

Sverigepremiär för McPlant - McDonald's Sverige lanserar burgare av 100% växtkött

Nu lanserar McDonald's Sverige en helt ny plattform för växtbaserade burgare: McPlant™. Genom lanseringen av McPlant blir McDonald's Sverige en av de första marknaderna att erbjuda sina gäster en helt ny smakupplevelse och en burgare av hundra procent växtkött. Just nu genomförs ett pilottest av McPlant på McDonald's restauranger i Linköping och Helsingborg, med målet att lansera burgaren vid alla McDonald's restauranger i Sverige på sikt.



Fotograf: McDonald's

McDonald's har sedan 1997 haft växtbaserade alternativ på menyn och 2017 var McDonald's Sverige först i världen med en helt vegansk burgare - McVegan. Den senaste tiden har McDonald's gjort uppdateringar i befintliga restaurangen för att öka menyflexibiliteten och ge gäster ännu bättre möjligheter att anpassa sitt menyval helt efter egna preferenser. I och med lanseringen av McPlant, en burgare av hundra procent växtkött, breddar McDonald's sitt erbjudande ytterligare med en ny burgare! - McPlant erbjuder en helt ny smakupplevelse, men ändå med samma ikoniska McDonald's smak som vanligt. Vår växtbaserade burgare är till för alla våra gäster - både de som är sugna på att prova något nytt, och som ytterligare ett alternativ för alla de gäster som idag äter flexitariskt, säger Staffan Ekstam, marknadschef på McDonald's Sverige.

Receptet för den växtbaserade burgaren är framtaget exklusivt av och för McDonald's och lever upp till McDonald's standard på smak och kvalitet. McPlant har en klassisk McDonald's smak i form av toner av umami, bra tuggmotstånd och textur och den steks tillsammans med övriga burgare på stekhällar. En växtbaserad burgare för alla gäster som gillar McDonald's vanliga burgare, helt enkelt.

- Det här är ett spännande test av en riktigt god burgare, vi följer testlanseringen av McPlant på nära håll och är väldigt nyfikna på gästernas reaktioner på burgaren. Genom att vara marknaden där McPlant testas ges vi möjlighet att visa att en växtbaserad-burgare har stor potential på McDonald's meny, som ett komplement till våra övriga erbjudanden, säger Joachim Knudsen, VD på McDonald's Sverige.

McDonald's Sverige serverar mat till över 400 000 gäster varje dag. En undersökning som Kantar-Sifo genomfört i slutet av 2020 visar att en dryg tredjedel av svenskarna idag klassar sig som flexitarianer, det vill säga att man äter vegetarisk kost, utan att för den skull helt överge köttet. McDonald's vill vara det goda valet för många och försöker alltid att anpassa sin meny efter gästernas preferenser. Med McPlant adderar McDonald's Sverige ytterligare ett alternativ till den flexitariska menyn, som gör det lättare för gäster att välja burgare helt efter dagens tycke och smak.