

# MCDONALD'S

---

UNE POLITIQUE  
DÉCHETS  
À CONTRE-COURANT  
DE L'ÉCONOMIE  
CIRCULAIRE



**ZERO WASTE FRANCE** est une association environnementale fondée en 1997 sous le nom de Centre national d'information indépendante sur les déchets (Cniid). Elle a pour mission de promouvoir la réduction des déchets, et plus largement, une meilleure gestion de nos ressources.

Pour cela, Zero Waste France fait connaître les démarches zéro déchet, zéro gaspillage aux citoyens, élus et entreprises, les accompagne dans leurs initiatives de terrain et les alerte sur les impacts environnementaux, sanitaires, économiques et sociaux de nos déchets. L'association porte également de nombreuses propositions d'évolution de la réglementation pour accélérer la transition vers une économie véritablement circulaire, au niveau local, national et européen.

Association citoyenne, Zero Waste France est majoritairement financée par les dons et cotisations de ses 2000 adhérents individuels, afin de pouvoir s'exprimer et agir en toute indépendance. Pour en savoir plus et soutenir l'association : [www.zerowastefrance.org](http://www.zerowastefrance.org)

# SOMMAIRE

RÉSUMÉ .....	4
INTRODUCTION.....	8
McDonald's en quelques chiffres.....	8
Une responsabilité particulière au regard de son empreinte mondiale .....	9
Un modèle d'entreprise critiqué.....	9
Le « système McDonald's » en matière d'emballages .....	9
McDonald's France se met au vert: les origines de la stratégie environnementale de la société.....	11
Le Plan Déchets de McDonald's en France .....	11
<b>PARTIE 1 - ÉCO-CONCEPTION DES EMBALLAGES :</b>	
<b>LE TOUT JETABLE RESTE LA NORME .....</b>	<b>14</b>
La politique de McDonald's en matière de réduction des emballages .....	15
• Les emballages servis aux clients .....	15
• Les emballages de livraison des restaurants.....	19
Le choix des matières entrant dans la composition des emballages.....	20
• La part du papier et du carton dans les emballages de McDonald's en France .....	20
• La part des fibres recyclées dans la composition des emballages papier et carton....	21
• La part des fibres vierges provenant de forêts certifiées .....	22
<b>PARTIE 2 - LA LUTTE CONTRE LES EMBALLAGES ABANDONNÉS :</b>	
<b>DES RÉSULTATS LIMITÉS .....</b>	<b>23</b>
Les actions mises en avant par McDonald's France : des résultats limités .....	23
• Les Référents EcoProgress™ .....	23
• Les Plans de Propreté .....	24
• Le Programme Emballages Abandonnés .....	24
Les actions et projets abandonnés par McDonald's France .....	25
Les systèmes de consigne non retenus par McDonald's France .....	25
<b>PARTIE 3 - LE RECYCLAGE DES DÉCHETS DE MCDONALD'S</b>	
<b>EN FRANCE: DES RÉSULTATS EN RÉGRESSION.....</b>	<b>27</b>
Les déchets générés côté cuisine .....	27
• Les cartons de livraison .....	27
• Les huiles de friture .....	28
• Gaspillage alimentaire et valorisation des biodéchets .....	29
Les déchets générés côté restaurant .....	31
• La communication de McDonald's en matière de tri sélectif .....	32
• McDonald's et le décret « 5 flux » .....	34
• McDonald's et le tri sélectif à l'étranger .....	34
• Les raisons du retard de McDonald's France .....	34
<b>CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS .....</b>	<b>37</b>
<b>ANNEXE .....</b>	<b>39</b>
<b>RÉFÉRENCES .....</b>	<b>41</b>

# RÉSUMÉ

---

En tant que principale chaîne de restauration rapide, premier franchiseur, **second employeur privé à travers le monde, premier distributeur de jouets (via les Happy Meal™)** et l'un des principaux clients de l'industrie agro-alimentaire, McDonald's marque de son empreinte l'économie mondiale, mais aussi l'environnement.

La multinationale a adopté un modèle d'entreprise fondé sur le tout jetable qui est source d'énormes quantités de déchets (emballages, gaspillage alimentaire, huiles de friture usagées...). McDonald's utilise, **chaque minute, près de 2,8 tonnes d'emballages pour servir ses clients à travers le monde**, ce qui représente près de 1,5 million de tonnes d'emballages par an. **En France, les restaurants utilisent environ 115 tonnes d'emballages par jour, soit près de 42.000 tonnes par an.** Tout cela sans tenir compte des emballages de transport pour livrer les restaurants en amont.

Si la multinationale est déjà sous le feu des critiques pour ses pratiques fiscales, sociales, voire anticoncurrentielles, ses pratiques environnementales en matière de gestion des déchets n'avaient pas encore fait l'objet d'un examen approfondi, notamment en **France, deuxième marché mondial de l'enseigne** en termes de chiffre d'affaires juste derrière les Etats-Unis. Pourtant, McDonald's porte une responsabilité particulière, au regard de sa domination mondiale et de ses pratiques qui peuvent avoir des effets considérables et servir de norme de référence pour les acteurs du secteur.

Le présent rapport se concentre sur la politique « déchets » de McDonald's France et analyse notamment le « Plan Déchets » mis en avant par la marque depuis la fin des années 2000. Ses auteurs dressent un **état des lieux** des mesures prises par McDonald's en France et formulent des **recommandations** pour faire évoluer la politique déchets de l'enseigne et permettre des avancées à la hauteur des enjeux de l'économie circulaire et d'une meilleure gestion des ressources. **Ces recommandations visent également l'ensemble du secteur de la restauration rapide**, qui est un secteur en plein développement mais dont le modèle repose pour l'heure sur une production très importante de déchets d'emballages.

## État des lieux

---

### Emballages : le tout jetable reste la norme

La politique de McDonald's France en matière de déchets d'emballages se caractérise par :

→ **Une transparence moindre de McDonald's France**, qui ne publie pas d'informations sur la quantité d'emballages que ses restaurants produisent et sur l'évolution de celle-ci dans le temps, contrairement à McDonald's Allemagne, qui reconnaît que les quantités d'emballages utilisés par l'enseigne par client (incluant les emballages liés à la livraison des marchandises) n'ont cessé d'augmenter ces dernières années, passant de 85,8 grammes par client en 2011 à 93 grammes en 2015.

- **Des déchets en augmentation** : en prenant pour base les chiffres parcellaires fournis par l'enseigne, on peut estimer que la quantité totale de déchets produits par McDonald's en France est en augmentation (de l'ordre de 20% entre 2013 et 2015), à rebours des messages de communication affichés par la société en matière d'éco-conception et des objectifs nationaux et européens de réduction des déchets.
- **Une diminution du taux d'utilisation de matière recyclée** : chez McDonald's en France, la part de fibres recyclées utilisées pour fabriquer les emballages en carton a globalement diminué entre 2011 et 2015 par rapport à la part des fibres vierges : en d'autres termes, la société utilise davantage de ressources qu'auparavant pour fabriquer ses emballages.

## Tri et recyclage : des résultats en régression

Les engagements de McDonald's France en matière de recyclage se limitent à la valorisation de ses huiles de friture, qui est une obligation légale, et le recyclage d'une partie des cartons de livraison via son prestataire Martin-Brower. Au-delà, la politique de gestion des déchets de McDonald's France se caractérise par :

- **Un taux de recyclage en baisse en France** : la part des déchets effectivement recyclés par l'enseigne a diminué entre 2013 et 2015, passant de 26,51% des déchets produits à 25%.
- **Une politique à géographie variable en Europe** : les déchets recyclables ne sont triés que dans une minorité de restaurants en France. Pourtant, l'enseigne a mis en place le tri sélectif depuis de nombreuses années dans des pays voisins (en Belgique, aux Pays-Bas, en Allemagne, en Autriche...), où les restaurants affichent des résultats supérieurs à 90% en matière de recyclage.
- **Une augmentation du gaspillage alimentaire** : la part des biodéchets côté cuisine représentait ainsi 13% de la totalité des déchets en 2013 et a bondi pour atteindre 20,3% en 2015. La plupart des ingrédients ne nécessitant pas d'étape de préparation supplémentaire en cuisine, une part importante de ces biodéchets correspond vraisemblablement à du gaspillage alimentaire, conséquence de la politique de l'enseigne en matière de préparation des repas.
- **L'absence de tri des biodéchets dans la plupart des restaurants** : McDonald's France indique que le tri de ses biodéchets pour valorisation se déploie progressivement dans ses restaurants, sans donner plus d'éléments chiffrés. Pourtant, en vertu de la réglementation, tout producteur produisant plus de 10 tonnes de biodéchets par an est soumis à une obligation de tri pour valorisation depuis janvier 2016. Selon nos estimations, cette obligation concernerait la plupart des restaurants McDonald's en France.

## Propreté : un décalage entre la communication de la marque et les moyens réellement engagés

Le problème des emballages abandonnés aux abords des restaurants McDonald's et dans la nature est un sujet sur lequel l'enseigne est régulièrement interpellée par ses clients.

- **Au cœur de la stratégie de communication environnementale de la marque.** McDonald's France communique largement sur ses initiatives visant à améliorer la propreté aux alentours des restaurants. L'enseigne met ainsi en avant les « Plans de propreté » mis en place par ses restaurants, les conventions de lutte contre les emballages abandonnés signées avec certaines communes et sa démarche « Eco-Progress™ » qui vise à suivre et améliorer les performances environnementales des restaurants.

- **Une action dont l'ampleur reste en réalité limitée.**
  - Seuls 18% des restaurants ont signé une convention de lutte contre les emballages abandonnés avec leur mairie, un programme mis sur pieds il y a pourtant plus de 8 ans.
  - Seuls 35% des restaurants ont un salarié chargé de suivre la démarche Eco-Progress™ de McDonald's (suivi du Plan Déchets, des consommations d'énergie, etc.)
- **L'absence de mesures de réduction des déchets à la source.** Bien que le phénomène des emballages abandonnés découle directement du modèle du « tout jetable » privilégié par l'entreprise, McDonald's France n'a pour l'heure développé aucun système de consigne ou de gratifications incitant les consommateurs à ramener leurs emballages pour réemploi ou recyclage plutôt que de les jeter.

L'analyse des résultats de la politique déchets de McDonald's France met en lumière des performances faibles, voire en régression, en matière de réduction et de recyclage des déchets. Ce constat tranche avec les éléments de communication de la société destinés à donner l'image d'une entreprise soucieuse du développement durable.

## Recommandations

—

En conclusion, le présent rapport donne un certain nombre de recommandations à l'attention de McDonald's et des autres acteurs de la restauration rapide, afin de réduire les déchets d'emballages produits et ainsi engager des politiques à la hauteur des enjeux de l'économie circulaire et de la réduction du gaspillage des ressources.

### Pour réduire les déchets d'emballages produits en restaurant :

McDonald's n'opère aucune distinction entre la restauration sur place et à emporter et utilise indifféremment des emballages jetables pour ces deux usages.

- **En utilisant de la vaisselle réutilisable pour les plats consommés sur place**, qui représentent 50% de ses ventes, l'enseigne pourrait éviter la production de plus de 15.000 tonnes de déchets par an. McDonald's utilise d'ores et déjà des tasses à café réutilisables dans ses McCafés, ce qui montre que la pratique est bien envisageable.

### Pour réduire les emballages causés par la vente à emporter :

De nombreux emballages distribués systématiquement en caisse sont en réalité inutiles.

- **McDonald's pourrait définir des bonnes pratiques pour réduire les emballages délivrés en caisse** (suremballages dans le menu Happy Meal™, sacs et couverts en plastiques systématiques...) et former systématiquement ses salariés sur ces enjeux ;
- **L'enseigne pourrait également inciter sa clientèle à apporter son propre sac pour transporter sa commande** en mettant en place des outils de communication à cet effet, suivant en cela l'exemple de certaines enseignes de restauration rapide comme Starbucks aux Etats-Unis et au Royaume Uni, qui proposent des réductions aux clients ayant apporté leur propre contenant.

La société possède 1 419 restaurants sur l'ensemble du territoire français et contrôle l'ensemble de l'approvisionnement de ses franchisés.

→ **Elle pourrait donc par ailleurs mettre en place un système de consigne** sur ses emballages et fournir des boîtes ou gobelets réutilisables que les consommateurs pourraient rapporter. Cela permettrait à la fois de réduire les déchets produits et de lutter efficacement contre les emballages abandonnés.

### Les obligations réglementaires en matière de tri pour recyclage

McDonald's n'a généralisé ni le tri pour les emballages recyclables (carton-papier) jetés dans ses restaurants, ni le tri des biodéchets produits dans les cuisines. Ce tri fait pourtant l'objet d'une obligation réglementaire dans le cas où les restaurants dépassent certains seuils de production de déchets.

→ **La société devrait généraliser rapidement le tri de ces deux flux de déchets** à l'ensemble de ses restaurants, comme c'est le cas dans de nombreux pays européens voisins.

→ **McDonald's devrait rendre publiques les données** permettant de connaître le nombre de restaurants ayant mis en place le tri des recyclables et des biodéchets en France et les quantités de déchets produits par restaurant.

# INTRODUCTION

## McDonald's en quelques chiffres

Depuis sa création en 1955, McDonald's est devenue l'enseigne de tous les records.

McDonald's est la principale chaîne de restauration rapide à travers le monde, avec plus de 36 000 restaurants et des ventes représentant près du double de celles de son principal concurrent, Yum Brands (Pizza Hut, KFC, Taco Bell...). En 2014, les restaurants de l'enseigne à travers le monde ont réalisé un chiffre d'affaires cumulé de 68,8 milliards d'euros, ce qui place la société au 64<sup>e</sup> rang des économies mondiales, proche du PIB de l'Equateur<sup>1</sup>. McDonald's est également la principale chaîne de restauration rapide en Europe avec plus de 8 000 restaurants et 20,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires cumulé en 2014<sup>2</sup>, un chiffre supérieur aux chiffres d'affaires de ses 9 principaux concurrents réunis<sup>3</sup>. La France est le deuxième marché mondial de McDonald's en termes de chiffre d'affaires, juste derrière les Etats-Unis<sup>4</sup>. La société comptait 1 419 restaurants fin 2016<sup>5</sup> et ses ventes représentent environ 76% des parts de marché de la restauration rapide à l'américaine (comprenant Quick, Burger King et KFC)<sup>6</sup>.

La société mère, McDonald's Corporation, est largement bénéficiaire avec un bénéfice net moyen de 5 milliards de dollars par an sur les cinq dernières années. Si la société est mondialement connue pour son Big Mac, elle tire la majeure partie de ses bénéfices, à la différence de ses concurrents, de son empire immobilier : McDonald's est en effet propriétaire ou, à défaut, contrôle systématiquement les locaux où sont exploités les restaurants, qu'ils soient franchisés ou non<sup>7</sup>.

McDonald's est également le premier franchiseur mondial (près de 85% de ses 36 899 restaurants étant gérés par 5 669 franchisés)<sup>8</sup> mais aussi le second employeur privé à travers le monde avec près de 2 millions d'employés sous enseigne<sup>9</sup>.

La société est également l'un des principaux clients de l'industrie agro-alimentaire : à elle seule, la société achète 10% de la production totale de steaks hachés en Europe et 2,5% de la production totale de viande bovine<sup>10</sup>.

McDonald's, c'est aussi le 1<sup>er</sup> distributeur de jouets au monde avec plus de 1,5 milliards de jouets distribués chaque année dans des menus Happy Meal™ et leur boîte bien reconnaissable<sup>11</sup>.

Chaque jour dans le monde, près de 70 millions de clients fréquentent les restaurants de l'enseigne<sup>12</sup>, dont 2 millions en France<sup>13</sup>.

Compte-tenu de son gigantisme et de son modèle d'entreprise (vente à emporter, McDrive, restauration rapide...) fondé sur le jetable, l'activité de la multinationale est source de quantités de déchets considérables. Ainsi, chaque jour des centaines de millions d'emballages, sacs, serviettes, couverts en plastique, pailles, gobelets sont utilisés par les consommateurs de l'enseigne, avant d'être jetés avec les restes de repas, voire abandonnés dans les rues ou en pleine nature.

En 2013, McDonald's Corporation évaluait **la quantité moyenne d'emballages par repas servi à 57,5 grammes<sup>14</sup>**. Ce qui signifie que **chaque minute, la société utilise près de 2,8 tonnes d'emballages pour servir ses clients à travers le monde<sup>15</sup>**, ce qui représente près de 1,5 million de tonnes d'emballages par an. Rapportée à la France, **les restaurants utilisent 115 tonnes d'emballages par jour, soit près de 42 000 tonnes par an<sup>16</sup>**.

Aux emballages utilisés pour la vente aux clients s'ajoutent ceux utilisés par la société en amont (notamment les cartons de livraison...): en incluant les emballages utilisés pour le transport de marchandises, la quantité moyenne d'emballages atteint 93 grammes par repas servi en 2015 d'après les données fournies par McDonald's en Allemagne<sup>17</sup>.

La question des déchets produits par McDonald's ne s'arrête pas à la problématique des emballages : aux chiffres ci-dessus, il convient d'ajouter principalement ceux des déchets résultant du gaspillage alimentaire (préparations jetées et restes de repas) et des huiles usagées.

## Une responsabilité particulière au regard de son empreinte mondiale

Sa puissance financière et son empreinte mondiale permettent à la multinationale de dominer très largement le secteur de la restauration rapide à travers le monde mais entraînent également un impact environnemental considérable. Au regard de sa taille et de ses activités, McDonald's porte une responsabilité particulière puisque ses pratiques ont des conséquences directes importantes et peuvent servir de norme de référence pour les acteurs du secteur. C'est pourquoi le présent rapport se concentre sur le cas emblématique de McDonald's et de sa politique en matière de déchets, tout en apportant des éléments d'analyse et des recommandations en matière de réduction des déchets applicables à l'ensemble du secteur de la restauration rapide.

## Un modèle d'entreprise critiqué

A l'heure actuelle, le modèle d'entreprise de la société apparaît reposer sur une exploitation des normes et standards les plus bas à travers le monde. McDonald's adopte ainsi une politique à « géographie variable » en tirant profit des différences entre les législations locales. De nombreuses organisations syndicales, associations et groupements de la société civile dénoncent ainsi les pratiques de l'enseigne à travers le monde et en particulier :

- ses pratiques fiscales et leurs conséquences pour les finances publiques des Etats et pour les contribuables : l'enseigne fait ainsi l'objet d'une enquête de la Commission Européenne et de divers procédures nationales ayant donné lieu à des redressements fiscaux dans plusieurs cas<sup>18</sup>;
- ses pratiques sociales et leurs conséquences pour les employés de l'enseigne et plus largement pour les employés du secteur de la restauration : des syndicats et des salariés dénoncent régulièrement les conditions de travail précaires, les bas salaires, des violations des règles en droit du travail à travers le monde et la mise en place de stratégies pour décourager la représentation syndicale<sup>19</sup>;
- ses pratiques à l'égard des consommateurs : plusieurs plaintes ont ainsi été déposées pour dénoncer de possibles politiques de prix imposés dans les restaurants franchisés conduisant ces restaurants à appliquer des prix plus élevés par rapport aux restaurants exploités directement par la multinationale<sup>20</sup>.

Dans le domaine environnemental, McDonald's se présente depuis plusieurs années comme une société soucieuse du développement durable et de son empreinte écologique. Cependant, les choix de l'entreprise en matière de conditionnement des produits et de gestion des déchets semblent illustrer dans ce domaine également une politique à « géographie variable », à la fois dans les mesures mises en œuvre et dans la communication des données environnementales.

## Le « Système McDonald's » en matière d'emballages

### Le contrôle de la conception et de la fabrication des emballages

McDonald's contrôle entièrement la conception, le design, la fabrication et la production des emballages servis dans ses restaurants franchisés et intégrés.

McDonald's fait ainsi appel depuis de très nombreuses années à la même société pour la conception de ses emballages. Il s'agit de Perseco, une entreprise créée en 1975 et désormais renommée Havi Global Solutions, faisant partie du Groupe HAVI (qui se partage avec Martin-Brower les territoires pour l'approvisionnement et la logistique des restaurants McDonald's)<sup>21</sup>. Les relations avec McDonald's sont extrêmement étroites puisque la société dispose de bureaux chez McDonald's à Londres, Francfort, Madrid, Munich, Paris et Varsovie<sup>22</sup>. En 2006, **Perseco faisait état de 1,25 milliards d'emballages distribués aux consommateurs** de 25 pays européens par an<sup>23</sup>. En 2009, la société déclarait acheter pour McDonald's plus de 2 milliards de gobelets par an<sup>24</sup>.

En France, la fabrication des emballages pour les deux millions de repas servis quotidiennement<sup>25</sup> se répartit principalement entre :

- CEE R. Schisler pour les sacs, sachets en papier, feuilles pour hamburger et gobelets en carton : la société fabrique pour le marché français et pour d'autres marchés européens de McDonald's<sup>26</sup> ;
- A&R Carton pour les boîtes de sandwiches : A&R Carton est une filiale du groupe mondial AR Packaging<sup>27</sup> ;
- Huhtamaki pour les porte-gobelets : Huhtamaki est un groupe mondial présent sur tous les continents et fournit McDonald's dans 30 pays<sup>28</sup>.

### L'absence de marge de manœuvre des franchisés

Le modèle d'entreprise de la société repose en grande partie sur la franchise (84% des restaurants en France sont franchisés), et l'ensemble des emballages à utiliser et la gestion des déchets font partie des éléments imposés aux franchisés.

Les contrats de franchise de la société, qui sont « très similaires partout dans le monde »<sup>29</sup>, prévoient expressément que les franchisés doivent obligatoirement utiliser les boîtes, contenants, cartons, sacs, serviettes, articles en papier et autres emballages portant les signes distinctifs de la société conformément aux prescriptions prévues par le Système McDonald's (c'est-à-dire l'ensemble des manuels et du savoir-faire que les franchisés s'engagent à appliquer scrupuleusement)<sup>30</sup>.

Les franchisés McDonald's en France sont obligés de passer par la société Martin-Brower qui dispose de l'exclusivité de la logistique des approvisionnements en pro-

duits alimentaires et non alimentaires des restaurants McDonald's. McDonald's et Martin-Brower ont ainsi mis en place un outil de pilotage installé dans les restaurants permettant d'anticiper les besoins en approvisionnement et de pré-programmer les commandes de produits et d'emballages<sup>31</sup>.

La marge de manœuvre des franchisés est ainsi très faible, voire inexistante en matière d'emballages. Les innovations proposées par certains restaurants (service à table, « salad-bar », etc.) sont, de la même manière, des initiatives provenant de McDonald's France, validées au préalable par l'enseigne.

## **McDonald's France se met au vert : les origines de la stratégie environnementale de la société**

Consciente de ses faiblesses en matière environnementale et face à son déficit d'image, McDonald's France a commencé à engager des opérations de communication externe pour tenter de valoriser ses démarches en matière d'environnement à compter de l'année 2008<sup>32</sup>. A cette époque, les mesures mises en place apparaissent limitées comme le soulignent certains commentaires d'équipiers et managers de restaurants McDonald's laissés sur le blog de la société<sup>33</sup>.

La stratégie de communication environnementale de McDonald's France vise à travailler avant tout sur la réputation de l'entreprise<sup>34</sup>. A cette époque, la société a adopté un fond vert pour ses arches dorées pour mettre en avant son souci de l'environnement, plutôt qu'un fond rouge jugé trop agressif<sup>35</sup>. Pour le lancement de ses opérations de communication, McDonald's s'est appuyé sur une agence de conseil en développement durable fondée par d'anciens dirigeants de Greenpeace<sup>36</sup>. Aujourd'hui, la stratégie de développement durable de McDonald's est gérée par le Cabinet Synergence, racheté en 2016 par Deloitte France .

