni,
Manager per l'ambiente da
McDonald's Svizzera

autocarri utilizzati per la distribuzione capillare delle nostre merci ai ristoranti funzionano con una percentuale variabile di biodiesel o biogas. Questo chiude il cerchio. Inoltre, nel 2020 il 55% dei chilometri di trasporto dal centro logistico di Oensingen (SO) ai ristoranti è stato coperto dalla ferrovia. Dal 1998, i nostri autocarri per il trasporto delle merci non attraversano più le Alpi.

Electricità da centrali idroelettriche e postazioni di rifornimento per auto elettriche

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 cinque McDrive. In questo modo, i nostri ospiti dispongono di un'ulteriore opportunità per contribuire alla protezione del clima. Entro il 2022, tutti i McDrive idonei verranno dotati di stazioni di ricarica rapida GOFAST.

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

Il nostro impatto nel 2020

90%
dei nostri imballaggi alimentari in carta o cartone

42
tonnellate di plastica risparmiate grazie alle nuove coppette per i McFlurry

70'000
ore di lavoro volontariamente dedicate ai giri di pulizia attorno ai ristoranti

100%
dell'energia elettrica da centrali idroelettriche

45%
delle emissioni di CO₂ risparmiate durante la produzione di un Big Mac (2019 vs. 2009)

55%
delle merci verso i ristoranti via ferrovia



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

e il 10% di collaboratori, ospiti e partner partecipanti in più rispetto 2019

Offrire stazioni di ricarica veloce in tutti i ristoranti McDrive idonei entro il 2022

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)

Sempre meno plastica, sempre più sostenibili

Posate di legno per le
insalate
entro il 2022

Contenitori di
cartone per le
insalate
entro il 2022

Coppette di
cartone per
Sundae e frappé
entro inizio 2022

Bicchieri per
le bibite senza
coperchio per il
servizio al tavolo
entro inizio 2022

Libri in alternativa
ai giocattoli negli
Happy Meal
dal 2019

Bicchieri per le
bevande fredde
con coperchio
in cartone con
beccuccio e senza
cannuccia
entro inizio 2022

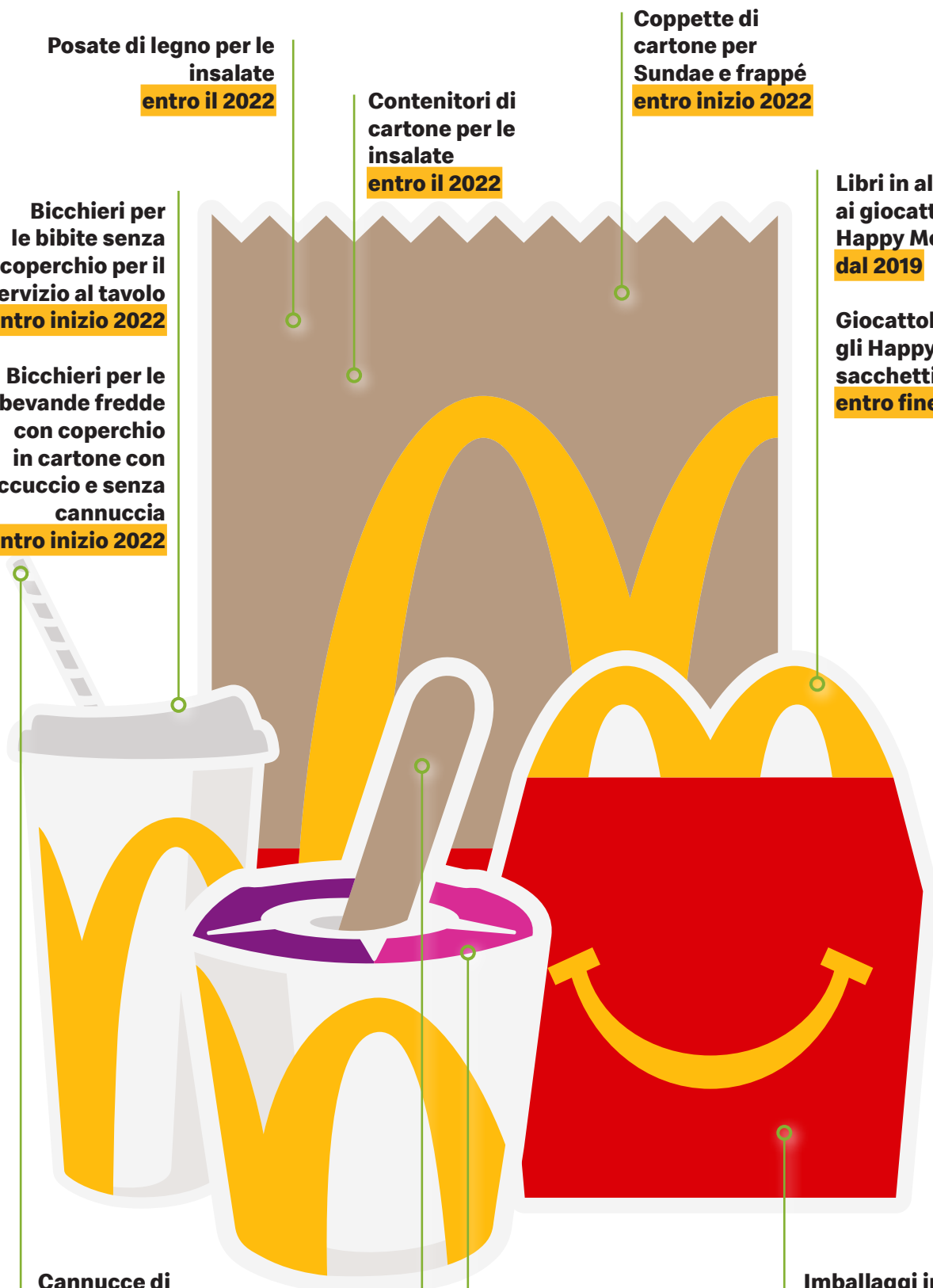
Giocattoli e libri per
gli Happy Meal in
sacchetti di carta
entro fine 2021

