

EFFETTO McDONALD'S



**Report di impatto socio-economico
delle nuove aperture McDonald's Italia 2024**



EFFETTO McDONALD'S

**Report di impatto socio-economico
delle nuove aperture McDonald's Italia 2024**

**Studio sul valore
condiviso a cura di**

Althesys
*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.*

Testi a cura di

Nicola Scevola

Fotografie

Maurizio Gjivovich
Orlando Salmeri

Illustrazioni

Stefano Marra

Progetto grafico

Brand Angel Consulting & A+C

Stampa

Arti Grafiche Meroni
Lissone (MB)

Le foto sono state scattate nei ristoranti
McDonald's di Assago (MI), Casale Monferrato (AL),
Crescentino (VC), Landriano (PV)

© McDonald's 2025

Materiale ad uso esclusivo del Sistema McDonald's.
Ne è vietata la copia, la riproduzione, distribuzione e diffusio-
ne da parte di chiunque se non espressamente autorizzato da
McDonald's Italia S.r.l.



Stampa realizzata con inchiostri ecologici in assenza
di alcool isopropilico con lastre CTP senza sviluppo
chimico.

Indice

06

**Un legame di valore:
il nostro impegno
per l'Italia**
Giorgia Favaro

24

**Creare valore
per l'Italia**
a cura di Althesys

10

**McDonald's
in Italia oggi**

42

**Un modello
di crescita
responsabile**
a cura di Althesys

14

**Lo sviluppo
e la crescita
in Italia**

52

**Una rete che
si prende cura
delle comunità**



Certi numeri raccontano delle storie. Storie di persone, di comunità, di un'azienda che cresce insieme al Paese che la ospita.

Nel 2024, abbiamo aperto ben 51 nuovi ristoranti, un segnale tangibile del nostro impegno verso l'Italia.

Dietro ogni apertura, c'è un mondo di opportunità che si schiude: nuovi posti di lavoro, partnership con fornitori locali, un gettito di contributi fiscali, un indotto che si riversa sull'economia del territorio.

Questo rapporto è frutto di un'analisi approfondita e svela l'impatto positivo che i nuovi ristoranti McDonald's hanno generato sul Sistema-Paese. Non si tratta solo di cifre, ma di un mosaico di storie che si intrecciano: giovani che muovono i primi passi nel mondo del lavoro, persone che costruiscono il proprio percorso professionale, imprese italiane che nascono e crescono, contribuendo allo sviluppo economico del territorio.

Non c'è quindi da sorprendersi che McDonald's sia diventata uno dei player più importanti nel settore della ristorazione: ciascun ristorante rappresenta il tassello di un progetto più ampio, quello di costruire un futuro di crescita in Italia. Un futuro fatto di opportunità, di sviluppo sostenibile, di un legame sempre più forte con il territorio e le comunità con cui lavoriamo.

Tutti fattori che, come sottolineato in questo rapporto, creano un'alleanza stretta con il Paese, contribuendo a dare agli Archi Dorati un accento sempre più marcatamente italiano.

Un legame di valore: il nostro impegno per l'Italia



Il ristorante McDonald's è luogo di accoglienza, incontri e momenti trascorsi con famiglia e amici. Al suo valore sociale, si unisce quello di motore per l'economia, il mercato del lavoro e il territorio in cui si trova. Ogni ristorante è un piccolo nucleo di organizzazione e produttività che, insieme agli oltre 760 presenti in Italia, forma un sistema integrato. Questo sistema raccoglie ingredienti, in gran parte italiani, per trasformarli in pasti gustosi a prezzi accessibili a tutti.

Dal 2020, abbiamo inaugurato un numero crescente di ristoranti in Italia, con 51 aperture solo nel 2024 e l'obiettivo di superare i 900 entro il 2027. La nostra collaborazione con l'Italia è basata su un modello ambizioso di imprenditorialità e crescita, sia attraverso i locali gestiti direttamente sia quelli in franchising che rappresentano oltre il 90% del totale.

Ogni anno, investiamo oltre 400 milioni di euro in prodotti agroalimentari da fornitori italiani.

McDonald's è molto presente sul territorio: promuoviamo comportamenti responsabili verso l'ambiente, creiamo opportunità di lavoro e di sviluppo. Siamo una presenza diffusa e viva all'interno di tutte le comunità, da nord a sud: non apriamo solo nei grandi centri urbani ma anche nelle piccole realtà di provincia. E quando arriviamo con i nostri Archi Dorati, diamo un forte impulso all'economia del territorio e nuove occasioni alle persone.

Per misurare meglio l'*effetto McDonald's*, abbiamo chiesto ad Althesys di analizzare i benefici concreti derivanti dall'apertura di nuovi ristoranti. I risultati mostrano che, considerando solo le nuove aperture del 2024, i nostri locali genereranno un valore condiviso – ovvero la capacità di distribuire ricchezza, benessere e occupazione – di 165 milioni di euro ogni anno, circa l'1% della crescita attesa per l'Italia nel 2025. Parliamo di 51 ristoranti aperti in 15 regioni diverse, con un investimento di sistema complessivo di oltre 235 milioni di euro.

Le nuove aperture creeranno quasi 3.000 posti di lavoro, distribuiranno 57 milioni lungo la filiera dei fornitori e 48,2 milioni in salari e contributi. Senza contare la fornitura di un'ampia gamma di servizi per il territorio, fra cui spazi verdi e aree gioco, iniziative di contrasto al littering, e colonnine per la ricarica di auto elettriche. E le iniziative per le comunità locali, come le donazioni di pasti ai bisognosi, le iniziative a contrasto della violenza di genere.

In sintesi, i nostri ristoranti sono profondamente legati al territorio, su cui hanno un impatto significativo. Perché, se è vero che McDonald's è un'icona globale, è altrettanto vero che lo sforzo per radicarci dove operiamo ci definisce quanto il gusto del Big Mac o delle nostre patatine. Al punto che, a queste latitudini, il nostro motto "*I'm lovin'it*", si declina in "*I'm lovin'it Italy*".

Giorgia Favaro

Amministratrice Delegata McDonald's Italia

La metodologia

La stima del valore condiviso è realizzata con una metodologia sviluppata da Althesys. I dati di bilancio relativi ai ristoranti aperti nel 2024, forniti direttamente da McDonald's Italia (inclusi acquisti e vendite), insieme ai dati contabili delle diverse attività della filiera, costituiscono la base per la stima del Valore Condiviso. I costi sostenuti dai ristoranti McDonald's, infatti, rappresentano i ricavi per le imprese a monte della filiera.

A partire dai ricavi delle varie controparti di McDonald's, sono state stimate diverse grandezze economiche – valore aggiunto, costo del personale, gettito fiscale, ecc. – con coefficienti elaborati sui dati di bilancio 2023 dei fornitori o, in assenza di questi, delle prime 100 aziende per ciascuna classe merceologica. Il fatturato delle nuove aperture e le altre grandezze economiche sono stati stimati sulla base dei ricavi medi mensili del 2024, che risultano leggermente inferiori rispetto a quelli di un ristorante standard McDonald's. Sebbene questa riduzione possa essere in parte legata alla fase iniziale di avviamento delle attività, si è adottata una stima prudenziale mantenendo tale valore come riferimento.

Per ogni fase della value chain sono state calcolate le ricadute indotte, suddivise in due categorie: i consumi dei dipendenti delle imprese e le ricadute della spesa pubblica (investimenti, stipendi e pensioni), generate dalle imposte dirette (Irap, Ires e contributi) e indirette (pro quota) delle aziende coinvolte lungo l'intera filiera. Partendo dal costo del personale stimato in ogni fase e applicando il cuneo fiscale (fonte OECD, 2024), si è determinato il salario netto, utilizzato per stimare gli effetti indotti sui consumi attraverso la propensione al consumo (dati Istat). Dall'analisi delle imposte è stata inoltre valutata la composizione della spesa pubblica per il 2024. Gli effetti degli investimenti sono stati stimati mediante un moltiplicatore che misura le ricadute sull'economia (fonte Banca d'Italia).

