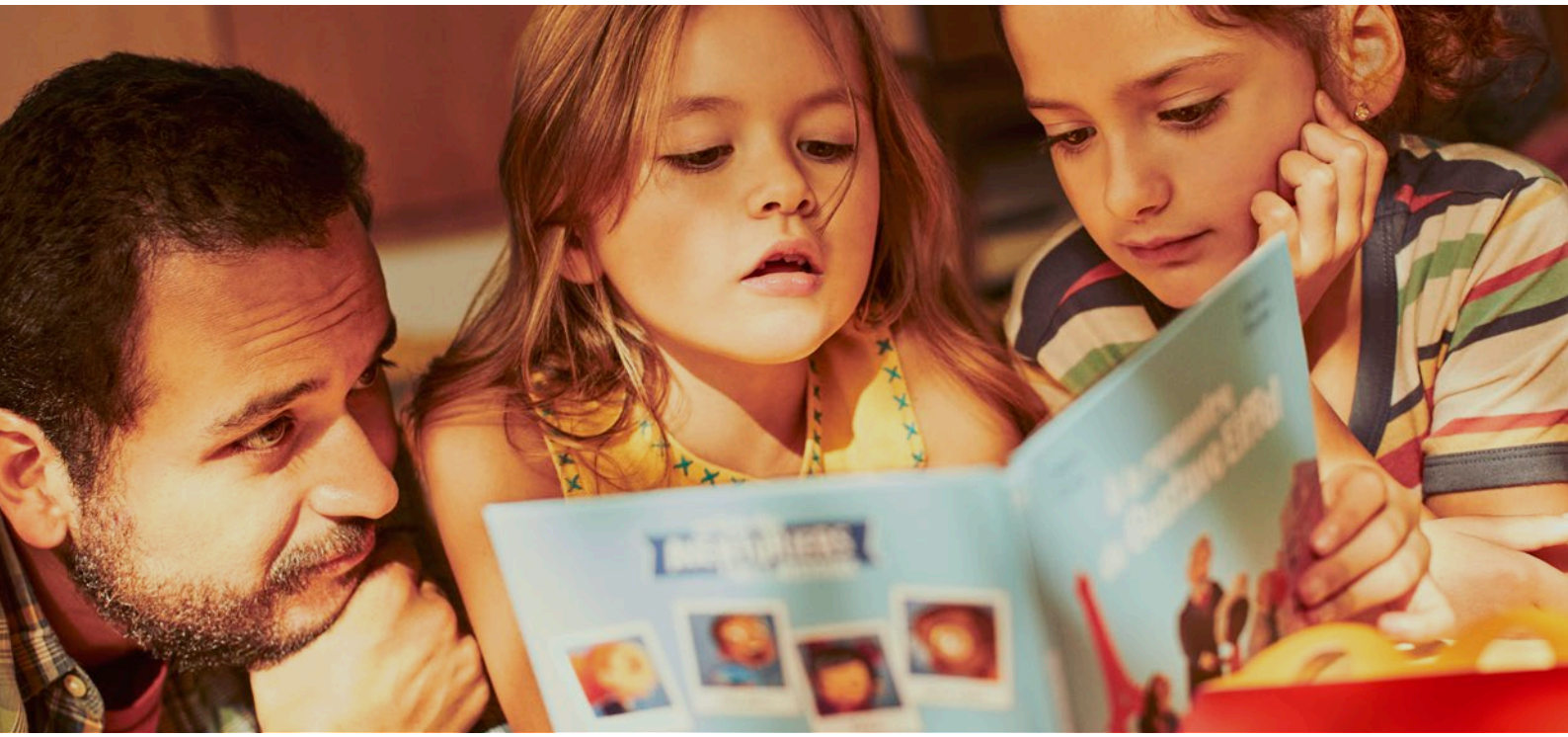


McDonald’s France célèbre 10 ans d’engagement en faveur de la lecture et plus de 150 millions de livres distribués

Grâce au programme «Un jouet ou un livre» lancé en 2015, ce sont aujourd’hui plus de 150 millions de livres qui ont été distribués dans les restaurants à enseigne McDonald’s en France. Cette année marque les 10 ans d’un engagement fort de l’enseigne pour donner le goût de la lecture aux plus jeunes et favoriser ces moments de partage en famille.



Démocratiser et promouvoir la lecture auprès des familles, une décennie d’engagement par McDonald’s France

Depuis 2015, **McDonald's France propose le choix entre un livre ou un jouet dans le menu Happy Meal™.** Avec l'appui d'Hachette Jeunesse et du Centre national du livre (CNL), ses partenaires historiques, **McDonald's France a développé 10 collections de livres inédits** écrits et illustrés par des auteurs et illustrateurs de renom. Virginie Grimaldi, Éric-Emmanuel Schmitt, Katherine Pancol, Marc Levy, ou encore Alexandre Jardin, ont tous prêté leur plume pour faire vivre des **histoires passionnantes autour de thématiques variées** comme les instruments de musique, les grandes périodes de l'Histoire, les expressions de la langue française, les merveilles naturelles de France ou encore les valeurs du sport.

