

Achats auprès de partenaires suisses

McDonald's est synonyme de plaisir. Nous utilisons des ingrédients de haute qualité et nous nous approvisionnons principalement auprès de partenaires suisses et d'exploitations agricoles qui produisent selon des normes élevées. Nous contribuons ainsi à soutenir l'agriculture locale.

En même temps, nous assumons nos responsabilités envers nos hôtes. Nous proposons un large choix de plats, allant de la viande au poisson en passant par des plats végétariens, et nous misons sur des recettes simples, sans additifs artificiels.





Notre stratégie d'achats

En Suisse, nos achats s'articulent autour de trois objectifs clairs : nous favorisons le bien-être animal, protégeons le climat et les ressources – en particulier en matière d'emballages et de gaspillage alimentaire – et renforçons l'emploi en Suisse.



McDonald's s'engage activement à l'échelle mondiale pour rendre l'avenir de notre alimentation plus sûr et plus durable. Dans ce cadre, McDonald's améliore en permanence ses normes en matière de qualité et de sécurité alimentaire, renforce la santé et le bien-être des animaux tout au long de la chaîne d'approvisionnement et permet aux familles du monde entier d'avoir un meilleur accès à des repas équilibrés et de grande qualité.

Pour McDonald's, la promotion de la santé et du bien-être des animaux est un élément central de sa stratégie de développement durable. Grâce à un approvisionnement en ingrédients de plus en plus durables, McDonald's veille à ce que ses hôtes puissent profiter de produits de haute qualité et d'un choix

varié, tout en contribuant au bien-être des générations futures.

McDonald's s'est fixé pour objectif de renoncer totalement, d'ici à la fin de 2027, à l'utilisation des antibiotiques que l'OMS classe parmi les « Highest-Priority Critically Important Antibiotics » (antibiotiques d'importance critique de haute priorité) pour la médecine humaine, sur les marchés concernés, dont la Suisse. En Suisse, cet objectif est déjà atteint dans la production de poulet.

Des normes claires pour notre chaîne d'approvisionnement
Nos partenariats de longue date avec nos fournisseurs reposent sur une conception commune et exigeante de la qualité, ainsi que sur un développement continu. Nous intégrons systématiquement la responsabilité sociale, la protection de l'environnement et la rentabilité tout au long de la chaîne d'approvisionnement agricole.

Pour ce faire, nous misons sur des normes claires et des exigences contraignantes : des programmes tels que « Supplier Workplace Accountability » ainsi que les normes de « GlobalG.A.P. » et de « SwissGAP » garantissent que nos exigences sont systématiquement appliquées et contrôlées.

Le « Supplier Code of Conduct » de McDonald's Corporation constitue par ailleurs un élément central de toute collaboration directe. Il définit des principes contraignants en matière de comportement responsable et établit une base commune pour des partenariats durables.

1976

Premier Big Mac avec du **bœuf suisse de Bell** (Oensingen SO) – Début d'un partenariat de 50 ans

1976

Premières frites à base de **pommes de terre suisses de Frigemo** (Cressier NE)