I dati sui profili aziendali e sulle iniziative territoriali sono stati forniti da McDonald's Italia.

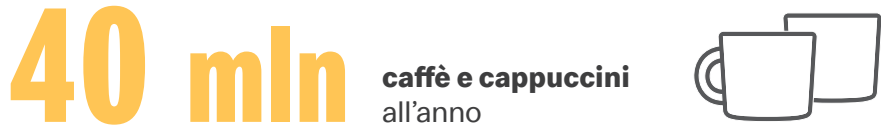
Alcuni indicatori del presente documento, laddove non fossero disponibili da rilevazioni dirette, sono stati stimati utilizzando i valori medi nei ristoranti McDonald's registrati in precedenti analisi.



McDonald's in Italia oggi*



* Dati aggiornati a marzo 2025.





51

nuove aperture
nel 2024

235 mln €

di investimento di sistema
per le nuove aperture
e gli ammodernamenti del 2024



472

locali
con spazi e giochi
per i bambini

di cui

44

generati nelle nuove
aperture 2024



172.076 mq

aree verdi
e spazi
aperti

di cui

28.120

generati nelle nuove
aperture 2024



Lo sviluppo e la crescita in Italia



McDonald's e l'arena competitiva

La storia di McDonald's in Italia comincia nel 1986 e si sviluppa in un percorso di imprenditorialità che coinvolge decine di manager e imprenditori locali, grazie sia ai ristoranti gestiti direttamente, sia a quelli in franchising. Nel tempo, gli Archi Dorati sono diventati un punto di riferimento lungo l'intera penisola, con una crescita costante che oggi supera i 760 ristoranti.

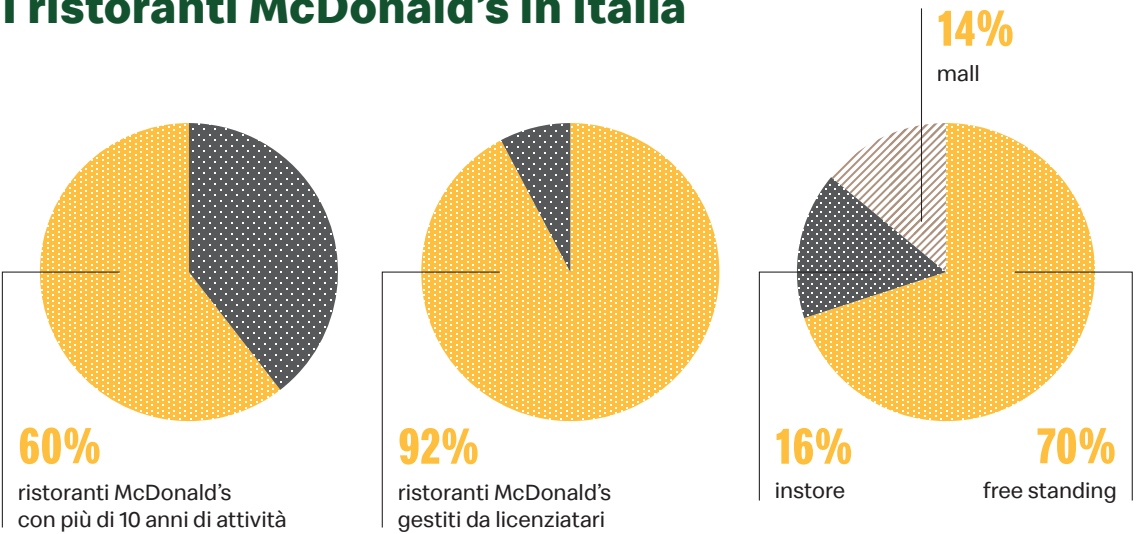
Arrivare fino a qui ha richiesto uno sviluppo progressivo. Il nostro settore di riferimento è quello dell'HoReCa, che comprende tutti i locali dove si somministrano e consumano cibo e bevande. Un ramo solitamente caratterizzato da un alto turn over (-1,2% delle aziende nel 2023, secondo Fipe) nel quale il nostro marchio offre, al contrario, un'op-

portunità di investimento stabile e redditizio: oltre il 90% dei nostri ristoranti è gestito da 163 licenziatari che operano in piena autonomia, con una media di quattro store ciascuno, avvalendosi del nostro supporto e rispettando gli standard di qualità richiesti.

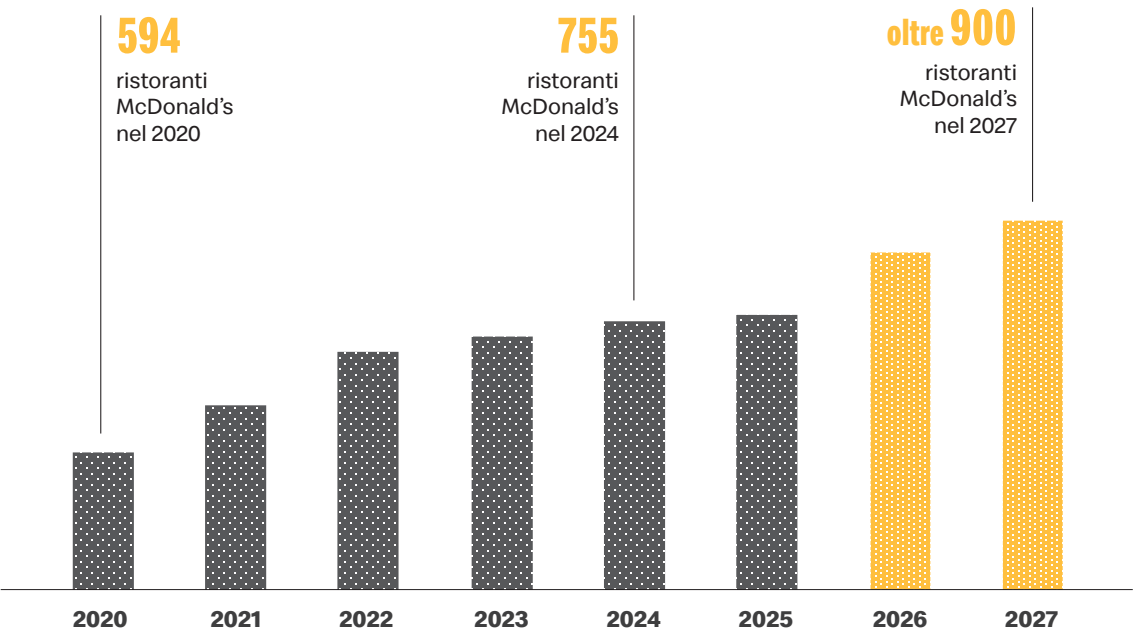
Stando ai numeri, il 76% di questi imprenditori gestisce un ristorante McDonald's da almeno 5 anni, il 60% da 10, il 20% da 25 e ci sono addirittura 13 locali aperti fin dagli anni Ottanta. Dal 2020 ci siamo impegnati a rispettare un programma serrato che ha incrementato i ristoranti da 594 a 755 in quattro anni e prevede un numero crescente di aperture ogni anno, con ben 51 nel 2024 e l'obiettivo di superare i 900 entro il 2027.



I ristoranti McDonald's in Italia



La crescita in Italia



L'impulso all'imprenditorialità

Le persone sono il motore di ogni ristorante, e noi di McDonald's ci impegniamo a creare un ambiente di lavoro positivo, stimolante e inclusivo, dove ogni membro della squadra possa trovare le condizioni migliori per crescere professionalmente, inclusi gli imprenditori che decidono di investire nell'apertura di un locale.