Au niveau français, cette stratégie de communication environnementale repose essentiellement sur les outils suivants : (i) l'insertion d'un onglet « Environnement » sur le site internet de la société<sup>38</sup>, (ii) la mise en place d'un blog dédié aux questions environnementales<sup>39</sup>, (iii) la publication annuelle d'un « Journal du Développement Durable » servant de rapport annuel sociétal, social et environnemental et (iv) la communication de données environnementales parmi ses données « corporate » mises en ligne<sup>40</sup>.

Au travers de ses outils de communication, McDonald's France met notamment en avant son « Plan Déchets ».

## **Le Plan Déchets de McDonald's en France**

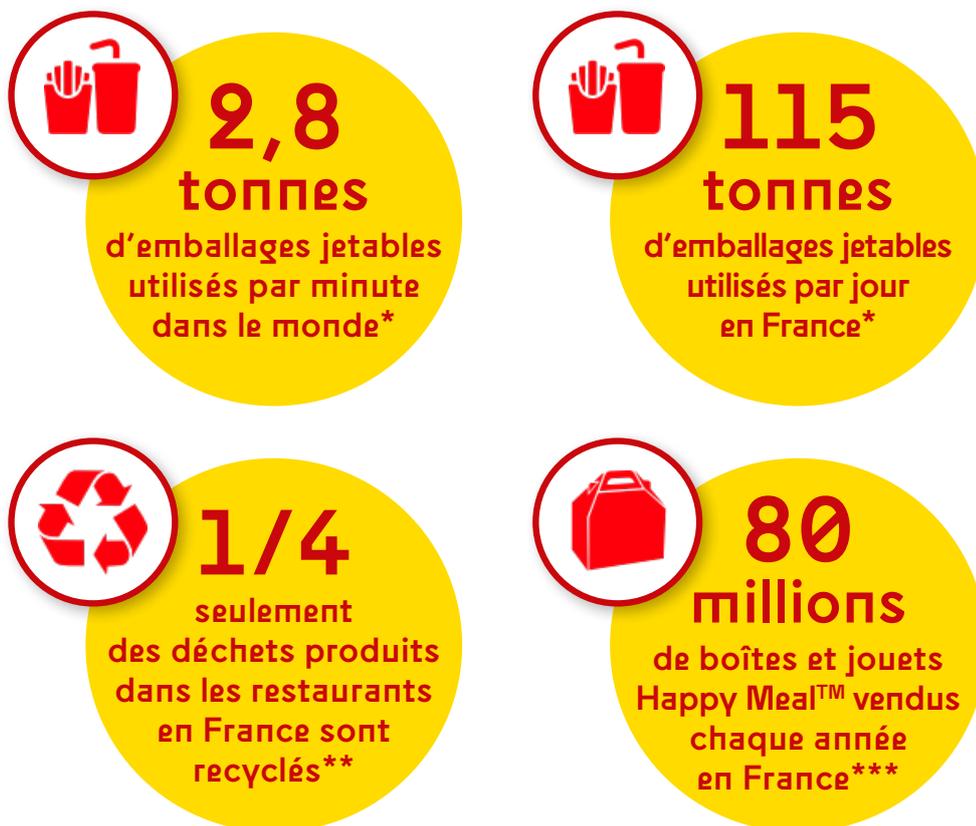
Le Plan Déchets de McDonald's France « regroupe l'ensemble des actions menées par l'enseigne pour agir à chaque étape de la filière, de la conception à la valorisation, sans oublier le problème de l'abandon des emballages aux alentours des restaurants »<sup>41</sup>. Il se structure autour de trois axes :

- L'éco-conception des emballages ;
- La lutte contre les emballages abandonnés ;
- Le tri et la valorisation des déchets.

Il s'agit d'un enjeu important pour la société puisque la majorité des commentaires laissés par les internautes sur le blog dédié aux questions environnementales concerne les problématiques liées aux déchets notamment les questions relatives au tri et aux emballages abandonnés sur la voie publique.

Le présent rapport dresse un état des lieux des mesures prises par McDonald's en matière de déchets en France et de leurs résultats. En conclusion, les auteurs présentent des recommandations pour faire évoluer la politique déchets de McDonald's et permettre des avancées à la hauteur des enjeux de l'économie circulaire et d'une meilleure gestion des ressources. Au-delà du cas de McDonald's, ces recommandations s'adressent à l'ensemble du secteur de la restauration rapide, un secteur en plein développement mais dont le modèle repose pour l'heure sur une production très importante de déchets d'emballages.

## Les déchets de McDonald's en quelques chiffres



\* Le poids moyen des emballages par transaction (57,5 grammes par transaction en 2013) a été multiplié par le nombre moyen de clients servis chaque jour par McDonald's, à savoir 70 millions dans le monde et 2 millions en France.

\*\* Taux de recyclage 2015

\*\*\* Chiffres 2015

## FOCUS : LES DÉCHETS DE MCDONALD'S FRANCE

McDonald's France manque de transparence dans sa communication en matière de déchets. Ainsi, à la différence d'autres filiales de McDonald's à travers le monde, McDonald's France ne rend pas publique la quantité totale de déchets produits par ses restaurants année après année, ni l'ensemble des tonnages par type de déchets, ni l'évolution des quantités d'emballages servis par client<sup>42</sup>. L'enseigne communique principalement la proportion de grandes catégories de déchets dans le total des déchets produits, ainsi que la part des déchets recyclés et quelques chiffres sur la valorisation des huiles de friture usagées et des cartons de livraison.

### MCDONALD'S FRANCE, RÉPARTITION PAR TYPE DE DÉCHETS, 2013 - 2015<sup>43</sup>

	2013	2014	2015
Déchets organiques cuisine	13%	20%	20,3%
Déchets non recyclables	18%	11%	10,95%
Déchets lobby (salle) recyclables	38%	42%	43,8%
Huiles usagées	9%	8%	8,99%
Cartons de livraison	22%	19%	15,96%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### MCDONALD'S FRANCE, PART DES DÉCHETS RECYCLÉS, 2013 - 2015<sup>44</sup>

	2013	2014	2015
Part des déchets recyclés	26,51%	23%	25%

Sur la base de ces données, les constatations suivantes peuvent être effectuées :

- Entre 2013 et 2015, la quantité d'huiles usagées collectées pour valorisation et de cartons de livraison recyclés a augmenté<sup>45</sup>. En parallèle, leur proportion dans la quantité totale de déchets a diminué. Il est possible de déduire de ces deux chiffres que, mécaniquement, la quantité totale de déchets produits par McDonald's France a fortement augmenté entre 2013 et 2015. Selon nos estimations, cette augmentation de la quantité de déchets produite en France serait supérieure à 20%<sup>46</sup>.
- Les déchets organiques produits en cuisine ont considérablement augmenté entre 2013 et 2015 (leur part dans la quantité totale de déchets, qui a elle-même progressé, est passée de 13 à 20,3%)<sup>47</sup>. La préparation en restaurant se limite pourtant chez McDonald's à l'assemblage d'ingrédients pré-préparés, générant peu de déchets d'épluchures et résidus. Les déchets organiques produits correspondent donc probablement en grande majorité à du gaspillage alimentaire dû au modèle de gestion des commandes choisi par la société (préparation à l'avance), et ce gaspillage alimentaire serait donc croissant.
- La part des déchets effectivement recyclés par l'enseigne a diminué entre 2013 et 2015, passant de 26,51% des déchets produits à 25%<sup>48</sup>. Les efforts de McDonald's en la matière semblent donc se limiter à l'heure actuelle au recyclage des cartons de livraison et à la valorisation des huiles usagées, et ce malgré l'augmentation de la recyclabilité de ses emballages (de 38 à 43,8% des déchets).

# PARTIE 1

# ÉCO-CONCEPTION DES EMBALLAGES : LE TOUT JETABLE RESTE LA NORME

---

- Supprimer (ou, à tout le moins, réduire) les emballages constitue le meilleur moyen de limiter la quantité de déchets. Sur ce point, la Directive européenne 2008/98/CE et le Code de l'environnement en France dressent une hiérarchie des priorités à respecter afin d'améliorer la préservation de notre environnement. La prévention de la création de déchets est la priorité absolue mise en avant par ces textes, s'en suivent par ordre de priorité, la réutilisation, le recyclage, la valorisation (notamment énergétique) et enfin l'élimination.

À défaut de supprimer leurs emballages, il appartient aux entreprises de réfléchir à leur éco-conception. En effet, les possibilités de réutiliser ou de recycler un produit ou un matériau dépendent largement de son design initial. La Commission Européenne, dans le cadre de son paquet « économie circulaire » a notamment prévu un plan de travail sur l'éco-conception pour la période 2015-2017 pour promouvoir la durabilité, la réparabilité et la recyclabilité des produits, en plus de l'efficacité énergétique<sup>50</sup>.

## Qu'en est-il de McDonald's ?

McDonald's France communique régulièrement sur sa volonté d'éco-concevoir ses emballages en réduisant leur nombre, leur poids et leur volume et en sélectionnant des matières d'origine renouvelable ou recyclées<sup>51</sup>. Toutefois, l'entreprise ne rend pas publiques les données concernant l'évolution des quantités d'emballages servis par client : ce type de données est pourtant essentiel pour apprécier les effets de la politique d'éco-conception de l'entreprise. En revanche, McDonald's Allemagne fournit ce type de données : ainsi, en Allemagne, la quantité d'emballages utilisée par client (intégrant les emballages liés au transport des marchandises jusqu'aux restaurants) n'a cessé d'augmenter entre 2011 et 2015, passant de 85,8 grammes à 93 grammes<sup>52</sup>.

## MCDONALD'S ALLEMAGNE, QUANTITÉ D'EMBALLAGES PAR CLIENT (incluant les emballages liés au transport), 2011-2015

QUANTITÉ D'EMBALLAGES PAR CLIENT	2011	2012	2013	2014	2015
	85,8 g	91 g	91 g	92 g	93 g

La société fait reposer son modèle d'entreprise sur le jetable, sans faire de distinction entre la vente sur place et la vente à emporter. En France, la nourriture est systématiquement emballée. Elle est ensuite remise aux clients dans des sacs pour la vente à emporter et sur des plateaux repas avec des sets en papier (servant généralement de

supports promotionnels) pour la consommation sur place. Les couverts sont en plastique et sont eux-mêmes emballés dans du plastique : il en est de même des couvercles des gobelets et des pailles (lesquelles sont également emballées individuellement dans du papier). Tous ces emballages génèrent une quantité de déchets considérable : **pour chaque repas servi, la société utilise en moyenne 57,5 grammes d'emballages** (hors emballages utilisés en amont pour livrer les produits aux restaurants). **En France, les restaurants utilisent ainsi 115 tonnes d'emballages par jour, soit près de 42.000 tonnes par an**<sup>53</sup>. Ces emballages ne font pas, la plupart du temps, l'objet d'un tri en vue d'un recyclage (voir partie 3), voire sont abandonnés sur la voie publique (voir partie 2).

L'entreprise est pourtant consciente de l'enjeu du réutilisable depuis des décennies : dès 1991, McDonald's Europe s'inquiétait du risque lié à une prise de conscience du public en faveur du réutilisable pour son modèle d'entreprise<sup>54</sup>. Vingt-six ans plus tard, la politique d'éco-conception des emballages de l'enseigne n'aborde quasiment pas cette question. Le fossé entre la communication de McDonald's en matière de pratiques environnementales et ses pratiques reste ainsi majeur.

## 1.1. La politique de McDonald's en matière de réduction des emballages

L'analyse nécessite de distinguer, d'une part, les emballages servis aux clients et, d'autre part, les emballages utilisés pour la livraison des restaurants.

### 1.1.1. Les emballages servis aux clients

#### 1.1.1.1. Des emballages toujours aussi nombreux

Comme de nombreuses enseignes de restauration rapide, McDonald's propose un service sur place et de la vente à emporter. D'après la société, environ 50% des ventes se font sur place, ce qui correspond à la proportion moyenne dans le secteur de la restauration rapide<sup>55</sup>. Pourtant, McDonald's ne fait pas de différences en termes d'emballages entre les deux types de ventes.

##### a) Pour la vente à emporter

Les emballages utilisés par McDonald's sont jetables. La société justifie cette approche par le fait qu'il s'agit d'une « option qui [nous] permet de répondre à la demande de nos clients, qui pour beaucoup souhaitent consommer leur repas à l'extérieur des restaurants »<sup>56</sup>. Autrement dit, pour McDonald's, la vente à emporter impliquerait par nature l'utilisation d'emballages jetables et la responsabilité de l'utilisation de ce type d'emballages pèserait davantage sur le client et ses habitudes de consommation.

Toutefois, par sa taille et sa position dominante dans le secteur de la restauration rapide, une responsabilité particulière pèse sur McDonald's : en ne faisant pas évoluer ses pratiques vers une réutilisation des emballages, la société entretient ses clients dans des habitudes de consommation ne permettant pas de réduire les déchets. Les consommateurs peuvent pourtant être enclins à faire évoluer leurs pratiques. A titre d'exemple, peu de temps avant la généralisation de l'interdiction des sacs plastiques en caisse, 71,2% des consommateurs déclaraient penser venir avec leurs propres sacs<sup>57</sup>.

Par ailleurs, les standards et procédures strictes dictés par McDonald's pour le conditionnement et la vente de ses produits entraînent l'utilisation systématique de nombreux emballages qui se révèlent inutiles dans certains cas (boîte ou jouet non désirés dans le menu Happy Meal™, sacs papiers et couverts jetables systématiquement distribués, etc.).

Ainsi, les marges de manœuvre de la société sont importantes et McDonald's pourrait mettre en place dès aujourd'hui certaines mesures vertueuses : inviter, voire inciter sa clientèle à apporter son propre sac pour transporter sa commande, ou encore fournir des boîtes ou gobelets réutilisables que les consommateurs pourraient rapporter, ce que d'autres enseignes proposent déjà<sup>58</sup> (voir la partie 4 « Conclusion et recommandations »).

## **b) Pour la vente sur place**

McDonald's utilise les mêmes emballages pour la vente sur place que pour la vente à emporter. La vente sur place constitue pourtant le terrain le plus évident pour mettre en place un système de vaisselle ou d'emballages réutilisables.

Pour justifier le recours aux emballages jetables, McDonald's déclarait en 2008 avoir réalisé une étude montrant que « *le bilan écologique du jetable est pour nous meilleur que si nous avions de la vaisselle réutilisable car cela aurait un impact important en matière de consommation d'eau, d'énergie et de détergents* »<sup>59</sup>. McDonald's ne rendait toutefois pas cette étude publique et ne semble pas avoir procédé depuis à son actualisation. En ne disposant pas des données et méthodes utilisées par McDonald's pour évaluer l'impact du jetable, il n'est pas possible de vérifier si l'analyse faite est ou non biaisée. Certaines méthodes reposent en effet sur des approches différentes du développement durable<sup>60</sup>. Des études similaires menées par la société ont été remises en cause. A titre d'exemple, en 1991, des restaurants McDonald's en Suisse ont commandé un bilan écologique comparant un restaurant McDonald's avec trois autres restaurants utilisant notamment de la vaisselle réutilisable. Un expert environnemental a souligné que cette étude était faussée puisque l'eau et l'énergie nécessaires pour créer les emballages jetables n'avaient pas été prises en compte dans le calcul du bilan écologique du jetable<sup>61</sup>.

Il est en toute hypothèse permis de douter des résultats de l'étude réalisée par McDonald's. De nombreuses études, réalisées dès 2007 et les années suivantes, ont démontré le meilleur bilan écologique des gobelets réutilisables par rapport aux gobelets jetables<sup>62</sup>. Il en est de même de la vaisselle réutilisable par rapport à la vaisselle jetable<sup>63</sup>. En particulier, l'Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME), organisme public en charge d'accompagner la transition écologique et énergétique, promeut l'utilisation de sacs et de vaisselle réutilisables notamment dans le cadre d'initiatives mises en place par des acteurs de la restauration rapide<sup>64</sup>. La vaisselle réutilisable permet en effet d'éviter les émissions liées au traitement des déchets mais également celles liées à l'extraction de matières premières et à la production et distribution de la vaisselle autant de fois qu'elle est réutilisée<sup>65</sup>.

Autre justification avancée par la société pour ne pas faire évoluer ses pratiques : « *les produits destinés à la vente "sur place" ou destinés à la vente "à emporter" sont conditionnés de la même manière (pas de distinction en cuisine)* »<sup>66</sup>. Il s'agit toutefois d'une question de

conditionnement pouvant être réglée en respectant le choix du client lors de sa commande (d'autant plus que la multiplication des bornes de commande dans les restaurants permet aux équipiers de savoir à l'avance si le client souhaite déjeuner sur place ou emporter) et/ou en anticipant les commandes par la préparation de sandwiches emballés (pour la vente à emporter) et non emballés (pour la vente sur place). De plus, certains restaurants McDonald's commencent à proposer le service à table et la préparation de la commande à la demande<sup>67</sup>. Ces évolutions rendent de plus en plus aisé un basculement vers de la vaisselle réutilisable sur place.

Aux Etats-Unis, certaines enseignes de restauration rapide comme KFC et Panera utilisent d'ailleurs déjà de la vaisselle réutilisable pour certains produits consommés sur place<sup>68</sup>. C'est également le cas de quelques chaînes de restauration en France<sup>69</sup>, et de McDonald's elle-même qui utilise déjà des tasses réutilisables dans ses McCafés en Allemagne et dans certains restaurants en France<sup>70</sup>.

L'instauration de vaisselle et gobelets réutilisables pour la vente sur place constitue un coût pour McDonald's et ses restaurants en ce qu'il obligerait une adaptation des pratiques et des restaurants aux contraintes du réutilisable (préparation des commandes, lavage...). Ces coûts peuvent être cependant compensés par les économies dues à l'arrêt de l'achat d'emballages jetables et au traitement des déchets produits. La société en a en toute hypothèse les moyens au regard de sa santé financière. Elle en a également la capacité lorsque l'opinion publique d'un pays ou l'image qu'elle souhaite donner à une gamme de produit l'exigent, comme l'illustre l'utilisation de vaisselle réutilisable dans ses McCafés en Allemagne et en France.

## FOCUS SUR L'EMBALLAGE HAPPY MEAL™

En 2015, plus de 80 millions de menus Happy Meal™ ont été vendus en France, ce qui représente autant de boîtes créées et utilisées spécialement pour la vente de ce type de menus et donc autant de déchets supplémentaires à traiter<sup>71</sup>.

Là encore, McDonald's ne traite pas différemment la vente sur place et la vente à emporter et emballe donc systématiquement les composantes du menu Happy Meal™ dans une boîte qui part immédiatement à la poubelle que ce soit en restaurant ou au domicile des consommateurs.

Interpellé par des consommateurs sur son blog, McDonald's répondait que « *cette boîte joue un rôle puisqu'elle ménage la surprise pour les enfants* »<sup>72</sup>. Cet argument est critiquable dans la mesure où les enfants connaissent à l'avance l'accessoire qu'ils auront avec leur menu puisqu'ils doivent faire un choix entre recevoir un livre ou un jouet au moment de la commande.

McDonald's proposerait néanmoins depuis 2010 des boîtes allégées de 15g, mais ses efforts semblent s'arrêter là<sup>73</sup>, sans remise en question du principe même de ce suremballage.

### 1.1.1.2. Des actions aux résultats limités pour réduire la taille et le poids des emballages

McDonald's communique sur ses efforts pour réduire la taille des emballages et leur poids. En 2013, la société reconnaissait que les emballages étaient le second poste d'émissions de gaz à effet de serre des restaurants (22 %) en dépit d'une diminution de cette part liée notamment à la diminution de leur poids<sup>74</sup>.

En 2010, la société déclarait être parvenue à une réduction de 25 % en moyenne du poids des emballages depuis 1992. Pour illustrer cette réduction, McDonald's cite principalement depuis 2009 l'utilisation d'un accessoire baptisé « le croisillon », compartimenté en carton 100% recyclé et permettant d'éliminer des sacs « considérés comme superflus par les clients »<sup>75</sup> pour la vente à emporter et remplaçant « les packs Best-of volumineux et difficilement écrasable »<sup>76</sup>. Cet accessoire est destiné à stabiliser les éléments des menus achetés dans le cadre de la vente à emporter. L'essentiel des efforts semble toutefois être intervenu en 2010 avec une réduction du poids moyen des emballages de 13 % cette année-là d'après l'enseigne<sup>77</sup>.

McDonald's cite les mesures suivantes mises en place pour réduire la taille et le poids des emballages.

- La réduction de la taille et du poids du croisillon (passant de 24 à 20 grammes en 2014)<sup>78</sup> ;
- La réduction de la taille du sac en papier, permettant une diminution de poids de 2 grammes<sup>79</sup> ;
- Le remplacement des boîtes en carton pour les Croques McDo, Double Cheese et McFish par une feuille et un film protecteur en 2012 et 2013<sup>80</sup>.

McDonald's souligne également une réduction du poids des serviettes (de 2,4 grammes à 1,35 grammes) intervenue en 2013 et la mise en place de distributeurs économes pour limiter le gaspillage<sup>81</sup>. Cette affirmation est toutefois contredite par une pesée réalisée récemment par nos soins qui établit le poids des serviettes autour de 3 grammes et par une visite de plusieurs établissements dans lesquels aucun distributeur n'était installé.

Quoiqu'il en soit, les marges de manœuvre de la société pour réduire le poids des emballages semblent encore importantes. A titre d'exemple, si McDonald's remplace les boîtes en carton par une feuille et un film protecteur, pourquoi limiter cette mesure à seulement trois sandwiches (ce d'autant plus qu'en parallèle, McDonald's reconnaît utiliser des emballages plus lourds pour d'autres sandwiches) ?<sup>82</sup>

En moyenne, en 2007, McDonald's France déclarait utiliser environ 60 grammes d'emballages par repas servi<sup>83</sup> (hors emballages utilisés en amont pour livrer les produits aux restaurants). De son côté, McDonald's Corporation déclarait en 2013 que le poids moyen des emballages par transaction était de 57,5 grammes (hors emballages utilisés en amont pour livrer les produits aux restaurants)<sup>84</sup>. Cette moyenne recouvre des types de commandes et des modes de consommation variables : en France, 63% des transactions chez McDonald's se font au moment du déjeuner ou du dîner et 75% des commandes contiennent au moins un menu<sup>85</sup>. Il serait donc intéressant que McDonald's communique sur les quantités d'emballages générées par les ventes de

ses produits phares, à savoir les menus complétés par un dessert (soit un repas complet). En l'absence de données communiquées par McDonald's France, des pesées ont été effectuées (voir l'annexe 1 pour les résultats de la pesée).

### EXEMPLES DE QUANTITÉS D'EMBALLAGES PAR REPAS COMPLET, DONNÉES COLLECTÉES PAR PESÉE<sup>86</sup>

TYPE DE MENU	POIDS DES EMBALLAGES SERVIS (VENTE SUR PLACE)	POIDS DES EMBALLAGES SERVIS (À EMPORTER)
Menu Best Of Big Mac + dessert (McFlurry)	59 grammes	103 grammes
Menu Maxi Best Of Big Mac + dessert (McFlurry)	64 grammes	108 grammes
Menu Salade (sans dessert)	74 grammes	118 grammes
Menu Happy Meal™	81 grammes	105 grammes

Il en ressort que le poids des emballages servis pour un repas complet dépasse le poids moyen communiqué par McDonald's (57,5 grammes). Sans surprise, la vente à emporter entraîne une hausse significative des quantités d'emballages par client servi pour un repas complet. Toutefois, il apparaît que :

- en supprimant les sacs pour la vente à emporter (ou à tout le moins en incitant ses clients à venir avec leur propre sac), McDonald's pourrait réduire ses quantités d'emballages de 30 grammes par client (soit une réduction de plus de 30 %);
- en supprimant les boîtes Happy Meal™ (ou à tout le moins en demandant à ses clients s'ils souhaitent prendre la boîte), McDonald's pourrait réduire ses quantités d'emballages de 40 grammes par menu (la boîte Happy Meal™ représente en effet près de 40 % des emballages dans certaines combinaisons de menus Happy Meal™ en cas de vente à emporter et plus de 50 % en cas de vente sur place). Sachant que 80 millions de menus Happy Meal™ sont vendus chaque année en France, la suppression des boîtes permettrait de réduire d'environ 3.200 tonnes par an les emballages de la société<sup>87</sup> ;
- en utilisant de la vaisselle réutilisable sur place, McDonald's pourrait supprimer l'ensemble de ses emballages servis aux clients en restauration sur place, ce qui pourrait représenter une économie de plus de 15.000 tonnes d'emballages par an en France, soit plus de 41 tonnes par jour<sup>88</sup>.