«Le Musée magique», la nouvelle collection 2025 qui allie art et littérature







Cette année sera marquée par **la collection «Le Musée magique», écrite par Agnès Martin Lugand**, magnifique autrice aux millions d'exemplaires vendus, et illustrée par Lisa Guisquier et Olivier Rublon. Ce sont **18 œuvres emblématiques de l'histoire de l'art**, tableaux ou sculptures, qui prennent vie dans un musée enchanté où trois petits héros vivent de folles aventures, accompagnés de leur excentrique grand-mère et de son chat. **L'objectif ?** Rendre l'art plus accessible aux jeunes publics en leur faisant découvrir de manière ludique les œuvres les plus notables, à l'image de «La Joconde» de Léonard de Vinci, «La Jeune Fille à la perle» de Vermeer, ou encore «La Femme à l'ombrelle» de Monet.

***«Je me suis beaucoup inspirée de mes enfants pour écrire cette collection et de ce qu'ils auraient aimé lire lorsqu'ils étaient plus petits. Il faut apprendre à écrire une histoire qui arrive à happer les enfants et qui va plaire aux parents, et quelle meilleure thématique que l'art pour y arriver !»*, déclare Agnès Martin-Lugand.**

Et pour célébrer cet anniversaire et faire revivre l'histoire du livre chez McDonald's, **les restaurants se pareront d'une exposition « hors des murs »** qui célébrera les 10 collections Happy Meal™… de quoi raviver les souvenirs des familles !

Les familles choisissent de plus en plus le livre proposé par McDonald's

Mais la lecture chez McDonald's France, ce sont aussi des initiatives en restaurants comme **les milliers d'ateliers de lecture organisés** et qui permettaient de transformer les lieux en des espaces de partage et de stimulation intellectuelle pour les enfants. C'est aussi **le programme « Les Mercredis à lire»**, lancé en 2020, qui offrait aux familles une opportunité supplémentaire d'accéder à différents ouvrages. Ainsi, chaque premier mercredi du mois, un livre était offert à chaque enfant pour toute commande d'un menu Happy Meal™, en plus du livre ou du jouet déjà choisi. Ce sont près de 300 000 livres qui ont été distribués chaque «Mercredi à lire», **soit plus de 6 millions de livres offerts** sur la période de l'opération dans les restaurants de l'hexagone.

Au lancement du programme «Un jouet ou un livre», en 2015, seulement 9 % des commandes de Happy Meal™ comportaient le livre. Fort du travail réalisé par McDonald's France depuis 10 ans, le taux de prise du livre a constamment progressé. En 2024, **33 % des familles sélectionnent le livre** au moment de la composition du menu.

***«Il n'est plus à démontrer que la lecture chez les enfants est essentielle dans le développement de leurs compétences linguistiques et dans la stimulation de leur imagination. C'est pourquoi chez McDonald's France, nous avons à cœur depuis 10 ans déjà d'être utile aux familles en étant une porte d'entrée vers la lecture et en faire une partie de plaisir. De plus en plus de familles optent pour l'ouvrage lors de leur prise de commande et nous en sommes particulièrement fiers ! Le succès de cet engagement est le fruit d'un travail collectif qui a réuni un éditeur engagé, des partenaires institutionnels, des auteurs et des illustrateurs de renom qui nous ont tous fait confiance. Merci à eux.»*, confie Eloi de la Celle, Directeur Senior Impact chez McDonald's France.**

À propos des restaurants à enseigne McDonald's*

Près de 2 millions de repas servis chaque jour

•

1 562 restaurants répartis dans toute la France

•

Plus de 75 000 salariés sous enseigne

•

Plus de 75 % des achats de matières premières agricoles sur les 5 principales filières de l'enseigne (boeuf, pommes de terre, poulet, blé pour le pain & salade) **réalisés en France.**

A propos de «Un jouet ou un livre»

+150 millions de livres distribués dans les menus Happy Meal™

•

11 collections

•

6 auteurs et autrices incontournables

•

Des milliers d'ateliers de lecture organisés en restaurants

•

2 partenaires de renom :
Centre Bational du Livre & **Hachette Jeunesse**

* Chiffres Rapport d'impact McDonald's France 2023.

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

Contacts presse

Rawae El Majdoubi
rawa.el-majdoubi@plead.fr
06 68 32 12 49

Margaux Wacheux
Margaux.wacheux@plead.fr
06 75 62 26 41

Yannick Augrandenis
yannick.augrandenis@plead.fr
06 87 06 77 33