La nostra sede Corporate offre a ciascun licenziatario supporto sia sul piano operativo, sia su quello strategico. Nel primo caso, assicurando soluzioni efficienti e ben consolidate per la ricerca, costruzione e manutenzione degli edifici, per la selezione e la gestione dei fornitori e per la pianificazione delle campagne di comunicazione. Supportiamo anche i franchisee nell'acquisto di ingredienti e materie prime per garantire prodotti buoni, sicuri e sempre più italiani. E ci assicuriamo di erogare la giusta formazione, a tutti i livelli, per garantire agli ospiti di gustare il loro menù preferito col sorriso e

avere la migliore delle esperienze possibili. Dal punto di vista strategico, invece, suggeriamo approcci tagliati su misura in base alle esigenze dei singoli licenziatari, con un occhio di riguardo alle persone, alla sostenibilità ambientale e alla comunità territoriale. I nuovi affiliati entrano a far parte di una rete formata da altri franchisee e di un programma di mentoring, sviluppato proprio per agevolare l'ingresso nel sistema.

Un accompagnamento che, pur lasciando pienamente intatta l'autonomia imprenditoriale, è pensato per fornire ai licenziatari gli strumenti per accrescere il proprio investimento in modo sereno e duraturo. Oltre ad essere un pilastro aziendale, il sistema del franchising rappresenta anche un punto di partenza per valorizzare l'imprenditoria femminile attraverso progetti come "Women in franchising", che mette a disposizione programmi di formazione, networking e mentorship.



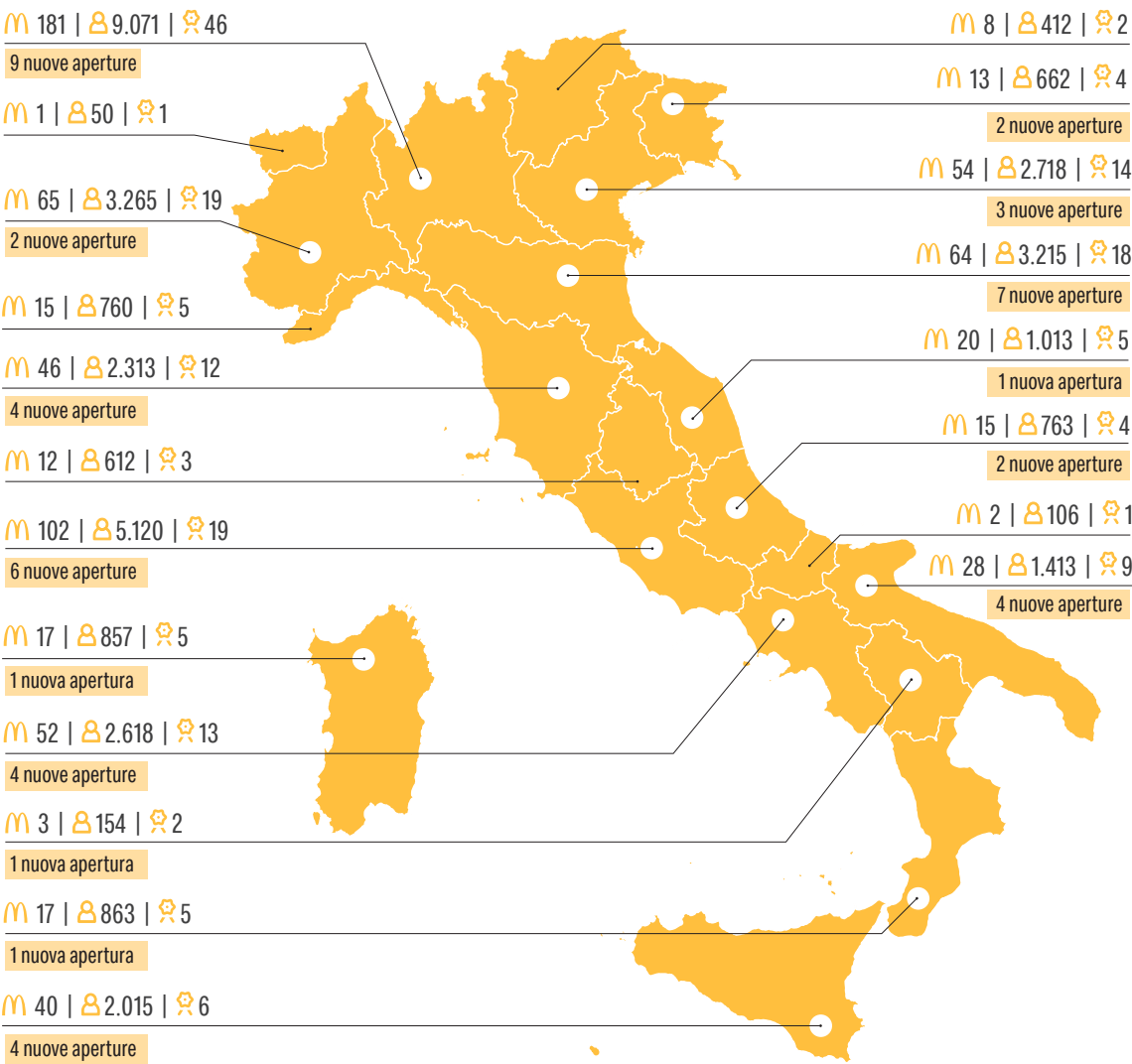
I ristoranti McDonald's

I nuovi ristoranti McDonald's sono di tre tipi diversi: Free Standing, le cosiddette casette, ovvero edifici indipendenti con interni ed esterni progettati da noi. Uno su quattro è aperto 24 ore su 24, per un totale di 146 locali distribuiti lungo l'intera penisola. Oltre a fornire un servizio utile, perché il gusto non dorme mai, queste strutture sono pensate per essere "fari nella notte" che contribuiscono a migliorare la percezione di sicurezza e controllo del territorio.

I mall, che sono collocati all'interno di centri commerciali e gli instore, situati all'interno di altri edifici non necessariamente commerciali. Tutti i locali garantiscono servizi che facilitano la vita: quello che permette di evitare la coda, ordinando velocemente attraverso il chiosco digitale o l'App McDonald's per essere serviti al tavolo, o gustare un buon espresso, come nel più classico dei bar all'italiana. Ma anche di chiamare a distanza e vedersi consegnare il menù comodamente a casa o scegliere l'asporto per avere il nostro gusto sempre a portata di mano, ovunque

si vuole. Ci sono i servizi dedicati alle famiglie, come gli spazi giochi, per la cura dei bebè e per l'organizzazione di compleanni e feste a tema per bambini. E poi c'è quello che resta il nostro ingrediente fondamentale: l'accoglienza calorosa, che garantisce a ciascun ristorante di essere un punto di ritrovo e una piacevole destinazione per chiunque. Complessivamente, i ristoranti McDonald's esistenti oggi in Italia offrono oltre 141mila posti a sedere, che possono essere usati dai nostri clienti per mangiare così come per leggere, studiare o lavorare grazie alla presenza di prese elettriche e accesso ad internet libero e illimitato. Sono facili da raggiungere, perché ben collegati con i mezzi pubblici o grazie a comodi parcheggi messi a disposizione gratuitamente, per un totale di 2.865 posti auto. Offrono oltre 172mila metri quadrati di aree verdi e spazi all'aperto, pensati per facilitare l'aggregazione. E giochi per bambini all'interno o all'esterno, con scivoli e reti dove i più piccoli possono divertirsi in sicurezza, perché l'accoglienza alle famiglie è parte del cuore della nostra offerta.

