



Cresce l'impatto socioeconomico di McDonald's in Italia: nel 2022 l'azienda ha generato un valore condiviso di oltre 1,9 miliardi di euro per il sistema Paese

**Per ogni euro fatturato, McDonald's produce 3,3 euro di valore condiviso
42.000 i posti di lavoro creati nella filiera lunga, pari al 4,3% dell'occupazione totale nel
comparto dell'ospitalità**

Presentato ieri a Roma il Report "Condividere Valore", a cura di Althesys, che misura le ricadute delle attività di McDonald's 2022-2023, tra ristoranti, filiera e servizi, sul sistema economico, sociale e territoriale italiano

Roma, 22 novembre 2023 – **McDonald's continua a investire sul tessuto produttivo italiano e, nonostante lo sfidante scenario economico, cresce il valore che l'azienda restituisce alla comunità, producendo e distribuendo ricchezza, benessere e occupazione. Nel 2022, infatti, le attività dell'azienda hanno generato 1,939 miliardi di euro di valore condiviso (pari allo 0,1% del PIL), di cui 623 milioni di euro di contribuzione fiscale.**

È quanto emerge dall'ultima **analisi condotta dall'Istituto Althesys "Condividere Valore"** che registra una **crescita del 35%** rispetto al valore condiviso calcolato nel 2019.

Il concetto di valore condiviso esprime la capacità dell'impresa di unire obiettivi aziendali con quelli dell'intero sistema socioeconomico, creando valore e benessere per la collettività. L'analisi si basa sui dati economici dell'impresa analizzata: dall'approvvigionamento di materie prime, prodotti finiti e servizi, alla logistica, fino alla vendita ai consumatori finali nei ristoranti. Da questo si procede a calcolare il valore creato dall'intera filiera, suddiviso tra ricadute dirette, indirette e indotte per ciascuna fase.

Sulla base dell'analisi di Althesys, quindi, **per ogni euro di fatturato generato in Italia, McDonald's redistribuisce 3,3 euro divisi fra famiglie, Stato e altre imprese.** Un contributo importante al sistema-Italia, testimoniato anche dal progressivo incremento della spesa verso i fornitori locali: **nel 2022, gli acquisti da imprese italiane corrispondono a 960 milioni di euro**, di cui quelli per agroalimentare, packaging e logistica hanno raggiunto i 436 milioni.

Il Report di impatto socioeconomico di McDonald's Italia 2022-2023 è stata presentato a Roma, in occasione dell'evento **"McDonald's crea valore per l'Italia"**, alla presenza di **Luca De Carlo**, Presidente della Commissione Industria, commercio, turismo, agricoltura e produzione agroalimentare presso il Senato della Repubblica; con gli interventi di **Dario Baroni**, Amministratore Delegato McDonald's Italia, **Alessandro Marangoni**, CEO di Althesys Strategic Consultants, e le testimonianze di alcuni partner che hanno contribuito a sviluppare progetti di valore per il territorio: **Mauro Rosati**, Direttore Generale Fondazione Qualivita;



Elisa Ercoli, Presidente di Differenza Donna; **Giovanni Bruno**, Presidente Fondazione Banco Alimentare; **Filippo Brandolini**, Presidente Utilitalia.

McDonald's, presente in Italia da 37 anni, **conta oggi 680 ristoranti, 32.000 dipendenti e 150 licenziatari**. L'azienda ha aumentato i nuovi assunti del 29% rispetto ai livelli pre-pandemia del 2019, con una **netta prevalenza di giovani under 30 (83% dei nuovi assunti nel 2022) e di donne (62%)**. Il contributo di McDonald's all'economia italiana si traduce, infatti, anche in un significativo sostegno all'occupazione: **nel 2022, l'azienda ha generato lavoro per 42.601 persone lungo tutta la filiera**, un dato che rappresenta circa lo 0,2% degli occupati in Italia e il 4,3% dell'occupazione totale nel comparto dell'ospitalità.

“L'analisi di Althesys evidenzia come il nostro sostegno al sistema Paese sia non solo costante, nel tempo, ma anche in continua crescita, anno dopo anno. Nonostante lo sfidante scenario economico e geopolitico abbiamo continuato a supportare in modo significativo la filiera agroalimentare locale con un investimento di circa 370 milioni di euro in prodotti italiani e 140mila tonnellate di prodotti acquistati da fornitori per l'85% italiani. E con ricadute positive anche dal punto di vista occupazionale aumentando del 29% i nuovi assunti rispetto ai livelli pre-pandemia del 2019 grazie ai nuovi ristoranti aperti su tutto il territorio nazionale”, ha commentato **Dario Baroni, Amministrato Delegato McDonald's Italia**.