1999

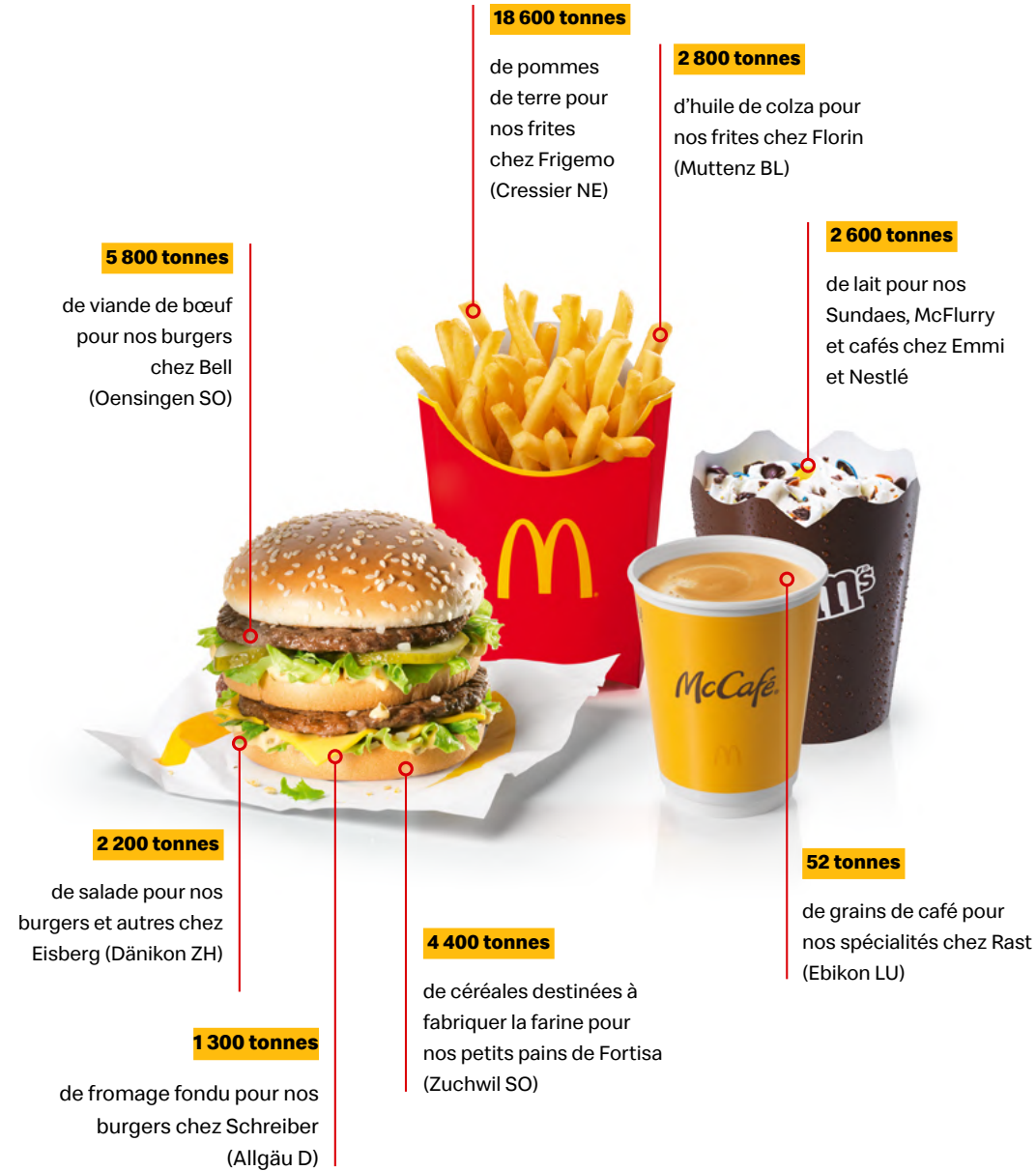
Passage à la farine de blé **IP-SUISSE** – Soutien à une agriculture durable

2020

McFlurry et Sundae exclusivement à base de **lait de Emmi**



Voici les ingrédients que nous avons achetés en 2025



En collaboration avec IP-SUISSE

Depuis 1999, nous collaborons avec l'Association suisse des paysannes et paysans pratiquant la production intégrée (IP-SUISSE). Nous nous approvisionnons à 100 % en farine pour nos petits pains auprès de Fortisa selon la norme IP-SUISSE, ainsi qu'en partie pour notre huile de colza de ce programme.



Autres labels de qualité

Notre Filet-O-Fish à base de filet de colin d'Alaska porte le label du Marine Stewardship Council (MSC), gage d'une pêche durable.



Les crevettes proviennent d'une aquaculture certifiée responsable (ASC).



Pour nos boissons à base de café, nous utilisons exclusivement des grains portant le label Rainforest Alliance. Ils proviennent de l'entreprise familiale Rast Café, située à Ebikon (LU).