McDonald's ristoranti, dipendenti e licenziatari per regione



LEGENDA | Ristoranti | Dipendenti | Licenziatari*

* il totale è superiore a 163 perché alcuni licenziatari operano in più regioni

Le aperture del 2024

Nel 2024 McDonald's ha inaugurato ben 51 nuovi ristoranti, con un investimento di sistema complessivo di 235 milioni di euro. La stragrande maggioranza dei quali (84%) sono casette indipendenti che offrono giochi per bambini e spazi per eventi, aree verdi, parcheggi ad accesso libero, colonnine di ricarica per veicoli elettrici e spazi esterni di aggregazione. I nuovi ristoranti sono sorti un po' in tutta Italia, con 23 locali lanciati al Nord, 11 al Centro e 17 al Sud e

nelle isole, e picchi in Lombardia (9 ristoranti), Emilia-Romagna (7) e Lazio (6). Le inaugurazioni hanno aggiunto alla nostra già ben nutrita offerta oltre 11mila posti a sedere, 28mila metri quadri di verde e spazi aperti, 44 locali con spazi e giochi per bambini e famiglie, 418 posti auto e oltre 12 punti di ricarica per veicoli elettrici. I lanci sono avvenuti fra aprile e dicembre, con la maggior parte concentrata negli ultimi due mesi dell'anno.



Creare valore per l'Italia

a cura di

ALTHESYS
Strategic Consultants



La creazione del valore condiviso

Oltre a fornire buon cibo alla portata di tutti, i ristoranti McDonald's portano benefici concreti alle comunità e ai territori dove sorgono. L'aperura di un singolo locale dagli Archi Dorati – gestito direttamente o attraverso i nostri licenziatari – contribuisce al progresso del sistema-Italia generando valore condiviso, un concetto che somma le ricadute po-

sitive dirette, indirette e indotte create dai ristoranti McDonald's a favore della crescita economica, occupazionale e sociale del Paese. Per testimoniare il peso specifico di questo contributo, abbiamo commissionato uno studio alla società di consulenza Althesys che analizza i dati relativi all'impatto dei ristoranti aperti nel 2024.

Cos'è il valore condiviso

La stima del valore condiviso è stata condotta secondo una specifica metodologia proprietaria di Althesys che si basa sui dati economici forniti da McDonald's: dall'approvvigionamento di materie prime, prodotti finiti e servizi, alla logistica, fino alla vendita ai consumatori finali. Da questo si procede a calcolare il valore creato dall'intera filiera, suddiviso tra ricadute dirette, indirette e indotte per ciascuna fase.

Per ricadute dirette s'intende la ricchezza, espressa attraverso il valore aggiunto generato direttamente dalle attività industriali e commerciali dell'impresa analizzata. Le ricadute indirette misurano il valore

aggiunto dei segmenti a monte e a valle della produzione. Le ricadute indotte considerano i maggiori consumi generati grazie alla ricchezza prodotta direttamente e indirettamente nelle diverse fasi della filiera, stimata nei due punti precedenti. Il valore aggiunto misura l'aumento del valore di beni e servizi acquistati da soggetti terzi a seguito dei processi di trasformazione e vendita, includendo il contributo fiscale delle imprese e le ricadute occupazionali. L'approccio è analogo a quello utilizzato negli studi precedenti sul valore condiviso generato da McDonald's, così da garantire omogeneità metodologica e comparabilità delle diverse valutazioni.



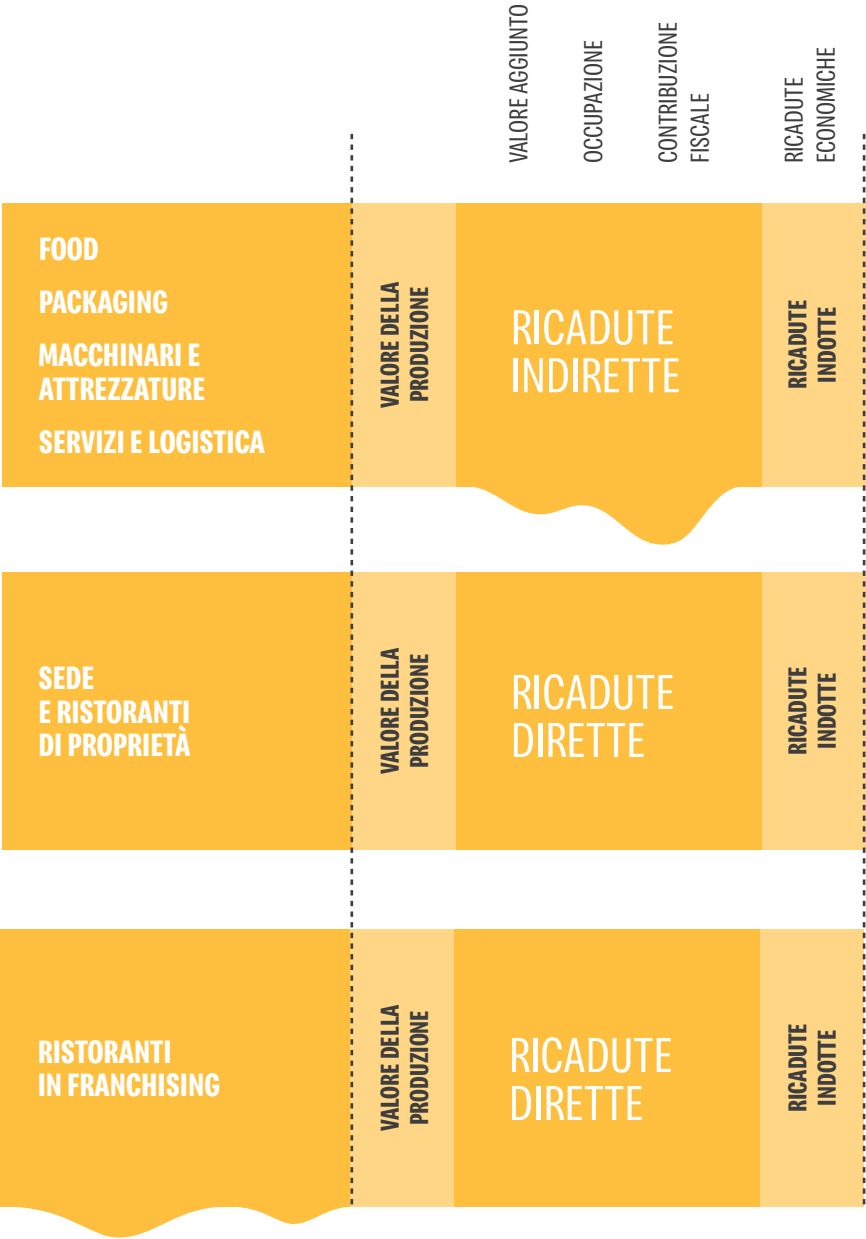
Fornitori



McDonald's



Ristoranti in franchising





La filiera degli archi dorati

Per calcolare il valore condiviso generato dalle aperture di nuovi ristoranti, occorre analizzare la catena del valore, che si articola in tre categorie principali: i ristoranti di proprietà di McDonald's e le attività corporate gestite dall'azienda, i ristoranti in franchising e i fornitori (di food & packaging, macchinari, strutture, utility, servizi e logistica). L'insieme di queste attività produce impatti sia a monte che a valle della catena stessa.

