

50 ans en Suisse

Nous facilitons le quotidien de nos hôtes et leur offrons une expérience de restaurant convaincante à chaque visite. Depuis 50 ans en Suisse.

En Suisse, nous apportons une contribution importante à l'économie locale, en soutenant les emplois et les entreprises à travers tout le pays. Cela génère des opportunités économiques pour les franchisés et franchisés locaux, le personnel des restaurants et les fournisseurs.



Travailler et créer de la valeur, ensemble

Comment McDonald's Suisse parvient-elle à rester performante, pertinente et ancrée localement sur le long terme ?

Brad McMullen, Managing Director, Rajiv Khanna, franchisé, et Daniel Jenni, CEO de Frigemo, s'expriment sur le partenariat, la force régionale et l'expérience hôtes parfaite.

Monsieur McMullen, quel est le moteur principal de McDonald's Suisse ?

Brad McMullen : Nous sommes implantés en Suisse depuis 50 ans. Nous adaptons systématiquement notre offre aux besoins de nos hôtes et facilitons leur quotidien. Aujourd'hui, le désir de vivre des expériences simples et positives est plus pertinent que jamais.

Nous construisons de manière ciblée notre succès sur trois facteurs : une expérience gustative convaincante, l'hospitalité authentique de notre personnel et des partenariats solides et fiables. L'interaction entre nos franchisées et franchisés, qui gèrent nos restaurants de manière indépendante, nos fournisseurs et nous-mêmes – ce que nous appelons le « tabouret à trois pieds » – apporte de la stabilité, offre de la flexibilité et contribue activement au développement de McDonald's Suisse.

“ **Notre succès repose sur le « tabouret à trois pieds » : l'étroite collaboration entre McDonald's, nos franchisées et franchisés ainsi que nos fournisseurs.**

Parallèlement, nous investissons continuellement dans nos restaurants, dans les technologies modernes et dans la formation initiale et continue de nos équipes.



Comment parvient-on à rester performant même dans des conditions difficiles ?

Brad McMullen : C'est précisément dans les moments difficiles que l'on constate à quel point la collaboration est essentielle. Nous agissons comme une seule et même équipe, à tous les niveaux, et développons constamment notre offre de manière cohérente. Tout le monde apporte sa contribution : notre personnel en restaurant, le management, nos franchisées et franchisés ainsi que nos partenaires tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Cette coordination étroite nous permet de réagir rapidement aux changements tout en garantissant nos normes de qualité élevées.

Monsieur Khanna, quelle est l'importance des franchisées et franchisés pour l'ancrage local ?

Rajiv Khanna : Nous façonnons McDonald's Suisse directement sur le terrain et donnons un visage à la marque dans les régions. En tant qu'entrepreneuses et entrepreneurs, nous faisons partie intégrante de la vie locale, nous créons des emplois et nous nous engageons activement : par exemple, en soutenant des associations ou en menant des initiatives telles que des actions de lutte contre le littering.

Le « tabouret à trois pieds » nous confère à cet égard un rôle important : nous apportons nos points de vue sur les enjeux clés de l'entreprise et contribuons activement à son développement ultérieur. Parallèlement, nous investissons dans nos sites et accompagnons notre personnel de manière ciblée afin de lui offrir des perspectives à long terme.

“ **En tant que franchisées et franchisés, nous sommes présents en restaurant : proches de nos hôtes, des possibilités de commande numériques qui simplifient la vie et d'une offre convaincante.**



Daniel Jenni
CEO de Frigemo

Monsieur Jenni, qu'est-ce qui caractérise la collaboration avec McDonald's Suisse ?

Daniel Jenni : Il y a 50 ans, nous avons fourni les frites à l'occasion de l'ouverture du premier restaurant McDonald's à Genève. Aujourd'hui, nous transformons chaque année plus de 20 000 tonnes de pommes de terre pour approvisionner plus de 190 restaurants. La confiance, la qualité et notre volonté commune d'évoluer sont au cœur de notre collaboration. Notre fort ancrage dans le monde agricole et notre expertise des matières premières nous permettent de proposer des produits d'une qualité constante. Nous développons également de nouveaux produits, comme les Black Pepper Wedges, et optimisons nos processus afin d'améliorer encore la qualité et l'efficacité.

“

Notre partenariat est synonyme de qualité et d'authentique Swissness, grâce à notre expertise reconnue des matières premières et à notre profond ancrage dans l'agriculture suisse..

Quel sera le rôle de cette collaboration à l'avenir ?

Brad McMullen : La collaboration est un pilier majeur de notre réussite. Avec nos partenaires, nous renforçons les structures entrepreneuriales en Suisse, préservons les emplois et développons notre impact économique et sociétal de manière ciblée.