Pour d'autres matières premières également, nous privilégions l'origine suisse et des normes claires : les pommes de terre, les carottes, le lait et d'autres ingrédients proviennent de fournisseurs certifiés selon les exigences du label Suisse Garantie. Celui-ci définit des critères précis en matière de production et de transformation et s'appuie sur un système indépendant de contrôle et de certification.

Nous n'utilisons de l'huile de palme que lorsque cela est techniquement nécessaire, par exemple dans le chausson aux pommes et dans certains toppings des McFlurry. Elle provient exclusivement de sources durables et certifiées.

“

Pour nous, le partenariat avec McDonald's témoigne d'un engagement fort en faveur de l'agriculture suisse. Il offre des débouchés fiables pour nos agricultrices et agriculteurs, et renforce la création de valeur ajoutée au niveau national – dans un esprit de partenariat, sur le long terme et d'égal à égal.



Martin Rufer
Directeur de l'Union Suisse des Paysans



Renforcer le bien-être animal de manière consciente

Pour nous, le bien-être animal est un élément central de la qualité. En collaboration avec nos partenaires, nous encourageons un élevage responsable et misons sur des normes suisses élevées.

Dans la mesure du possible et lorsque cela s'avère pertinent, nous utilisons de la viande provenant d'animaux élevés conformément aux normes suisses en matière de protection des animaux. Nous privilégions également les modes d'élevage qui permettent aux animaux de sortir davantage en plein air.

De la viande bovine issue d'animaux sortant régulièrement en plein air

Il y a 50 ans déjà, nous préparons le premier Big Mac avec de la viande de bœuf de Bell à Oensingen. Aujourd'hui encore, nous misons sur ce partenariat : en 2025, nous avons acheté 5 800 tonnes de viande bovine à Bell, dont les deux tiers provenaient de vaches sortant régulièrement en plein air (SRPA). Pour respecter cette

norme plus stricte, les agricultrices et agriculteurs reçoivent une prime par animal, en plus du prix du marché.

Lors de l'achat de viande bovine, la qualité, la traçabilité et la sécurité d'approvisionnement sont nos priorités absolues. Par ailleurs, en raison de changements structurels dans l'agriculture et de facteurs saisonniers, comme la transhumance estivale, la viande bovine suisse n'est pas disponible en quantité suffisante tout au long de l'année. C'est pourquoi nous complétons notre offre avec de la viande bovine en provenance d'Autriche.



Du poulet conforme aux normes suisses en matière de protection animale

Sur le marché suisse, la viande de poulet n'est pas disponible en quantité suffisante : au total, plus de 40 % sont importés. C'est pourquoi nous collaborons depuis

2002 avec notre partenaire Ospelt Food, à Sargans. Nous avons mis en place un programme de bien-être animal avec des fournisseurs en France, étendu à la Hongrie en 2014, puis à l'Allemagne en 2024.

Nous veillons ainsi à ce que les normes suisses en matière de bien-être animal soient respectées en ce qui concerne l'élevage, l'alimentation et la densité d'élevage. Aujourd'hui, toute la viande utilisée pour nos produits à base de poulet provient de ce programme. L'année dernière, Ospelt a acheté environ 3 100 tonnes de viande de poulet pour nous, qu'il a transformées en Chicken McNuggets et en patties de poulet à Sargans.

Du bacon Malbuner issu de viande suisse

La demande de burgers au bacon est élevée en Suisse. C'est pourquoi, depuis 2018, nous misons exclusivement

“

Depuis 50 ans, le partenariat avec McDonald's est très important pour Bell. Notre volonté commune de faire toujours mieux a façonné notre collaboration et largement contribué à notre réussite commune. .