#### 1.1.2. Les emballages de livraison des restaurants

McDonald's communique peu sur la réduction des emballages liés à l'approvisionnement des restaurants (cartons, films plastiques, polystyrènes...). En 2010, la société déclarait privilégier « *de plus en plus la réutilisation et le conditionnement en vrac* » en citant comme exemple les petits pains et sandwiches « *livrés, sous film protecteur, dans des paniers en plastique qui sont ensuite lavés et réutilisés* » et les sirops des boissons conditionnés en vrac dans des caisses pliables<sup>89</sup>.

Pour le reste, la société déclare étudier des « *pistes d'emballages réutilisables* » et « *faire un bilan environnemental comparé des solutions (jetable vs réutilisable)* ». Toutefois, McDonald's ne communique pas sur les résultats des études et bilans effectués<sup>90</sup>.

## 1.2. Le choix des matières entrant dans la composition des emballages

Dans le cadre de son Plan Déchets, McDonald's communique abondamment sur la sélection de matières d'origine renouvelable ou recyclées pour ses emballages.

Les chiffres habituellement communiqués par McDonald's concernent tout d'abord la part du papier et du carton dans ses emballages. L'enseigne communique ensuite sur la part des fibres vierges et des fibres recyclées composant ses emballages papier et carton. Enfin, pour les fibres vierges, la société communique sur la part de fibres provenant de forêts certifiées.

Le tableau ci-dessous récapitule les informations communiquées par McDonald's sur ces trois aspects entre 2011 et 2015<sup>91</sup>.

	2011	2012	2013	2014	2015
Evolution de la composition des emballages	90% de papier et carton				
Répartition fibres vierges / fibres recyclées	72% recyclées 28% vierges	49% recyclées 51% vierges	50% recyclées 50% vierges	53% recyclées 47% vierges	61% recyclées 39% vierges
Part des fibres vierges provenant de forêts certifiées (FSC ou PEFC)	Inconnu	74%	74%	100%	100%

### 1.2.1. La part du papier et du carton dans les emballages de McDonald's en France

#### Manque de transparence dans la composition des emballages

McDonald's France ne communique pas sur la composition des emballages pour les 10% restants. En revanche, en Allemagne, l'enseigne communique des informations détaillées sur la composition des emballages :

#### MCDONALD'S ALLEMAGNE, COMPOSITION DES EMBALLAGES, 2011-2015<sup>92</sup>

TYPE D'EMBALLAGES	2011	2012	2013	2014	2015
Papier et carton	69,4%	70%	70%	70%	70%
Plastique	30,6% (essentiellement plastique et matériaux composites)	30% (essentiellement plastique et matériaux composites)	13%	13%	12%
Matériaux composites			16%	16%	17%
Aluminium			0,1%	0,1%	0,1%
Papier aluminium			1%	1%	1%
Fer blanc			0%	0%	0,002%

En Allemagne comme en France, la proportion de papier et de carton dans les emballages est stable depuis plusieurs années. Toutefois, les emballages papier et carton ne représentent que 70% des emballages en Allemagne, mais 90% en France : dès lors, soit McDonald's France et McDonald's Allemagne utilisent des emballages différents (ce qui serait néanmoins étonnant compte-tenu de la standardisation des emballages de l'enseigne en Europe), soit McDonald's France gonfle et arrondit sa proportion de papier et de carton en y intégrant les matériaux composites. Il appartient donc à McDonald's France de clarifier la composition de ses emballages en fournissant des informations de manière plus précise et transparente.

### **Utilisation de polystyrène : une politique à « géographie variable »**

En France, McDonald's indique que 90 % de ses emballages sont en papier ou en carton. En revanche, la société ne communique pas sur la composition des emballages pour les 10 % restants. Ce pourcentage correspond à peu de chose près à la proportion de polystyrène utilisée par McDonald's USA dans ses emballages<sup>93</sup>.

L'usage du polystyrène dans les emballages est contesté dans certains pays pour des raisons sanitaires (potentiel caractère cancérigène du styrène<sup>94</sup>) et pour son impact sur l'environnement (ce matériau étant rarement recyclé).

McDonald's adopte une politique à « géographie variable » en matière d'utilisation du polystyrène et n'en abandonne généralement l'utilisation que sous la pression des opinions publiques de certains pays. Après avoir abandonné les boîtes de sandwiches en polystyrène aux Etats-Unis dans les années 1990<sup>95</sup>, McDonald's a attendu l'année 2013 pour s'engager à remplacer ses gobelets en polystyrène aux Etats-Unis<sup>96</sup>. A Singapour, une pétition relayée par les médias a conduit McDonald's à progressivement abandonner le polystyrène dans ses emballages de petits déjeuners<sup>97</sup>. En revanche, l'enseigne continue d'utiliser le polystyrène dans de nombreux autres pays, notamment en Chine<sup>98</sup>. Les différences de pratiques de McDonald's selon les pays ne se limitent pas au polystyrène : dans certains pays d'Asie, la multinationale fournit notamment des sacs en plastique (et non en papier) à ses clients<sup>99</sup>.

### **1.2.2. La part des fibres recyclées dans la composition des emballages papier et carton**

En 2015, près de 40 % des emballages de McDonald's France sont composés de fibres vierges et conduisent donc la société à consommer des ressources. Surtout, la situation s'est dégradée en quelques années : la part des fibres recyclées dans la composition de ses emballages a chuté en 2015 par rapport à 2011, passant de 72% à 61%. Sur ce point, McDonald's consomme donc plus de ressources qu'auparavant.

La faible part de fibres recyclées dans les emballages de l'enseigne est également constatée en Allemagne notamment : dans ce pays, McDonald's dépasse à peine 50% de fibres recyclées dans ses emballages<sup>100</sup>.

Les emballages jetables produits à partir de fibres vierges n'étant en majorité pas recyclés en fin de vie, l'impact de McDonald's en termes de consommation de ressources apparaît ainsi important.

### 1.2.3. La part des fibres vierges provenant de forêts certifiées

Pour les fibres vierges utilisées dans la composition de ses emballages, McDonald's France indique en 2017 sur son site internet que « 99% des fibres vierges utilisées proviennent de forêts légalement exploitées », laissant penser que les 1% restant sont issues d'une exploitation illégale des forêts. Par ailleurs, la société indique sur son site internet que 57% des fibres vierges proviennent de forêts certifiées<sup>101</sup> contre un pourcentage de 100% dans son Journal du Développement durable 2015. Ces données témoignent soit d'un recul de ses pratiques par rapport à l'année 2015, soit de la publication de données contradictoires.

S'agissant des certifications FSC et surtout PEFC que McDonald's met en avant, celles-ci sont toutefois régulièrement critiquées par des ONG comme des outils de « greenwashing » en raison de failles dans l'évaluation du caractère durable des ressources<sup>102</sup> : en particulier, les deux certifications autorisent l'utilisation d'un label mixte, une catégorie qui mélange bois certifié et bois non-certifié<sup>103</sup>. McDonald's ne communique pas clairement sur l'origine mixte ou non des fibres certifiées utilisées dans ses emballages.

**En synthèse,** McDonald's France continue d'appliquer une politique du tout jetable pour conditionner ses produits alors que des solutions existent pour limiter l'impact environnemental des activités des restaurants de l'enseigne (utilisation de vaisselle réutilisable pour la vente sur place, incitations des clients à apporter leur propre sac, suppression de certains emballages comme la boîte Happy Meal™...).

Par ailleurs, l'analyse des informations sur la composition des emballages communiquées montre que la société utilise davantage de ressources qu'auparavant (la part des fibres recyclées dans les emballages ayant diminué en 2015 par rapport à 2011).

McDonald's France manque par ailleurs de transparence dans la communication de certaines données qui pourraient permettre d'évaluer les effets de sa politique d'éco-conception en matière d'emballages.

# PARTIE 2

# LA LUTTE CONTRE LES EMBALLAGES ABANDONNÉS : DES RÉSULTATS LIMITÉS

---

Les emballages de la restauration rapide sont responsables d'une partie des déchets abandonnés sur la voie publique. Une étude menée au Royaume-Uni en 2009 soulignait que la restauration rapide représente la première source de déchets dans les rues (juste derrière les cigarettes) et attribuait près de 30 % de ces déchets à McDonald's<sup>104</sup>.

McDonald's France communique depuis de nombreuses années sur les moyens mis en œuvre pour lutter contre les emballages abandonnés. Il s'agit en effet de l'une des principales problématiques (avec le tri sélectif) soulevées par les commentaires des internautes sur le blog de McDonald's destiné à la promotion des actions de la société en matière d'environnement. La société reconnaît volontiers que sa démarche est principalement motivée par des considérations économiques (et non environnementales) en ce qu'elle vise à promouvoir l'image de la marque dans l'opinion publique en évitant l'association de l'enseigne avec les déchets produits<sup>105</sup>.

## 2.1. Les actions mises en avant par McDonald's France : des résultats limités

### 2.1.1. Les Référents EcoProgress™

Depuis près de 10 ans, McDonald's a mis en avant la création d'un « système de management environnemental », dénommé EcoProgress™ reposant sur :

- Un logiciel créé par McDonald's France répertoriant « tous les aspects écologiques liés à la bonne marche d'un restaurant »<sup>106</sup> : « actualités, conseils, fonctionnalités de reporting et d'analyse des consommations du restaurant »<sup>107</sup>,
- Un personnel dédié au sein des restaurants, appelé les « Référents EcoProgress™ » : « ils sont là pour mobiliser les équipes, assurer le suivi des consommations, renseigner le logiciel... »<sup>108</sup>,
- Une équipe dédiée chez McDonald's France qui « assure une présence quotidienne auprès du référent, propose des supports de sensibilisation et des classes à distance »<sup>109</sup>,
- le Défi EcoProgress™, « un challenge amical », qui « récompense chaque année les restaurants les plus actifs en matière d'environnement »<sup>110</sup>.

Cependant, les chiffres communiqués par la société témoignent de la faible ampleur du dispositif. Ainsi, le nombre de restaurants disposant d'un Référent EcoProgress™ a considérablement chuté : en 2009, McDonald's France avançait que 94% de ses 1 161 restaurants disposait d'un Référent mais ils n'étaient plus que 483 restaurants en 2015<sup>111</sup>, soit seulement 35% des restaurants. De même, après une augmentation en 2012, le nombre de Référents EcoProgress™ a diminué entre 2013 et 2015, passant de 1 217 à 1 158<sup>112</sup>. Le nombre de connexions au logiciel EcoProgress™ est quant à lui passé de 750 connexions par semaine en 2012 à 453 en 2015<sup>113</sup>.

### 2.1.2. Les Plans de Propreté

Depuis 2007, McDonald's France met en avant les « Plans de Propreté » mis en place dans certains restaurants, consistant à collecter les déchets d'emballages abandonnés autour des restaurants et à sensibiliser les clients aux actions entreprises par l'affichage desdits plans au sein des restaurants<sup>114</sup>. L'enseigne annonçait que 80 % des restaurants disposaient d'un plan de propreté au 31 décembre 2012<sup>115</sup>. Près de 10 ans après leur création, les plans de propreté ne sont ainsi pas généralisés à l'ensemble des restaurants. Ce taux a même tendance à baisser, passant à 77 % en 2015<sup>116</sup>.

Aux plans de propreté s'ajoutent les initiatives prises par « certains franchisés » de recruter des postes d'« EcoEquipiers » dédiés à la collecte de déchets abandonnés et sillonnant les routes en voiture ou en triporteur, leur parcours de collecte pouvant aller « jusqu'à parfois 15 kilomètres autour des restaurants »<sup>117</sup>. McDonald's affirmait que « la démarche est testée dans plusieurs villes de France »<sup>118</sup>, mais la société ne donnait pas d'informations par la suite sur le caractère concluant ou non de ce test, sur le nombre d'EcoEquipiers par restaurant, leur rayon d'action, la distance moyenne parcourue et la périodicité de leur collecte<sup>119</sup>.

À noter que dans certains cas néanmoins, le ramassage des déchets engendrés par McDonald's dans un certain rayon ne résulte pas des engagements affichés par l'enseigne en matière d'environnement, mais d'une obligation réglementaire en application d'arrêtés municipaux<sup>120</sup>. De même, certains arrêtés obligent McDonald's à mettre en place « des corbeilles et/ou conteneurs sur le site d'implantation et ses abords »<sup>121</sup> ou encore à « sensibiliser leur clientèle » et à « l'inciter à utiliser les corbeilles implantées à proximité de leur établissement »<sup>122</sup>.

### 2.1.3. Le Programme Emballages Abandonnés

Outre la mise en place de « Plans de propreté » dans ses restaurants, McDonald's France se prévaut depuis 2009 d'avoir établi un « Programme Emballages Abandonnés ». Ce programme résulte d'une charte nationale signée en 2008 entre l'AMF (Association des Maires de France) et le SNARR (Syndicat National de l'Alimentation et de la Restauration Rapide – dont McDonald's France fait partie) aux termes de laquelle chacune des parties proposera aux communes ou à leurs groupements et aux entreprises adhérentes au SNARR situées sur leur territoire de s'engager en signant conjointement une convention locale de mise en œuvre de solutions<sup>123</sup> : ces conventions locales prévoient généralement, côté restauration rapide, la mise en œuvre d'un programme de lutte contre les déchets abandonnés et, côté communes, la redéfinition du plan d'implantation des poubelles et conteneurs et la mise en place de campagnes de communication et de sensibilisation du grand public à la propreté<sup>124</sup>.

En dépit de la promotion du Programme Emballages Abandonnés, fin 2016 (soit huit ans après le lancement du Programme), seuls 250 restaurants sur 1.419 restaurants en France (soit moins de 18% du nombre total de restaurants) ont signé une convention locale de lutte contre les emballages abandonnés avec leur collectivité <sup>125</sup>.

Afin de donner davantage de relief à ses résultats, McDonald's communiquait jusqu'en 2013 sur le nombre de franchisés engagés dans des démarches, le nombre de partenariats et de chartes en cours ou signés, voire sur le nombre de communes impliquées<sup>126</sup>, en mélangeant l'utilisation des termes « partenariats », « chartes » et « conventions » <sup>127</sup>.

Par ailleurs, McDonald's France ne communique pas d'informations sur l'existence ou non d'un tri et d'une valorisation des déchets abandonnés ramassés par les EcoEquipiers. Compte-tenu du fait que le tri sélectif côté restaurant n'est pas encore généralisé chez McDonald's en France (voir partie 3), il est vraisemblable qu'aucun tri des déchets abandonnés ne soit effectué.

## 2.2. Les actions et projets abandonnés par McDonald's France

Afin de promouvoir son programme et de permettre aux internautes de signaler tout problème de déchets abandonnés dans une commune via une interface dédiée, McDonald's avait mis en place un site internet dénommé [www.mangedehorsjettemalin.com](http://www.mangedehorsjettemalin.com)<sup>128</sup>. Ce site internet n'existe plus depuis plusieurs années<sup>129</sup>, sans que soient communiquées des statistiques sur la consultation de ce site, le nombre de signalements de déchets abandonnés ou encore les raisons de sa fermeture.

Parallèlement, McDonald's annonçait sur son blog étudier la mise en place d'une application iPhone pour signaler et localiser des déchets abandonnés<sup>130</sup>. Ce projet a vraisemblablement été abandonné sans que des explications ne soient fournies.

L'absence de démarches actives pour sensibiliser le public <sup>131</sup> ou conclure des conventions avec les collectivités<sup>132</sup> ressort également des commentaires laissés par des équipiers, des élus et des habitants sur le blog de McDonald's destiné à promouvoir ses actions environnementales.

## 2.3. Les systèmes de consigne non retenus par McDonald's France

D'autres dispositifs de lutte contre les déchets abandonnés n'ont pas été expérimentés par l'enseigne. Par exemple, mettre en place un système de consigne ou de gratification, en rétribuant les clients ramenant leurs emballages par une remise ou produit gratuit. Certaines enseignes ont déjà mis en place un tel système en France<sup>133</sup>.

Interrogé sur ce sujet en 2010, McDonald's France répondait que la consigne en vue de la réutilisation des emballages ne pouvait être appliquée dans ses restaurants car les emballages de l'enseigne « légers et faits à partir de papier, se salissent, prennent l'eau, s'arrachent... » et ne pouvaient donc être réutilisés<sup>134</sup>. La réutilisation suppose bien entendu des emballages conçus à cet effet.

McDonald's France pourrait par ailleurs mettre en œuvre une consigne ou gratification en contrepartie d'une restitution des emballages en vue de leur recyclage. McDonald's a déjà mené des initiatives de gratification du geste de tri dans d'autres pays, mais pour des déchets qui n'étaient pas les siens. Ainsi, en 2014 en Suède, la société a lancé une opération ponctuelle de marketing promotionnel incitant le public à ramener des cannettes vides en contrepartie d'un hamburger ou cheeseburger (10 cannettes) ou d'un Big Mac (40 cannettes)<sup>135</sup>. Aux Etats-Unis, McDonald's s'est associée à RecycleBank, une société offrant des bons aux consommateurs déclarant recycler des emballages de certaines marques ou lisant des articles sur le développement durable sur le site de RecycleBank<sup>136</sup>. Dans ces exemples, la démarche apparaît toutefois plus économique qu'environnementale. Par ces opérations, la société peut capter de nouveaux clients (en ciblant des consommateurs d'autres produits) et pousser les ventes vers le haut (un consommateur bénéficiant d'un coupon pour un produit gratuit complètera généralement sa commande par d'autres produits payants)<sup>137</sup>. Dans cet esprit, inciter des clients existants à bénéficier de coupons gratuits en ramenant leurs emballages présente donc moins d'intérêt économique pour la société, qui ne peut dans ce cas capter de nouveaux clients.

Surtout, ces systèmes de gratification apparaissent avoir été mis en œuvre de manière toujours ponctuelle par McDonald's, sous la forme d'opérations promotionnelles très bien accueillies par le public. La société bénéficie de l'image positive souvent renforcée par des articles de presse, sans pour autant reconduire ou systématiser les opérations.

**En synthèse,** l'analyse de la communication de l'enseigne démontre le caractère limité de ses résultats en matière d'emballages abandonnés. En témoignent l'absence de généralisation des Plans de Propreté ou encore le faible nombre de restaurants disposant d'un Référent EcoProgress™. Une communication exempte de tout soupçon de « greenwashing » exigerait de présenter des données détaillées sur les résultats des actions menées. De plus, pour véritablement s'attaquer au problème des déchets abandonnés, plusieurs solutions seraient à la portée de la société : réduction en amont du nombre d'emballages jetables distribués aux clients ou mise en place de systèmes de gratification destinés à inciter les consommateurs à ramener leurs emballages (voir partie 4).

# PARTIE 3

# LE RECYCLAGE DES DÉCHETS DE MCDONALD'S EN FRANCE : DES RÉSULTATS EN RÉGRESSION

---

— La question de la valorisation des déchets ne se pose qu'à partir du moment où des déchets ont été créés et jetés. Comme indiqué précédemment dans ce rapport, le modèle d'entreprise de McDonald's est fondé sur le jetable : en cela, la société ne respecte pas la hiérarchie des déchets établie par les textes européens et nationaux qui prône tout d'abord l'absence de création de déchets, puis fixe comme objectif leur réutilisation, avant d'aborder leur valorisation par recyclage. La question de la valorisation des déchets se pose donc en dernier recours.

Au regard de la réglementation, McDonald's est un producteur de déchets<sup>138</sup>. Il en résulte qu'elle est tenue d'assurer (ou de faire assurer) la gestion des déchets qu'elle produit dans le cadre de son activité (notamment pour les ventes sur place et à emporter) et en est responsable jusqu'à leur élimination ou valorisation finale<sup>139</sup>.

En application de la responsabilité élargie du producteur de déchets, McDonald's est notamment tenue de mettre en place des systèmes individuels de collecte et de traitement des déchets issus de ses produits ou de verser une contribution financière à un éco-organisme (en l'occurrence Eco-Emballages)<sup>140</sup>.

Le présent rapport analyse les données communiquées par McDonald's concernant la valorisation de ses déchets côté cuisine (3.1.) et côté salle (3.2.).

## 3.1. Les déchets générés côté cuisine

Fin 2015, McDonald's France déclarait que les huiles de friture usagées, les cartons de livraison et les aérosols de crème fouettée étaient collectés et valorisés. Par ailleurs, un travail était en cours de réalisation sur la valorisation des biodéchets<sup>141</sup>.

### 3.1.1. Valorisation des cartons de livraison

McDonald's France se prévaut depuis de nombreuses années de valoriser ses cartons de livraison en filière papetière<sup>142</sup>. C'est la société Martin-Brower, en charge de la logistique, du conditionnement et de livraison des restaurants McDonald's qui récupère lesdits cartons après la livraison.

Toutefois, McDonald's n'indique pas clairement si cette valorisation en filière papetière concerne ou non l'ensemble de ses restaurants. Ainsi en 2007, McDonald's déclarait que 7 722 tonnes de cartons de livraison provenant de 661 restaurants avaient été recyclées<sup>143</sup>, alors même que la société disposait à cette époque de 1 085 restaurants<sup>144</sup>. Pour les autres restaurants, la société déclarait que « *les cartons sont bien souvent triés en cuisine, et collectés via les filières locales de tri sélectif mis en place par les collectivités comme c'est le cas pour les particuliers ou encore par le système de collecte des déchets mis en place dans le centre commercial lorsqu'il s'agit d'un restaurant implanté dans un centre commercial* »<sup>145</sup>.

Aujourd'hui, si environ 13 000 tonnes sont recyclées chaque année en filière papetière<sup>146</sup>, McDonald's n'indique pas si ce chiffre couvre l'ensemble de ses restaurants.

En toute hypothèse, le système de logistique retour mis en place par la société Martin-Brower pour le recyclage des cartons pourrait également fonctionner avec des contenants de livraison réutilisables. Pour McDonald's qui a déjà recours à des paniers à petits pains réutilisables<sup>147</sup>, cela pourrait permettre d'éviter plus de 13 000 tonnes de déchets de cartons issus des livraisons chaque année.

### 3.1.2. Valorisation des huiles de friture

Depuis 2004, McDonald's déclare valoriser ses huiles de friture usagées en carburant grâce à la mise en place d'une filière dédiée. Les huiles de friture sont stockées en restaurant, puis collectées et filtrées par deux prestataires français (Ecogras et Sud Récupération). Une fois nettoyées, les huiles sont acheminées chez un transformateur qui les transforme en biodiesel pouvant « *être utilisé pur ou en mélange, en toute proportion, avec les gazoles et le fioul domestique pour alimenter des moteurs diesels et des installations de chauffage* »<sup>148</sup>.

Jusqu'en 2009, les huiles de friture provenant des restaurants McDonald's en France étaient acheminées en Allemagne chez Vital Fettrecycling pour être transformées. Depuis 2009, une partie des huiles est transformée en France, à l'usine de Limay.

En France, à l'heure actuelle, des huiles transformées peuvent être mélangées dans du gazole commercial à hauteur maximale de 8 % en volume. Toutefois, d'après les communications de McDonald's, l'intégralité de la flotte de camions Martin-Brower roule depuis 2006 avec du B30 (un biodiesel 30 % d'origine végétale)<sup>149</sup>, ce qui est autorisé dans le cas d'une « flotte captive » comme cela semble être le cas pour Martin-Brower<sup>150</sup>.