Cannucce di
carta per
frappé
entro inizio
2022

Stecchini in le-
gno per le bevan-
de calde al posto
dei cucchiaini in
plastica
entro metà 2021

Coppette per i McFlurry
senza coperchio in
plastica e con un
cucchiaino più piccolo
fine 2019

Imballaggi in carta
per i giochi
nell'Happy Meal
dal 2021





**Datore di lavoro
e formatore**



Offriamo opportunità e sostegno a tutti i nostri collaboratori

Da noi tutti devono avere l'opportunità di contribuire con la propria personalità e di essere valorizzati per questo, in un ambiente piacevole che dà valore al talento e alla prestazione. Anche i nostri licenziatari, che gestiscono la maggior parte dei nostri ristoranti, condividono questo principio come imprenditori e datori di lavoro indipendenti. Vogliamo offrire posti di lavoro sicuri e fornire opportunità a tutti i dipendenti, indipendentemente dal loro sesso, origine o esperienza professionale. A tal fine, li coinvolgiamo attivamente e promuoviamo il loro sviluppo. Per noi vale il principio: pari salario per pari lavoro.

Datore di lavoro affidabile per 7'750 persone

Come uno dei maggiori datori di lavoro del Paese, insieme ai nostri licenziatari indipendenti, offriamo a 7'750 collaboratori un posto di lavoro sicuro con opportunità di formazione e perfezionamento pratico, nonché un ambiente di lavoro molto positivo. Come membri di Gastro-Suisse, abbiamo firmato il contratto collettivo di lavoro per la ristorazione e paghiamo i salari e le prestazioni sociali corrispondenti.

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 dagli studenti. Un quinto dei collaboratori a tempo parziale è rappresentato da genitori che lavorano e da un quinto di studenti.

Il nostro variegato team riunisce 91 nazionalità che lavorano insieme con grande piacere. Offriamo opportunità ai nostri talenti indipendentemente dal loro background. Per esempio, un quarto dei manager di ristorante ha iniziato la sua carriera come membro della crew, al bancone o in cucina. Oggi sono responsabili di una squadra media di 50 persone. Anche oltre il 40% dei licenziatari ha iniziato la propria carriera con noi nel ristorante. Oltre ad albergatori, banchieri e sportivi, che da noi hanno proseguito il loro percorso professionale diventando imprenditori indipendenti, il 40% dei licenziatari ha iniziato la propria carriera proprio nei nostri ristoranti.

Molte donne in posizioni quadro

Uomini e donne da noi hanno le stesse opportunità di carriera. Da anni, le donne in posizioni quadro nei ristoranti rappresentato oltre il 45%. Nel 2020, il 46% dei gerenti di ri-

storante era rappresentato da donne e nella nostra sede la proporzione è del 42%. Sono proprio aspetti come questi, così come la promozione del talento attraverso la formazione, ad assicurare un alto livello di identificazione dei dipendenti con noi come datore di lavoro. Secondo un recente sondaggio, l'85% dei dipendenti è infatti orgoglioso di lavorare da McDonald's.

Formazioni che fanno crescere noi tutti

Anche nel 2020, oltre 1'000 collaboratori hanno partecipato a programmi di formazione interna incentrati su ospitalità, preparazione e servizio. Oggi, nell'85% dei ristoranti i collaboratori servono il menu direttamente al tavolo e i cosiddetti "Guest Experience Leaders" si occupano del benessere degli ospiti. Con il nuovo concetto di servizio, i compiti dei nostri collaboratori sono cambiati e ora possono sfruttare al meglio le loro qualità di padroni di casa.



«Ho iniziato la mia carriera da McDonald's ben 25 anni fa nel ristorante e ho potuto svilupparmi costantemente. Oggi, come imprenditore indipendente, gestisco tre ristoranti McDonald's e ho il grande piacere di formare apprendisti nella ristorazione di sistema. I giovani hanno grandi obiettivi e per raggiungerli hanno bisogno di opportunità e sostegno. Con il tirocinio, offriamo proprio questa opportunità di sviluppo e di successo».