“Il valore condiviso creato da McDonald's in Italia non è solo un contributo importante alla crescita economica del Paese, ma porta anche benefici ambientali e sociali, con un'attenzione ai territori in cui opera. I dati fotografano un modello di impresa che ha visto crescere il valore condiviso del 35% dal 2019 ad oggi, facendo leva sulle peculiarità italiane di un'impresa globale. Tutta la filiera e gli stakeholder ne beneficiano, dallo Stato (che riceve un consistente gettito fiscale) ai lavoratori, con un'occupazione in costante crescita, fino ai consumatori e alle comunità locali, grazie a una molteplicità di iniziative per l'ambiente e il benessere dei cittadini”, ha dichiarato **Alessandro Marangoni, CEO di Althesys**.

Dare un contributo all'Italia si traduce anche in un impegno concreto e di lungo termine verso il **sistema agroalimentare italiano** attraverso una **rete di fornitori composta per l'85% da aziende italiane** e collaborazioni, grazie al supporto di **Fondazione Qualivita**, con **Consorzi di Tutela per l'utilizzo di prodotti DOP e IGP** nel menu McDonald's.

Anche la **sostenibilità ambientale** ha un ruolo fondamentale per l'azienda. Un esempio di successo è il programma per **l'eliminazione della plastica monouso dal packaging**, in favore della carta riciclabile e certificata che ha consentito un **risparmio di 1.120 tonnellate di plastica** ogni anno. Ad oggi, **oltre il 95% degli imballaggi è in carta certificata e riciclabile**. L'impegno di McDonald's a favore dell'ambiente si riverbera anche sulle infrastrutture del territorio, sul risparmio energetico e sulla mobilità sostenibile: basti pensare che il **100% delle nuove aperture è certificata CasaClima** e che, **entro il 2025, saranno 400 i punti di ricarica per veicoli elettrici in 200 ristoranti**.



Essere presenti sul territorio e fare parte di una comunità, significa anche ascoltarne i bisogni e agire di conseguenza, attraverso iniziative nazionali e locali **sviluppate dalla rete dei ristoranti e dai licenziatari**, in collaborazione con istituzioni, enti o associazioni del terzo settore. Per citare un esempio: dal 2020 è attivo il progetto **“Sempre aperti a donare”**, in collaborazione con **Fondazione per l’Infanzia Ronald McDonald, Banco Alimentare e Comunità di Sant’Egidio**, che ha consentito in tre anni di distribuire **mezzo milione di pasti alle persone più fragili** su tutto il territorio. Un’altra iniziativa, lanciata nel 2022 e che continuerà a svilupparsi anche il prossimo anno, è **“Non sei sola, lasciati aiutare”** per supportare la lotta alla violenza di genere, dando visibilità nei ristoranti McDonald’s al **numero nazionale 1522 anti violenza e stalking**, in collaborazione con **l’Associazione Differenza Donna** che lo gestisce.

Per maggiori informazioni sull’impegno di McDonald’s: <https://www.mcdonalds.it/il-nostro-impegno>

McDonald’s Italia

In Italia da 37 anni, McDonald’s conta oggi oltre 680 ristoranti in tutto il Paese per un totale di 32.000 persone impiegate che servono ogni giorno 1.2 milioni di clienti. I ristoranti McDonald’s italiani sono gestiti per il 90% secondo la formula del franchising grazie a 150 imprenditori locali che testimoniano il radicamento del marchio al territorio. Anche nella scelta dei fornitori McDonald’s conferma la volontà di essere un marchio “locale”, con l’85% di fornitori che è rappresentato da aziende italiane o aziende che producono in Italia. Nel mondo McDonald’s è presente in oltre 100 Paesi con più di 38.000 ristoranti.

Althesys Strategic Consultants

Althesys è una società professionale indipendente specializzata nello sviluppo di conoscenza e nella consulenza strategica. Opera con competenze di eccellenza nei settori chiave di ambiente, energia e utility, nei quali assiste primarie imprese e istituzioni. Ha avviato lo Shared Value Institute, think tank dedicato ai temi del valore condiviso e parte dello Shared Value Global Network.

Omnicom Public Relations Group – Ufficio stampa McDonald’s Italia

Anna Del Piccolo: anna.delpiccolo@omnicomprgroup.com - 335 8470267

Donatella De Sabato: donatella.desabato@omnicomprgroup.com - 320 7620230

Erika Demartis: erika.demartis@omnicomprgroup.com – 329 6871926

Desiree Dispenzieri: desiree.dispenzieri@omnicomprgroup.com

Flavia Perricone: flavia.perricone@omnicomprgroup.com