



## McDonald's al fianco della filiera del miele biologico italiano

Presentata oggi al Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste l'iniziativa che prevede l'ingresso del miele italiano biologico negli oltre 800 ristoranti McDonald's.

Un progetto realizzato in collaborazione con Fondazione Qualivita e FAI – Federazione Italiana Apicoltori - per valorizzare la qualità e sostenere la filiera apistica nazionale

*Milano-Roma, 27 gennaio 2026* – **Otto tonnellate di miele d'acacia biologico italiano** saranno distribuite **negli oltre 800 ristoranti McDonald's su tutto il territorio nazionale nei prossimi 12 mesi**.

L'iniziativa è stata presentata nell'ambito dell'incontro "**Alleanza per le Api**", promosso da **Fondazione Qualivita** e **FAI – Federazione Apicoltori Italiani** – tenutosi presso il **Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste** alla presenza del **Ministro Francesco Lollobrigida**, del Presidente **Senatore Luca De Carlo**, del **Senatore Guido Liris**, del **Senatore Etelwardo Sigismondi**, di **Raffaele Cirone**, **Presidente della Federazione Apicoltori Italiani (FAI)**, di **Mauro Rosati**, **Direttore Generale di Qualivita**, e di **Giorgia Favaro**, **Amministratrice Delegata di McDonald's Italia**. Sono inoltre intervenuti **Mario Burlon**, **Consorzio di tutela Miele delle Dolomiti Bellunesi DOP**, **Emilio Ballinari**, **Presidente CQMV Miele Varesino DOP**, e **Giuseppe Lucano**, **Direttore Marketing del Consorzio di tutela del Miele della Lunigiana DOP**.

Il progetto prevede l'acquisto e la distribuzione da parte di McDonald's di **2 milioni di bustine di miele d'acacia biologico italiano** nei prossimi 12 mesi a sostegno della filiera apistica. Questa azione sarà rafforzata da una campagna di comunicazione che coinvolgerà i ristoranti McDonald's, i canali social e i principali media nazionali, con l'obiettivo di diffondere la consapevolezza sul valore del miele italiano biologico e del ruolo delle api nel nostro ecosistema.

L'iniziativa si inserisce nel percorso avviato con **Fondazione Qualivita** a sostegno delle **filieri agroalimentari italiane in difficoltà**. Un impegno che ha visto come primi passi l'accordo con la filiera del Pomodoro di Pachino IGP e il supporto al Consorzio di Tutela della Pera dell'Emilia-Romagna IGP, e che oggi prosegue con la valorizzazione del miele biologico italiano.

*"Far conoscere il miele come prodotto identitario, in un luogo frequentato quotidianamente da tanti ragazzi significa accrescere la consapevolezza delle nostre tradizioni produttive. Promuovere un prodotto sano e di alta qualità sostiene la filiera apistica nazionale e aiuta a tutelare le api, essenziali per l'equilibrio degli ecosistemi e per la produttività agricola. Questa iniziativa ha dunque un doppio valore, è un'opportunità concreta per i nostri apicoltori che vedono valorizzato il proprio lavoro ed è anche un investimento culturale rivolto alle giovani generazioni."*, ha dichiarato **Francesco Lollobrigida, Ministro dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste**.



*"Il percorso visionario della nostra Organizzazione, storicamente impegnata nella tutela delle api e nella valorizzazione del miele italiano, trova oggi il suo miglior coronamento: ci affiancano nuovi alleati che non esitano a condividere i nostri obiettivi più ambiziosi. Questa iniziativa rappresenta infatti una concreta opportunità a favore della filiera del miele nazionale: apre scenari innovativi e capaci di restituire slancio in una fase di forte criticità. La sfida è ora quella di un consolidamento e di una prosecuzione lungo la strada intrapresa",* così **Raffaele Cirone, Presidente nazionale della Federazione Apicoltori Italiani.**

*"Le piccole filiere italiane hanno bisogno di essere valorizzate, soprattutto quando scelgono di impegnarsi in percorsi di certificazione regolamentati come il biologico, che rappresenta un segno concreto di responsabilità. E se la filiera da sostenere è quella delle api, il beneficio è doppio, perché gli impollinatori sostengono indirettamente gran parte dell'agricoltura italiana, compresa la base produttiva di molti cibi DOP e IGP.",* ha aggiunto **Mauro Rosati, Direttore Generale di Fondazione Qualivita.**

### **Un lungo percorso a sostegno del made in Italy**

*"Da tempo abbiamo scelto di essere al fianco delle eccellenze italiane, di metterci in ascolto delle necessità del territorio, di agire concretamente per sostenere prodotti che raccontano una storia di qualità, cura, tradizione, specie quando affrontano momenti particolarmente sfidanti. Come negli ultimi anni sono nati l'accordo con la filiera del Pomodoro di Pachino IGP e con il Consorzio di Tutela della Pera dell'Emilia-Romagna IGP, oggi sosteniamo il miele italiano",* ha sottolineato **Giorgia Favaro, Amministratrice Delegata di McDonald's Italia.** *"Con questa alleanza vogliamo raggiungere un duplice obiettivo: sensibilizzare i nostri 1,2 milioni di clienti giornalieri – molti dei quali giovani – sul valore del miele italiano e della tutela delle api, e sostenere concretamente una filiera fatta di piccole realtà che custodiscono saperi e tradizione. Il McCafé, tra i nostri spazi quello che più di ogni altro incarna le abitudini italiane della colazione, diventa il luogo ideale per promuovere un'alternativa naturale e sostenibile come il miele".*

### **McDonald's Italia: 400 milioni di euro all'anno per l'agroalimentare nazionale**

L'iniziativa sul miele si inserisce nell'ampio impegno di McDonald's Italia a sostegno del sistema agroalimentare italiano e la lunga collaborazione con gli ingredienti certificati DOP e IGP che vale oltre **400 milioni di euro all'anno.** Con più di **800 ristoranti** e **38.000 persone** impiegate, McDonald's Italia genera **3 euro di valore condiviso sull'intera filiera per ogni euro fatturato,** secondo l'istituto di ricerca Althesys.

#### **McDonald's Italia**

Italia da 40 anni, McDonald's conta oggi oltre 800 ristoranti in tutto il Paese per un totale di 38.000 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 agli oltre 165 imprenditori locali che testimoniano il radicamento del marchio al territorio. Anche per quanto



riguarda i fornitori, McDonald's conferma la volontà di essere un marchio "locale". Ad oggi la maggior parte dei fornitori infatti sono italiani. Nel mondo McDonald's è presente in oltre 100 Paesi con più di 43.000 ristoranti.