Per valorizzare i produttori nazionali e garantire tracciabilità e qualità degli ingredienti utilizzati, McDo-

nald's ha sviluppato importanti collaborazioni con aziende italiane, al punto che gli acquisti effettuati dai nostri ristoranti presso fornitori nazionali ammontano a oltre 400 milioni di euro l'anno, per un totale di circa 140mila tonnellate di prodotti provenienti da tutta la Penisola, incluse eccellenze a marchio DOP e IGP come l'Asiago DOP, lo Speck Alto Adige IGP, l'Arancia Rossa di Sicilia IGP e molti altri ancora. Circa 7.000 tonnellate di materie prime a marchio, che hanno impreziosito oltre 45 ricette dal 2008 ad oggi. Questi elementi riguardano l'intera azienda e, di conseguenza, anche le nuove aperture.



Il perimetro di analisi

Per questa analisi, sono state prese in considerazione le conseguenze socioeconomiche generate dai ristoranti McDonald's aperti in Italia nel corso del 2024, considerando sia quelli di proprietà di McDonald's Italia S.r.l., sia quelli gestiti da licenziatari. La valutazione considera gli effetti riscontrati nel 2024 e quelli previsti nel 2025. Questo perché i nuovi locali hanno avuto un'operatività limitata nel primo anno di vita, dato che le inaugurazioni sono iniziate ad aprile e si sono concentrate perlopiù alla fine dell'anno. Le stime per il 2025 sono state calcolate considerando un'attività di 12 mesi e un fatturato medio mensile in linea con quanto osservato nel 2024. In ogni caso, tutte le valutazioni adottano un approccio prudentiale.

Partendo dai dati economici, sono state stimate le ricadute delle attività dei nuovi locali su ogni anello

della filiera, espresse con una molteplicità di parametri: il valore aggiunto generato lungo la catena produzione-consumo, l'occupazione, il gettito fiscale e contributivo, l'indotto, gli effetti sui consumi. Sono stati considerati gli effetti sia a monte che a valle dei ristoranti. A monte, però, sono stati inclusi unicamente i fornitori nazionali. L'offerta nei menù richiede uno stretto rapporto con l'industria agroalimentare italiana, mentre l'operatività necessita di servizi di manutenzione, servizi ambientali e logistici locali. Questi ultimi riguardano il trasporto e lo stoccaggio di prodotti sia alimentari che di vario genere (packaging, materiali promozionali, etc.). Infine, sono presenti altri elementi legati alla comunicazione, alle ricerche di mercato e alle consulenze. Il risultato finale fornisce una misura esaustiva dell'impatto delle ultime aperture di McDonald's nel Paese.



L'impatto dei nuovi ristoranti

Nei mesi di effettiva attività del 2024, i nuovi ristoranti hanno generato un valore condiviso di 52 milioni di euro, destinato a crescere fino a raggiungere i 164,5 milioni di euro alla fine del 2025, quando questi locali avranno lavorato per un anno intero. Un risultato, equivalente a quasi l'1% della crescita attesa per l'Italia nel 2025, che rappresenta l'8% del fatturato delle 5 principali imprese nel settore della ristorazione. Una proiezione, tra l'altro, stimata in base al fatturato medio mensile registrato da locali appena avviati, che dovrebbe quindi andare incontro a una crescita fisiologica, fino a quando le strutture si saranno stabilizzate.

Dei numeri importanti che vanno a rinforzare il contributo alla crescita dell'Italia apportato da tutti i ristoranti McDonald's. Stando agli ultimi calcoli fatti nel 2023, quando i locali erano 680, il valore condiviso complessivo ammonta a oltre 1,9 miliardi di euro l'anno. Una cifra che, grazie al nostro programma di aperture annuale, continua a crescere al ritmo di circa 3 euro di valore condiviso distribuito sull'intera filiera

per ogni euro di fatturato prodotto dai nostri locali.

Il valore condiviso creato dalle sole attività aperte nel 2024 comprende anche un gettito fiscale pari a 41,4 milioni di euro, derivanti dall'IVA sui servizi, dalle imposte sul reddito da lavoro e dalle imposte direttamente versate dalla società sul proprio reddito. Un contributo davvero significativo che, per dare una misura di paragone, corrisponde al 100% delle entrate tributarie complessive di città come Imola, Civitavecchia o Cosenza.

A regime, il giro d'affari aggiuntivo a monte della filiera nel nostro Paese legato ai ristoranti aperti nel 2024 sarà di circa 57 milioni di euro, di cui il 51% relativo all'acquisto di materie prime alimentari.

Per comprendere meglio la portata del valore condiviso, questo può essere scomposto in due modi: in base alla tipologia di effetto diretto, indiretto e indotto che produce. Oppure in base alle componenti da cui è formato: valore aggiunto, IVA ed effetto leva.

Valore condiviso



Dal primo punto di vista, il valore condiviso stimato di circa 165 milioni di euro è formato da: 107 milioni di euro di ricadute dirette dei ristoranti; 12,3 milioni di euro di ricadute indirette, ovvero generate a monte della filiera attraverso gli acquisti da fornitori nazionali; 45,2 milioni di euro di ricadute indotte, derivanti dall'effetto leva sull'economia del Paese.

Dal secondo punto di vista, invece, il valore condiviso può essere considerato come la somma di 103,2 milioni di euro di valore aggiunto (di cui 48,2 milioni di euro di remunerazioni ai lavoratori, 3,6 milioni di euro d'imposte e 51,4 milioni di euro di remunerazioni di altri fattori), oltre a 16,1 milioni di euro di IVA e 45,2 milioni di euro di leva economica.

165 mln €

valore condiviso
a regime dal 2025

107 mln €
Ricadute dirette

12,3 mln €
Ricadute indirette

45,2 mln €
Ricadute indotte

La sintesi dei risultati

Il valore condiviso dalle nuove aperture 2024

165 mln €

valore condiviso
stimato a regime
dal 2025

EQUIVALENTE A



1%

crescita del PIL

aumento previsto
per l'Italia nel 2025
(Istat)



5.000

famiglie

la spesa annuale
di 5.000 famiglie



11.500

abitanti

mantenere i consumi
annui di una piccola
città italiana

41,4 mln €

contribuzione fiscale
in Italia

PARI A



100%

delle entrate
tributarie di
un Comune
come Imola

48,2 mln €

valore salari lordi
corrisposti lungo la filiera

PARI A



il consumo di

800

famiglie

2.858

nuovi occupati
lungo la filiera

PARI A



0,5%

dell'occupazione totale
nel comparto ristorazione
(elaborazione su dati FIPE)

L'impatto occupazionale

L'apertura di un ristorante McDonald's non rappresenta solo un volano per l'economia, anche grazie alla sua capacità di offrire posti di lavoro e stimolare l'imprenditorialità locale. Le strutture lanciate nel 2024 hanno contribuito a generare 2.858 posti di lavoro, l'equivalente dello 0,5% circa dell'intero comparto della ristorazione (elaborazione su dati FIPE): 2.209 per McDonald's e i suoi licenziatari, 128 per la filiera dei fornitori e altri 521 per quella indotta, grazie al gettito fiscale trasformato in stipendi pubblici. Per quanto riguarda coloro che trovano impiego nei ristoranti McDonald's, si tratta per lo più di lavoratori giovani, tanto da renderci da sempre una porta d'ingresso privilegiata per il mercato del lavoro: il 50% delle persone impiegate dagli Archi Dorati in Italia è under 35, in linea con il dato del comparto ma sensibilmente maggiore rispetto a quello nazionale (22,8% dati Istat 2023). I nostri ristoranti hanno una presenza femminile pari al 60% del totale, una proporzione più alta rispetto alla media dei pubblici

esercizi (50,8%, dato Fipe 2023) e al dato nazionale (42,4% nel 2023). Offrono, inoltre, un ambiente di lavoro solido e flessibile, con buone opportunità di carriera, arricchite da un team eterogeneo che rispecchia i valori d'inclusione dell'azienda: il 50% dei direttori è donna, il 18% del personale è straniero, il 32% è studente e il 90% ha un contratto a tempo indeterminato o di apprendistato. A questi numeri, si aggiunge il fatto che, ormai da qualche anno, abbiamo azzerato il gender pay gap.