McDonald's déclare vouloir aller plus loin et avoir obtenu des dérogations successives pour faire rouler à titre expérimental 10 à 17 camions avec du B100 (c'est-à-dire du biodiesel 100 % d'origine végétale)<sup>151</sup>. McDonald's est la seule entreprise à bénéficier d'une telle dérogation<sup>152</sup>. A l'heure actuelle, la société serait en discussion avec les pouvoirs publics pour une utilisation pérenne du B100 portant sur la totalité des camions de Martin-Brower<sup>153</sup>.

Cette initiative de McDonald's doit toutefois être relativisée : en effet, McDonald's met particulièrement en avant ses efforts en termes de valorisation de ses huiles de friture, alors qu'il s'agit d'une obligation légale depuis 2012. La loi prévoit une obligation de tri et valorisation des huiles alimentaires pour tous les producteurs de plus de 60 litres par an et les règlements départementaux sanitaires interdisent par ailleurs de déverser ces huiles dans les égouts ou les ordures ménagères<sup>154</sup>.

McDonald's est ainsi loin d'être la seule société à valoriser ses huiles de friture : Quick et KFC font ainsi appel au même prestataire de collecte, Ecogras, une filiale de Veolia, cette dernière exploitant la seule usine de transformation en biocarburants située à Limay<sup>155</sup>.

### 3.1.3. Gaspillage alimentaire et valorisation des biodéchets

#### 3.1.3.1. Le gaspillage alimentaire chez McDonald's

En France, 10 millions de tonnes de nourriture sont perdues ou gaspillées chaque année à toutes les étapes de la chaîne alimentaire, selon une récente étude publiée par l'ADEME<sup>156</sup>.

La restauration collective et commerciale a une responsabilité particulière puisqu'« on gaspille 4 fois plus en restauration collective et commerciale qu'au foyer (130g/convive/repas contre 32g chez les ménages) »<sup>157</sup> : la restauration représente ainsi « 42 % du total du stade de la consommation alors que nous n'y prenons que 15 % des repas »<sup>158</sup>.

Une loi destinée à lutter contre le gaspillage alimentaire a établi une hiérarchie des priorités<sup>159</sup>, à savoir :

- 1°- La prévention du gaspillage alimentaire ;
- 2°- L'utilisation des invendus propres à la consommation humaine, par le don ou la transformation ;
- 3°- La valorisation destinée à l'alimentation animale ;
- 4°- L'utilisation à des fins de compost pour l'agriculture ou la valorisation énergétique, notamment par méthanisation.

De leur côté, les restaurants McDonald's appliquent des procédures standardisées en matière de préparation de nourriture. Ainsi, la plupart des burgers et les frites sont préparés à l'avance, avant les commandes. Les aliments étant sortis du congélateur, ils ne peuvent ensuite plus être conservés s'ils ne sont pas commandés rapidement après avoir été préparés. A cela s'ajoutent des règles d'hygiène et de qualité strictes qui imposent que les frites invendues au bout de 7 minutes soient directement jetées à la poubelle, de même que les burgers restés à l'air libre<sup>160</sup>.

Ces politiques entraînent un très important gaspillage alimentaire : ainsi, en 2015, 20,3 % des déchets de l'enseigne étaient constitués par les déchets organiques côté cuisine<sup>161</sup>, ce qui peut être évalué, en l'absence de chiffre communiqué expressément par McDonald's France, à au moins 16 550 tonnes de déchets en 2015<sup>162</sup>. La plupart des ingrédients ne nécessitant pas d'étape de préparation supplémentaire en cuisine, on peut estimer qu'une part importante de ces déchets correspond à du gaspillage alimentaire. Surtout, leur proportion et quantité ont considérablement augmenté en trois ans : les déchets organiques représentaient ainsi 20,3% des déchets de l'enseigne en 2015 contre 13% en 2013<sup>163</sup>, pour une quantité totale de déchets en augmentation elle aussi.

McDonald's communique très peu sur le gaspillage alimentaire produit par ses restaurants et ne met en avant aucune mesure pour le prévenir ou le réduire. Un restaurant s'est même fait épinglez récemment pour avoir menacé de licenciement des salariés qui avaient offerts leurs repas à des sans-abris<sup>164</sup>.

Par ailleurs, la société semble en retard en matière de tri de ces déchets organiques (ou biodéchets).

### 3.1.3.2. Le tri des biodéchets

McDonald's décrit les biodéchets produits par son activité comme les « pertes de produits, marc de café, graisse des grills, éventuellement les déchets verts »<sup>165</sup>.

Fin 2015, le tri des biodéchets côté cuisine « se déplo[yait] progressivement »<sup>166</sup> en France d'après les déclarations de McDonald's et était donc loin d'être généralisé. Autrement dit, si une partie des biodéchets était acheminée vers des filières de méthanisation ou de compostage, la majeure partie des déchets n'était pas valorisée.

Cette absence de valorisation témoigne du non-respect de la hiérarchie des déchets mais également d'un potentiel non-respect de l'obligation de tri et de valorisation organique des biodéchets prévue par le Code de l'environnement<sup>167</sup>.

Cette obligation de tri des biodéchets existe depuis 2012. A l'origine, elle ne s'appliquait qu'aux plus gros producteurs de biodéchets (générant plus de 120 tonnes de biodéchets par an), mais le seuil déclenchant son application a été abaissé au fur et à mesure des années<sup>168</sup>. A compter du 1<sup>er</sup> janvier 2016, l'obligation de tri et de valorisation s'applique aux producteurs (et donc aux restaurateurs) générant plus de 10 tonnes de biodéchets par an et par établissement<sup>169</sup>.

Pour évaluer le volume des biodéchets générés par un restaurant, une étude du Groupement National de Restauration (GNR) et de l'ADEME a été menée<sup>170</sup> dont les résultats ont été repris par la circulaire du 10 janvier 2012<sup>171</sup> : il en ressort un ratio de 43 grammes de biodéchets par ticket de caisse dans le secteur de la restauration rapide (hors biodéchets en salle).

Pour évaluer s'il est soumis à l'obligation de tri des biodéchets, un restaurateur rapide peut (i) soit utiliser ce ratio, (ii) soit réaliser ses propres pesées, (iii) soit, « s'il fait partie d'une chaîne, s'appuyer sur les ratios établis par la chaîne lorsque le mode de production, les recettes et les denrées utilisées sont standardisés sur tous les sites de restauration »<sup>172</sup>.

Comme le souligne la circulaire du 10 janvier 2012, le non-respect de l'obligation de tri et de valorisation des biodéchets peut conduire à des sanctions administratives prononcées par les autorités titulaires du pouvoir de police à savoir les Maires (notamment une amende maximale de 150 000€)<sup>173</sup> et à des sanctions pénales (deux ans d'emprisonnement et 75 000€ d'amende)<sup>174</sup>.

Qu'en est-il de McDonald's ? Deux méthodes de calcul peuvent être appliquées au regard des informations communiquées par la société.

a) 1<sup>re</sup> méthode :

En France, en 2014, McDonald's déclarait servir en moyenne deux millions de repas par jour<sup>175</sup>, soit 730 millions de repas par an, pour 1.345 restaurants<sup>176</sup>, soit un nombre de repas moyen par restaurant de 1 487 repas par jour et de 542 751 repas par an.

En utilisant le ratio de 43 grammes de biodéchets par ticket et en considérant qu'un ticket équivaut à un repas, il en ressort qu'un restaurant McDonald's génère en moyenne 23,3 tonnes de biodéchets par an<sup>177</sup>.

**Sur cette base, dès 2015, lorsque le seuil déclenchant l'obligation de tri des biodéchets était encore de 20 tonnes, McDonald's aurait dû généraliser le tri des biodéchets à l'ensemble de ses restaurants.**

b) 2<sup>e</sup> méthode :

En 2014 (comme en 2015), McDonald's déclarait que les déchets organiques côté cuisine représentaient environ 20% de ses déchets, sans toutefois communiquer d'autres chiffres<sup>178</sup>. Il est toutefois possible d'évaluer le tonnage des déchets organiques à partir du tonnage et de la proportion des déchets correspondant aux huiles usagées<sup>179</sup>. Sur la base de ces chiffres, les déchets organiques côté cuisine représentaient au moins 14 610 tonnes fin 2014 et 16 552 tonnes fin 2015<sup>180</sup>.

Sachant que McDonald's disposait de 1 345 restaurants fin 2014 et 1 388 restaurants fin 2015, un restaurant produisait en moyenne 10,9 tonnes de biodéchets par an en 2014 et 11,9 tonnes en 2015<sup>181</sup>.

**Au regard de ces données, les restaurants de McDonald's en France auraient été tenus de mettre en place le tri des biodéchets à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2016.**

En toute hypothèse, il est permis de douter du respect par McDonald's de son obligation de tri en 2016 puisque la société reconnaissait fin 2015 que le tri des biodéchets côté cuisine chez McDonald's « se déplo[yait] progressivement »<sup>182</sup>.

Le non-respect de ses obligations par McDonald's serait d'autant plus critiquable que l'enseigne savait dès juillet 2011 et la publication de l'arrêté fixant les seuils déclenchant l'obligation que ses restaurants devraient s'y conformer à compter de l'année 2015 (si l'on se réfère au ratio de 43 grammes de biodéchets par ticket) ou de l'année 2016 (si l'on se réfère aux données publiées par McDonald's France). Par ailleurs, McDonald's a déjà mis en place le tri des biodéchets dans certains pays, notamment en Allemagne<sup>183</sup> : les biodéchets constituent ainsi une illustration supplémentaire de la politique à « géographie variable » de McDonald's en matière de déchets.

### 3.2. Les déchets générés côté restaurant

Les déchets générés côté restaurant consistent essentiellement dans les emballages (boîtes de sandwiches et frites, films entourant les sandwiches, gobelets, couvercles, pailles et emballages de pailles, sachets de sauces, boîtes et couvercles de salades, couverts et emballages pour les couverts, contenants pour desserts, feuille promotionnelle sur les plateaux...) et les restes des repas laissés par les clients de l'enseigne.

La société n'ayant pas modifié son modèle d'entreprise fondé sur le jetable pour passer au réutilisable, ces déchets devraient a minima faire l'objet d'un tri et d'un recyclage plutôt que d'être détruits par incinération ou enfouis.

Depuis un décret du 10 mars 2016<sup>184</sup>, le tri des papiers, métaux, plastiques, verres et bois est en effet devenu obligatoire pour les producteurs et les détenteurs de déchets non ménagers, quelles que soient les quantités de déchets produites s'ils ont recours à des prestataires privés et au-delà de 1100 tonnes de déchets hebdomadaires s'ils sont collectés par les services de la collectivité. Un certain nombre au moins de restaurants McDonald's est vraisemblablement concerné par cette obligation qui leur impose de trier pour valorisation leurs déchets d'emballages recyclables en papier-carton.

Cependant, alors qu'en 2012, plus de neuf Français sur dix considéraient qu'il était utile de trier<sup>185</sup>, McDonald's n'apparaît toujours pas, à ce jour, avoir généralisé le tri des déchets dans ses restaurants en France.

Ses clients manifestent pourtant leur incompréhension à ce sujet, puisque le tri sélectif est l'un des sujets revenant le plus souvent dans les commentaires des clients publiés sur le blog environnement de l'enseigne.

Depuis près de dix ans, McDonald's indique avoir mené des expérimentations dans certains restaurants pilotes, avoir obtenu de bons résultats, et être en phase de déploiement du tri en salle.

### 3.2.1. La communication de McDonald's en matière de tri sélectif

La communication du géant de la restauration rapide au fur et à mesure des années est particulièrement révélatrice<sup>186</sup>. Ainsi, le site internet de McDonald's donnant au public des «données corporate» n'a pas été actualisé depuis 2008 sur les questions de tri sélectif<sup>187</sup>. Sur le blog environnement de McDonald's, la question revient régulièrement du fait des nombreux commentaires laissés par des internautes.

- 2009 : En janvier 2009, McDonald's indiquait avoir «*déjà effectué des tests en salle dans les restaurants de Labège et de Bègles en mettant à disposition des poubelles de tri facilement identifiables*» et soulignait que «*ces expérimentations ont été bien accueillies par nos clients*» et que l'enseigne avait «*obtenu de bons résultats*»<sup>188</sup>. En août 2009, la société indiquait avoir «*bon espoir d'un déploiement dans les mois à venir*»<sup>189</sup>.
- 2010 : En janvier 2010, la société indiquait qu'une soixantaine de restaurants avaient testé des solutions de tri, mais seulement pour les bouteilles en plastique et les canettes<sup>190</sup>. Le tri dont parlait alors McDonald's ne concernait donc qu'un tri partiel, alors que 90% de ses emballages est constitué de papiers et cartons. Face à l'impatience et l'incompréhension manifestées par certains de ses clients, la communication de la société a changé pour mettre l'accent sur une impossibilité de généraliser le tri à l'ensemble des restaurants, en rejetant la faute sur l'absence de filières de valorisation acceptant les emballages papier/carton souillés et sur l'absence de circuits de collecte des collectivités intégrant la collecte des déchets des restaurants avec ceux des ménages<sup>191</sup>.
- 2011 : McDonald's faisait état d'une centaine de restaurants proposant uniquement le tri des bouteilles en plastique et des canettes et continuait de reprocher l'absence de circuits de collecte intégrant les déchets des restaurants aux déchets des ménages tout en indiquant travailler parallèlement sur des scénarios impliquant des prestataires privés<sup>192</sup>.
- 2012 : L'enseigne indiquait avoir «*pour objectif de collecter et valoriser l'ensemble des déchets triés en restaurant (côté cuisine et côté clients)*»<sup>193</sup> et mettre en place une expérimentation sur 15 restaurants avec des prestataires privés consistant «*après un tri préalable dans des poubelles distinctes*» à réaliser la collecte «*en un seul passage grâce à des camions compartimentés*», «*les flux collectés [étant] ensuite regroupés sur une plateforme intermédiaire pour être envoyés vers la filière de valorisation (recyclage, compostage, méthanisation...)* la plus adaptée à chaque gisement présente sur le territoire»<sup>194</sup>.
- 2013 : McDonald's faisait état d'un déploiement progressif du tri et de la valorisation des déchets des restaurants selon un système mixte, «*la collectivité se chargeant des déchets qu'elle peut valoriser et un prestataire privé de tous les autres déchets*»<sup>195</sup>. Fin

2013, McDonald's mettait en avant la signature d'une convention avec Eco-Emballages pour « *encadre[r] l'accompagnement et l'évolution du dispositif* »<sup>196</sup>.

- 2014 et 2015 : McDonald's continuait d'insister sur la difficulté liée à la nécessité de recourir à des prestataires privés en raison de l'absence de collecte généralisée des déchets des entreprises par les collectivités. La société soulignait avoir « *imaginé et testé une solution adaptée, la plus à même d'entraîner nos clients dans l'aventure et de faciliter le travail de nos équipes (...) [qui] se fonde sur un geste de tri simple, un mobilier ergonomique, une signalétique incitative, des supports de sensibilisation à destination de nos clients* » et indiquait que « *le dispositif entrera progressivement en phase de déploiement* »<sup>197</sup>.

La société mentionnait ainsi que les « *premiers restaurants ont commencé à mettre en place le tri fin 2014* »<sup>198</sup>, contredisant ainsi ses annonces de mise en place du tri dans certains restaurants depuis plusieurs années. Pour mettre en avant ses efforts, la société citait le témoignage d'un directeur de restaurant travaillant avec Veolia comme prestataire privé<sup>199</sup>.

Fin 2015, la société indiquait que « *le déploiement en cours dans les restaurants du tri des emballages en salle (...) est un axe de travail bien engagé* »<sup>200</sup>, ou encore que « *dans la salle de restaurant, les phases expérimentales sur le tri des emballages se poursuivent* »<sup>201</sup>.

Le discours de McDonald's semblait toutefois se heurter à la réalité du terrain : un service municipal collectant sans surcoût un restaurant se plaignait en effet du refus du responsable de mettre en place le tri sélectif en salle « *sous prétexte que la multiplication des poubelles en salle ne correspondrait pas "l'ambiance agréable" que doit avoir le restaurant* »...<sup>202</sup> McDonald's se gardait en outre de communiquer une liste des restaurants appliquant le tri en salles, en dépit de demandes de clients pour en être informés<sup>203</sup>.

- 2016 : Fin 2016, McDonald's France se félicitait sur son blog de son expérimentation de tri des emballages en restaurants ayant permis de « *valider un geste de tri pratique "comme à la maison", un mobilier et une communication adaptés* »<sup>204</sup>. La société manifestait de nouveau sa volonté « *d'intégrer la collecte sélective proposée dans le cadre du service public, lorsque c'est possible* » et, dans le cas contraire, de « *trouver une solution de collecte avec des prestataires privés* »<sup>205</sup>.
- 2017 : En février 2017, Eco-Emballages publiait un « *Guide pour la mise en place du tri en salle* » dans la restauration rapide suite à une « *expérimentation menée avec McDonald's* »<sup>206</sup>. Cette communication favorable à l'enseigne ne masque toutefois pas qu'à ce jour, McDonald's n'apparaît pas avoir généralisé le tri dans ses restaurants.

À l'heure actuelle, l'enseigne ne communique pas d'informations sur le nombre de restaurants appliquant le tri en salles, sur le nombre de restaurants pour lesquels un prestataire privé intervient par rapport au nombre de restaurants pour lesquels les services municipaux collectent les déchets des restaurants, ni sur la répartition des types de valorisation des déchets (recyclage, compostage, méthanisation...). L'enseigne ne communique qu'autour d'un chiffre global de 25% de déchets recyclés au total en 2005, en régression par rapport aux années précédentes.

### 3.2.2. McDonald's et le décret « 5 flux »

Le décret du 10 mars 2016<sup>207</sup>, surnommé « décret 5 flux », impose le tri des papiers, métaux, plastiques, verres et bois aux producteurs et détenteurs de déchets non ménagers.

Cette obligation s'impose quelles que soient les quantités de déchets produites lorsque le producteur ou détenteur de déchets a recours à un prestataire privé pour la collecte de ses déchets. C'est le cas d'une partie des restaurants McDonald's en France, sans qu'il soit possible de connaître leur nombre exact car la société ne communique pas ces chiffres.

Pour les producteurs ou détenteurs de déchets collectés par les services de la collectivité, l'obligation de tri s'impose au-delà d'une production de 1100 litres de déchets hebdomadaires. Là encore, McDonald's ne communique pas sur les quantités de déchets papier-carton produites dans ses restaurants. Selon certaines estimations, les restaurants McDonald's collectés par le service public pourraient cependant être concernés par l'obligation de tri<sup>208</sup>.

### 3.2.3. McDonald's et le tri sélectif à l'étranger

Par ailleurs, dans d'autres pays, l'enseigne a depuis longtemps généralisé le tri dans ses restaurants, suivant diverses méthodes.

En Allemagne, le tri dans l'ensemble des restaurants de l'enseigne est réalisé par les équipiers et ce depuis 1993<sup>209</sup> : les clients sont ainsi invités à laisser leurs plateaux sur des chariots qui sont ensuite triés côté cuisine<sup>210</sup>.

Il en est de même en Autriche où des équipiers spécialement formés supervisent le tri des déchets qui sont ensuite collectés par une entreprise de recyclage<sup>211</sup>. Au total, 95% des déchets d'un restaurant seraient effectivement recyclés dans ce pays, alors qu'en France, seuls 25% des déchets étaient recyclés en 2015<sup>212</sup>.

Aux Pays-Bas, la société aurait mis en place un système de recyclage dès 1992, le tri étant également effectué par des employés et les déchets collectés par des camions appartenant à l'enseigne<sup>213</sup>, permettant d'atteindre un taux de recyclage de 98%<sup>214</sup>. Le même système est en place en Belgique depuis 2009<sup>215</sup>.

En Hongrie, McDonald's déclare avoir mis en place la collecte sélective de ses déchets depuis plus de 20 ans<sup>216</sup>.

### 3.2.4. Les raisons du retard de McDonald's France

Alors, pourquoi McDonald's tarde-t-elle tant à mettre en place le tri sélectif dans ses restaurants en France, alors que cette démarche existe depuis de très nombreuses années dans d'autres pays ?

Tout d'abord, force est de constater que les consommateurs français ne tiennent pas rigueur à McDonald's de l'absence de généralisation du tri. En effet, en France, deuxième marché mondial de McDonald's après les Etats-Unis, la société a conti-

nuellement vu ses ventes augmenter depuis plus de 10 ans : la société n'a donc pas d'incitation particulière à mettre en place une mesure environnementale comme le tri sélectif en restaurants puisque ses clients ne se détournent pas de l'enseigne.

Surtout, la communication de McDonald's témoigne manifestement de sa volonté de faire peser le coût du tri sélectif et de la valorisation des déchets qui en résulte sur les collectivités plutôt que de recourir à un prestataire privé.

Pour justifier l'absence de recours à des prestataires privés, McDonald's expliquait en 2010 que la mise en place d'une collecte spécifique pour ses restaurants serait « un "non-sens" d'un point de vue économique et environnemental » car il serait difficile d'avoir un bilan environnemental positif lorsque des camions viennent chercher quelques kilos de déchets à valoriser<sup>217</sup>. Cet argument n'emporte toutefois pas la conviction. Tout d'abord, par cet argument, McDonald's se contredit au regard de sa gestion de certains autres déchets pour lesquels la société était manifestement beaucoup moins regardante sur le nombre de kilomètres parcourus par les camions les collectant : ainsi, depuis les années 2000, des camions viennent récupérer les huiles de friture usagées des restaurants français pour les acheminer, à l'origine sur un site en Allemagne, puis désormais sur un site unique localisé à Limay en France. Par ailleurs, McDonald's pourrait s'appuyer sur les camions de Martin-Brower, qui approvisionnent déjà l'ensemble des restaurants de l'enseigne en France et récupèrent les cartons de livraisons des restaurants pour les valoriser en filière papetière (voir ci-dessus).

En réalité, la société semble chercher prioritairement à intégrer ses déchets dans les circuits de collecte municipaux pour éviter de devoir payer un prestataire privé, en estimant que la contribution versée à Eco-Emballages devrait suffire à financer la collecte et le traitement de ses déchets. En effet, comme toute entreprise produisant des emballages et donc créatrice de déchets, McDonald's verse à Eco-Emballages, un organisme privé regroupant des conditionneurs, des grandes enseignes de la distribution et des représentants des filières de matériaux, une contribution financière qui sert à financer le tri, la collecte et le recyclage des déchets correspondants<sup>218</sup>. En 2010, McDonald's France se plaignait de l'élargissement de l'assiette de perception d'Eco-Emballages à tous les emballages de McDonald's générant pour la société un coût supplémentaire de 7 millions d'euros<sup>219</sup>. L'enseigne considère ainsi vraisemblablement que le versement de cette contribution calculée sur l'ensemble de ses emballages justifierait que la collecte sélective des déchets par les collectivités, financée en partie par Eco-Emballages, couvre l'ensemble de ses restaurants et la décharge ainsi de faire appel à des prestataires privés.

Une telle position semble difficilement compatible avec l'image de société soucieuse du respect du développement durable que McDonald's cherche à mettre en avant, d'autant plus dans la mesure où l'enseigne recourt depuis de nombreuses années à des prestataires privés dans d'autres pays européens, voire dispose de ses propres camions, et est dans une situation financière largement bénéficiaire qui lui permettrait sans difficulté de financer la valorisation de ses déchets.

Au regard de ces éléments, il n'est pas étonnant que seuls 25% des déchets de l'enseigne en France soient effectivement recyclés<sup>220</sup>, alors même que dans d'autres pays le taux de recyclage atteindrait plus de 90%<sup>221</sup>.

