

La campagna di McDonald's Italia

Giornate green si alleano dipendenti clienti e cittadini

L'iniziativa di raccolta volontaria coinvolge direttamente i lavoratori

di Vito de Ceglia

«Come azienda abbiamo la responsabilità di dare il nostro contributo per l'ambiente e l'opportunità di sensibilizzare le migliaia di clienti che incontriamo ogni giorno». Dario Baroni, vice president Brand & Customer Experience di McDonald's Italia, spiega così il percorso delle *Giornate insieme a te per l'ambiente*, il progetto ideato dal colosso americano, in collaborazione con Fise Assoambiente e Utilitalia, per combattere il fenomeno della dispersione dei rifiuti negli spazi pubblici, che gli inglesi chiamano littering.

Partito da Milano il 3 giugno, il percorso proseguirà sino a ottobre con almeno 100 tappe. «Non è un'iniziativa esclusiva di McDonald's perché in tutti i comuni dove andremo l'obiettivo sarà quello di sensibilizzare associazioni sul territorio, singoli cittadini e amministrazioni comunali per avere la massima adesione possibile. Anche altri operatori della ristorazione si possono unire al percorso perché più siamo e più

possibilità abbiamo di prestare attenzione per l'ambiente», sottolinea il manager di McDonald's, azienda che conta oggi 610 ristoranti in tutto il Paese, di cui il 90 per cento gestiti secondo la formula del franchising da 140 imprenditori locali, per un totale di 25.000 persone impiegate che servono ogni giorno 1 milione di clienti.

Nella prima tappa meneghina, sono stati coinvolti un team di dipendenti dei ristoranti del centro cittadino e una squadra di addetti Amsa, l'azienda milanese di servizi ambientali, impegnati a raccogliere i rifiuti di Piazza Duomo e Piazza dei Mercanti. «I nostri dipendenti saranno coinvolti in prima persona per contribuire a mantenere puliti parchi, strade, spiagge e piazze a seconda delle esigenze specifiche di ogni Comune», prosegue Baroni, «Il littering sta diventando un fenomeno dilagante per le nostre città e per l'ambiente circostante». Il problema è che l'emergenza sanitaria ha modificato molte nostre abitudini con un forte aumento dei prodotti monouso e il rischio concreto è che ciò si traduca in una crescita del littering. «Da parte nostra ci siamo già impegnati a eliminare la plastica monouso nei pack offerti ai clienti, in favore

dell'impiego di materiali più sostenibili come la carta, e l'installazione di nuovi contenitori per rifiuti nelle sale e nei dehors dei ristoranti», segnala Baroni. Sempre in questa direzione si muove la più recente collaborazione con Comieco, che garantirà il riciclo dei pack in carta e cartone, e Seda International Packaging Group, principale fornitore di packaging di McDonald's. «L'obiettivo è quello di migliorare la quantità e la qualità della raccolta differenziata per arrivare a riciclare il 100 per cento del packaging utilizzato dai consumatori». Intanto, con la riduzione della plastica nei pack sostituita con materiali sostenibili, McDonald's è riuscita a togliere dal mercato 1.000 tonnellate di plastica dal 2018 al 2020 (-64 per cento), a risparmiare 203.239 litri di petrolio nel 2019, pari a 5000 pieni di benzina di un'auto di medie dimensioni, e a ridurre del 134 per cento le emissioni di Co2 sempre nel 2019. «L'impatto di McDonald's sulle comunità in cui opera si traduce anche con il passaggio a un'economia sostenibile e circolare», conclude Baroni.



Peso: 35%



▲ **Il lancio in piazza Duomo**

A Milano, la prima "Giornata insieme a te per l'ambiente", il 3 giugno



Peso:35%