



Communiqué de presse
Guyancourt, le 3 novembre 2020

**MCDONALD'S LANCE LE MCBAGUETTE,
UN BURGER À LA FRANÇAISE
ET CONTINUE A SOUTENIR LES PRODUCTIONS AGRICOLES HEXAGONALES**

Dès le 3 novembre, McDonald's propose une nouvelle édition du McBaguette, recette iconique développée en France, préparée à partir d'ingrédients reconnus pour leur qualité, produits en France, et avec un pain, pour la 1ère fois préparé à partir de farine Label Rouge, désormais doré au four par les équipes en cuisine. Que ce soit en ventes à emporter, au drive ou en livraison à domicile, le McBaguette sera accessible au plus grand nombre dans le respect le plus strict des protocoles sanitaires en place dans les 1 490 restaurants de l'enseigne.

Le McBaguette : un burger à la Française qui valorise la qualité de nos terroirs

Le McBaguette est l'hommage de McDonald's à des ingrédients mythiques du patrimoine gastronomique français : la baguette, la moutarde et le fromage. Pour cette recette, l'enseigne a engagé un travail de plusieurs mois avec ses fournisseurs pour proposer les meilleurs ingrédients à ses clients.

Ainsi, les petits pains baguette sont élaborés avec de la farine Label Rouge produite à partir de blé cultivé en France. Le pain baguette est le premier pain de l'enseigne préparé à partir de cette farine reconnue pour sa grande qualité. Pour cette seule recette, ce sont plus de 315 tonnes de farine Label Rouge qui vont être nécessaires. L'enseigne a voulu aller encore plus loin pour proposer une baguette savoureuse et croustillante. La baguette, du McBaguette, est d'abord précuite chez notre fournisseur avant d'être dorée au four chaque jour en restaurant. Une première dans les restaurants McDonald's.

Dans nos pains baguette, le fromage et la sauce à la moutarde, à l'ancienne et de Dijon, sont à l'honneur dans cette recette. Chaque McBaguette, c'est 2 tranches d'emmental français. Au total, ce sont plus de 180 tonnes d'emmental, préparé à partir de lait français, qui ont fait l'objet d'un partenariat entre l'enseigne et des producteurs français. Pour un goût unique, la moutarde à l'ancienne et la moutarde de Dijon sont également issues d'entreprises françaises. Ce lancement participera également à l'approvisionnement de 250 tonnes de bœuf issu des élevages hexagonaux et 110 tonnes de batavia achetée, en plus, cette année auprès de maraîchers français.

« Le McBaguette est un lancement majeur, qui va nous permettre de continuer à contribuer à l'agriculture française. Dans le contexte particulier que traverse notre pays, il nous est paru nécessaire de lancer cette recette iconique qui crée des débouchés importants pour nos fournisseurs et nos partenaires agricoles. Après avoir contractualisé avec les Fermiers de Loué pour le lancement d'œufs 100% label rouge en septembre dernier, puis renforcé notre partenariat avec la filière charolaise en octobre autour de notre gamme Royal, le lancement



du McBaguette représente une nouvelle étape pour renforcer notre contribution à l'agriculture française » précise Delphine Smagghe, Senior Vice-Présidente Achats, Qualité et Développement Durable.

En 2020, McDonald's aux côtés des filières françaises dans ce contexte hors norme

McDonald's France est pleinement engagé pour soutenir et accompagner les 34 000 agriculteurs et éleveurs français qui contribuent aux approvisionnements de l'enseigne au cœur de la crise. En 2019, ce partenariat de long terme avec les filières agricoles s'est matérialisé avec 763 millions d'euros d'achats de produits alimentaires auprès d'entreprises françaises. Depuis le mois de septembre, l'enseigne a ainsi intensifié son soutien aux éleveurs et producteurs avec notamment :

- Le lancement de la gamme Royal avec exclusivement de la viande française charolaise à hauteur de 800 tonnes.
- La signature d'un contrat avec les Fermiers de Loué pour s'approvisionner à hauteur de 35 millions d'œufs fermiers issus de poules élevées en plein air Label Rouge pour l'offre EggMcMuffin.
- Le lancement des petites carottes bio au sein du Happy Meal, avec 135 tonnes d'approvisionnement auprès des producteurs français.

Le lancement du McBaguette s'inscrit pleinement dans cette démarche de soutien.

A propos de McDonald's France à fin 2019 :

40 années de présence en France
2 millions de repas servis chaque jour
1490 restaurants en France
Plus de 74 000 salariés sous enseigne
Près de 5,5 milliards d'euros HT de ventes totales sous enseigne
75% des achats de matières premières agricoles sur les 5 principales filières de l'enseigne réalisés en France
Près de 100% des produits alimentaires servis dans l'ensemble des restaurants McDonald's issus d'entreprises européennes
Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.mcdonalds.fr

Plus d'information sur
@McDoFr_Newsroom

Contact presse McDonald's France
Yannick Augrandenis - yannick.augrandenis@plead.fr - 06 87 06 77 33