“

L'année dernière, McDonald's Suisse a contribué à hauteur de 1,1 milliard de francs au produit intérieur brut de la Suisse, a soutenu 13 350 emplois et a généré 218,5 millions de francs de recettes pour les pouvoirs publics.

Daniel Jenni : Cette étroite collaboration jette les bases du progrès, qu'il s'agisse d'innovations, de processus plus efficaces ou d'une utilisation responsable des ressources. Elle nous permet de développer et de mettre en œuvre ensemble des solutions durables.



Rajiv Khanna
Franchisé de McDonald's

Comment l'expérience hôtes continue-t-elle d'évoluer ?

Rajiv Khanna : Nous combinons offres numériques et service personnalisé. Ainsi, nous rendons l'expérience simple, rapide et agréable pour nos hôtes, quel que soit le mode de commande. En même temps, le contact direct reste essentiel, car il génère de la confiance et crée du lien.

Brad McMullen : Nous allions innovation et hospitalité tout en apportant une contribution positive, à la fois à nos hôtes, à notre personnel et à la société. Le feedback est important pour nous, car il nous aide à évoluer en permanence et à nous améliorer ensemble. Voilà comment nous allons façonner activement les 50 prochaines années de McDonald's Suisse.

Nos valeurs



Nous plaçons l'humain au cœur de nos préoccupations.

Chez nous, tout le monde est bienvenu.



Nous agissons bien et efficacement.

Nous entretenons un bon voisinage.



Nous sommes plus forts ensemble.

Notre entreprise

Depuis 50 ans, McDonald's fait partie intégrante de la Suisse. Le premier restaurant a ouvert ses portes le 4 novembre 1976 à Genève, avec huit produits et 25 employé-e-s. Fin 2025, McDonald's Suisse comptait 190 sites, plus de 80 produits et environ 8 400 employé-e-s.

En tant que marque de restauration leader en Suisse, nous mettons systématiquement l'accent sur les partenaires locaux : plus de 85 % du volume d'achats de 250 millions de francs sont injectés dans l'économie suisse. Plus de 90 % des restaurants sont exploités par des partenaires licenciés indépendants.

Membre de GastroSuisse

En tant que membre de longue date de GastroSuisse, nous nous engageons également activement en faveur du développement de la branche de la restauration dans le pays. Nos franchisées et franchisés s'impliquent au sein des associations cantonales de restauration, ainsi que dans la formation professionnelle.

Proches de nos hôtes

Sept nouveaux restaurants ont été ouverts l'année dernière, et au moins six autres sont prévus pour 2026.

Depuis **50** ans

**85 %**

des ingrédients nous sont fournis par nos partenaires suisses

Volume d'achats alimentaires :

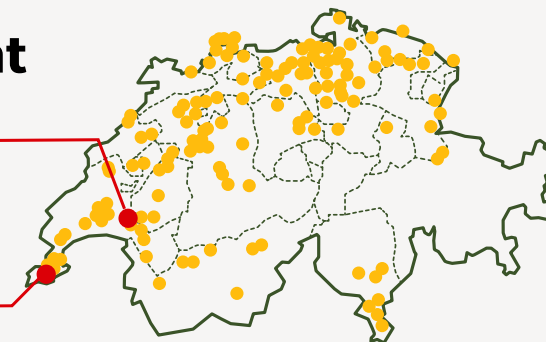
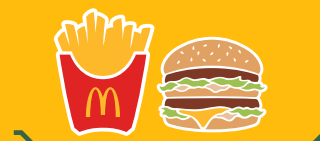
Fr. **250 millions**

190^e restaurant

Châtel-St-Denis
26. 12. 2025

1^{er} restaurant

Genève Mont-Blanc
04.11.1976

**1976****De 3 000 à 275 000 hôtes par jour****2026****8**

produits

1

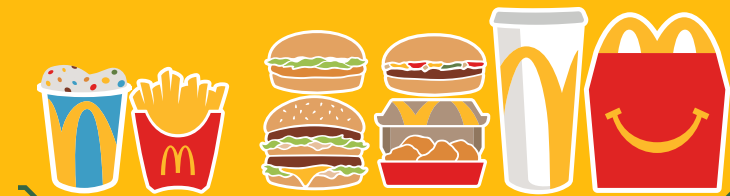
partenaire de licence

3 000

hôtes le jour de l'ouverture

25

employé-e-s



plus de

80

produits

45

partenaires de licence

275 000

hôtes par jour

8 400

employé-e-s



50

Faits marquants qui
ont eu un impact

Au cours des 50 dernières années, nous avons beaucoup appris aux côtés de nos franchisées et franchisés, de nos partenaires, des autorités et des leaders d'opinion. Ces connaissances nous aident à nous améliorer chaque jour, pour le bien de nos hôtes et de notre personnel, ainsi que pour l'économie et la société suisses.