Marco Tschanz
CEO de Bell

2010

Poisson issu d'une pêche durable selon la **norme MSC**

2013

Café portant le label Fairtrade, gage d'une plus grande responsabilité sociale et écologique



2013

Viande bovine provenant d'animaux sortant régulièrement en plein air – contrôles selon la **norme SRPA**

2013

Viande de poulet issue d'un **élevage conforme aux normes suisses** – provenant de pays voisins



“

Depuis 2002, McDonald's et Ospelt entretiennent un partenariat de confiance et fructueux, fondé sur des valeurs communes telles que la qualité, la responsabilité et une vision à long terme.



Philipp Ospelt
CEO d'Ospelt

sur le bacon issu de porc suisse de notre partenaire Malbuner. Dans nos restaurants, les tranches de bacon sont grillées à la demande sur la plaque de cuisson. Pour 2025, la quantité s'élève à un peu plus de 300 tonnes.

Pour notre McMuffin du petit déjeuner, ainsi que pour nos burgers promotionnels accompagnés d'un œuf au plat, nous utilisons des œufs issus d'élevages en plein air. Ces dernières années, le nombre s'élève à 800 000 œufs par an.

Des normes de sécurité alimentaire

Des processus clairs et des contrôles rigoureux, tant dans nos restaurants que chez nos fournisseurs, garantissent la fraîcheur, la qualité et la sécurité alimentaire au plus haut niveau. Nos normes sont parmi les plus strictes du secteur de la restauration.

Des partenaires fiables tout au long de la chaîne d'approvisionnement

Nos fournisseurs travaillent selon le « Supplier Quality Management System » (SQMS), qui repose sur des normes internationales et complète nos exigences. Nous vérifions régulièrement le respect de ces dernières au moyen d'audits internes et externes, ainsi que d'échanges continus.

En outre, tous nos fournisseurs répondent aux exigences du « Global Sustainable Sourcing Guide » (GSSG) et suivent un processus structuré en matière de développement durable que nous accompagnons par des contrôles aléatoires et des évaluations régulières.

Des contrôles dans nos restaurants

Les inspections ATCQ (Across the Counter Quality) vérifient régulièrement la qualité des produits dans nos

restaurants, depuis les produits bruts jusqu'au menu servi. Ils s'appuient sur les impressions de nos hôtes et complètent nos contrôles par une assurance qualité supplémentaire axée sur la pratique. Les résultats sont directement intégrés dans les formations et l'optimisation des processus, garantissant ainsi une qualité élevée constante.

Au total, nous effectuons plus de 5 000 analyses microbiologiques par an en Suisse.



2025

500 contrôles externes dans les restaurants – certains inopinés





Selon le goût des hôtes

Grâce à McDonald's, manger avec ses doigts est devenu une pratique acceptable en Suisse. Aujourd'hui, nos restaurants accueillent environ 275 000 hôtes chaque jour, parmi eux des familles, des jeunes adultes et des femmes et hommes d'affaires.



Depuis 50 ans, le Big Mac reste le favori. En parallèle, nous n'avons cessé d'élargir notre offre : de 8 produits en 1976 à plus de 80 aujourd'hui. De nombreuses créations suisses s'inspirent des traditions et des saveurs régionales. Par exemple, le McRaclette, le McRösti ou le McFondue.

Une offre variée

Nous proposons à nos hôtes une offre variée, de haute qualité et à des prix abordables, le tout combiné à un service rapide et convivial. Notre gamme couvre toute la journée : du petit déjeuner avec des spécialités de café aux en-cas, en passant par les menus du midi et du soir, ainsi que des offres pour les petites faims de fin de soirée. En collaboration avec nos fournisseurs, nous améliorons sans cesse notre offre.

Un rapport qualité/prix avantageux

Nous répondons à différents besoins, du Cheeseburger aux gros burgers aux recettes variées. Le Big Mac et le Cheeseburger comptent toujours parmi les produits les plus appréciés. Nos burgers sont disponibles avec du bœuf ou du poulet de nos partenaires suisses, comme Bell et Ospelt, sont complétés par des variantes à base de poisson et végétariennes, ainsi que par des offres de petit déjeuner dans certains restaurants, comme les McMuffins aux œufs.

