



Offre et achats

Nous nous approvisionnons en Suisse et veillons au bien-être animal

Le plaisir et le goût nous tiennent à cœur. C'est pourquoi nous travaillons avec des ingrédients de qualité et nous approvisionnons principalement auprès de fournisseurs suisses produisant selon des normes élevées. Cela fait de nous un partenaire important pour l'agriculture locale et la branche alimentaire. Mais le plaisir et le goût ne sont pas tout: nous sommes aussi responsables des quelque 300 000 hôtes que nous servons chaque jour. C'est pourquoi nous proposons des produits aux recettes savoureuses et simples, sans additifs artificiels, et réduisons le sel et le sucre dès que c'est possible.

Notre stratégie d'achat durable

Notre politique d'approvisionnement se fonde sur trois critères: promotion du bien-être animal; protection du climat et préservation des ressources – notamment en ce qui concerne les emballages et les déchets alimentaires; soutien de l'emploi sur le territoire national. Afin de mettre en œuvre cette stratégie d'achat durable, nous nous appuyons sur des partenariats de longue date avec nos fournisseurs suisses.

Partenaires de longue date de l'économie suisse

Environ 2/3 de notre volume d'achat provient de 40 fournisseurs avec lesquels nous collaborons depuis plus de 45 ans. Parmi ceux-ci, de nombreuses entreprises suisses comme Bell, Eisberg, Emmi, Florin, Fortisa, Frigemo, Nestlé ou Ospelt. En 2020, nous avons acheté pour 134 millions de francs d'ingrédients à des fournisseurs suisses. Cela correspond à 86% du volume d'achat des produits alimentaires.

Des ingrédients paysans suisses

Nous partageons notre passion pour des ingrédients de qualité

avec les agriculteurs suisses qui approvisionnent nos fabricants. Nous comptons parmi nos partenaires environ 6900 paysans des quatre coins du pays.

Viande de bœuf et œufs d'animaux de plein air

Il y a 45 ans, nous préparions notre premier Big Mac avec du bœuf de chez Bell à Oensingen. En 2020, nous avons acheté à Bell 4465 tonnes de viande bovine, dont 66% provenaient de vaches SRPA (sorties régulières en plein air). En plus du prix du marché, les agriculteurs reçoivent une prime par animal pour cette norme.

Depuis plusieurs années, nous menons avec Ospelt Sargans (SG) un projet de bien-être animal auprès des fournisseurs de viande de poulet français et hongrois. Nous exigeons et nous assurons que les poulets respectent les normes suisses de protection animale en termes d'élevage, d'alimentation et de densité du cheptel. Pour nos burgers, nous n'utilisons que du lard Malbuner fabriqué à partir de porc suisse. Les œufs pour l'Egg McMuffin proviennent d'élevages en plein air.



«Nous sommes fiers de fournir la viande de bœuf à McDonald's Suisse depuis l'ouverture du premier restaurant il y a 45 ans. C'est ce que j'appelle un vrai partenariat. Le bien-être animal est important, c'est pourquoi, depuis 2010, nous fournissons à McDonald's du bœuf provenant d'animaux sortant régulièrement en plein air.»

Lorenz Wyss,
CEO de Bell Food Group

Farine, poisson et café durables

Depuis 1999, nous collaborons avec l'Association suisse des paysannes et paysans pratiquant la production intégrée (IP-SUISSE). Outre une partie de l'huile de colza, nous achetons à Fortisa une farine 100% conforme aux normes IP-SUISSE. Les filets de

lieu jaune du Pacifique du Filet-O-Fish sont labellisés Marine Stewardship Council (MSC), et pour les spécialités de café, nous n'utilisons que des grains portant le label Fairtrade de la Rainforest Alliance, achetés à l'exploitation familiale Rast à Ebikon (LU). Nous n'utilisons de l'huile de palme (issue de sources certifiées et durables) que dans le chausson aux pommes et les garnitures individuelles du McFlurry, car elle y est technologiquement indispensable.

Moins de sel et de sucre

En 2020, nous avons travaillé à simplifier les recettes de nos sauces et à utiliser systématiquement des additifs naturels. Dans les années à venir, nous nous concentrerons sur la réduction du sel et du sucre. En 2012, nous avons déjà réduit de 5 à 4 g/portion la quantité de sel dans nos frites. Ces cinq prochaines années, nous voulons encore réduire celle-ci de 35%. Pour le petit pain du Big Mac, notre objectif est d'utiliser 22% de sucre en moins, tout en préservant le goût.

Happy Meal 0 arômes, 0 colorants artificiels

Tous les produits des menus Happy Meal sont exempts d'arômes, de colorants et d'additifs artificiels. Depuis 15 ans, nous proposons des fruits dans le Happy Meal, qui depuis 2015 contient toujours une portion de fruits. Depuis ce lancement, nous avons servi plus de 20 millions de portions de fruits aux enfants. En 2004, nous avons également élargi notre offre de salades. Depuis lors, chaque menu peut contenir pour le même prix une petite salade au lieu des frites.

Toujours plus de versions végés

En 1996, nous lançons notre premier burger végétarien. L'an dernier, nous avons enrichi notre offre végétarienne de trois burgers et d'une salade César. Ainsi, chaque burger de poulet est également disponible en version végétarienne.

Plus d'infos sur notre engagement: mcdonalds.ch/engagement

Nos réalisations en 2020

86% des ingrédients achetés auprès de fournisseurs suisses

6900 fermes locales nous approvisionnent

66% de la viande de bœuf provient d'élevages où le bétail sort régulièrement en plein air (standard SRPA)

100% de la viande de poulets français et hongrois respecte les normes suisses de bien-être animal

3.7 mio. de portions de fruits servies – principalement avec le Happy Meal

Depuis 2013 Membre de Swiss Pledge pour une publicité responsable



Nos objectifs d'ici 2025

Maintenir le volume des achats domestiques stable à 85%

Augmenter de 66% à 75% la part de bœuf provenant d'animaux SRPA

Continuer d'acheter le poulet pour les McNuggets et McChicken à 100% en France et en Hongrie conformément aux normes suisses en matière de bien-être animal.

De 2021 à 2023: réduire la teneur en sel des frites de 4 à 2,5 g/portion – soit une réduction de 35%

De 2021 à 2023: réduire de 22% (14 t par an) le sucre contenu dans les Big Mac, tout en préservant le goût

Ne pas utiliser d'additifs artificiels pour les produits existants ou nouveaux

Notre contribution aux ODD



ODD = Objectifs de développement durable des Nations Unies (ONU)

Les ingrédients achetés en 2020

15 211 tonnes de pommes de terre pour nos frites chez Frigemo (Cressier NE)

2286 tonnes d'huile de colza pour nos frites chez Florin (Muttens BL)

1741 tonnes de lait pour nos Sundaes, McFlurry et cafés chez Emmi et Nestlé

1 666 342 litres d'eau minérale chez Henniez (VD)

4465 tonnes de viande de bœuf pour nos burgers chez Bell Oensingen (SO)



1926 tonnes de salade pour nos burgers & Cie chez Eisberg (Dänikon ZH).

39 tonnes de grains de café pour nos spécialités McCafé chez Rast (Ebikon LU)

2493 tonnes de farine pour nos petits pains chez Fortisa (Zuchwil SO)

981 tonnes de fromage fondu pour nos burgers chez Schreiber (Allgäu, D)