**En synthèse**, en matière de recyclage, McDonald's France se concentre sur la valorisation de ses huiles de friture, qui est une obligation légale, et le recyclage d'une partie des cartons de livraison via son prestataire Martin-Brower. Au-delà, la politique de gestion des déchets de McDonald's France se caractérise par **un taux de recyclage en baisse** : la part des déchets effectivement recyclés par l'enseigne a diminué entre 2013 et 2015, passant de 26,51% des déchets produits à 25%. **En 2016, le tri ne semble toujours pas avoir été généralisé dans les restaurants McDonald's, pourtant soumis (pour une partie au moins) à une obligation de tri des papiers et cartons depuis le mois de mars. De plus, McDonald's France accuse un certain retard par rapport à ses voisins européens.** L'enseigne a mis en place le tri sélectif depuis de nombreuses années dans des pays voisins (en Belgique, aux Pays-Bas, en Allemagne, en Autriche...), où les restaurants affichent des résultats supérieurs à 90% en matière de recyclage.

La part des biodéchets côté cuisine représentait 13% de la totalité des déchets en 2013 et a bondi à 20,3% en 2015. La plupart des ingrédients ne nécessitant pas d'étape de préparation supplémentaire en cuisine, une part importante de ces biodéchets correspond à du gaspillage alimentaire, qui est en augmentation. Enfin, une partie des restaurants McDonald's en France est susceptible de ne pas être en conformité avec l'obligation légale de tri pour valorisation des biodéchets produits.

# CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

---

— L'analyse du Plan Déchets de McDonald's France et de ses effets met en lumière des résultats en termes de production de déchets à rebours des enjeux de l'économie circulaire et d'une meilleure gestion des ressources. La communication destinée à donner une image verte de la société ne peut masquer un modèle d'entreprise basé sur le « tout jetable » (115 tonnes d'emballages distribués par jour en France), avec des productions de déchets en augmentation et des résultats en régression en matière de recyclage.

Le rapport témoigne également de l'absence de transparence de McDonald's France sur un certain nombre de données pourtant essentielles pour mesurer les éventuels efforts de l'enseigne en matière de développement durable. Enfin, il démontre la tendance de l'entreprise à mettre en avant des initiatives sans lendemain ou de faible portée, une pratique proche du « greenwashing ».

Au final, la politique de l'enseigne en matière de déchets à travers le monde apparaît être à « géographie variable », alors que ses clients pourraient légitimement s'attendre à une standardisation des pratiques environnementales de la multinationale en matière de déchets, de la même manière que celle-ci propose des menus et un service standardisé à ses clients à travers le monde.

Pourtant, par sa position dominante dans le secteur de la restauration rapide en France et par sa puissance financière, la multinationale (et *a fortiori* sa filiale française) dispose largement des ressources qui lui permettraient de mettre en place de véritables mesures pour s'intégrer dans une économie circulaire. Au-delà d'un bénéfice net en termes de réduction des déchets produits, ce changement de pratiques pourrait faire évoluer l'ensemble du secteur de la restauration rapide, dont le modèle basé sur le jetable pèse aujourd'hui lourd en termes d'impact environnemental. En particulier, la multinationale pourrait donner l'exemple à l'échelle mondiale et en particulier en France :

## **Pour réduire les déchets d'emballages produits en restaurant :**

McDonald's n'opère aucune distinction entre la restauration sur place et à emporter et utilise indifféremment des emballages jetables pour ces deux usages.

→ **En utilisant de la vaisselle réutilisable pour les plats consommés sur place**, qui représentent 50% de ses ventes, l'enseigne pourrait éviter la production de plus de 15 000 tonnes de déchets par an. McDonald's utilise d'ores et déjà des tasses à café réutilisables dans ses McCafés, ce qui montre que la pratique est bien envisageable.

### **Pour réduire les emballages causés par la vente à emporter :**

De nombreux emballages distribués systématiquement en caisse sont en réalité inutiles.

- **McDonald's pourrait définir des bonnes pratiques pour réduire les emballages délivrés en caisse** (suremballages dans le menu Happy Meal™, sacs et couverts en plastiques systématiques...) et former systématiquement ses salariés sur ces enjeux ;
- **L'enseigne pourrait également inciter sa clientèle à apporter son propre sac** pour transporter sa commande en mettant en place des outils de communication à cet effet, suivant en cela l'exemple de certaines enseignes de restauration rapide comme Starbucks aux Etats-Unis et au Royaume-Uni qui proposent des réductions aux clients ayant apporté leur propre contenant.

La société possède 1 419 restaurants sur l'ensemble du territoire français et contrôle l'ensemble de l'approvisionnement de ses franchisés.

- **Elle pourrait donc par ailleurs mettre en place un système de consigne sur ses emballages** et fournir des boîtes ou gobelets réutilisables que les consommateurs pourraient rapporter. Cela permettrait à la fois de réduire les déchets produits et de lutter efficacement contre les emballages abandonnés.

### **Pour respecter ses obligations réglementaires en matière de tri pour recyclage**

McDonald's n'a pas généralisé le tri pour les emballages recyclables (carton-papier) jetés dans ses restaurants, ainsi que le tri des biodéchets produits dans les cuisines. Ce tri fait pourtant l'objet d'une obligation réglementaire dans le cas où les restaurants dépassent certains seuils de production de déchets.

- **La société devrait généraliser rapidement le tri de ces deux flux de déchets** à l'ensemble de ses restaurants, comme c'est le cas dans de nombreux pays européens voisins.
- **McDonald's devrait par ailleurs rendre publiques les données** permettant de connaître le nombre de restaurants ayant mis en place le tri des recyclables et des biodéchets en France et les quantités de déchets produits par restaurant.

# ANNEXE SÉLECTION D'EMBALLAGES DE PRODUITS MCDONALD'S ET POIDS CORRESPONDANT\*

EMBALLAGES	POIDS
<b>Sandwiches et salade</b>	
Boîte Big Mac	16 g
Boîte McChicken	14 g
Boîte 6 chicken McNuggets avec sauce	10 g
Papier Cheeseburger	3 g
Papier McFish	2 g
Papier Croque McDo	2 g
Boîte Hot dog (Promotion du moment)	21 g
Salade (boîte + couverts emballés + sachet sauce)	52 g
<b>Accompagnements (Frites, Potatoes, P'tite Salade)</b>	
Papier Petite frite	<1 g
Cornet Moyenne frite	7 g
Cornet Grande frite	10 g
P'tite salade (boîte + couverts emballés + sachet sauce)	33 g
<b>Boissons (hors canettes)</b>	
Petite boisson (gobelet + couvercle + paille emballée)	10 g
Moyenne boisson (gobelet + couvercle + paille emballée)	13 g
Grande boisson (gobelet + couvercle + paille emballée)	15 g
Mon P'tit Jus Bio	9 g
<b>Desserts</b>	
McFlurry (gobelet + couvercle + cuillère)	14 g
Sundae (gobelet + couvercle + cuillère)	10 g
Frappé (boîte + paille)	13 g
Berlingo Fruits	6 g
P'tites pommes	<1 g
P'tit ananas	2 g

\* Pesée effectuée à partir des emballages proposés par un restaurant McDonald's en avril 2017

<b>McCafé</b>	
Café (gobelet + couvercle)	18 g
Emballage Cookie	4 g
Emballage cacahuètes	<1 g
<b>Produits spécifiques présents dans le Happy Meal™</b>	
P'tites tomates	<1 g
Yaourt Happy Meal™	6 g
Emballage jouet du moment	4 g
Boîte Happy Meal™	40 g
<b>Autres</b>	
Serviettes	3 g
Croisillon (vente à emporter)	20 g
Sac en papier (vente à emporter)	30 g
Set de table (vente sur place)	6 g

# RÉFÉRENCES

- 1- McDonald's Corporation, SEC Form 10-K, 24 février 2015; FMI, World Economic Outlook Database, PIB
- 2- McDonald's a communiqué les chiffres des ventes de ses restaurants intégrés et franchisés en Europe jusqu'à fin 2014 : McDonald's Corporation, SEC Form 10-k, 24 février 2015, pages 18-19 (7,8 milliards de dollars réalisés par ses restaurants intégrés et 18,4 milliards de dollars réalisés par ses franchisés en Europe). En 2015, McDonald's a réorganisé ses segments de marché ("US", "International Lead Markets", "High Growth Markets" et "Foundational Markets & Corporate") et ne communique plus le montant de ses ventes en Europe. Les conversions de devises sont réalisées sur la base des taux de change moyens annuels communiqués par l'Internal Revenue Service aux Etats-Unis, <https://www.irs.gov/individuals/international-taxpayers/yearly-average-currency-exchange-rates>.
- 3- Déclaration du Président de McDonald's Europe, Douglas Goare, McDonald's Corporation Europe & APMEA Investor Meeting, 16 mai 2014
- 4- Données Euromonitor Passport ; voir également E. Paquette, « McDonald's dans le viseur du fisc français pour une évasion de 2,2 milliards d'euros », 21 janvier 2014, [http://lexpansion.lexpress.fr/entreprises/mcdonald-s-dans-le-viseur-du-fisc-francais-pour-une-evasion-de-2-2-milliards-d-euros\\_1440428.html](http://lexpansion.lexpress.fr/entreprises/mcdonald-s-dans-le-viseur-du-fisc-francais-pour-une-evasion-de-2-2-milliards-d-euros_1440428.html)
- 5- McDonald's in Europe, Virtual Press Office, About Us, "A Quick Snapshot", <http://www.mcdpressoffice.eu/aboutus.php>
- 6- Rapport publié par EFFAT et SEIU, « McProprio : loyers exorbitants chez McDonald's, addition salée pour les franchisés, salariés et clients », mars 2017, p.13, [http://www.effat.org/sites/default/files/news/14541/mccl\\_fre\\_030617.compressed.pdf](http://www.effat.org/sites/default/files/news/14541/mccl_fre_030617.compressed.pdf)
- 7- Rapport publié par EFFAT et SEIU, préc.
- 8- "Top 200 franchise systems" Franchise Times, <http://www.franchisetimes.com/FT-Top-200/McDonalds> et McDonald's Corporation, SEC Form 10-K, 1er mars 2017, Item 7, p.13
- 9- Ruth Alexander, "Which is the world's biggest employer", BBC News, 20 mars 2012, <http://www.bbc.com/news/magazine-17429786>
- 10- London Economics, "McDonald's economic footprint in Europe – Report to McDonald's Europe", octobre 2011, pages 12 et 15, [http://www.mcdpressoffice.eu/downloads/Economic\\_footprint\\_Report.pdf](http://www.mcdpressoffice.eu/downloads/Economic_footprint_Report.pdf)
- 11- Renée Jacques, "11 Unsettling Facts You Should Know About McDonald's Happy Meals", Huffington Post, 13 mars 2014, [http://www.huffingtonpost.com/2014/03/13/mcdonalds-happy-meal-facts\\_n\\_4936593.html](http://www.huffingtonpost.com/2014/03/13/mcdonalds-happy-meal-facts_n_4936593.html) ; Ryan Guenette, "Five things you didn't know about McDonald's", The Motley Fool, republié par USA Today, 19 novembre 2013, <http://www.usatoday.com/story/money/markets/2013/11/19/five-things-about-mcdonalds/3643557/>
- 12- McDonald's Corporate Social Responsibility & Sustainability Report 2012-2013, p. 10, [http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012\\_2013\\_csr\\_report.pdf](http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012_2013_csr_report.pdf) ; CNBC "McDonald's beats earnings on surging US sales, China demand", 25 janvier 2016, <http://www.cnn.com/2016/01/25/mcdonalds-reports-fourth-quarter-2015-earnings.html>
- 13- Site internet de McDonald's France, Nos Chiffres, <https://www.mcdonalds.fr/entreprise/entreprise/> qui-sommes-nous/chiffres ; Bruna Basini, « McDo teste un menu signature à 13,90 euros », 11 octobre 2015, <http://www.lejdd.fr/Economie/McDo-teste-un-menu-signature-a-13-90-euros-754871>
- 14- Le poids moyen des emballages par transaction était de 57,5 grammes en 2013 sur la base des informations fournies pour les 9 principaux marchés de la multinationale : voir McDonald's Corporate Social Responsibility & Sustainability Report 2012-2013, p. 40, [http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012\\_2013\\_csr\\_report.pdf](http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012_2013_csr_report.pdf)
- 15- Le poids moyen des emballages par transaction (57,5 grammes par transaction) a été multiplié par le nombre moyen de clients servis chaque jour par McDonald's dans le monde, à savoir 70 millions (voir McDonald's Corporate Social Responsibility & Sustainability Report 2012-2013, p. 10, [http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012\\_2013\\_csr\\_report.pdf](http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012_2013_csr_report.pdf)).
- 16- En 2007, McDonald's France utilisait environ 60g d'emballages par repas servi : McDonald's France, EcoJournal 2007, p.10, [http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal\\_McDonalds.pdf](http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal_McDonalds.pdf). En 2013, le poids moyen des emballages par transaction était de 57,5 grammes en 2013 sur la base des informations fournies pour les 9 principaux marchés de la multinationale (voir McDonald's Corporate Social Responsibility & Sustainability Report 2012-2013, p. 40, [http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012\\_2013\\_csr\\_report.pdf](http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012_2013_csr_report.pdf)). Ce chiffre a été multiplié par le nombre de clients par jour en France, à savoir 2 millions.

- 17-** McDonald's Germany, Corporate Responsibility Report 2015, p.41, [https://www.mcdonalds.de/documents/75202/3918621/20161111\\_McDonalds\\_CR-Report\\_2015\\_EN.pdf](https://www.mcdonalds.de/documents/75202/3918621/20161111_McDonalds_CR-Report_2015_EN.pdf)
- 18-** Sur l'enquête de la Commission européenne, voir le Registre des aides d'Etat, [http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case\\_details.cfm?proc\\_code=3\\_SA\\_38945](http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=3_SA_38945). La presse évalue à 500 millions de dollars le montant que McDonald's devrait reverser aux autorités fiscales : Rochelle Toplensky, "McDonald's faces prospect of EU order to pay \$500 million in back taxes", Financial Times, 18 septembre 2016, <https://www.ft.com/content/6346575e-7d90-11e6-8e50-8ec15fb462f4>. En France, McDonald's fait l'objet d'une enquête de l'administration fiscale ayant donné lieu à une notification de redressement de 300 millions d'euros d'après la presse, mais également d'une plainte pénale pour blanchiment de fraude fiscale : voir E. Paquette, « Menu Big Fisc pour McDonald's », L'Express-L'Expansion, 19 avril 2016, [http://lexpansion.lexpress.fr/entreprises/menu-big-fisc-pour-mcdonald-s\\_1784249.html](http://lexpansion.lexpress.fr/entreprises/menu-big-fisc-pour-mcdonald-s_1784249.html). La presse a également fait état d'enquêtes ou de redressements au Royaume-Uni (Marion Dakers, "McDonald's UK pays £123m in royalties to Luxembourg", The Telegraph, 29 octobre 2016, <http://www.telegraph.co.uk/business/2016/10/29/mcdonalds-uk-pays-123m-in-royalties-to-luxembourg/>), en Italie (La Repubblica, "Esposito del Codacons contro McDonald's: 'Possibile evasione, deve al Fisco a 224 mln'", 1er octobre 2015, [http://www.repubblica.it/economia/2015/10/01/news/esposito\\_contro\\_mcdonald\\_s\\_sulla\\_possibile\\_evasione\\_fiscale-124010471/](http://www.repubblica.it/economia/2015/10/01/news/esposito_contro_mcdonald_s_sulla_possibile_evasione_fiscale-124010471/)), en Espagne (J.S.G., "Hacienda investiga a McDonald's en España", El País, 21 février 2016, [http://economia.elpais.com/economia/2016/02/20/actualidad/1455994666\\_356182.html](http://economia.elpais.com/economia/2016/02/20/actualidad/1455994666_356182.html)), au Brésil (Stephanie Strom and Vinod Sreeharsha, "Brazil Opens Investigation Into McDonald's", The New York Times, 3 mars 2016, [http://www.nytimes.com/2016/03/04/business/international/brazil-opens-investigation-into-mcdonalds.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2016/03/04/business/international/brazil-opens-investigation-into-mcdonalds.html?_r=0)), en Australie (Nassim Khadem, "McDonald's halves its tax bill, back pays \$78m", The Sydney Morning Herald, Feb. 3, 2016, <http://www.smh.com.au/business/the-economy/mcdonalds-halves-its-tax-bill-back-pays-78m-20160202-gmjgnk.html>)
- 19-** Voir le rapport "McJobs - Low Wages and Low Standards around the World", 29 mai 2015, [http://www.iuf.org/w/sites/default/files/mcjobsreport\\_o.pdf](http://www.iuf.org/w/sites/default/files/mcjobsreport_o.pdf). Voir également, Lars Andersen, "European Parliament to investigate McDonald's working conditions", The Brussels Times, 30 novembre 2016, <http://www.brusselstimes.com/belgium/7059/european-parliament-will-investigate-mcdonald-s-working-conditions>
- 20-** Voir Foo Yun Chee, "McDonald's faces complaints in Europe over franchise terms", Reuters, 4 avril 2017, <http://uk.reuters.com/article/us-eu-mcdonalds-complaints-idUKKBN1761NV> ; AFP, « La CGT consommateurs dénonce des pratiques anticoncurrentielles », <http://www.leparisien.fr/flash-actualite-economie/mcdonald-s-la-cgt-denonce-des-pratiques-anticoncurrentielles-04-04-2017-6823671.php>
- 21-** Voir le site internet de HAVI, <http://www.havi.com/our-history> : "February 1975: Perseco packaging company created. Two months later, Perseco receives its first packaging order from McDonald's". Voir également le témoignage de David J. Kouchoukos en date du 22 juin 1993 dans le cadre de l'affaire McLibel au Royaume-Uni, <http://www.mcpotlight.org/people/witnesses/recycling/kouch.html>: "Perseco is the exclusive designer and purchaser of packaging for McDonald's Restaurants worldwide". Voir également, McDonald's France, Données corporate, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/politique-dachats/mcdonalds-sengage-sur-le-terrain-des-forets-durables> citant IPL Perseco comme le « partenaire historique de McDonald's auprès des fournisseurs d'emballages ». Voir également Havi Logistics, Alphabet newsletter, n°20, juillet 2009, page 9, [http://media.havi-logistics.com/Top\\_Navigation/Publications/Company\\_Newspapers/\\_docs/AB\\_20\\_final.pdf](http://media.havi-logistics.com/Top_Navigation/Publications/Company_Newspapers/_docs/AB_20_final.pdf)
- 22-** Havi Logistics, Alphabet newsletter, n°9, février 2005, page 2, [http://www.alpha-management.de/content/\\_news/Alphabet9final.pdf](http://www.alpha-management.de/content/_news/Alphabet9final.pdf)
- 23-** Havi Logistics, Alphabet newsletter, n°13, décembre 2006, page 5, [http://www.alpha-group.biz/content/\\_news/\\_documents/alphabet%2013final.pdf](http://www.alpha-group.biz/content/_news/_documents/alphabet%2013final.pdf)
- 24-** Voir Summary Briefing, Sustainable Beverage Cup Solutions, retranscription de l'intervention de Jocelyne Ehret, Head of Innovation and Packaging, IPL Perseco, <https://www.2degreesnetwork.com/groups/2degrees-community/resources/webinar-summary-sustainable-beverage-cup-solutions/>
- 25-** Bruna Basini, « McDo teste un menu signature à 13,90 euros », 11 octobre 2015, <http://www.lejdd.fr/Economie/McDo-teste-un-menu-signature-a-13-90-euros-754871>
- 26-** Voir Ghislaine G. Bléry, « Chez McDonald's, les emballages aussi sont français », janvier 2013, [http://www.ceeschisler.fr/wa\\_files/janvier\\_202013\\_20\\_20Pap\\_27Argus\\_20287\\_20\\_20Chez\\_20McDonald\\_27s\\_20les\\_20emballages\\_20sont\\_20fran\\_C3.pdf](http://www.ceeschisler.fr/wa_files/janvier_202013_20_20Pap_27Argus_20287_20_20Chez_20McDonald_27s_20les_20emballages_20sont_20fran_C3.pdf). McDonald's représente 50% du chiffre d'affaires de la société à l'export : voir « CEE Schisler accompagne McDo sur le chemin de la croissance », Décideurs en région, 30 avril 2014, <http://www.decideursenregion.fr/Aquitaine-Poitou-Charentes/Innover-En-Region/entreprises/gestion-organisation/CEE-Schisler-accompagne-McDo-sur-le-chemin-de-la-croissance>
- 27-** Voir AR Packaging, Rapport annuel 2015, <http://www.ar-packaging.com/en/investors/annual-reports>
- 28-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2013, p.33, [http://www.synergie.net/mcdo/mcdo\\_JDD2013/fichiers/assets/basic-html/index.html#1](http://www.synergie.net/mcdo/mcdo_JDD2013/fichiers/assets/basic-html/index.html#1). Voir également Huhtamaki News, "From Finnish woods to the world – drinks at McDonald's in the Nordics are served from Huhtamaki's cups", [http://www.huhtamaki.com/about-us/news/-/asset\\_publisher/Cgpyjwe7wUQR/content/from-finnish-woods-to-the-world-drinks-at-mcdonald-s-in-the-nordics-are-served-from-huhtamaki-s-cups?\\_101\\_INSTANCE\\_Cgpyjwe7wUQR\\_redirect=%2Ffi%2Ftietoa-meista%2Fuutiset](http://www.huhtamaki.com/about-us/news/-/asset_publisher/Cgpyjwe7wUQR/content/from-finnish-woods-to-the-world-drinks-at-mcdonald-s-in-the-nordics-are-served-from-huhtamaki-s-cups?_101_INSTANCE_Cgpyjwe7wUQR_redirect=%2Ffi%2Ftietoa-meista%2Fuutiset)
- 29-** McDonald's Europe, Rapport 2005 de Responsabilité Sociale d'Entreprise pour la région Europe, page 7, [https://www.mcdonalds.be/sites/default/files/csr\\_rapport\\_francais.pdf](https://www.mcdonalds.be/sites/default/files/csr_rapport_francais.pdf)

**30-** Certains contrats de franchise McDonald's sont publiquement accessibles en Italie via la base de données Cerved. Voir notamment le contrat de franchise de Dadina Srl du 30 mars 2011, article 9.2.1.(e) : « *Nella somministrazione e vendita degli alimenti e bevande il Franchisee deve: (i). utilizzare solamente attrezzi, contenitori, cartoni, sacchetti, tovaglioli o altri articoli in carta contraddistinti dalla Proprietà Intellettuale e dai segni distintivi previamente approvati da MCD e conformemente alle specifiche e agli standard qualitativi del Sistema McDonald's;(...)* ». Aux Etats-Unis, McDonald's USA LLC publie son contrat de franchise type : voir le Franchise Disclosure Document 2016, dépôt du 4 janvier 2017, Exhibit B, article 12 (i) : « *In the dispensing and sale of food products: (i) use only containers, cartons, bags, napkins, other paper goods, and packaging bearing the approved trademarks and which meet the McDonald's System specifications and quality standards which McDonald's may designate from time to time* », <https://www.cards.commerce.state.mn.us/CARDS/>.

**31-** Voir le site internet de Martin-Brower, <http://www.martinbrower.fr/services.html> : « *De nos traditionnels articles papier jusqu'aux frites et aux protéines en passant par les produits frais, nous acheminons l'intégralité des produits d'un centre de distribution vers un restaurant. Nous proposons une commande à nos clients en lien avec notre outil de proposition de commandes* ». Voir également, Pascal Rabiller, « Martin Brower, gros plan sur le "ventre" de McDonald's », La Tribune, 22 avril 2015, <http://objectifaquitaine.latribune.fr/business/2015-04-22/martin-brower-gros-plan-sur-le-ventre-de-mcdonald-s.html>. Le logiciel utilisé apparaît avoir été développé par Paragon, voir « L.R. Services streamlines deliveries for McDonald's France », <https://www.paragonrouting.com/case-studies/lr-services-streamlines-deliveries-mcdonalds-france> [L.R. Services est l'ancien nom de Martin-Brower]

**32-** McDonald's France, Blog environnement animé par Delphine Smagghe (Vice-Présidente Achats-Qualité, Développement Durable et Relations Extérieures de McDonald's France), <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2008/11/04/apres-15-ans-de-discretion-nous-avons-decide-de-parler-d-env.html>, commentaire daté du 11 novembre 2008 : « *Concernant la communication, McDonald's a commencé à travailler sur sa politique environnementale en 1992 et les premières opérations de communication externe ont été engagées cette année, en 2008. J'ajoute qu'elles ont principalement pour objectif d'impliquer, dans le futur, nos clients, pour résoudre des problèmes que nous ne pourrions pas régler seuls (emballages sur la voie publique, tri sélectif, leurs déplacements pour venir chez nous...)* ».