Les hôtes soucieux de leur budget continuent de profiter des menus McDeals pour 9,50 francs maximum : un menu complet comprenant un burger, un accompagnement et une boisson.

Un développement continu

Nous modernisons nos cuisines et misons sur les nouvelles technologies de service pour répondre avec encore plus de flexibilité aux souhaits individuels. Chaque année, notre équipe en charge du développement des produits teste de nouvelles idées qui s'inspirent des tendances nutritionnelles actuelles. Ce sont les tests consommateurs qui déterminent quels produits figureront sur le menu.

Plus de choix

Depuis 2004, les hôtes peuvent choisir une petite salade à la place des frites pour chaque menu, au même prix. Côté boissons également, nous proposons délibérément un large choix, de l'eau au Schorle aux pommes, en passant par des options à teneur réduite en calories.

En 1996, nous avons lancé notre premier burger végétarien. Depuis 2020, nous proposons également des burgers au poulet, en version végétarienne à base de protéines de lait et d'avoine, répondant ainsi à un besoin croissant.

Offres pour les familles

Tous les produits du Happy Meal sont exempts d'arômes, de colorants et d'additifs artificiels. Depuis 2015, une portion de fruit est systématiquement incluse.

Grâce à des ingrédients de haute qualité, nous pouvons généralement nous passer de colorants artificiels et d'exhausteurs de goût.

1996

Lancement du **premier Veggie Burger** comme alternative végétarienne

2003

La salade fait désormais partie intégrante de notre offre

**2003**

Dans chaque menu, la **salade** est disponible au même prix **comme alternative aux frites**

2004

Dans le Happy Meal, des **fruits et légumes** sont proposés au choix **en accompagnement** ou en dessert



Une publicité responsable

Nous prenons nos responsabilités au sérieux et alignons systématiquement toutes les mesures de publicité et de marketing sur des directives internes claires. Elles sont véridiques, transparentes et appropriées.

Nous traitons avec un soin particulier les publicités susceptibles de s'adresser aux enfants. Depuis janvier 2012, nous respectons les critères de l'« EU Pledge on Marketing to Children ». Cet engagement volontaire s'applique lorsqu'au moins 35 % du public est âgé de moins de 13 ans et est valable pour tous les médias ainsi que pour nos propres canaux numériques. Pour les enfants de moins de 13 ans, nous proposons délibérément des options de menu équilibrées, telles que des Chicken McNuggets avec de l'eau et des carottes, et nous ne présentons pas de boissons sucrées dans nos publicités et dans nos restaurants.

Depuis le 1^{er} janvier 2013, nous sommes également engagés volontairement dans le Swiss Pledge.

Des informations nutritionnelles transparentes

Nous fournissons des informations claires et compréhensibles sur les ingrédients, les valeurs nutritionnelles et les allergènes de tous nos produits. Ces informations sont facilement accessibles sur notre site Web et dans notre app.

Ainsi, nous permettons à nos hôtes soucieux de leur alimentation ainsi qu'à ceux ayant des besoins alimentaires particuliers ou des allergies de faire le choix qui leur convient.

“

Grâce à son offre sans gluten, McDonald's joue un rôle important dans l'amélioration de la qualité de vie des personnes atteintes de la maladie cœliaque. Celles-ci sont souvent confrontées à des contraintes au quotidien, notamment lorsqu'elles souhaitent manger spontanément à l'extérieur. Il est donc d'autant plus important de pouvoir compter sur des solutions fiables, disponibles dans toute la Suisse, qui allient sécurité et plaisir..



Tina Toggenburger Scherrer

Directrice d'IG Zöliakie der Deutschen Schweiz



2015

La portion de fruit devient un **accompagnement fixe** de chaque Happy Meal et en fait un repas complet

2017

Lancement du **pain à burger sans gluten** pour les hôtes atteints de la maladie cœliaque.



2020

Les Happy Meals sont totalement **exempts d'additifs artificiels**

2023

Les burgers de poulet sont également disponibles dans toute la Suisse en **version veggie**