

# MCDONALD'S FRANCE DEVELOPPE UNE STRATEGIE AGRO ECOLOGIQUE AVEC SES PRINCIPAUX FOURNISSEURS



**ANNEE**  
**2013**

**CATEGORIE**  
**Bonnes Pratiques d'Affaires**  
**RUBRIQUE**  
**Achats responsables**

**SOUS-RUBRIQUE**  
**Relations durables**  
**fournisseurs**

**SECTEUR D'ACTIVITE**  
**Commerce/ distribution**

**TAILLE DE L'ENTREPRISE**  
**> 500**

**PAYS (DE LA PRATIQUE)**  
**France**

## ENTREPRISE



**McDonald's France**

**307 franchisés**

**1260 restaurants**

**1.9 millions de repas servis**  
**par jour en France**  
**Chiffres d'Affaires : 4.4**  
**milliards d'€**

**Effectif :**  
**69 000 salariés sous**

**Fiche rédigée par :**  
**Marie Noëlle DUFOREST**

## CONTEXTE

Préoccupé depuis plusieurs années par l'impact écologique lié à son activité, McDonald's cherche de nouvelles solutions pour aller plus loin dans sa lutte contre les changements climatiques et en particulier sur son amont agricole qui représente plus de 80% des émissions des gaz à effet de serre.

## OBJECTIF(S)

- diminuer les émissions de gaz à effet de serre,
- préserver les ressources en eau (quantité et qualité),
- contribuer au maintien de la biodiversité,
- améliorer le bien-être animal.

## DÉMARCHE

En mars 2009, plus de 100 participants (experts, acteurs des filières, instituts techniques, visions bio et conventionnelle) ont échangé, discuté, débattu et développé des idées pour réduire l'impact environnemental des 5 principales filières de McDonald's (blé, poulet, bœuf, pomme de terre et salade). Ce travail de concertation avait pour but de définir collectivement comment aller le plus loin possible dans l'amélioration des pratiques agricoles en matière d'environnement dans les principales filières de McDonald's en garantissant :

- la pérennité économique de chacun des acteurs des filières,
- une qualité des produits préservée
- un approvisionnement suffisant et régulier,
- la traçabilité et la sécurité alimentaire des produits sur chacune des filières.

Les concertations agricoles ont montré que des solutions agro écologiques intéressantes existent déjà mais restent souvent confidentielles. Avant leur mise en œuvre, il est primordial de les expérimenter en conditions réelles, sur une durée suffisante pour permettre de vérifier leur efficacité d'un point de vue environnemental.

C'est pourquoi, la stratégie agroécologique de McDonald's, élaborée à l'issue des concertations, repose sur un dispositif d'expérimentations étalé sur 10 ans, pendant lesquels des agriculteurs et des éleveurs volontaires testent les pratiques identifiées lors des concertations, comme l'utilisation d'outils d'aide à la décision, des techniques de géolocalisation et d'agriculture de précision ou encore de nouvelles approches agronomiques. Aujourd'hui, ce sont près de 50 pratiques innovantes en test dans un réseau d'une trentaine de fermes et parcelles de référence. Afin de mesurer l'efficacité de chacune des pratiques et après un état des lieux initial, une série d'indicateurs a été développée pour mesurer leur impact environnemental et leur incidence économique. Chaque année, un conseil scientifique composé d'experts indépendants suit le développement des programmes et apporte son expertise pour les enrichir. Les pratiques identifiées comme insuffisamment efficaces seront abandonnées, tandis que celles validées par les experts pourront être proposées plus largement sur les différents bassins de production.

## FACTEUR(S) CLÉS DU SUCCÈS

- Démarche initiée au sein d'une démarche filière
- Stratégie long terme : plan d'action à 10 ans avec des tests sur plusieurs années
- Constitution de réseau de fermes de référence
- Evaluation externe des pratiques

CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE	BÉNÉFICES ENVIRONNEMENTAUX, SOCIAUX ET/OU DE GOUVERNANCE
<ul style="list-style-type: none"> <li>- une ferme de référence par filière ouverte au public : pomme de terre à Arras (2011), blé dans le Loiret (mai 12,) poulet en Côtes d'Armor (oct 12), bœuf dans l'Orne (déc 12), salade en Pyrénées Orientales (déc 13)</li> <li>- image positive (ex : salon agriculture) pour consommateurs et collectivités</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2009 : 200 acteurs de la filière dans la phase de concertation</li> <li>- 30 fermes ou parcelles de test ; 50 solutions innovantes testées</li> <li>- diffusion des bonnes pratiques</li> <li>- ex salade : diminution par 10 en 3 ans de test des phytosanitaires (alternatives, rationalisation)</li> </ul>

- Rapport RSE : [Journal du Développement Durable de McDonald's France, rapport de l'année 2012](#)
- Autres liens utiles (rapports, études, articles, ...) [Données Corporate - Le reporting développement durable de McDonald's France](#)