**33-** Voir le site internet de McDonald's France, <https://www.mcdonalds.fr/entreprise/developpement-durable/accueil> et voir les commentaires laissés par des équipiers sur le blog de McDonald's France dédié aux questions environnementales, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2008/11/04/apres-15-ans-de-discretion-nous-avons-decide-de-parler-d-env.html>. Commentaire du 11 novembre 2008 : « *Beaucoup de bruit pour rien... Quasiment rien n'est fait en restaurant pour diminuer l'impact sur l'environnement, que sont les litres d'eau économisés par rapport au total des litres d'eau consommés ? Que représentent tous les produits chimiques reversés par litres ? Mcdo choisit de communiquer sur ce sujet porteur et met en place quelques actions pour redorer son image mais en réalité, les choses ne changent pratiquement pas, et je suis bien placé pour le voir, étant manager dans un restaurant* ». Commentaire du 12 novembre 2008 : « *Je suis d'accord avec Will, de plus on préfère faire des économies financières au détriment de l'écologie (renouvellement de matériel, meilleur conso de l'eau, de l'électricité...).* Je suis aussi bien placé étant salarié Mcdo franchisé depuis quelques années ! ». Commentaire du 14 novembre 2008 : « *Equipier chez Mc Donald's, je peux affirmer que Mc Do France fait effectivement quelques efforts mais: - lors de toutes les campagnes promotionnelles les objectifs d'emballages allégés, de conditionnement réduits sont allègrement oubliés; les produits chimiques sont utilisés de façon outrancière pour partir immédiatement à l'égout... - les responsables de restaurants franchisés ne pensent qu'à une chose, leur chiffre d'affaires. Conséquence dans le restaurant me concernant, ouvert depuis moins d'un an : les nouvelles hôtes i-tech, jamais remises en service après leur panne au bout de 2 mois, aucun tri sélectif, même pas des cartons d'emballage... Quand est ce que les contraintes environnementales seront prises en compte dans tous les domaines, et non pas en dernière échéance si il en reste le temps; et à quand des objectifs avec contraintes pour les franchisés ? (...)* ».

**34-** En 2010, Eric Gravier, alors Vice-Président de McDonald's France déclarait : « *En fait, nous travaillons sur notre réputation* » ; Dijonscope, « *Comment McDonald's s'achète une respectabilité* », Blog Mediapart, 9 avril 2010, <https://blogs.mediapart.fr/edition/dijon-bourgogne/article/090410/comment-mcdonalds-sachete-une-respectabilite-partie-22>:

**35-** Marie Molinaro, « *McDonald's se met au vert* », LeJDD.fr, 9 décembre 2009, <http://www.lejdd.fr/Ecologie/Economie/Actualite/McDonald-s-se-met-au-vert-156857> ; Dijonscope, « *Comment McDonald's s'achète une respectabilité* », Blog Mediapart, 9 avril 2010, <https://blogs.mediapart.fr/edition/dijon-bourgogne/article/090410/comment-mcdonalds-sachete-une-respectabilite-partie-22>

**36-** Bruno Rebelle, ancien dirigeant de Greenpeace France de 1997 à 2003 avant de devenir n°2 de Greenpeace International jusqu'en 2006 a fondé Bruno Rebelle Conseil, avec McDonald's parmi ses premiers clients. Bruno Rebelle est devenu en avril 2009 associé et directeur général de Synergie, l'agence en charge de la communication environnementale de McDonald's qui publie le Journal du Développement Durable de la société (<http://www.synergie.com/mcdonalds-france>). Par ailleurs, Emmanuelle Brice, ancienne directrice de communication de Greenpeace entre 2005 et 2008 est devenue Directrice du Pôle environnement de Synergie en 2008. Aujourd'hui, Bruno Rebelle et Emmanuelle Brice n'apparaissent plus dans l'organigramme de Synergie, mais travaillent au sein de l'Agence Transitions/Bruno Rebelle Conseil où ils ont attiré dans leur équipe, Loïc Jacqueson, ancien responsable du compte McDonald's chez Synergie.

**37-** Béatrice Héraud, « *Deloitte France acquiert le Cabinet Synergie* », 5 janvier 2016, <http://www.novethic.fr/breves/details/deloitte-france-acquiert-le-cabinet-synergie.html>

**38-** Voir le site internet de McDonald's France, <https://www.mcdonalds.fr/entreprise/developpement-durable/accueil>

**39-** Voir <http://www.mcdonalds-environnement.fr/>

- 40-** Voir le site internet de McDonald's France, Données corporate, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/environnement>
- 41-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2015, p.36, [http://www.synergence.net/mcdo/mcDo\\_JDD2015/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf](http://www.synergence.net/mcdo/mcDo_JDD2015/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf)
- 42-** A titre d'exemple, McDonald's Allemagne communique annuellement ces informations dans son rapport de responsabilité sociétale : voir les rapports annuels publiés par McDonald's Allemagne, disponibles à l'adresse suivante : <https://www.mcdonalds.de/uber-uns/cr-report>
- 43-** Site internet de McDonald's France, Données Corporate, Indicateurs 2013-2015, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/reduction-des-nuisances-et-gestion-des-dechets?annee=2013>
- 44-** Ibid.
- 45-** La quantité d'huiles usagées collectées est passée de 6.452 tonnes en 2013 à 7.330 tonnes en 2015. La quantité de cartons de livraison recyclés est passée de 12.274 tonnes en 2013 à 13.018 tonnes en 2015 : voir le site internet de McDonald's France, Données Corporate, Indicateurs 2013-2015, préc.
- 46-** L'augmentation des déchets de McDonald's France en 3 ans est confirmée par les projections faites sur la base des quantités d'huiles usagées communiquées par McDonald's et sur la base de la répartition par type de déchets : la quantité totale de déchets générés par les restaurants McDonald's serait ainsi passée de 68.192 tonnes de déchets en 2013 à 81.540 tonnes en 2015, soit une augmentation de +20%, alors que sur la même période, le nombre de restaurants McDonald's en France n'a augmenté que de 7% (passant de 1.298 fin 2013 à 1.388 fin 2015). Sur les chiffres relatifs aux quantités d'huiles usagées par année et le nombre de restaurants par année, voir le site internet de McDonald's France, Données Corporate, Indicateurs 2013-2015, préc.
- 47-** L'augmentation des déchets organiques de McDonald's France en 3 ans est confirmée par les projections faites sur la base des quantités d'huiles usagées communiquées par McDonald's et sur la base de la répartition par type de déchets (voir le site internet de McDonald's France, Données Corporate, Indicateurs 2013-2015, préc. : la quantité de déchets organiques côté cuisine serait ainsi passée de 9.320 tonnes de déchets en 2013 à 16.552 tonnes en 2015, soit une augmentation de +78%. Cette estimation (16.552 tonnes) est en ligne avec la quantité de déchets organiques produits par les restaurants McDonald's en Allemagne (15.174 tonnes en 2015 – voir McDonald's Germany, Corporate Responsibility Report 2015, p. 42, [https://www.mcdonalds.de/documents/75202/3918621/20161111\\_McDonalds\\_CR-Report\\_2015\\_EN.pdf](https://www.mcdonalds.de/documents/75202/3918621/20161111_McDonalds_CR-Report_2015_EN.pdf)) où McDonald's réalise un chiffre d'affaires inférieur par rapport à la France (4,7 milliards d'euros en France contre 3,6 milliards en Allemagne – source : données Euromonitor)
- 48-** Voir le site internet de McDonald's France, Données Corporate, Indicateurs 2013-2015, préc.
- 49-** Voir le considérant n°7 et l'article 4 de la Directive européenne 2008/98/CE, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A32008L0098> et les articles L. 541-1 et suivants du Code de l'environnement
- 50-** Commission européenne, Communiqué de presse, « Boucler la boucle: la Commission adopte un nouveau train de mesures ambitieux sur l'économie circulaire en vue de renforcer la compétitivité, de créer des emplois et de générer une croissance durable », 2 décembre 2015, [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-15-6203\\_fr.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-6203_fr.htm) ; Commission européenne, Fiche d'information, « Paquet « économie circulaire » : questions et réponses », 2 décembre 2015, [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-15-6204\\_fr.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-15-6204_fr.htm)
- 51-** Site internet de McDonald's France, données corporate, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/dechets>
- 52-** Voir les rapports annuels publiés par McDonald's Allemagne, disponibles à l'adresse suivante : <https://www.mcdonalds.de/uber-uns/cr-report>
- 53-** En 2007, McDonald's France utilisait environ 60g d'emballages par repas servi : McDonald's France, EcoJournal 2007, p.10, [http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal\\_McDonalds.pdf](http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal_McDonalds.pdf). En 2013, le poids moyen des emballages par transaction était de 57,5 grammes en 2013 sur la base des informations fournies pour les 9 principaux marchés de la multinationale (voir McDonald's Corporate Social Responsibility & Sustainability Report 2012-2013, p. 40, [http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012\\_2013\\_csr\\_report.pdf](http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012_2013_csr_report.pdf)). Ce chiffre a été multiplié par le nombre de clients par jour en France, à savoir 2 millions (voir le site internet de McDonald's France, Nos Chiffres, <https://www.mcdonalds.fr/entreprise/entreprise/qui-sommes-nous/chiffres>)
- 54-** La retranscription d'une réunion interne de McDonald's Europe sur les déchets et le jetable en date du 21 janvier 1991 mentionne : *"If reusable packaging becomes an issue in any community, it would have a major impact on the way we do business"* [ « Si les emballages réutilisables deviennent un sujet de société, cela aurait d'importantes conséquences sur la manière dont nous faisons du business » ] : voir le Supplementary Statement du 23 avril 1996 publié dans le cadre du procès en diffamation « McLabel », §11, [http://www.mcspotlight.org/people/witnesses/recycling/link\\_ann.html](http://www.mcspotlight.org/people/witnesses/recycling/link_ann.html)
- 55-** Voir McDonald's France, EcoJournal 2007, p.13, [http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal\\_McDonalds.pdf](http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal_McDonalds.pdf) : « chez McDonald's, un repas sur deux est une vente à emporter ». Voir également, Ghislaine G. Bléry, « Chez McDonald's, les emballages aussi sont français », janvier 2013, [http://www.ceeschisler.fr/wa\\_files/janvier\\_202013\\_20\\_20Pap\\_27Argus\\_20287\\_20\\_20Chez\\_20McDonald\\_27s\\_20les\\_20emballages\\_20sont\\_20ofr\\_an\\_C3.pdf](http://www.ceeschisler.fr/wa_files/janvier_202013_20_20Pap_27Argus_20287_20_20Chez_20McDonald_27s_20les_20emballages_20sont_20ofr_an_C3.pdf). Dans son enquête annuelle sur le secteur de la restauration rapide en France, Euromonitor constatait qu'en 2015, la vente sur place représentait plus de 55% du chiffre d'affaires de la restauration rapide, Euromonitor, Fast Food in France, mai 2016, page 34

- 56-** McDonald's France, Blog environnement, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2008/12/01/ouverture-du-restaurant-mcdonald-s-de-plaisance-du-touch-31.html>
- 57-** « Fin des sacs plastique : les Français vont-ils vraiment changer leurs habitudes d'achat ? [sondage] », LSA Commerce & Consommation, 24 juin 2016, <http://www.lsa-conso.fr/fin-des-sacs-plastique-les-francais-vont-ils-vraiment-changer-leurs-habitudes-d-achat-sondage,241287>
- 58-** Aux Etats-Unis comme au Royaume-Uni, Starbucks applique une réduction à ses clients apportant leur propre mug : "Goals & Progress: Reusable Cups" Starbucks, <https://www.starbucks.com/responsibility/global-report/environmental-stewardship/reusable-cups> ; Sean Poulter and Richard Marsden, "Bring your own mug and get 50p off your coffee: Starbucks offers discount in victory for campaign to slash paper waste", Daily Mail, 18 mars 2016, <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3499650/Starbucks-offers-discount-victory-campaign-slash-paper-cup-waste.html> ; George Bowden, "Starbucks recycled cup discount increases to 50 pence per drink", Huffington Post, 19 mars 2016, [http://www.huffingtonpost.co.uk/entry/starbucks-recycled-cup-discount-increases-to-50-pence-per-drink\\_uk\\_56ed7585e4b0cc1ede8c2506](http://www.huffingtonpost.co.uk/entry/starbucks-recycled-cup-discount-increases-to-50-pence-per-drink_uk_56ed7585e4b0cc1ede8c2506). En Suisse, des initiatives similaires, communes à plusieurs restaurants se sont lancées : Arcinfo.ch, 29 août 2016, <http://www.arcinfo.ch/articles/suisse/plats-a-l-empporter-de-la-vaisselle-reutilisable-introduite-a-bienne-572922>
- 59-** McDonald's France, Blog environnement, commentaire de Delphine Smagghe du 8 décembre 2008, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2008/12/01/ouverture-du-restaurant-mcdonald-s-de-plaisance-du-touch-31.html>
- 60-** Voir notamment les approches différentes de deux méthodes certifiées ISO : Rolf Frischknecht, "LCI modelling approaches applied on recycling of materials in view of environmental sustainability, risk perception and eco-efficiency," International Journal of Life Cycle Assessment, août 2010, vol. 15: 7, pp.666-671, 2010, <http://link.springer.com/article/10.1007/s11367-010-0201-6>
- 61-** Voir le Supplementary Statement du 23 avril 1996 publié dans le cadre du procès en diffamation "McLibel", §13 : "in 1991, McDonald's restaurants in Switzerland commissioned a report on the ecological impact of a McDonald's restaurant compared with three other restaurants. However the study only included the direct local impacts of the restaurants themselves and not the wider impacts of running the different types of business. For example the water and energy use at the restaurants such as washing the reusable dishes, was counted, but not the water and energy use for producing and transporting the throwaway McDonald's packaging. This is one way in which ecological balances such as these 'can be misused'."
- 62-** Association « Mais qu'est-ce que tu fabriques ? », « Gobelets réutilisables / Verres jetables, éléments de comparaison sur le plan écologique », juin 2007, [http://preventiondechets.fne.asso.fr/doc-fne/kit-manif/autres-outils/bilan\\_ecologique\\_gobelets.pdf](http://preventiondechets.fne.asso.fr/doc-fne/kit-manif/autres-outils/bilan_ecologique_gobelets.pdf) ; Guillaume Grandchamp et Luc Giger, « Analyse de cycle de vie : gobelets jetables, réutilisables, recyclables », Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne, janvier 2009, [http://www.strid.ch/usr\\_files/Documents/Pdf/epfl\\_2009\\_analyse%20cycle%20de%20vie.pdf](http://www.strid.ch/usr_files/Documents/Pdf/epfl_2009_analyse%20cycle%20de%20vie.pdf) ; Johan Bouvier, « Comparaison des impacts environnementaux des gobelets dans l'événementiel », Mountain Riders, juin 2011, [http://developpement-durable.sports.gouv.fr/IMG/pdf/comparaison\\_gobelets\\_acv\\_mountain\\_riders.pdf](http://developpement-durable.sports.gouv.fr/IMG/pdf/comparaison_gobelets_acv_mountain_riders.pdf) ; RDC Environment, « Etude de l'impact environnemental des gobelets réutilisables dans les événements », juillet 2013, [http://www.strid.ch/usr\\_files/Documents/Pdf/rdc%202013%20etude%20impact%20gobelets%20reutilisable.pdf](http://www.strid.ch/usr_files/Documents/Pdf/rdc%202013%20etude%20impact%20gobelets%20reutilisable.pdf) ; CIRAI, « Rapport technique : Analyse du cycle de vie de tasses réutilisables et de gobelets à café à usage unique », octobre 2014, [http://www.ciraig.org/pdf/CIRAI\\_RapportACVtassesetgobelets\\_public.pdf](http://www.ciraig.org/pdf/CIRAI_RapportACVtassesetgobelets_public.pdf)
- 63-** Zero Waste France, « Impacts climatiques du tout jetable : l'exemple de la vaisselle jetable », 17 juin 2015, <https://www.zerowaste.fr/fr/articles/180-impacts-climatiques-du-tout-jetable-l-exemple-de-la-vaisselle-jetable> ; Ecoconso, « La vaisselle réutilisable et compostable », fiche-conseil n°139, mars 2016, [http://www.ecoconso.be/sites/default/files/publications/fc139\\_vaisselle\\_reutilisable\\_compostable.pdf](http://www.ecoconso.be/sites/default/files/publications/fc139_vaisselle_reutilisable_compostable.pdf)
- 64-** Voir ADEME, « Nous Connaitre », <http://www.ademe.fr/connaitre>. Voir également ADEME, « Une Seule Solution: Consommer Autrement ! », juin 2006, p. 4-5, <http://www.centre.ademe.fr/sites/default/files/files/M%3%A9diath%C3%A8que/Publications/consommer-autrement.pdf>  
Voir « Restaurant Zéro déchet » La Semaine Européenne de la Réduction des Déchets, ADEME, November 26, 2016, <http://www.ser.ademe.fr/node/30577>
- 65-** Zero Waste France, « Impacts climatiques du tout-jetable : l'exemple de la vaisselle jetable », 17 juin 2015, <https://www.zerowaste.fr/fr/articles/180-impacts-climatiques-du-tout-jetable-l-exemple-de-la-vaisselle-jetable>
- 66-** McDonald's France, Blog environnement, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2008/11/24/valoriser-les-dechets-une-voie-d-avenir-pour-mcdonald-s.html#c5661>.
- 67-** C'est le cas par exemple du restaurant de Rognac, dans les Bouches du Rhône. Voir également le site internet de McDonald's France, données corporate, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/qualite/service-quand-mcdo-se-reinvente>
- 68-** Waste and Opportunity 2015: Environmental Progress and Challenges in Food, Beverage, and Consumer Goods Packaging, Conrad B. MacKerron, As You Sow and NRDC, 2015, p.17: <https://www.nrdc.org/sites/default/files/consumer-goods-packaging-report.pdf>
- 69-** C'est notamment le cas de l'enseigne Jour, qui utilise des bols réutilisables pour ses salades (voir <http://www.jour.fr/nos-engagements/>, engagement n°4). Pizza Hut utilise également de la vaisselle réutilisable dans ses restaurants proposant un service sur place (<https://www.instagram.com/pizzahutrestaurants/>), tout comme Flunch (<https://www.instagram.com/flunch/>). Exki aurait également introduit de la vaisselle réutilisable

(<https://www.snacking.fr/news-278-Exki-celebre-ses-10-ans-et-inaugure-ce-8-decembre-une-nouvelle-generation-de-restaurant.php>). C'est également le cas de certains commerces de restauration rapide indépendants (voir notamment le Bar à soupes, <http://www.lebarasoupe.com/> et AFP, « De l'emballage à la poubelle, le casse-tête de la vente à emporter », 25 octobre 2014, [http://www.lexpress.fr/actualites/1/styles/dechets-de-l-emballage-a-la-poubelle-le-casse-tete-de-la-vente-a-emporter\\_1615497.html](http://www.lexpress.fr/actualites/1/styles/dechets-de-l-emballage-a-la-poubelle-le-casse-tete-de-la-vente-a-emporter_1615497.html))

**70-** McDonald's Germany, Corporate Responsibility Report 2015, p.41, [https://www.mcdonalds.de/documents/75202/3918621/20161111\\_McDonalds\\_CR-Report\\_2015\\_EN.pdf](https://www.mcdonalds.de/documents/75202/3918621/20161111_McDonalds_CR-Report_2015_EN.pdf)  
La tasse réutilisable est également utilisée dans les restaurants proposant l'offre McCafés en France : voir le site internet de McDonald's France, <https://www.mcdonalds.fr/produits/offre-mccafe>

**71-** Dans son Journal du Développement Durable 2015, McDonald's déclare que les enfants ont choisi un livre plutôt qu'un jouet dans leur menu Happy Meal™ dans un cas sur dix, ce qui représente plus de 8 millions de livres. Il peut donc en être déduit que plus de 80 millions de menus Happy Meal™ ont été vendus : Journal du Développement Durable 2015, p. 15, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2015/index.html](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2015/index.html).  
En 2014, plus de 82 millions de jouets ont été distribués, ce qui représente autant de menus et de boîtes vendus, Journal du développement durable 2014, p.18, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2014/mcdonalds\\_developpement\\_durable\\_rapport2014\\_html/index.html](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2014/mcdonalds_developpement_durable_rapport2014_html/index.html)

**72-** McDonald's France, Blog environnement, commentaire de Delphine Smagghe du 24 février 2015, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2015/01/21/une-annee-de-la-lumiere-24626.html>

**73-** McDonald's France, Blog environnement, commentaire de Delphine Smagghe du 19 novembre 2010, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2010/06/29/vos-avis-m-interessent.html>

**74-** McDonald's France, Journal du développement durable 2013, p.29, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2013/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2013/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf)

**75-** McDonald's France, Blog environnement, commentaire de Delphine Smagghe du 26 mars 2010, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2010/02/28/mcdonald-s-et-ses-fournisseurs-depuis-10-ans-au-sia.html>

**76-** McDonald's France, Blog environnement, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2009/12/28/programme-emballages-abandonnes.html>

**77-** McDonald's France, Blog environnement, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2011/09/09/le-plan-dechets-agir-a-tous-les-niveaux.html>

**78-** McDonald's France, Journal du développement durable 2014, p.7, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2014/mcdonalds\\_developpement\\_durable\\_rapport2014\\_html/index.html](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2014/mcdonalds_developpement_durable_rapport2014_html/index.html)

**79-** Ibid.

**80-** McDonald's France, Journal du développement durable 2013, p.29, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2013/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2013/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf)

**81-** Ibid.

**82-** McDonald's a annoncé en 2013 avoir procédé à un changement de matériau des boîtes de 3 sandwiches (CBO, 280 et BigTasty) conduisant à des emballages plus lourds mais utilisant davantage de fibres recyclées : McDonald's France, Journal du Développement Durable 2013, p.29, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2013/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2013/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf)

**83-** McDonald's France, EcoJournal 2007, p.10, [http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal\\_McDonalds.pdf](http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal_McDonalds.pdf)

**84-** Chiffre fourni par McDonald's Corporation sur la base des informations fournies pour les 9 principaux marchés de la multinationale (voir McDonald's Corporate Social Responsibility & Sustainability Report 2012-2013, p. 40, [http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012\\_2013\\_csr\\_report.pdf](http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012_2013_csr_report.pdf)).

