

NEWS

McDonald's: Rapporto Althesys conferma l'aumento dell'impatto sull'economia italiana

TEN Published 2 giorni ago on 22 Novembre 2023
By Redazione Tendenzediviaggio



McDonald's: un valore condiviso per l'Italia

McDonald's continua a investire nel tessuto produttivo italiano e, nonostante il difficile scenario economico, sta crescendo il valore che l'azienda restituisce alla comunità, generando ricchezza, benessere e occupazione. Secondo l'ultima analisi condotta dall'Istituto Althesys "Condividere Valore", nel 2022 le attività dell'azienda hanno generato 1,939 miliardi di euro di valore condiviso, pari allo 0,1% del PIL italiano, di cui 623 milioni di euro di contribuzione fiscale. Questo rappresenta un aumento del 35% rispetto al valore condiviso calcolato nel 2019.

Il concetto di valore condiviso si riferisce alla capacità dell'azienda di unire gli obiettivi aziendali con quelli dell'intero sistema socioeconomico, creando valore e benessere per la collettività. L'analisi si basa sui dati economici dell'azienda, che vanno dall'approvvigionamento di materie prime, prodotti finiti e servizi, alla logistica, fino alla vendita ai consumatori finali nei ristoranti. In base a questi dati, viene calcolato il valore creato da tutta la filiera, suddiviso tra ricadute dirette, indirette e indotte per ciascuna fase.

Secondo l'analisi di Althesys, per ogni euro di fatturato generato in Italia, McDonald's redistribuisce 3,3 euro tra famiglie, Stato e altre imprese. Questo contributo è importante per l'Italia e si riflette anche nell'aumento progressivo degli acquisti da fornitori locali: nel 2022, gli acquisti da imprese italiane ammontano a 960 milioni di euro, di cui 436 milioni per agroalimentare, packaging e logistica.

Il Report di impatto socioeconomico di McDonald's Italia 2022-2023 è stato presentato a Roma durante l'evento "McDonald's crea valore per l'Italia", con la partecipazione di Dario Baroni, Amministratore Delegato McDonald's Italia, Alessandro Marangoni, CEO di Althesys Strategic Consultants, e testimonianze di alcuni partner che hanno contribuito a sviluppare progetti di valore per il territorio.

McDonald's è presente in Italia da 37 anni, conta 680 ristoranti, 32.000 dipendenti e 150 licenziatari. L'azienda ha aumentato del 29% il numero di nuovi assunti 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%). Nel 2022, l'azienda ha generato lavoro per 42.601 persone lungo tutta la filiera, rappresentando circa lo 0,2% degli occupati in Italia e il 4,3% dell'occupazione totale nel settore dell'ospitalità.

"L'analisi di Althesys evidenzia come il nostro sostegno al sistema Paese sia costante nel tempo e in continua crescita, nonostante il difficile scenario economico e geopolitico. Abbiamo continuato a sostenere in modo significativo la filiera agroalimentare locale, investendo circa 370 milioni di euro in prodotti italiani e acquistando 140.000 tonnellate di prodotti dai fornitori, di cui l'85% sono italiani. Abbiamo anche aumentato l'occupazione del 29% rispetto ai livelli pre-pandemia del 2019 grazie all'apertura di nuovi ristoranti in tutto il territorio nazionale", ha commentato Dario Baroni, Amministratore 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 mostrano un modello di impresa che ha visto crescere il valore condiviso del 35% dal 2019 ad oggi, sfruttando le peculiarità italiane di un'azienda 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.

McDonald's si impegna a sostenere il sistema agroalimentare italiano attraverso una rete di fornitori composta per l'85% da aziende italiane e collaborazioni con Consorzi di Tutela per l'utilizzo di prodotti DOP e IGP nel menu McDonald's. L'azienda si impegna anche per la sostenibilità ambientale, ad esempio eliminando la plastica monouso dal packaging e utilizzando carta riciclabile e certificata. Inoltre, McDonald's si impegna per l'efficienza energetica e la mobilità sostenibile, con l'obiettivo di avere 400 punti di ricarica per veicoli elettrici in 200 ristoranti entro il 2025.

Essere presenti sul territorio e far parte di una comunità significa anche ascoltare 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. Ad esempio, il progetto "Sempre aperti a donare", in collaborazione con Fondazione per l'Infanzia Ronald McDonald, Banco Alimentare e Comunità di Sant'Egidio, ha distribuito mezzo milione di pasti alle persone più fragili su tutto il territorio in tre anni. Un'altra iniziativa è "Non sei sola, lasciati aiutare", per supportare la lotta alla violenza di genere, che prevede la visibilità del numero nazionale 1522 antiviolenza e stalking nei ristoranti McDonald's, in collaborazione con l'Associazione Differenza Donna.