In un'organizzazione in espansione come la nostra, l'interesse a far crescere i lavoratori è forte almeno quanto quello di assumerne di nuovi ogni anno. Per questo mettiamo a disposizione percorsi di formazione continua, con 40 ore di formazione offerta a ciascun dipendente nel 2024, e borse di studio per chi lavora mentre frequenta l'università. L'iniziativa, partita nel 2020, ci ha permesso di assegnare oltre 400 borse erogate in base al merito scolastico.



La sintesi dei risultati

L'impatto occupazionale delle nuove aperture 2024

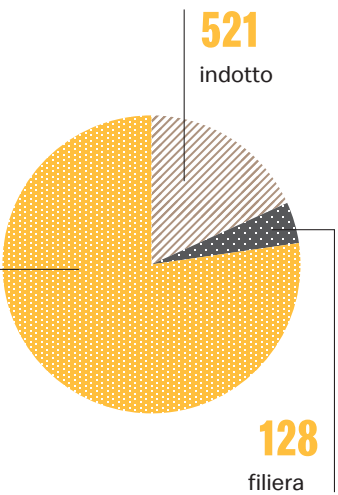


2.858

nuovi occupati totali
lungo la filiera e l'indotto
(circa lo 0,5% dell'occupazione
totale nel comparto
della ristorazione)

2.209

ristoranti di proprietà
e licenziatari



48,2 mln

salari e contributi
versati lungo la filiera
(corrispondenti al consumo
di 800 famiglie)



In questa pagina: i dati fanno riferimento alla filiera e all'indotto (fonte Althesys).
Nella pagina a fronte: i dati fanno riferimento agli occupati McDonald's.



oltre

90%

**dipendenti con contratto
indeterminato o di apprendistato**



50%

dipendenti under 30
in linea con il dato del
comparto e sensibilmente
maggiore rispetto al nazionale
(22,8% dati Istat 2023)



18%

**dipendenti
stranieri**

32%

**dipendenti
studenti**



60%

**dipendenti
donne**

zero

**gender
pay gap**



40 ore

**media ore di formazione
per dipendente 2024**

Un modello di crescita responsabile

a cura di

ALTHESYS
Strategic Consultants



Un percorso dal campo al vassoio

Da anni McDonald's è impegnato in un percorso virtuoso che coinvolge l'intera filiera: dall'approvvigionamento locale delle materie prime, alla riduzione dell'impatto dei ristoranti, dal packaging riciclabile e certificato all'economia circolare, fino alla sensibilizzazione dei nostri consumatori.

Da leader della ristorazione, riconosciamo una responsabilità nell'affrontare la sfida ambientale e puntiamo a raggiungere, con l'aiuto dei nostri licenziatari, una serie di obiettivi ambiziosi entro il 2030, fra cui la riduzione, a livello globale, del 50% delle

emissioni di gas serra prodotte dalla rete di ristoranti e uffici, concentrando gli sforzi soprattutto su approvvigionamento e risparmio di energia, riduzione della plastica e riciclo degli imballaggi, supporto alla mobilità elettrica e riduzione dell'impatto legato alla logistica.

Grazie alla nostra capillarità, sappiamo di poter esercitare un ruolo trainante nella promozione di un modello di sviluppo responsabile basato sulla valorizzazione del territorio e delle comunità locali, partendo proprio dai nostri ristoranti.



Sostenibilità by-design, dal terreno al tetto

L'inaugurazione di un nuovo ristorante rappresenta il momento culminante di un iter progettuale ed è il frutto di una visione che, fin dalle prime fasi, integra valore economico, sociale e ambientale.

Già dal principio, la scelta dell'area dove edificare la nuova struttura viene definita in base a studi accurati che mirano a minimizzare il consumo di territorio - recuperando quando possibile edifici dismessi - e che ci permettono di scegliere non solo i grandi centri abitati e le strade più trafficate, ma anche le realtà più piccole, per essere il più possibile a portata di mano dei nostri clienti nei contesti più diversi: la metropoli, come la provincia, il pendolare come il turista e lo studente. L'obiettivo è quello di coniugare capillarità, arrivando ad offrire un ristorante ogni 50mila abitanti, e compatibilità del progetto con le esigenze del territorio, collaborando naturalmente con le amministrazioni locali. Per ridurre i disagi

connessi agli inevitabili cantieri, ci impegniamo a utilizzare materiali a basso impatto e a limitare al minimo la durata dei lavori di costruzione o ristrutturazione. Mediamente, dall'ottenimento delle autorizzazioni alla vendita del primo panino, passano solo tre mesi. Praticamente un baleno, per i tempi della cantieristica immobiliare.

Tutti i 51 nuovi ristoranti aperti nel 2024 sono stati progettati seguendo linee guida specifiche per l'ottimizzazione e il risparmio energetico, dall'illuminazione a LED ai vetri basso-emissivi per garantire l'isolamento termico. Negli edifici realizzati interamente da McDonald's, vengono installati impianti fotovoltaici sulla copertura per contribuire al fabbisogno energetico. Ogni ristorante è dotato di 87 pannelli fotovoltaici sul tetto, che producono mediamente 37 kWh; nei casi di massimo utilizzo, l'impianto è in grado di garantire circa il 40% del consumo giornaliero.





Tutti i ristoranti inaugurati nel 2024 utilizzano sistemi per ottimizzare l'efficienza energetica. I nuovi store Free Standing montano sul tetto 87 pannelli fotovoltaici che producono mediamente 37 kWh.

Un nuovo progetto di economia circolare di cui siamo particolarmente fieri, realizzato in collaborazione con il nostro partner logistico, HAVI, e i maggiori player del settore, ci permette di recuperare la maggior parte degli oli di frittura utilizzati nelle cucine dei nostri ristoranti per produrre biocarburante con cui alimentare la flotta che gestisce le consegne. Grazie a questa iniziativa, nel solo 2024 abbiamo recuperato e convertito in biodiesel (HVO) ben 1.987 tonnellate di oli esausti.

Inoltre, gran parte dell'energia elettrica utilizzata nei nostri ristoranti proviene da fonti rinnovabili certificate e stiamo lavorando per ridurre le emissioni lungo tutta la filiera, collaborando attivamente con partner e fornitori per adottare soluzioni sempre più sostenibili.

Dal 2014, il nostro impegno verso l'edilizia sostenibile è garantito da CasaClima, un ente autonomo che certifica le nuove costruzioni dal punto di vista energetico e del ridotto impatto ambientale, e viene applicato a tutti i nuovi locali*. Non si tratta solo di rispettare l'efficienza energetica, ma anche di garantire i più elevati standard di sostenibilità e di controllo delle emissioni di CO₂.

* dato riferito ai ristoranti Free Standing con McDrive Standard

A fianco: la rete dei ristoranti McDonald's offre un totale di 150 punti di ricarica per veicoli elettrici e ricicla gran parte degli oli esausti di frittura per produrre biocarburante per le consegne dei camion HAVI.

Prestiamo molta attenzione anche agli spazi esterni dei nostri ristoranti: le sole strutture del 2024 offrono oltre 28mila metri quadri di spazi verdi e tavoli a disposizione della comunità, oltre a comodi parcheggi nei quali abbiamo installato 12 punti di ricarica per veicoli elettrici, che si sommano ai 150 già attivi in tutta Italia.