Répartis tout au long de ce rapport, 50 faits marquants illustrent l'impact qu'a eu McDonald's Suisse au cours de cette période.



Concept de service varié

Nos hôtes commandent de la manière qui s'adapte le mieux à leur quotidien : au restaurant avec un service directement à table, dans l'un des près de 100 McDrive pour un repas facile en déplacement ou via McDelivery pour une livraison à domicile ou au bureau. Nos canaux numériques jouent ici un rôle essentiel. L'app McDonald's simplifie le processus de commande tout en renforçant l'interaction directe avec nos hôtes. Ils sont de plus en plus nombreux à l'utiliser : elle sert déjà pour une commande sur quatre, depuis la commande jusqu'au paiement, en passant par l'utilisation d'offres ou la collecte et l'échange de points.

Corporate Governance

En tant que filiale d'une société mère cotée en bourse aux États-Unis, McDonald's Suisse est soumise aux directives du « Sarbanes-Oxley Act ». Le respect des droits de l'homme, tel que défini dans la Déclaration des Nations Unies, est inscrit de manière contraignante dans les « Standards of Business Conduct » ainsi que dans le « Supplier Code of Conduct ». Des directives complémentaires régissent, entre autres, la gestion des cadeaux et des informations confidentielles. Les dons à des fins politiques sont interdits.



**L'hospitalité –
partout, tout le temps**



App avec Order&Pay
Une commande sur 4



Service à table
dans tous les restaurants



McDrive
dans un site sur 2



Service de livraison
depuis 165 restaurants

Notre système

Nos fournisseurs

- 1 Identifier et exploiter les potentiels d'efficacité
- 2 Renforcer les fournisseurs dans la gestion des exploitations agricoles
- 3 Protéger la nature et promouvoir la biodiversité de manière ciblée
- 4 Améliorer le bien-être animal et garantir une utilisation responsable des antibiotiques
- 5 Lutter systématiquement contre la déforestation tout au long de la chaîne d'approvisionnement
- 6 Favoriser la réduction des émissions en collaboration avec les fournisseurs
- 7 Respecter les droits de l'homme tout au long de la chaîne d'approvisionnement
- 8 Préserver les ressources en eau et les utiliser efficacement
- 9 Améliorer en permanence la sécurité alimentaire, depuis la provenance jusqu'aux hôtes
- 10 Utiliser des matériaux innovants, réduire les emballages et favoriser l'économie circulaire

Nos processus, notre personnel et nos partenaires de licence

- 11 **Offre**
 - Proposer des repas équilibrés aux enfants de manière ciblée
 - Mener une politique marketing responsable envers les enfants
- 12 **Immeubles de bureaux/sites**
 - Réduire de manière conséquente les émissions de gaz à effet de serre (GES)
- 13 **Sécurité alimentaire, qualité, recherche et développement**
 - Améliorer en permanence la sécurité alimentaire tout au long de la chaîne d'approvisionnement

- 14 **Emballage, recherche et développement**
 - Développer de nouveaux matériaux, réduire les emballages et éviter les déchets
 - Favoriser l'économie circulaire de manière ciblée

- 15 **Personnel de l'entreprise**
 - Garantir une rémunération compétitive et des prestations supplémentaires avantageuses

- 16 **Ensemble du personnel**
 - Favoriser des environnements de travail sûrs, respectueux et inclusifs
 - Offrir des possibilités de développement continu et d'apprentissage

- 17 **Sites des restaurants**
 - Réduire la consommation d'énergie de manière ciblée
 - Rendre les restaurants plus durables
 - Améliorer le recyclage des emballages
 - Réduire l'utilisation de nouveaux plastiques issus de matières premières fossiles

Nos communautés

- 18 **Engagement en faveur des familles**
 - Soutenir de manière ciblée la Maison Ronald McDonald Suisse
 - Pérenniser le partenariat avec l'Aide Sportive Suisse

- 19 **Opportunités d'emploi**
 - Proposer des places d'apprentissage et des formations avec attestation professionnelle
 - Emplois pour réfugiés
 - Emplois accessibles aux personnes sans expérience professionnelle ni formation préalable





Nos domaines d'action

McDonald's exploite des restaurants dans le monde entier, soit en tant qu'entreprise indépendante ou en collaboration avec des franchisées et franchisés, et est présente dans plus de 100 pays. Ces restaurants proposent une offre adaptée aux spécificités locales, composée de menus de grande qualité.