**85-** Voir « McDonald's s'engage », Edition 2016, p.10, [https://www.mcdonalds.fr/documents/10192/427707/McDonalds\\_Qualite-Securite-Nutrition.pdf/cd517457-bb8d-4fce-9e29-dabc7e0a4462](https://www.mcdonalds.fr/documents/10192/427707/McDonalds_Qualite-Securite-Nutrition.pdf/cd517457-bb8d-4fce-9e29-dabc7e0a4462)

**86-** Les éléments suivants ont été pris en compte dans le calcul:

- a) Menu Best Of Big Mac avec McFlurry : boîte Big Mac (16g), cornet moyennes frites (7g), gobelet/couvercle/paille pour boisson moyenne (13g), McFlurry comprenant gobelet/couvercle/cuillère (14g), serviette (3g), croisillon pour la vente à emporter (20g), sac en papier pour la vente à emporter (30g), set de table pour la vente sur place (6g). Dans le cas d'un Sundae (10g), le total des emballages est à réduire de 4g.
- b) Menu Maxi Best Of Big Mac : les mêmes éléments qu'au a) à l'exception du cornet de frites (grande taille - 10g) et de la boisson (grande taille - 15g). Dans le cas d'un Sundae (10g), le total des emballages est à réduire de 4g. Dans le cas d'un sachet de pommes, le total des emballages est à réduire de 13g.
- c) Menu Salade : boîte à salade/couverts emballés/sachet de sauce (52g), gobelet/couvercle/paille pour boisson moyenne (13g), serviette (3g), croisillon pour la vente à emporter (20g), sac en papier pour la vente à emporter (30g), set de table pour la vente sur place (6g). Dans le cas d'un Sundae (10g), le total des emballages est à réduire de 4g. Dans le cas d'un sachet de pommes, le total des emballages est à réduire de 13g.
- d) Menu Happy Meal™ : papier d'emballage pour Cheeseburger (3g), moyenne potatoes (6g), gobelet/couvercle/paille pour petite boisson (10g), dessert bio à boire (9g), boîte Happy Meal™ (40g), emballage pour jouet (4g), serviette (3g), sac en papier pour la vente à emporter (30g), set de table pour la vente sur place (6g). À noter que le choix d'un accompagnement différent (petite frites) et de desserts différents (par exemple p'tites pommes) permet de réduire le poids des emballages de 13g

**87-** Dans son Journal du Développement Durable 2015, McDonald's déclare que les enfants ont choisi un livre plutôt qu'un jouet dans leur menu Happy Meal™ dans un cas sur dix, ce qui représente plus de 8 millions de livres. Il peut donc en être déduit que plus de 80 millions de menus Happy Meal™ ont été vendus : Journal du Développement Durable 2015, p. 15, [http://www.synergence.net/mcdo/mcDo\\_JDD2015/index.html](http://www.synergence.net/mcdo/mcDo_JDD2015/index.html). Le chiffre de 3 200 tonnes par an est obtenu en multipliant la quantité estimée de menus Happy Meal™ vendus par an par le poids de la boîte obtenu lors de la pesée (soit 40 grammes).

**88-** Sur la base des exemples de pesées mentionnées le tableau ci-dessus, les emballages servis sur place représentent entre 36 et 44% de la totalité des emballages servis aux clients (hors transport pour acheminer les produits dans les restaurants). Sachant que la vente sur place et la vente à emporter se répartissent équitablement (voir la note de fin n°55 ci-dessus) chez McDonald's, la fourchette ci-dessus reste applicable. Cette fourchette découle toutefois de pesées réalisées pour des menus (qui représentent 75% des commandes - voir « McDonald's s'engage », Edition 2016, p.10, [https://www.mcdonalds.fr/documents/10192/427707/McDonalds\\_Qualite-Securite-Nutrition.pdf/cd517457-bb8d-4fce-9e29-dabc7e0a4462](https://www.mcdonalds.fr/documents/10192/427707/McDonalds_Qualite-Securite-Nutrition.pdf/cd517457-bb8d-4fce-9e29-dabc7e0a4462)). Afin d'en tenir compte et compte-tenu du fait que les sacs à emporter et le croisillon constituent les éléments les plus lourds et se retrouvent dans la vente à emporter, le chiffre le plus bas (36%) a été retenu à titre conservatoire en l'absence de données plus précises communiquées par McDonald's France. Sachant que la quantité d'emballages servis aux clients (hors transport des produits) a été évaluée à 42.000 tonnes par an en France (voir note de fin n°85 ci-dessus), la part d'emballages attribuée à la vente sur place (36%) est évaluée à environ 15.120 tonnes par an soit environ 41,4 tonnes par jour.

**89-** Le conditionnement en vrac des petits pains permettrait d'économiser 9.000 tonnes de carton par an : voir McDonald's France, Blog environnement, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2010/04/07/www-mangedehorsjettemalin-com-un-site-contre-les-emballages.html>

**90-** McDonald's France, Blog environnement, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2010/04/07/www-mangedehorsjettemalin-com-un-site-contre-les-emballages.html>

**91-** Pour 2011, voir McDonald's France, Blog environnement, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2011/09/09/le-plan-dechets-agir-a-tous-les-niveaux.html> ; pour 2012, voir McDonald's France, Journal du développement durable 2012, p.25 et 44, [http://www.synergence.net/mcdo/mcDo\\_JDD2012/fichiers/assets/basic-html/index.html#1](http://www.synergence.net/mcdo/mcDo_JDD2012/fichiers/assets/basic-html/index.html#1) ; pour 2013, voir McDonald's France, Journal du développement durable 2013, p.39, [http://www.synergence.net/mcdo/mcDo\\_JDD2013/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf](http://www.synergence.net/mcdo/mcDo_JDD2013/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf) et McDonald's France, Données Corporate, Indicateurs 2013, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/gestion-des-ressources?annee=2013> ; pour 2014, voir McDonald's France, Journal du développement durable 2014, p.7, [http://www.synergence.net/mcdo/mcDo\\_JDD2014/mcdonalds\\_developpement\\_durable\\_rapport2014\\_html/fichiers/assets/basic-html/page-1.html#](http://www.synergence.net/mcdo/mcDo_JDD2014/mcdonalds_developpement_durable_rapport2014_html/fichiers/assets/basic-html/page-1.html#) et McDonald's France, Blog environnement, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2014/10/29/les-regionales-ecoprogress%E2%84%A2-la-grande-tournee-des-recompense-24412.html> ; pour 2015, voir McDonald's France, Journal du développement durable 2015, p.14, [http://www.synergence.net/mcdo/mcDo\\_JDD2015/index.html](http://www.synergence.net/mcdo/mcDo_JDD2015/index.html)

**92-** Voir les rapports de responsabilité sociétale de McDonald's Allemagne, notamment [https://www.mcdonalds.de/documents/75202/3918621/20161111\\_McDonalds\\_CR-Report\\_2015\\_EN.pdf](https://www.mcdonalds.de/documents/75202/3918621/20161111_McDonalds_CR-Report_2015_EN.pdf) (2015, p.41), [https://www.mcdonalds.de/documents/75202/2771485/160426\\_McD\\_CR-Fakten\\_Blatt\\_E.pdf](https://www.mcdonalds.de/documents/75202/2771485/160426_McD_CR-Fakten_Blatt_E.pdf) (2014, p.4), <https://www.mcdonalds.de/documents/2729834/2998299/McD-CR-Report-2013-EN.pdf/81fafa21-c663-4dc2-8c52-4a3fe4b83a18> (2013, p.17), <https://www.mcdonalds.de/documents/75202/2771485/McDonalds+CR+Report+2012+EN.pdf/86787bff-f86a-4ff7-93do-73698coba200> (2012, p. 69), <https://www.mcdonalds.de/documents/75202/2771485/McDonalds+CR+Report+2011+EN.pdf/9563b535-239c-49fd-bbb4-b6c951b5876d> (2011, p.27)

**93-** D'après une étude portant notamment sur la restauration rapide aux Etats-Unis, 13% des emballages de McDonald's sont en polystyrène. Voir Waste and Opportunity 2015: Environmental Progress and Challenges in Food, Beverage, and Consumer Goods Packaging, Conrad B. MacKerron, As You Sow and NRDC, 2015, p.14: <https://www.nrdc.org/sites/default/files/consumer-goods-packaging-report.pdf>

**94-** Centre International de Recherche sur le Cancer, « Styrene », Monographie, <https://monographs.iarc.fr/ENG/Monographs/vol82/mono82-9.pdf> ; Leigh Stringer, « Will polystyrene cancer concerns prompt brands to change? », The Guardian, 27 août 2014, <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2014/aug/27/styrene-carcinogen-brands-polystyrene-foam-food-packaging>

**95-** John Holusha, « Packaging and Public Image: McDonald's Fills a Big Order », The New York Times, 2 novembre 1990, <http://www.nytimes.com/1990/11/02/business/packaging-and-public-image-mcdonald-s-fills-a-big-order.html?pagewanted=all>

**96-** Jennifer Elkes, « McDonald's Agrees to Phase Out Polystyrene Cups », 25 septembre 2013, [http://www.sustainablebrands.com/news\\_and\\_views/design\\_innovation/packaging/mcdonald%E2%80%99s-agrees-phase-out-polystyrene-cups](http://www.sustainablebrands.com/news_and_views/design_innovation/packaging/mcdonald%E2%80%99s-agrees-phase-out-polystyrene-cups)

**97-** Pétition lancée sur change.org, <https://www.change.org/p/mcdonalds-singapore-replace-styrofoam-breakfast-packaging-with-recycled-packaging/u/9514441> ; Carolyn Khew, « McDonald's serving up greener breakfasts », The Straits Times, 2 octobre 2015, <http://www.straitstimes.com/singapore/mcdonalds-serving-up-greener-breakfasts>

**98-** As You Sow, 2017 Shareholder Resolution McDonald's, Request for a report on risks of foam cups, <http://www.asyousow.org/wp-content/uploads/2016/12/McDonalds-Froam-Risk-2017.pdf> ; Libby MacCarthy, « As You Sow Urges Global Brands to Nix Polystyrene Foam Packaging », 6 février 2017, [http://www.sustainable-brands.com/news\\_and\\_views/packaging/libby-maccarthy/you\\_sow\\_urges\\_global\\_brands\\_nix\\_polystyrene\\_foam\\_operations](http://www.sustainable-brands.com/news_and_views/packaging/libby-maccarthy/you_sow_urges_global_brands_nix_polystyrene_foam_operations)

- 99-** Amanda Clark, “Hong Kong slowly being strangled by plastic packaging waste”, CSR Asia, 13 avril 2016, <http://www.csr-asia.com/csr-asia-weekly-news-detail.php?id=12574#> : “Over the past 5-6 years, McDonalds Asia has been providing single plastic bags for drinks, often for drinks consumed on site because they do not ask the customer if a bag is needed”.
- 100-** Pour 2015, voir McDonald’s Germany, Corporate Responsibility Report 2015, p.41, [https://www.mcdonalds.de/documents/75202/3918621/20161111\\_McDonalds\\_CR-Report\\_2015\\_EN.pdf](https://www.mcdonalds.de/documents/75202/3918621/20161111_McDonalds_CR-Report_2015_EN.pdf) ; pour les années antérieures, voir Facts and Figures About McDonald’s Germany - Supplement to Corporate Responsibility Report 2014 Update, p.5, [https://www.mcdonalds.de/documents/75202/2771485/160426\\_McD\\_CR-Fakten\\_Blatt\\_E.pdf](https://www.mcdonalds.de/documents/75202/2771485/160426_McD_CR-Fakten_Blatt_E.pdf)
- 101-** Site internet de McDonald’s France, <https://www.mcdonalds.fr/entreprise/developpement-durable/dechets>
- 102-** Pour une critique de la certification PEFC, voir notamment <http://m.greenpeace.org/international/en/mid/campaigns/forests/solutions/alternatives-to-forest-destruc/Weaker-Certification-Schemes#edn1>. FSC a également commandé une étude pour démontrer que la certification PEFC a des standards moins élevés que la certification FSC : voir NEPCON, “Comparative analysis of the PEFC system with FSC Controlled Wood requirements”, 1<sup>er</sup> mai 2012, p.4, <http://www.fsc-uk.org/preview.comparative-analysis-of-the-pefc-system-with-fsc-controlled-wood-requirements.a-257.pdf>
- 103-** An Lambrechts, « En Russie, la certification FSC est un échec », 4 août 2014, <http://www.greenpeace.org/belgium/fr/vous-informer/forets/blog/russie-certification-fsc-echec/blog/50170/> ; NEPCON, “Comparative analysis of the PEFC system with FSC Controlled Wood requirements”, 1<sup>er</sup> mai 2012, p.4, <http://www.fsc-uk.org/preview.comparative-analysis-of-the-pefc-system-with-fsc-controlled-wood-requirements.a-257.pdf>
- 104-** Louise Gray, “McDonald’s waste makes up largest proportion of fast food litter on streets”, The Telegraph, 13 janvier 2009, <http://www.telegraph.co.uk/news/earth/earthnews/4223106/McDonalds-waste-makes-up-largest-proportion-of-fast-food-litter-on-streets.html>
- 105-** McDonald’s France, Ecojournal 2007, p.13, [http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal\\_McDonalds.pdf](http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal_McDonalds.pdf) : « Clairement estampillés, les déchets d’emballages McDonald’s sont facilement identifiables et nuisent, par conséquent, à l’image de l’enseigne ».
- 106-** McDonald’s France, EcoJournal 2009, p.24, <http://www.lemarathonvert.org/IMG/pdf/ecoJournal09.pdf>
- 107-** McDonald’s France, Journal du Développement Durable 2015, p.34, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2015/index.html](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2015/index.html)
- 108-** Ibid.
- 109-** Ibid.
- 110-** Ibid.
- 111-** Voir McDonald’s France, EcoJournal 2009, p.25, <http://www.lemarathonvert.org/IMG/pdf/ecoJournal09.pdf> et McDonald’s France, Données corporate, Indicateurs 2014 et 2015, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/environnement?annee=2015>
- 112-** Voir McDonald’s France, Journal du Développement Durable 2011, p.16, <http://readlanguagesblog.typepad.com/files/mcd-france-journal-environnemental.pdf> et McDonald’s France, Données corporate, Indicateurs 2012 à 2015, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/environnement?annee=2015>
- 113-** McDonald’s France, Données corporate, Indicateurs 2013 à 2015, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/environnement?annee=2015>
- 114-** McDonald’s France, Ecojournal 2007, p.13, [http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal\\_McDonalds.pdf](http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal_McDonalds.pdf)
- 115-** McDonald’s France, Journal du Développement Durable 2012, p. 44, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2012/fichiers/assets/basic-html/index.html#1](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2012/fichiers/assets/basic-html/index.html#1)
- 116-** McDonald’s France, Données Corporate, Indicateurs 2015, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/reduction-des-nuisances-et-gestion-des-dechets?annee=2015>
- 117-** McDonald’s France, Ecojournal 2007, p.12, [http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal\\_McDonalds.pdf](http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal_McDonalds.pdf)
- 118-** Ibid.
- 119-** Seules deux réponses à des commentaires de blog datant de 2009 évoquent « un périmètre d’environ 300 mètres et dans certains cas plus » et une collecte 3 fois par jour dans le cas particulier d’un restaurant : voir McDonald’s France, Blog environnement, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2009/11/03/defi-ecoprogress-les-resultats.html> and <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2009/08/28/emballages-abandonnes-equipes-impliquees.html>
- 120-** C’est notamment le cas à Montpellier où l’arrêté municipal n°2011/1207 prévoit que « les établissements dont l’activité principale est de fournir ou de distribuer à leurs clients ou visiteurs des documents ou des produits dans des emballages tels que sac, boîte, papier, gobelet, sont tenus de procéder ou de faire procéder au ramassage des déchets directement engendrés par leur activité aux abords immédiats de leur point de vente ou de distribution, dans un rayon

de 50 mètres », [http://www.montpellier.fr/include/viewFile.php?idtf=14909&path=ef%2FWEB\\_CHEMIN\\_14909\\_1330690651.pdf](http://www.montpellier.fr/include/viewFile.php?idtf=14909&path=ef%2FWEB_CHEMIN_14909_1330690651.pdf). Cet arrêté ne résulte pas d'une convention signée avec McDonald's puisqu'en 2012 (soit postérieurement à l'arrêté), Montpellier ne faisait pas partie des villes citées par McDonald's comme concernées par une convention locale : voir McDonald's France, Blog environnement, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2012/07/31/programme-emballages-abandonnes-91-conventions-locales-signee.html>. En application de l'article L. 2224-16 du Code Général des Collectivités Territoriales, le Maire peut réglementer la gestion des déchets par celui qui les produit.

**121-** Arrêté municipal de la Garenne-Colombes du 26 novembre 2007, <https://www.lagarennecolombes.fr/download/AAA-DOUAILLAT/doc300915-30092015141800.pdf> : « Les commerces de restauration rapide fixes ou mobiles doivent mettre à disposition de leur clientèle et à leur frais des corbeilles et/ou conteneurs sur le site d'implantation et ses abords. La responsabilité de ces commerces pourra être engagée en cas de défaut de mise à disposition de corbeilles ou conteneurs et d'une dégradation des espaces publics notamment par les emballages de conditionnement ou de transport des denrées vendues à la clientèle. La gestion et l'entretien de ces corbeilles et conteneurs sont à la charge de leur propriétaire ». Voir également l'arrêté municipal de la ville de Créteil du 20 janvier 2004, article 14-3, [http://www.agglo-plainecentrale94.fr/\\_data/95/arr\\_creto22004.pdf](http://www.agglo-plainecentrale94.fr/_data/95/arr_creto22004.pdf)

**122-** Arrêté municipal de Saint-Paul-Trois-Châteaux du 11 juin 2007, article 8, <http://www.saintpaultroischatoux.fr/www/telecharger/reglements/reglement-proprete.pdf> : « Les commerces dont l'activité peut produire des déchets «immédiats» sont tenus de sensibiliser leur clientèle et de l'inciter à utiliser les corbeilles implantées à proximité de leur établissement. Aux termes de l'article 3 du présent arrêté ils sont tenus d'assurer la propreté au droit de leur immeuble ».

**123-** [http://www.amf.asso.fr/upload/fichiers/documents/AMF\\_20090925\\_DP\\_emballages\\_AMF\\_SNARR.pdf](http://www.amf.asso.fr/upload/fichiers/documents/AMF_20090925_DP_emballages_AMF_SNARR.pdf)

**124-** Ibid.

**125-** Communiqué de presse du 22 novembre 2016, « La Direction Interdépartementale des Routes Ouest et McDonald's unissent leurs forces pour sensibiliser les automobilistes aux déchets abandonnés », [http://www.dir.ouest.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/communique\\_de\\_presse\\_ope\\_ration\\_de\\_chets\\_-\\_nantes.pdf](http://www.dir.ouest.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/communique_de_presse_ope_ration_de_chets_-_nantes.pdf) ; le nombre de restaurants de McDonald's en France résulte des données 2015 de la société accessibles à l'adresse suivante : <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/social>. Pour le nombre total de restaurants McDonald's en France, voir McDonald's in Europe, Virtual Press Office, A Quick Snapshot, <http://www.mcdpressoffice.eu/aboutus.php> (consulté le 2 mars 2017).

**126-** Pour McDonald's, « la signature de la charte marque la fin d'un processus de mise en place. Il faut d'abord mettre au point, en commun, les moyens d'action, les circuits d'intervention, la complémentarité des tournées... Tout commence donc par des partenariats » : voir McDonald's France, Blog environnement, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2011/09/29/le-programme-emballages-abandonnes-plus-de-1000-communes-imp.html>

**127-** Les informations ci-dessous sont extraites du Journal du Développement Durable et du blog de la société : 2016 : Aucune information communiquée sur le blog et dans le Journal du Développement Durable. Un communiqué de presse fait état de 250 restaurants engagés dans un Programme Emballages Abandonnés avec leur collectivité au 21 novembre 2016 ([http://www.dir.ouest.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/communique\\_de\\_presse\\_ope\\_ration\\_de\\_chets\\_-\\_nantes.pdf](http://www.dir.ouest.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/communique_de_presse_ope_ration_de_chets_-_nantes.pdf)) ; 31 décembre 2015 : 247 restaurants ayant engagé un partenariat avec leur collectivité (McDonald's France, Journal du Développement Durable 2015, p. 36, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2015/index.html](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2015/index.html)) ; 31 décembre 2014 : 230 restaurants ayant signé un partenariat avec leur collectivité (McDonald's France, Journal du Développement Durable 2014, p. 20, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2014/mcdonalds\\_developpement\\_durable\\_rapport2014\\_html/index.html](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2014/mcdonalds_developpement_durable_rapport2014_html/index.html)) ; 31 décembre 2013 : 226 restaurants ayant signé un partenariat (McDonald's France, Journal du Développement Durable 2013, p.30, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2013/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2013/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf)) ; des partenariats engagés avec 409 communes ayant au moins un restaurant et 140 conventions locales signées (<http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2014/03/31/initiatives-oceanes-jeter-par-terre-c-est-jeter-a-la-mer-23829.html>) ; 8 mars 2013 : Une centaine de partenariats et environ 400 communes impliquées dans le processus (<http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2013/03/01/en-direct-du-salon-de-l-agriculture.html>) ; 31 décembre 2012 : 108 conventions locales signées avec les collectivités et 375 communes engagées ayant au moins 1 restaurant impliqué (McDonald's France, Journal du Développement Durable 2013 p.26, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2013/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2013/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf)) ; 7 décembre 2012 : 105 communes ont signé une convention locale et 370 communes ont au moins un restaurant McDonald's impliqué dans partenariat en cours (<http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2012/12/07/au-salon-des-maires-pour-la-troisieme-annee.html>) ; 1<sup>er</sup> août 2012 : 91 conventions locales signées et 369 communes ayant au moins un restaurant McDonald's impliqué dans partenariat en cours (<http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2012/07/31/programme-emballages-abandonnes-91-conventions-locales-signee.html>) ; 24 avril 2012 : 83 conventions locales signées, ce qui représente 210 communes concernées ; 225 partenariats en cours, soit 1026 communes engagées ; au total, 1 236 communes impliquées dans des chartes en cours ou signées (<http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2012/04/24/partenariats-avec-les-communes-pour-lutter-contre-les-emball.html>) ; 14 février 2012 : 75 chartes signées, 211 partenariats en cours, 1 217 communes concernées (<http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2012/02/14/programme-emballages-abandonnes-plus-de-1-200-communes-impli.html>) ; 29 septembre 2011 : 60 chartes signées, 193 partenariats en cours, 1023 communes impliquées (<http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2011/09/29/le-programme-emballages-abandonnes-plus-de-1000-communes-imp.html>) ; 27 mai 2011 : 45 chartes locales signées, 114 communes impliquées, 116 partenariats en cours couvrant 700 communes et au total, 814 communes concernées par des partenariats (<http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2011/05/27/programme-emballages-abandonnes-la-45eme-charte-locale-est-s.html>) ; 14 mars 2011 : 682 communes

mettant ou étant engagées à mettre en place le programme de lutte renforcée contre les emballages abandonnés (McDonald's France, Journal du Développement Durable 2011 p.42, <http://readlanguagesblog.typepad.com/files/mcd-france-journal-environnemental.pdf>) ; 31 décembre 2010 : 774 communes engagées dans une démarche de partenariat local, 33 chartes signées avec 90 communes, 593 communes engagées dans un partenariat en cours (McDonald's France, Journal du Développement Durable 2011 p.42) ; 19 novembre 2010 : 580 communes impliquées (<http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2010/11/29/mcdo-au-salon-des-maires.html>) ; 30 août 2010 : 360 communes engagées (<http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2010/08/30/vos-avis-m-interessent-vos-propositions-aussi.html>) ; 31 décembre 2009 : 91 franchisés sont engagés dans la démarche, soit 211 communes concernées (McDonald's France, EcoJournal 2009, p.9, <http://www.lemarathonvert.org/IMG/pdf/ecoJournal09.pdf>)

**128-** Voir McDonald's France, Blog environnement, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2010/04/07/www-mangedehorsjettemalin-com-un-site-contre-les-emballages.html> : « Nous comptons aussi sur vous pour être des lanceurs d'alerte en nous signalant tout problème de déchets McDonald's abandonnés dans votre commune » et <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2010/06/29/vos-avis-m-interessent.html> : l'objectif de ce site pour McDonald's était « d'être un véritable outil pour détecter les déchets qui sont jetés dans les rues » ; voir également <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2010/12/06/la-reduction-des-dechets-c-est-toute-l-annee.html>

**129-** Le nom de domaine n'est plus réservé. Par ailleurs, l'actualité la plus récente date d'août 2012 d'après les archives du site internet consultables via <https://archive.org/web/>.