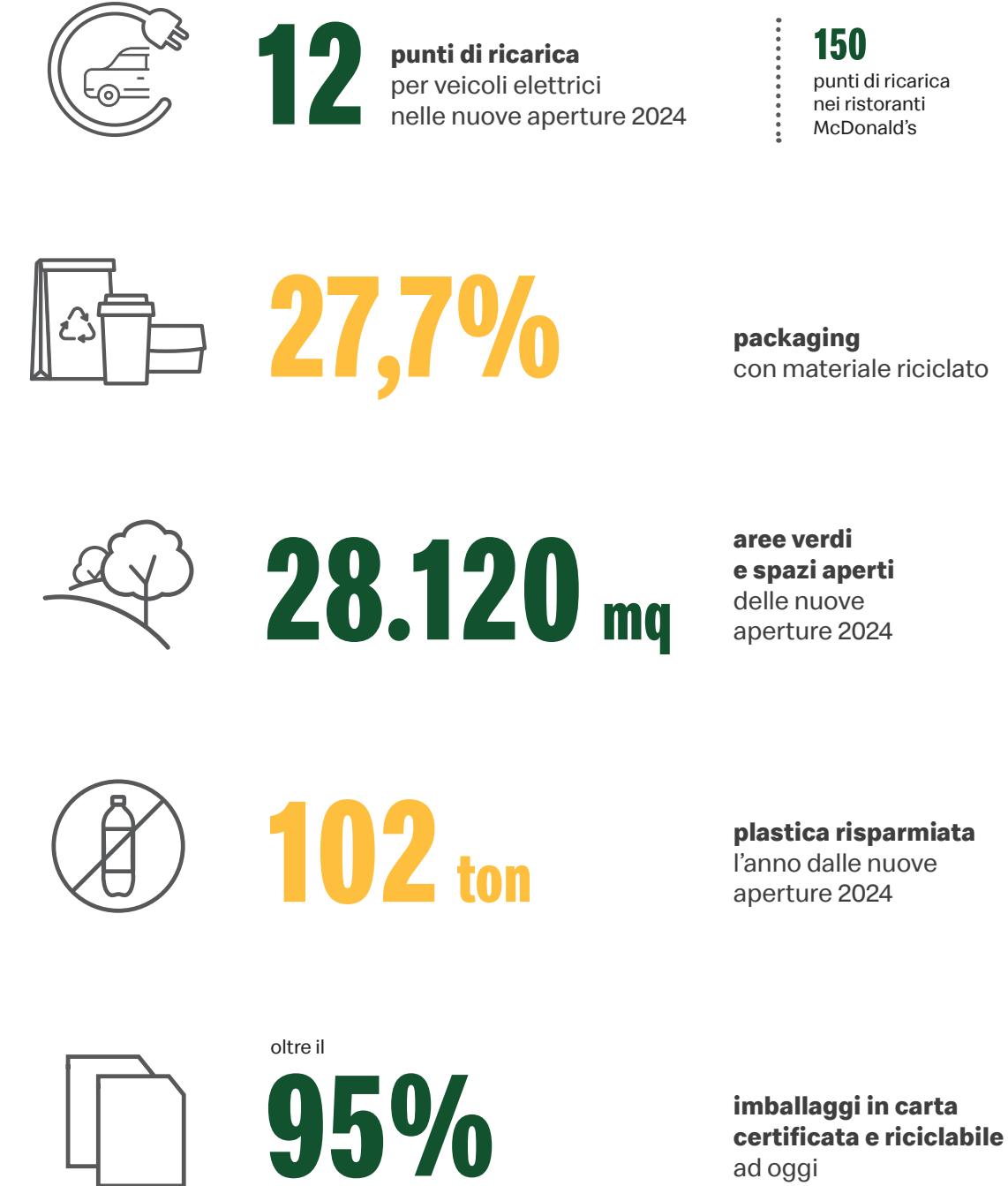
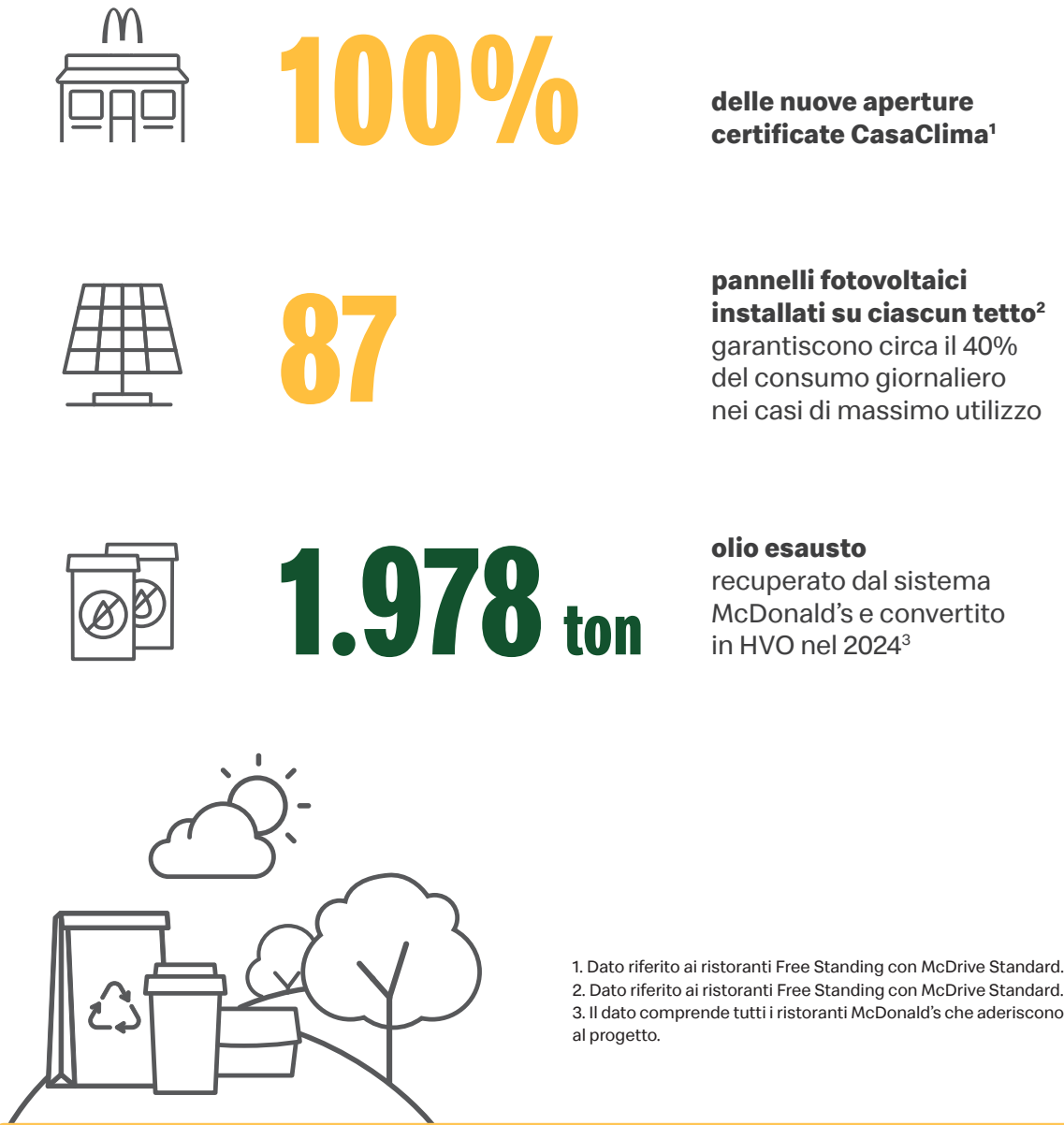
Inoltre, grazie a un percorso di eliminazione dal packaging della plastica monouso a favore di materiali più sostenibili come la carta riciclata, i ristoranti nati nel 2024 hanno risparmiato oltre 22 tonnellate di plastica (rispetto ai consumi del 2019). Ad oggi, infatti, oltre il 95% degli imballaggi utilizzati nei nostri ristoranti sono in carta riciclata e certificabile. Un'iniziativa che è parte di un percorso più ampio volto alla gestione responsabile dei rifiuti, che comprende l'introduzione di contenitori per la raccolta differenziata in tutti i locali e la formazione specifica di più di 38mila dipendenti per potenziare il riciclo di rifiuti sia in sala sia in cucina.