Fredy Bruder,
licenziatario McDonald's
e datore di lavoro di
oltre 100 collaboratori nel
Canton Argovia

Tirocini per i giovani

Accettiamo volentieri anche la nostra responsabilità come formatori e sostenitori dei giovani professionisti. Formiamo apprendisti dal 1998: inizialmente nel ramo del commercio e dell'informatica, mentre nel 2013 i primi giovani hanno iniziato il tirocinio di 3 anni nella gastronomia di sistema. Attualmente, stiamo formando 19 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 per i collaboratori:
mcdonalds.ch/engagement

Il nostro impatto nel 2020

46%
di donne in posizione
quadro nei ristoranti

10.7 anni
lavorano da noi in media i
collaboratori in posizioni
quadro

1 su 4
nel management dei
ristoranti proviene dalle
nostre fila

42%
dei licenziatari e delle
licenziatarie ha iniziato la
carriera nel ristorante

19
apprendisti sono in
formazione da noi nel
ramo della gastronomia
di sistema

85%
dei collaboratori della
crew è fiero di lavorare
da noi



I nostri obiettivi entro il 2025

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

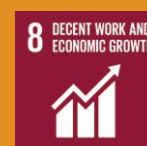
Portare la percentuale di
donne nel management
della sede centrale
dal 42% al 50% e nei
ristoranti dal 46% al 50%

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

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

Mantenere o aumentare
ulteriormente la percentu-
ale di soddisfazione
e inclusione secondo
inchieste esterne dei
collaboratori

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. Per esempio, sosteniamo sei Case per i genitori della Fondazione per i Bambini Ronald McDonald e oltre 170 giovani 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

Il bambino è in ospedale, il domicilio è lontano? E adesso? Per oltre un quarto di secolo, la Fondazione per i Bambini Ronald McDonald è stata in grado di offrire un valido supporto a questi problemi grazie all'aiuto dei nostri ristoranti, licenziatari, fornitori 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 con i piccoli pazienti. È qui che le sei Case per i genitori a 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 lontano da casa:

possono stare insieme, cucinare, lavarsi e rilassarsi, proprio come fossero a casa loro, pur rimanendo vicini ai loro bambini malati.



«Essere vicini alle famiglie quando ne hanno particolarmente bisogno. Questa è la nostra missione alle Case Ronald McDonald, ed è grazie al sostegno di McDonald's e dei suoi partner se possiamo creare questa vicinanza».

Gabi Weishaupt,
Direttrice della
Casa di San Gallo

E questa missione è necessaria: negli ultimi 27 anni, 20'450 famiglie hanno potuto trascorrere circa 167'000 notti nelle Case per i genitori. Per questo, nel 2020 sono confluiti nelle case della Fondazione per i Bambini Ronald McDonald 1,7 milioni di franchi svizzeri provenienti da McDonald's Svizzera, dai suoi licenziatari e fornitori, nonché dai numerosi, piccoli e grandi donatori. Ogni franco speso nei ristoranti sostiene la missione attraverso una quota delle entrate versata dai partner.

Una preziosa parte delle donazioni proviene anche direttamente dai nostri ospiti, che lasciano gli spiccioli di resto nei salvadanai per le donazioni. Dal 2020, gli ospiti possono donare anche in forma elettronica presso le postazioni per le ordinazioni nei nostri ristoranti. Come ristorante familiare, questo impegno sociale ci sta particolarmente a cuore e siamo grati quando possiamo aiutare.



«I giovani atleti e le loro famiglie hanno bisogno di energia e perseveranza per raggiungere la vetta. Con McDonald's quale padrino al loro fianco, ricevono un sostegno prezioso – finanziario ed emotivo».

Dominique Gisin,
Delegata della Fondazione
Aiuto Sport Svizzero

Sostegno per i talenti sportivi e le loro famiglie

Come ristorante familiare, per noi anche il sostegno locale è molto importante. Ecco perché, insieme ai nostri licenziatari, siamo attivamente coinvolti nel sostenere i talenti emergenti della regione. Dal 2015 siamo GoldPartner dell'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. Nel 2020 i nostri ristoranti hanno sostenuto 175 giovani sportivi della regione, permettendo ad ogni ristorante di accompagnarli sia finanziariamente sia economicamente.

Il 2020 è stato un anno molto impegnativo anche per i giovani atleti. Abbiamo quindi aumentato il contributo di sponsorizzazione diretta in collaborazione con Aiuto Sport Svizzero da 2'000 a 2'200 franchi. Dall'inizio del programma nel 2015, abbiamo assunto più di 953 partenariati annuali e concesso sovvenzioni per un totale di 2,5 milioni di franchi.

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

Il nostro impatto nel 2020

10'184

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

29.7 Mio.

di franchi di donazioni raccolte per la Fondazione per i Bambini dalla sua fondazione nel 1992



Nuovo

piccole donazioni anche alle postazioni per le ordinazioni

953

patrocini a favore dei giovani atleti dal 2015

2.5 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, licenziatari, fornitori e ospiti in modo che 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 patrocino di Aiuto Sport Svizzero

Il nostro contributo all'SSDGs



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