

CORRETTA ALIMENTAZIONE, MCDONALD'S ANNUNCIA PIANO MIGLIORAMENTO GLOBALE

15 Febbraio 2018

di **Redazione**



ROMA – McDonald's ha annunciato oggi un piano globale che mette le famiglie al centro. Consapevole della sua presenza capillare e della sua capacità di raggiungere milioni di consumatori in tutto il mondo, McDonald's ha infatti sviluppato un piano di azioni di lungo termine che si propone di avere un impatto significativo nelle comunità di tutto il mondo. L'annuncio di oggi, con cui l'azienda si propone di avere un impatto sull'alimentazione dei bambini, fa parte di questo piano.

Entro il 2022 McDonald's si impegna a migliorare la sua offerta food per i bambini, ovvero l'Happy Meal, e contestualmente le sue azioni di comunicazione nei confronti di questo target in tutto il mondo. Nella pratica, McDonald's offrirà pasti basati su criteri nutrizionali misurabili, semplificherà gli ingredienti, aumenterà la trasparenza sulle informazioni nutrizionali, agirà come attore responsabile del mercato, aumenterà il consumo di cibi e bevande che contengono gruppi di alimenti raccomandati.

“Siamo uno dei brand di ristorazione più frequentati al mondo e in virtù di questo sappiamo di avere una grossa opportunità per supportare le famiglie, nei confronti delle quali il nostro impegno è triplice: migliorare la nostra offerta di cibo, celebrare il piacere della lettura e

aiutare coloro che ne hanno bisogno grazie alla Fondazione per l'Infanzia Ronald McDonald", dice in una nota **Steve Easterbrook**, presidente e amministratore delegato di McDonald's. "In considerazione della nostra capillarità, speriamo che queste azioni diano più scelta ai nostri clienti e che portino dei benefici a milioni di famiglie, con l'obiettivo di costruire un McDonald's migliore."

Dal 2013 McDonald's già lavora con Alliance for a Healthier Generation, un'organizzazione fondata dalla Fondazione Clinton, per sviluppare nei suoi 20 mercati più importanti un piano concreto per aumentare il consumo di frutta, verdura, latticini magri e acqua; grazie al proprio impegno, molti di questi Paesi stanno per raggiungere con anticipo gli obiettivi posti in questo senso.

"Dall'inizio della nostra collaborazione sapevamo che il nostro lavoro con McDonald's avrebbe potuto portare un'ampia gamma di cambiamenti alla proposta di cibi per bambini ovunque nel mondo," dice **Howell Wechsler**, amministratore delegato di Alliance for a Healthier Generation. "L'annuncio di oggi rappresenta un ulteriore avanzamento di quel percorso che avrà un impatto sulle calorie, i grassi saturi, il sodio e gli zuccheri aggiunti in tutti gli Happy Meal offerti ai bambini - e promuoverà un maggiore consumo di acqua. In questo modo alziamo gli standard, e speriamo che presto altri leader di mercato seguano questa linea."

"Da nutrizionista e da mamma posso dire che si tratta di un momento cruciale e che speriamo che i nuovi e ambiziosi obiettivi annunciati in collaborazione con Healthier Generation abbiano un impatto positivo sulle famiglie di tutto il mondo," commenta **Julia Braun**, MPH, dietista e Head of Global Nutrition di McDonald's. "I nostri sforzi hanno portato grandi cambiamenti e progressi come parte del nostro impegno in questo settore, e vogliamo che per i nostri clienti diventi naturale fare scelte che possono concretamente fare la differenza".

Questi obiettivi si applicano a tutti i Paesi in cui McDonald's è presente, con la richiesta di misurare e registrare i risultati nei 20 più importanti di questi, che rappresentano l'85% delle vendite globali dell'azienda.

McDonald's lavorerà fianco a fianco con Alliance for a Healthier Generation e una terza parte indipendente per sviluppare un approccio chiaro e trasparente nella misurazione dei progressi, su base biennale.