McDonald's se concentre spécifiquement sur les enjeux environnementaux, sociaux et entrepreneuriaux qui revêtent une importance particulière pour ses groupes d'intérêts, et dans lesquels l'entreprise peut apporter la plus grande contribution afin de créer de la valeur à long terme. La stratégie d'impact regroupe ces activités dans quatre grands domaines d'action :

McDonald's y a défini des indicateurs qui lui permettent de suivre ses progrès et de développer continuellement son impact.

Environnement

Les emballages et la protection du climat font partie de nos principaux domaines d'action. En collaboration avec nos franchisées et franchisés ainsi que nos partenaires, nous nous efforçons de perfectionner nos solutions d'emballage, d'utiliser les ressources de manière responsable et d'améliorer en permanence notre impact sur l'environnement.

Se nourrir

L'origine de nos ingrédients et le bien-être des animaux nous importent. Savoir comment les ingrédients de nos repas sont produits, et par qui, est déterminant pour nous.

Travail

L'inclusion et la responsabilisation du personnel sont essentielles pour nous. En collaboration avec nos franchisées et franchisés, nous créons des opportunités et un avenir sûr pour nos talents.

Communauté

Il nous importe de soutenir les familles et leurs enfants. Parce qu'un bon voisin peut apporter son aide en cas de besoin.

Nous avons également analysé dans quelle mesure notre activité principale a un impact sur les cadres internationaux concernés et où se situent les liens avec les objectifs des Nations Unies. Il en ressort que bon nombre de nos priorités correspondent aux Sustainable Development Goals des Nations Unies, comme nous le montrons dans ce rapport.



Un échange permanent

Le dialogue avec nos groupes d'intérêts est essentiel pour nous. Nous entretenons des échanges pour identifier les attentes à un stade précoce et en tenir compte dans nos décisions.

Nous accordons une attention particulière à nos hôtes, notre personnel, nos franchisées et franchisés, nos partenaires ainsi qu'aux responsables du monde politique et scientifique, des autorités, des médias et des ONG.

Notre année 2025 en chiffres

McDonald's Suisse	Environnement	Se nourrir	Travail	Communauté
• 1,1 milliard de francs de contribution au produit intérieur brut de la Suisse • 2,2 milliards de francs de soutien à la performance économique globale • 13 350 emplois directs et indirects soutenus • 218,5 millions de francs de recettes générés pour les pouvoirs publics • Ouverture de 7 nouveaux restaurants et modernisation de 20 sites en collaboration avec l'industrie locale du bâtiment • 94 % des 189 restaurants McDonald's exploités par des franchisées et franchisés locaux	• 98 % des emballages de service fabriqués à partir de matériaux renouvelables, recyclés ou certifiés • Réduction à moins de 2 % de la proportion de plastique dans les emballages de service • Participation assurée de tous les restaurants au Clean-Up-Day • Acheminement d'environ deux tiers des marchandises vers les restaurants avec un bilan CO2 neutre	• Plus de 85 % des ingrédients issus de partenaires suisses • Plus de 290 millions de francs de volume d'achats auprès de fournisseurs suisses • Poursuite de 50 ans de collaboration avec Bell et Frigemo • Collaboration avec 6 900 agricultrices et agriculteurs locaux • Environ deux tiers de la viande bovine issue de l'élevage SRPA • 100 % de la viande de poulet issue de pays voisins conforme aux normes suisses de protection animale • Poursuite de la mise en œuvre systématique de l'abandon des additifs artificiels • Poursuite de l'engagement dans Swiss Pledge	• 8 400 employé-e-s au sein de McDonald's Suisse • Équilibre hommes-femmes au sein de la direction • 64 % de femmes dans les équipes de restaurants • 90 % des Restaurant Managers ont commencé leur carrière en tant qu'équipière ou équipier • Élargissement de l'offre de formation : introduction de l'attestation fédérale de formation professionnelle (AFP) et augmentation du nombre de places d'apprentissage en restauration de système CFC • Égalité salariale entre les femmes et les hommes garantie • Taux de satisfaction du personnel de plus de 85 % et 95 % chez les Restaurant Managers	• 189 parrainages mis en place avec l'Aide Sportive Suisse pour l'ensemble des restaurants • Plus de 1,9 million de francs versés à la Fondation en Faveur des Enfants Ronald McDonald en Suisse – en collaboration avec les franchisées et franchisés, les fournisseurs et les hôtes



Estimations d'impact d'Oxford Economics.
Voir mcdonalds.ch/engagement

“

McDonald's est pour nous un important membre actif et un partenaire fiable au sein de GastroSuisse. Grâce à son engagement sans faille, à sa capacité d'innovation entrepreneuriale et à sa vision globale, l'entreprise donne de précieuses impulsions au développement de notre branche.



Beat Imhof
Président de GastroSuisse