Responsabilità e impegno verso i territori e le comunità che ci ospitano rappresentano dunque una costante della nostra presenza, e si concretizzano in forme e modalità diverse e sempre in evoluzione.



La sintesi dei risultati

La sostenibilità ambientale delle nuove aperture 2024



Una rete che
si prende cura
delle comunità





Per ogni nuovo ristorante, un impegno che si moltiplica

A partire dall'inaugurazione del nuovo ristorante, il nostro impegno si declina poi nel desiderio di restituire valore alla comunità che ci ospita. Un principio guida che porta il nostro servizio quotidiano a sconfinare oltre le porte dello store, attraverso iniziative che nascono direttamente dall'ascolto dei bisogni del territorio.

Il ristorante partecipa attivamente alla vita quotidiana della comunità, sia attraverso iniziative sviluppate in autonomia come la creazione di corsi di lingua per bambini, la distribuzione di beni di prima necessità ai più bisognosi, o ancora l'inserimento di persone fragili o con disabilità in azienda, oltre a quanto previsto dalle norme di legge; sia facendosi promotore di progetti nazionali, che grazie all'attivazione capillare della rete, raggiungono concretamente migliaia di persone ogni giorno.

Si tratta di iniziative che offrono un aiuto concreto a chi si trova in difficoltà, come "Sempre Aperti a Donare", l'iniziativa che distribuisce pasti caldi ai bisognosi, nata in partnership con Fondazione per

l'Infanzia Ronald McDonald e resa possibile dalla collaborazione tra dipendenti, licenziatari e fornitori con Banco Alimentare, Comunità di Sant'Egidio e altre organizzazioni caritative locali. Nata nel 2020, finora ha offerto oltre 750.000 pasti caldi in più di 240 città italiane e punta ad arrivare a 1 milione entro il 2025. Un gesto solidale che vede i team dei nostri ristoranti adoperarsi personalmente nella preparazione e distribuzione dei pasti, per essere vicini a chi vive in condizioni difficili e precarie.

Abbiamo dato vita anche a progetti volti alla cura dell'ambiente, dei quartieri e delle città che ci ospitano, attraverso programmi e campagne di sensibilizzazione per il riciclo, che puntano a educare i consumatori a adottare comportamenti più consapevoli, e "Le Giornate Insieme a Te per l'Ambiente", dedicate alla raccolta dei rifiuti abbandonati e al decoro urbano. Quest'iniziativa, organizzata in tutt'Italia in collaborazione con Assoambiente e Utilitalia, è giunta ormai alla quarta edizione e negli anni ha permesso di raccogliere 14mila sacchi di rifiuti, l'equivalente di oltre 50 tonnellate. Un risultato che,

A fianco: una squadra di volontari al Parco degli Acquadotti di Roma, in occasione de "Le Giornate Insieme a Te per l'Ambiente", iniziativa che negli anni ha raccolto 50 tonnellate di rifiuti abbandonati in tutta Italia.



Volontari McDonald's impegnati nel progetto "Sempre Aperti a Donare", che distribuisce pasti caldi ai bisognosi, in collaborazione con Banco Alimentare e Comunità di Sant'Egidio.

se fosse allineato lungo una strada, formerebbe una coda di quasi 10 chilometri di rifiuti. Protagonisti delle 150 tappe toccate da questa iniziativa nel 2024, sono stati i ristoranti McDonald's che, insieme ai loro dipendenti e a più di 6.000 volontari di diverse associazioni locali, hanno ripulito strade, marciapiedi, spazi verdi e aree giochi. Partner tecnico di quest'ultima edizione è stato Retake, Fondazione non profit che ha aiutato i volontari anche a riqualificare alcuni beni comuni, sistemando e ridipingendo panchine, tavoli, steccati e giochi per bambini per restituire ai cittadini spazi destinati alla convivialità.

Infine, implementiamo progetti che si fanno portavoce di tematiche più che mai attuali, come la violenza di genere. Attraverso l'iniziativa "Non sei sola. Lasciati aiutare", nata in collaborazione con le istituzioni locali e Differenza Donna Aps, vogliamo offrire un aiuto concreto alle donne vittime di violenza. Per questo nei servizi femminili di tutti i nostri oltre 760

ristoranti abbiamo affisso degli adesivi che ricordano l'esistenza del 1522, il numero nazionale gratuito che accoglie le richieste di aiuto delle vittime di violenza e stalking tramite operatrici specializzate, disponibili 24 ore su 24. L'obiettivo è sfruttare la capillarità della nostra rete per amplificare un messaggio dal forte impatto sociale.

Ad ogni nuova apertura, corrisponde poi un nuovo prezioso innesto nel supporto all'attività di Fondazione per l'Infanzia Ronald McDonald, dedicata alla gestione di strutture per l'accoglienza delle famiglie di bambini in cura lontano da casa. Fin dalla sua creazione nel 1974, la Fondazione è legata a McDonald's da valori condivisi che guidano le azioni di entrambi: il riconoscimento del ruolo cruciale della famiglia, l'attenzione al benessere dei bambini, l'impegno per le comunità d'appartenenza, la solidarietà verso chi è in difficoltà.





Gli store sono luoghi fondamentali per l'attivazione di un circolo virtuoso a favore della Fondazione: sono infatti in prima linea nelle iniziative di fundraising, molti dei dipendenti sono coinvolti in attività di volontariato e i nuovi clienti che frequentano gli store vengono più facilmente a conoscenza della missione della Fondazione, che opera su tutto il territorio nazionale e ha un valore prezioso.

In Italia il fenomeno della cosiddetta mobilità sanitaria pediatrica è ancora un fenomeno molto ampio, con circa 90.000 bambini e famiglie costretti ogni anno a spostarsi lontano da casa per accedere alle migliori cure. Per questo la Fondazione per l'Infanzia Ronald McDonald lavora accanto alle famiglie e agli ospedali pediatrici italiani dal 1999. In 26 anni di presenza in Italia, 51 nel mondo, la Fondazione ha offerto circa 310.000 pernottamenti e ha accolto più di 60.000 bambini e famiglie. Oggi vanta otto strutture di accoglienza, all'interno o nelle vicinanze degli ospedali, fra Bologna, Roma, Firenze, Milano, Brescia e Alessandria, tra cui quattro Ronald McDo-

nald Family Room e quattro Case Ronald McDonald. Si tratta di luoghi creati per accogliere i genitori dei piccoli pazienti con tutte le comodità di una casa, garantendo alla famiglia di poter restare unita in un momento così delicato come quello del percorso di cura del proprio bambino. Il modello di assistenza promosso da Fondazione Ronald si chiama Family Centered Care e mette l'intera famiglia al centro della cura: per questo le strutture di Fondazione offrono spazi per giocare, cucinare, lavorare in smart-working e riposare in camere private, permettendo di ritrovare un poco di quell'intimità domestica così difficile da ricreare nelle corsie degli ospedali.



**Fondazione per l'Infanzia
Ronald McDonald**
Italia

Teniamo la famiglia vicina quando la cura è lontana.





**“None of us
is as good as
all of us”**

*Nessuno di noi vale
quanto tutti noi insieme*

Ray Kroc
Founder, 1955