**130-** Voir McDonald's France, Blog environnement, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2010/08/30/vos-avis-m-interessent-vos-propositions-aussi.html>

**131-** Voir McDonald's France, Blog environnement, commentaire de Delphine Smaghe du 8 mars 2013 : « Bien sûr, tous les restaurants ne déploient pas les solutions à la même vitesse. La malchance a voulu que vous soyez entré précisément dans un restaurant qui n'a pas mis l'accent sur la communication », <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2013/03/01/en-direct-du-salon-de-l-agriculture.html> ; voir notamment le commentaire du 25 janvier 2016, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2016/01/06/notre-quatrieme-bilan-carbone%2%AE-confirme-notre-progression-25114.html> ; voir le commentaire du 7 mars 2013 : « je n'ai remarqué aucun panneau concernant la mise en garde de vos consommateurs sur l'impact des déchets des consommables MacDo sur la Nature », <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2013/03/01/en-direct-du-salon-de-l-agriculture.html>

**132-** Voir McDonald's France, Blog environnement, commentaire du 23 octobre 2013, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2012/07/31/programme-emballages-abandonnes-91-conventions-locales-signee.html> ; voir le commentaire du 12 mars 2013, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2012/04/24/partenariats-avec-les-communes-pour-lutter-contre-les-emball.html> ; voir le commentaire du 8 mai 2012, *ibid.* ; voir le commentaire du 28 février 2012, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2011/05/27/programme-emballages-abandonnes-la-45eme-charte-locale-est-s.html>

**133-** AFP, « De l'emballage à la poubelle : le casse-tête de la vente à emporter », 25 octobre 2014, [http://www.lexpress.fr/actualites/1/styles/dechets-de-l-emballage-a-la-poubelle-le-casse-tete-de-la-vente-a-emporter\\_1615497.html](http://www.lexpress.fr/actualites/1/styles/dechets-de-l-emballage-a-la-poubelle-le-casse-tete-de-la-vente-a-emporter_1615497.html)

**134-** Voir McDonald's France, Blog environnement, commentaire du 30 août 2010, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2010/08/30/vos-avis-m-interessent-vos-propositions-aussi.html> ; voir également <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2010/06/29/vos-avis-m-interessent.html>

**135-** Consumers Trade Recyclables for Burgers at McDonald's in Sweden, Erik Oster, Adweek, 28 août 2014, <http://www.adweek.com/brand-marketing/consumers-trade-recyclables-burgers-mcdonalds-sweden-159775/> ; Swedes Can Now Pay For Their Big Macs With Empty Cans, Jeff Beer, Fast Company, 27 août 2014, <https://www.fastcocreate.com/3034937/swedes-can-now-pay-for-their-big-macs-with-empty-cans> ; The Can Currency, Ads of the World, September 2, 2014, [http://adsoftheworld.com/media/ambient/mcdonalds\\_the\\_can\\_currency](http://adsoftheworld.com/media/ambient/mcdonalds_the_can_currency)

**136-** Eat Kashi cereal? Company wants customers to enjoy, then reach for the recycling bin, Money & Company, LA Times, 16 novembre 2010, [http://latimesblogs.latimes.com/money\\_co/2010/11/kashi-recyclebank-green-cereal.html](http://latimesblogs.latimes.com/money_co/2010/11/kashi-recyclebank-green-cereal.html) ; Recycle Bank, "How do points work?", <https://livegreen.recyclebank.com/earn> ; McDonald's Canada, "Partnering over two decades of sustainable progress", [http://www.mcdonalds.ca/content/dam/Canada/en/in\\_the\\_community/McDonald-s%20-%20Partnering%20for%20Success.pdf](http://www.mcdonalds.ca/content/dam/Canada/en/in_the_community/McDonald-s%20-%20Partnering%20for%20Success.pdf)

**137-** Consumers Trade Recyclables for Burgers at McDonald's in Sweden, Erik Oster, Adweek, August 28, 2014; <http://www.adweek.com/brand-marketing/consumers-trade-recyclables-burgers-mcdonalds-sweden-159775/>

**138-** Article L. 541-1-1 du Code de l'environnement

**139-** Article L. 541-2 du Code de l'environnement

**140-** Article L. 541-10 du Code de l'environnement

**141-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2015, p. 36, [http://www.synergence.net/mcdo/mcDo\\_JDD2015/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf](http://www.synergence.net/mcdo/mcDo_JDD2015/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf)

**142-** McDonald's France, Données corporate, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/dechets/les-sept-vies-du-carton-demballage>

**143-** McDonald's France, Données corporate, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/dechets/les-sept-vies-du-carton-demballage>

- 144-** McDonald's France, EcoJournal 2007, p. 2, [http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal\\_McDonalds.pdf](http://matoneil.free.fr/manag.Mc%20do/EcoJournal_McDonalds.pdf)
- 145-** McDonald's France, Blog environnement, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2008/11/04/apres-15-ans-de-discretion-nous-avons-decide-de-parler-d-env.html>
- 146-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2015, p. 18, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2015/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2015/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf)
- 147-** McDonald's France, Blog environnement, commentaire du 11 octobre 2010, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2008/11/24/valoriser-les-dechets-une-voie-d-avenir-pour-mcdonald-s.html#c5661>
- 148-** McDonald's France, Données Corporate, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/gaz-effet-de-serre/de-la-friteuse-au-reservoir-un-process-bien-huile>
- 149-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2012, p.23, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2012/fichiers/assets/basic-html/index.html#1](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2012/fichiers/assets/basic-html/index.html#1)
- 150-** Voir <http://www.developpement-durable.gouv.fr/biocarburants>
- 151-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2011, p.19, <http://readlanguagesblog.typepad.com/files/mcd-france-journal-environnemental.pdf> ; McDonald's France, Journal du Développement Durable 2012, p.23, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2012/fichiers/assets/basic-html/index.html#1](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2012/fichiers/assets/basic-html/index.html#1) ; McDonald's France, Journal du Développement Durable 2013, p.35, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2013/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2013/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf) ; McDonald's France, Journal du Développement Durable 2014, p.19, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2014/mcdonalds\\_developpement\\_durable\\_rapport2014\\_html/index.html](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2014/mcdonalds_developpement_durable_rapport2014_html/index.html) ; McDonald's France, Journal du Développement Durable 2015, p.18, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2015/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2015/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf)
- 152-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2013, p.35, préc.
- 153-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2015, p. 18, préc.
- 154-** Les obligations générales des détenteurs d'huiles alimentaires usagées, CCI Paris Ile-de-France, <http://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/environnement/dechets/dechets-non-dangereux/obligations-generales-des-detenteurs-huiles-alimentaires>
- 155-** <http://www.ecogras.com/qui-sommes-nous-.html>
- 156-** INCOME Consulting –AK2C, « Pertes et gaspillages alimentaires : l'état des lieux et leur gestion par étapes de la chaîne alimentaire », étude réalisée pour le compte de l'ADEME, mai 2016, <http://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/pertes-gaspillages-alimentaires-etat-lieux-201605-synt.pdf>
- 157-** Ibid., p.9
- 158-** Ibid., p.9
- 159-** Loi n° 2016-138 du 11 février 2016 relative à la lutte contre le gaspillage alimentaire
- 160-** Slate, « Les Américains gâchent 40% de leur nourriture », 23 août 2012, <http://blog.slate.fr/bien-manger/2012/08/23/gaspillage-nourriture/>
- 161-** Site internet de McDonald's France, Données Corporate, Indicateurs 2015, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/reduction-des-nuisances-et-gestion-des-dechets?annee=2015>
- 162-** Ce chiffre est calculé en rapportant (i) la quantité d'huiles usagées (7.330 tonnes) et son pourcentage dans la répartition par type de déchets communiquée McDonald's France (8,99%) (ii) au pourcentage de déchets organiques côté cuisine dans la répartition par type de déchets (20,3%). Sur les chiffres relatifs aux quantités d'huiles usagées par année et la répartition par type de déchets, voir McDonald's France, Données Corporate, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/reduction-des-nuisances-et-gestion-des-dechets?annee=2015>
- 163-** Site internet de McDonald's France, Données Corporate, Indicateurs 2013-2015, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/reduction-des-nuisances-et-gestion-des-dechets?annee=2013>
- 164-** « McDonald's s'excuse après avoir demandé de "ne pas nourrir les SDF" avec ses burgers », Le JDD.fr, 12 août 2015, <http://www.lejdd.fr/Societe/McDonald-s-s-excuse-apres-avoir-demande-de-ne-pas-nourrir-les-SDF-avec-ses-burgers-746381>
- 165-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2015, p. 18, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2015/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2015/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf)
- 166-** Ibid.
- 167-** Article L.541-21-1 du Code de l'environnement : « À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2012, les personnes qui produisent ou détiennent des quantités importantes de déchets composés majoritairement de biodéchets sont tenues de mettre en place un tri à la source et une valorisation biologique ou, lorsqu'elle n'est pas effectuée par un tiers, une collecte sélective de ces déchets pour en permettre la valorisation de la matière de manière à limiter les émissions de gaz à effet de serre et à favoriser le retour au sol ».
- Article R. 543-225 II du Code de l'environnement : « Sont considérées comme des producteurs ou détenteurs d'une quantité importante de biodéchets au sens de l'article L. 541-21-1 les personnes qui produisent ou détiennent des quantités de déchets d'huiles alimentaires ou d'autres biodéchets supérieures aux seuils fixés par arrêté du ministre chargé de

*l'environnement pour ces deux catégories de déchets, à l'exception des installations de traitement de déchets et des ménages. Lorsqu'une personne produit ou détient des biodéchets sur plusieurs sites ou dans plusieurs établissements, le seuil s'apprécie en fonction des quantités produites ou détenues sur chaque site ou par chaque établissement ».*

**168-** Voir l'article 1 de l'arrêté du 12 juillet 2011 fixant les seuils définis à l'article R. 543-225 du code de l'environnement. Les seuils sont les suivants : 120 tonnes par an pour l'année 2012, 80 tonnes par an pour l'année 2013, 40 tonnes par an pour l'année 2014, 20 tonnes par an pour l'année 2015, 10 tonnes par an pour l'année 2016.

**169-** Article R. 543-225 II du Code de l'environnement : « (...) Lorsqu'une personne produit ou détient des biodéchets sur plusieurs sites ou dans plusieurs établissements, le seuil s'apprécie en fonction des quantités produites ou détenues sur chaque site ou par chaque établissement ».

**170-** Voir Groupement National de la Restauration, « Etude estimative de la production de biodéchets au sein des établissements de restauration », 10 novembre 2011, [http://www.optigede.ademe.fr/sites/default/files/fichiers/2011-11-10\\_-\\_Rapport\\_biodechets\\_GNR\\_avec\\_Annexes.pdf](http://www.optigede.ademe.fr/sites/default/files/fichiers/2011-11-10_-_Rapport_biodechets_GNR_avec_Annexes.pdf)

**171-** Circulaire du 10 janvier 2012 relative aux modalités d'application de l'obligation de tri à la source des biodéchets par les gros producteurs (article L. 541-21-1 du Code de l'environnement), [http://circulaire.legifrance.gouv.fr/pdf/2012/01/cir\\_34512.pdf](http://circulaire.legifrance.gouv.fr/pdf/2012/01/cir_34512.pdf)

**172-** Ibid.

**173-** Article L. 541-3 du Code de l'environnement

**174-** Article L. 541-46 I-8° du Code de l'environnement

**175-** Site internet de McDonald's France, <https://www.mcdonalds.fr/entreprise/entreprise/qui-sommes-nous/chiffres>

**176-** En 2014, McDonald's disposait de 1.345 restaurants : voir <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/social?annee=2014>. Au 31 décembre 2016, le nombre de restaurants est désormais de 1.419 en France : voir <http://www.mcdpressoffice.eu/aboutus.php>.

**177-** Chiffre obtenu en multipliant le ratio de biodéchets par ticket (43g) par le nombre estimé de repas par an par restaurant (542.751 repas).

**178-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2014, p.20, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2014/mcdonalds\\_developpement\\_durable\\_rapport2014\\_html/index.html](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2014/mcdonalds_developpement_durable_rapport2014_html/index.html)

**179-** Ibid.

**180-** Pour 2014, ce chiffre est calculé en rapportant (i) la quantité d'huiles usagées (5.844 tonnes) et son pourcentage dans la répartition par type de déchets communiquée McDonald's France (8%) (ii) au pourcentage de déchets organiques côté cuisine dans la répartition par type de déchets (20%). Pour 2015, ce chiffre est calculé en rapportant (i) la quantité d'huiles usagées (7.330 tonnes) et son pourcentage dans la répartition par type de déchets communiquée McDonald's France (8,99%) (ii) au pourcentage de déchets organiques côté cuisine dans la répartition par type de déchets (20,3%). Sur les chiffres relatifs aux quantités d'huiles usagées par année et la répartition par type de déchets, voir <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/reduction-des-nuisances-et-gestion-des-dechets?annee=2014> et <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/reduction-des-nuisances-et-gestion-des-dechets?annee=2015>

**181-** Chiffres obtenus en divisant la quantité estimée de biodéchets sur une année (4.610 tonnes fin 2014 et 16.552 tonnes fin 2015) par le nombre de restaurants de l'enseigne fin 2014 (1.345) et fin 2015 (1.388). Sur le nombre de restaurants de l'enseigne fin 2014 et 2015, voir <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/social?annee=2014> et <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/social?annee=2015>

**182-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2015, p. 18, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2015/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2015/fichiers/assets/common/downloads/publication.pdf)

**183-** McDonald's Europe, « Best of Green » Report, 2014, p.11, [http://www.mcdpressoffice.eu/downloads/McD\\_bestofgreen\\_report.pdf](http://www.mcdpressoffice.eu/downloads/McD_bestofgreen_report.pdf). En effet, en 2012, l'Allemagne avait passé une loi obligeant les producteurs de déchets à trier séparément les biodéchets et à les valoriser au plus tard le 1<sup>er</sup> janvier 2015, voir Peter Krause, Rüdiger Oetjen-Dehne, Iswing Dehne, Dietrich Dehnen, Heie Erchinger, "Compulsory implementation of separate collection of biowaste", Federal Environment Agency (Allemagne), p.1, [http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/summary\\_texte\\_84\\_2014.pdf](http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/summary_texte_84_2014.pdf)

**184-** Décret n° 2016-288 du 10 mars 2016 portant diverses dispositions d'adaptation et de simplification dans le domaine de la prévention et de la gestion des déchets, Article 3.

**185-** Sondage BVA, « Les Français et le tri sélectif », novembre 2012, p. 5, [http://www.bva.fr/data/sondage/sondage\\_fiche/1202/fichier\\_rapportbcife.pdf](http://www.bva.fr/data/sondage/sondage_fiche/1202/fichier_rapportbcife.pdf)

**186-** Voir notamment, Environnement et énergie, « Enquête : la restauration rapide ne recycle pas ses déchets », 14 octobre 2015, <http://www.environnement-et-energie.fr/2015/10/enquete-la-restauration-rapide-cancer-du-recyclage-des-dechets.html>

- 187-** McDonald's France, Données corporate, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/dechets/tri-selectif-la-recherche-de-solutions-en-salle>
- 188-** McDonald's France, Blog environnement, commentaire du 8 janvier 2009, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2008/11/24/valoriser-les-dechets-une-voie-d-avenir-pour-mcdonald-s.html>
- 189-** McDonald's France, Blog environnement, commentaire du 28 août 2009, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2008/11/24/valoriser-les-dechets-une-voie-d-avenir-pour-mcdonald-s.html#c5661>.
- 190-** McDonald's France, Blog environnement, commentaire du 26 janvier 2010, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2009/12/28/programme-emballages-abandonnes.html>
- 191-** McDonald's France, Blog environnement, commentaire du 26 janvier 2010, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2009/12/28/programme-emballages-abandonnes.html> ; Commentaire du 11 juin 2010, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2010/06/11/genelle-2-valorisation-des-dechets-objectif-100.html>
- 192-** McDonald's France, Blog environnement, commentaire du 5 juillet 2011, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2011/07/05/le-tri-selectif-dans-les-restaurants-aller-au-bout-de-la-dem.html>
- 193-** McDonald's France, Blog environnement, commentaire du 13 février 2012, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2011/09/23/tous-les-emballages-plastique-dans-les-poubelles-jaunes-une.html>
- 194-** McDonald's France, Blog environnement, commentaire du 27 février 2012, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2011/07/05/le-tri-selectif-dans-les-restaurants-aller-au-bout-de-la-dem.html>
- 195-** Article du 21 juin 2013 publié sur le blog Environnement de McDonald's France, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2013/06/21/un-autre-avenir-pour-les-biodechets.html>
- 196-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2013, p.30, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2013/fichiers/assets/basic-html/index.html#1](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2013/fichiers/assets/basic-html/index.html#1)
- 197-** Voir notamment McDonald's France, Blog environnement, commentaire du 24 janvier 2014, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2014/01/22/a-davos-on-parlera-peut-etre-aussi-des-risques-environnement-23645.html>; commentaire du 6 octobre 2014, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2013/11/28/une-marianne-d-or-du-developpement-durable-pour-mcdonald-s-f-23510.html> ; commentaire du 27 février 2012 ; commentaire du 15 décembre 2004, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2014/10/29/les-regionales-ecoprogess%E2%84%A2-la-grande-tournee-des-recompense-24412.html> ; commentaire du 24 février 2015, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2015/02/11/le-deuxieme-acte-de-notre-strategie-agroecologique-24674.html>
- 198-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2014, p.8, [http://www.synergie.net/mcdo/mcDo\\_JDD2014/mcdonalds\\_developpement\\_durable\\_rapport2014\\_html/fichiers/assets/basic-html/page-1.html#](http://www.synergie.net/mcdo/mcDo_JDD2014/mcdonalds_developpement_durable_rapport2014_html/fichiers/assets/basic-html/page-1.html#)
- 199-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2014, p.9, préc.
- 200-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2015, p.14, [https://www.mcdonalds.fr/documents/10192/427707/McDonalds\\_JDD\\_2015.pdf/8c4800c6-2609-40db-8204-d3db5f8d76eb](https://www.mcdonalds.fr/documents/10192/427707/McDonalds_JDD_2015.pdf/8c4800c6-2609-40db-8204-d3db5f8d76eb)
- 201-** McDonald's France, Journal du Développement Durable 2015, p.18, préc.
- 202-** McDonald's France, Blog environnement, commentaire du 24 octobre 2014, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2014/10/17/loi-sur-la-transition-energetique-le-deuxieme-round-se-jouer-24369.html>
- 203-** McDonald's France, Blog environnement, commentaire du 8 avril 2015, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2015/04/03/le-costa-rica-marche-a-l-energie-renouvelable-24774.html>
- 204-** McDonald's France, Blog environnement, article du 12 décembre 2016, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2014/10/17/loi-sur-la-transition-energetique-le-deuxieme-round-se-jouer-24369.html>. Dans cet article, McDonald's se félicitait d'avoir reçu un prix R-AWARDS par le Club Génération Responsable pour sa « Gestion des déchets ». La pertinence de ce type de prix apparaît limitée au regard du nombre de membres du Club Génération Responsable (une cinquantaine de sociétés acceptant de payer pour faire partie de ce Club) et de l'absence de transparence sur les critères de décernement de ce type de prix.
- 205-** En revanche, aucune autre information sur le nombre de restaurants ayant mis en place le tri n'était communiquée sur son site « données corporate » ou par communiqué de presse. Par ailleurs, à la date de finalisation de ce rapport (début mai 2017), McDonald's n'avait pas publié de Journal du Développement Durable pour l'année 2016.
- 206-** Voir <http://www.ecoemballages.fr/actualite/un-guide-pour-mettre-en-place-le-tri-dans-la-restauration-rapide>
- 207-** Décret n° 2016-288 du 10 mars 2016 portant diverses dispositions d'adaptation et de simplification dans le domaine de la prévention et de la gestion des déchets, Article 3.
- 208-** Les emballages servis sur place (et donc les déchets d'emballages produits dans les restaurants McDonald's) représentent entre 36 et 44% de la totalité des emballages servis aux clients (hors transport pour acheminer les produits dans les restaurants). Le chiffre le plus bas (36%) a été retenu à titre conservatoire

en l'absence de données plus précises communiquées par McDonald's France. Sachant que la quantité d'emballages servis aux clients (hors transport des produits) a été évaluée à 42.000 tonnes par an en France, la part d'emballages attribuée à la vente sur place (36%) est évaluée à environ 15.120 tonnes par an pour l'ensemble des restaurants McDonald's en France. En divisant ce chiffre par 52 semaines et par les 1419 restaurants McDonald's ouverts en France, on obtient un chiffre estimatif de 204 kg en moyenne de déchets d'emballages hebdomadaires jetés sur place dans chaque restaurant McDonald's. Converti en volume, cela correspondrait à 3400 litres de déchets par semaine, soit un volume supérieur au seuil de 1100 litres fixé par le décret.

**209-** McDonald's Germany, Corporate Responsibility Report, 2012, p.68, <https://www.mcdonalds.de/documents/75202/2771485/McDonalds+CR+Report+2012+EN.pdf/86787bff-f86a-4ff7-93do-73698cobaz00>

**210-** Optimized Sorting Maximizes Recyclables, McDonald's Best of Global Green 2012, p.21, [http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012\\_best\\_of\\_green.pdf](http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012_best_of_green.pdf)

**211-** Waste Management with McRecycle®, McDonald's Best of Global Green, 2012, p.18, [http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012\\_best\\_of\\_green.pdf](http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2012_best_of_green.pdf)

**212-** Site internet de McDonald's France, Données Corporate, Indicateurs 2015, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/reduction-des-nuisances-et-gestion-des-dechets?annee=2015>

**213-** « Dédier un prestataire à la collecte McDonald's, la solution adoptée en Belgique, aux Pays-Bas et en Allemagne. Un prestataire unique affrète un camion spécial pour collecter en un passage les différentes fractions triées en restaurant: huiles, cartons, déchets alimentaires, plastiques, canettes... La solution rentabilise au maximum le passage d'un seul camion », McDonald's France, Journal du Développement Durable 2011, p.45, <http://readlanguagesblog.typepad.com/files/mcd-france-journal-environnemental.pdf>

**214-** On The Right Track with Green Trucks," McDonald's Best of Global Green, 2014, p.25, [http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2014\\_best\\_of\\_green.pdf](http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2014_best_of_green.pdf)

**215-** Ibid.

**216-** "Környezetvédelmi Tevékenységünk", McDonald's Hungary, <https://www.mcdonalds.hu/rolunk/fenntarthatosag/kornyezvetvedelmi-tevekenysegunk>

**217-** McDonald's France, Blog environnement, commentaire du 11 juin 2010, <http://www.mcdonalds-environnement.fr/archive/2010/06/11/genelle-2-valorisation-des-dechets-objectif-100.html>

**218-** Voir notamment le barème 2016 d'Eco-Emballages, <http://www.ecoemballages.fr/bienvenue-dans-votre-espace-entreprises/le-tarif-point-vert/bareme-2016-0>

**219-** Dans une interview, le Vice-Président de McDonald's France se plaignait de la décision d'Eco-Emballages de percevoir une taxe sur 100% des emballages produits par l'enseigne alors que la taxe était calculée auparavant selon lui sur 18% des emballages de la société parce qu'il avait été « considéré, après analyse, que 18% de nos emballages partaient dans les déchets ménagers » : voir l'interview d'Eric Gravier par Dijonscope, « Comment McDonald's s'achète une respectabilité », 9 avril 2010, <https://blogs.mediapart.fr/edition/dijon-bourgogne/article/090410/comment-mcdonalds-sachete-une-respectabilite-partie-22>

**220-** Site internet de McDonald's France, Données Corporate, Indicateurs 2015, <http://www.mcdonalds-donneescorporate.fr/indicateurs/reduction-des-nuisances-et-gestion-des-dechets?annee=2015>

**221-** On The Right Track with Green Trucks," McDonald's Best of Global Green, 2014, p.25, [http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2014\\_best\\_of\\_green.pdf](http://corporate.mcdonalds.com/content/dam/AboutMcDonalds/2.0/pdfs/2014_best_of_green.pdf)