

MCDONALD'S C'È SEMPRE PIÙ ITALIA SUI NOSTRI VASSOI

Giorgia Favaro, amministratrice delegata della catena di fast food
“Per migliaia di giovani siamo la porta d'ingresso al mondo del lavoro”

“Supportare le fasce più deboli per noi si traduce in un focus sull'accessibilità di prezzo”

di SERENA GASPARONI



Per McDonald's Italia la sostenibilità passa sempre più attraverso un legame a doppio filo con il territorio. In che modo?

«Come grande azienda siamo consapevoli di avere un'importante responsabilità nei confronti dell'ambiente e dei territori in cui operiamo con i nostri oltre 700 ristoranti. Per questo, da diversi anni abbiamo avviato un percorso verso l'economia circolare e la sostenibilità, “dal campo al vassoio”, che abbraccia tutta la catena del valore: dai fornitori locali ad una logistica più sostenibile, dai ristoranti a basso impatto energetico alla circolarità dei nostri packaging, dall'educazione dei consumatori al corretto riciclo fino al contrasto all'abbandono dei rifiuti nell'ambiente».

Parliamo di sostenibilità sociale. Quali sono le misure più rilevanti realizzate in questo senso e quelle che intendete mettere a terra?

«Il nostro è un modello basato sulla valorizzazione delle persone e dei territori. In Italia McDonald's crea ogni anno migliaia di opportunità lavorative e impiega 35 mila persone: offriamo un posto stabile, inclusivo, senza barriere all'ingresso. Per tanti giovani, infatti, rappresentiamo una porta di accesso al mondo del lavoro. Inoltre, attiviamo collaborazioni

a beneficio delle comunità. Tra queste, rientra l'iniziativa “Non sei sola, lasciati aiutare”, in risposta al fenomeno della violenza contro le donne, grazie alla partnership con l'associazione Differenza Donna. Nei bagni dei nostri ristoranti sono affissi adesivi con il Numero Nazionale Antiviolenza e Stalking 1522, promosso dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per le Pari Opportunità».

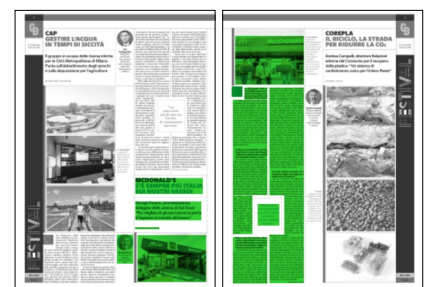
Filiera corta dei fornitori, eliminazione della plastica monouso e raccolta differenziata. Su quali fattori siete impegnati per migliorare ulteriormente questi risultati?

«Si tratta di un percorso a tappe in tutti gli ambiti. Nell'ambito della valorizzazione della filiera agroalimentare italiana, stiamo lavorando anche al supporto di alcune eccellenze italiane in difficoltà, come l'accordo con il Consorzio del Pomodoro Pachino IGP e quello di quest'anno con il Consorzio della Pera dell'Emilia-Romagna IGP. Negli ultimi 16 anni, abbiamo portato nei nostri menu, 21 prodotti DOP IGP in 45 ricette, per circa 7 mila tonnellate acquistate. Dal 2019 abbiamo avviato una graduale eliminazione della plastica. Oggi, in Italia, oltre il 90% del nostro packaging è realizzato in carta, certificata e riciclabile e puntiamo, entro il 2025, a riciclare il 100% degli imballaggi. La corretta gestione dei rifiuti è parte integrante del percorso. Per questo abbiamo introdotto nuovi contenitori per la raccolta differenziata nei nostri ristoranti e formato le nostre 35 mila persone alle corrette prati-

che di riciclo. Inoltre, lo scorso anno, abbiamo lanciato, in collaborazione con Altroconsumo, una campagna educational per coinvolgere attivamente i nostri clienti nella corretta raccolta differenziata. Siamo anche attivi nel contrastare il fenomeno dell'abbandono dei rifiuti nelle strade, nei parchi, sulle spiagge, attraverso “Le Giornate insieme a te per l'Ambiente”, progetto alla quarta edizione, in collaborazione con Assoambiente e Utilitalia. Nel corso di questi anni abbiamo organizzato 350 iniziative di raccolta rifiuti che hanno coinvolto 15mila persone».

Su quale aspetto secondo voi è necessario agire con urgenza, a livello macro di settore?

«In un contesto di difficoltà economica pensiamo sia necessario uno sforzo duplice da parte delle aziende: da una parte dare continuità al business e al contempo fornire una risposta concreta per supportare le fasce più deboli della popolazione. Per noi questo si traduce in un forte focus sull'accessibilità di prezzo. È un valore che da sempre contraddistingue la nostra offerta e su cui stiamo lavorando per continuare a garantire ai nostri clienti, specialmente alle



famiglie, un pasto di qualità a un prezzo accessibile.

Oltre a questo, siamo molto orgogliosi di dare il nostro contributo per contrastare la povertà alimentare attraverso la collaborazione che ci lega da anni a Banco Alimentare e Comunità Sant'Egidio. Insieme con la Fondazione Ronald McDonald, nel 2020 abbiamo inaugurato il progetto "Sempre aperti a donare" che prevede la donazione di pasti caldi a persone in difficoltà. Solo nelle ultime edizioni abbiamo distribuito oltre 527mila pasti, un piccolo ma significativo gesto che per tante persone rappresenta anche un momento di conforto e di convivialità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Giorgia Favaro
 Amministratrice delegata di McDonald's Italia

