« CROQUEZ LE MONDE® » REVIENT CHEZ McDONALD'S FRANCE

pour un nouvel été aux saveurs d'ailleurs.
Embarquement immédiat !



- COMMUNIQUÉ DE PRESSE -
JUILLET 2026

Les vacances estivales sont souvent l'occasion de découvrir de nouveaux horizons, de nouvelles cultures et de nouvelles spécialités culinaires. Pourtant, il n'est pas toujours nécessaire de parcourir des milliers de kilomètres pour s'évader.

Avec le retour de « Croquez le Monde® : saison 3 » , McDonald's invite les Français à voyager autrement. Du 9 juillet au 17 août, l'Enseigne propose une nouvelle sélection de recettes inspirées du savoir-faire des restaurants du monde entier et offre à chacun l'opportunité d'embarquer, le temps d'un repas, pour un voyage des sens à la fois familier et dépaysant.

Une curiosité qui dépasse les frontières

Car oui ! Pour de nombreux Français, la découverte d'une destination passe aussi par celle de son McDonald's local :



60 %

de ceux ayant déjà voyagé à l'étranger déclarent s'y être arrêtés par curiosité,



38 %

pour découvrir à quoi ressemblait un McDonald's à l'étranger,



33 %

pour essayer une recette inexistante en France,



17 %

pour retrouver un produit qu'ils apprécient habituellement.

Parce que les voyages ne se mesurent pas uniquement en kilomètres parcourus, avec cette nouvelle édition de **« Croquez le Monde® »** McDonald's France continue de s'imposer comme un **repère universel** où l'on peut découvrir des recettes venues d'ailleurs… mais toujours avec un petit goût de chez soi.

Pour cette nouvelle édition de **« Croquez le Monde® »**, McDonald's France invite ainsi à découvrir **une sélection de 6 recettes inspirées du meilleur de chaque pays pour une expérience dépaysante, fun[2] et gourmande**.



[1]Source : Yougov 2025 / [2] Fun = marrante



L'incontournable **Philly Cheese Stack**, un burger généreux avec ses deux steaks hachés, ses oignons fondants et sa succulente sauce fromagère



L'inoubliable **Sauce Japan Style** marquée par le caractère unique de la saveur wasabi



La star **Oasis Boba Tropical**, ses bobas goût fraise et son sirop saveur tropicale pour une boisson ultra rafraichissante





L'original **McWrap™ sauce goût Harissa** délicatement épicé et tout en fraîcheur, ou sa version Veggie[1]



L'iconique **Big Rösti Chicken** aussi généreux que croustillant



L'irrésistible **McFlurry® Baci® Choco Noisette** pour un summum de gourmandise

Une déclinaison de la campagne dans tout l'univers McDonald's

Pour accompagner ce temps fort estival, McDonald's France déploie une **campagne 360 portée par un film publicitaire mettant à l'honneur une brigade composée d'équipiers français et internationaux.**

Relayé en TV, VOL et sur les réseaux sociaux, ce spot a pour vocation de **célébrer celles et ceux qui font vivre la marque au quotidien partout dans le monde** et leur rôle dans cette invitation au voyage. En complément et pour continuer à surfer sur la tonalité humoristique de l'opération, l'Enseigne déploiera une **campagne d'affichage jouant sur les codants phares et les jeux de mots associés à chaque pays** et laissera **son Community Manager seul aux manettes** de ses plateformes de réseaux sociaux qui en profitera **pour organiser un grand sondage** pour permettre à la communauté McDo de voter pour son produit préféré de cette saison 3 !

L'expérience **« Croquez le Monde® »** ne s'arrête pas là ! À partir du 13 juillet, les **membres du programme de fidélité McDonald's pourront échanger leurs points contre un tube de sauce Royal Deluxe ou deux serviettes inspirées de l'iconique McFlurry®** à collectionner. Une manière d'embarquer les clients au-delà du repas en leur offrant un souvenir de ce voyage estival.





[1] Veggie = Végétarien

Une invitation à découvrir le monde en famille

Pour vivre l'expérience en famille, cette année McDonald's France prolonge l'esprit de « Croquez le Monde® » jusque dans ses menus Happy Meal™ en partenariat avec Hachette Jeunesse et avec la complicité du Centre national du livre.

À partir du 14 juillet, les plus jeunes découvriront une **nouvelle collection de livres-jeux** inspirés de quatre destinations : **le Japon, le Sénégal, le Brésil et l'Italie**. Aux côtés de Mila, Ethan, Chloé et Oslo le chien, les enfants partiront à l'aventure pour **résoudre énigmes, labyrinthes, défis et autres activités ludiques**. Du carnaval de Rio aux rues de Florence sur les traces de Léonard de Vinci, en passant par Kyoto et ses traditions ou encore le Sénégal à la recherche d'une précieuse kora, chaque histoire invite à explorer une nouvelle culture tout en transmettant le plaisir de lire. Pensée pour **accompagner les moments en famille pendant la période estivale**, cette collection répond à l'envie des enfants d'apprendre en s'amusant et au souhait des parents de partager des activités ludiques à emporter partout. **En 2025, 96 % des parents interrogés avaient déclaré avoir apprécié la première collection estivale proposée dans le menu Happy Meal™.[1]**





Chez McDonald's, nous avons à cœur de proposer des expériences qui rassemblent autour de moments conviviaux et fédérateurs. Avec le retour de « Croquez le Monde® », nous souhaitons inviter petits et grands à éveiller leur curiosité et leur sens, en partageant ensemble le plaisir de l'évasion, le temps d'un repas.

Stéphanie Poupinneau, Directrice Marketing McDonald's France

À propos de McDonald's France

1,8 million de repas servis chaque jour[1]
1 629 restaurants répartis dans toute la France[1]
Plus de 75 000 salariés sous enseigne[2]
Plus de 80% des achats de matières premières agricoles sur les 5 principales filières de l'Enseigne sont issus de l'agriculture Française (bœuf, pommes de terre, poulet, blé pour les pains burgers & salade)[3]

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.mcdonalds.fr.

[1] Données interne McDonald's France 2025 / [2] Données issues du bilan social 2024 / [3] Données issues du bilan des achats 2025

[1] Etude Tracker Happy Meal 2025 - Institut Enov

KINGCOM

| Contacts presse |
Maureen Aubert | 06 99 03 73 68 | m.aubert@kingcom.fr - Lisa Macaigne | 06 27 59 59 64 | l.macaigne@kingcom.fr