



Communiqué de presse
Guyancourt, le 5 mai 2026

McDonald's France prend plusieurs engagements en faveur du pouvoir d'achat des Français

Dans un contexte où les contraintes budgétaires des ménages se durcissent, McDonald's France et ses plus de 1 600 restaurants déploient plusieurs mesures fortes pour permettre au plus grand nombre de continuer à se faire plaisir en restaurant, avec un budget resserré :

- Une nouvelle offre McDeal™ à 5 euros* avec des burgers pour tous les goûts,
- 3 menus Best Of™ à 7,50 euros*,
- Un menu Happy Meal™ proposé à partir de 4 euros* avec ses grands classiques.

Ces mesures répondent à une préoccupation forte des Français exprimée dans une étude, réalisée en avril 2026 par l'Ifop pour McDonald's France qui montre que 61% des Français ont constaté une baisse de leur pouvoir d'achat et parmi eux, 81% ont dû renoncer à des moments de loisirs et de plaisir en famille.

Les Français limitent de plus en plus leurs loisirs et leurs sorties en famille

À l'écoute des remontées de ses restaurants partout en France, McDonald's France constate une attention croissante portée par ses clients aux enjeux de pouvoir d'achat, quels que soient les régions et les moments de la journée. Fidèle à sa priorité : **offrir la meilleure expérience possible au plus grand nombre, sans transiger sur la qualité de ses produits**, l'Enseigne a souhaité objectiver ces constats terrain en s'appuyant sur une étude d'opinion menée avec l'Ifop.

Il apparaît dans cette étude 2 constats principaux :

1. Une perte de pouvoir d'achat pour 6 Français sur 10, qui mène à des renoncements

- Une **large majorité de Français (61%) estime que son pouvoir d'achat a diminué** depuis le début de l'année 2026 (dont 28% des Français qui estiment qu'il a beaucoup diminué).
- **8 Français sur 10 (81%) qui ont vu leur pouvoir d'achat diminuer déclarent avoir renoncé à des moments de loisirs et de plaisir en famille.**
- Pour 2/3 des Français (66%), les sorties au restaurant en famille ou entre amis sont importantes, et notamment chez les moins de 35 ans (70%) et les familles avec enfant (70%).
- Malgré cet attachement, **65% des sondés envisagent de réduire leurs sorties au restaurant** dans les prochains mois. Cette intention grimpe fortement chez les plus modestes (78%) et ceux dont le pouvoir d'achat a fortement baissé (88%).

2. Les offres à petits prix sont plébiscitées, notamment par les Français les plus modestes

- Les offres à petits prix (entre 5 euros à 7,50 euros) sont perçues positivement par une majorité de Français : **un Français sur deux (52%) estime que ces offres à petits prix sont une bonne chose**, qui permet au plus grand nombre de s'offrir un repas au restaurant de temps en temps. Cette perception est d'autant plus positive chez les moins de 35 ans (63%) et les publics modestes (64%).

* Prix maximum conseillé

** Au choix parmi un P'tit Sundae (nature ou nappage caramel ou nappage saveur chocolat), un Espresso, un Café allongé, un Donut sucré, un P'tit milkshake saveur vanille ou saveur fraise, un McPops

*** Hors suppléments tarifaires proposés avec l'offre Happy Meal™+

- Pour **48% des Français, ces offres à petits prix sont nécessaires pour aller en restaurant** : plus précisément, 29% des Français à moins de 1080 euros par mois estiment que sans ces offres ils n'iraient pas au restaurant ; et 43% des Français de moins de 35 ans déclarent que cela leur permet d'aller un peu plus souvent au restaurant.

Étude Ifop menée auprès d'un échantillon de 1 000 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Questionnaire auto-administré en ligne du 22 au 23 avril 2026.

Jérôme Fourquet, directeur du département Opinion à l'Ifop, déclare : « Dans le contexte économique actuel, nous constatons que beaucoup de Français doivent faire des arbitrages. Alors qu'ils ont toujours envie de consommer et de sortir, ils sont contraints de renoncer au plaisir simple d'un restaurant en famille ou entre amis. On parle là de 90% des Français à moins de 1080 euros par mois qui ont vu leur pouvoir d'achat diminuer, dont 71% qui ont dû renoncer à plusieurs reprises à ces sorties. Pour ces mêmes Français, les offres à moins de 7,50 euros deviennent une nécessité pour pouvoir continuer à aller au restaurant. Pour aider les consommateurs à ne pas trop ressentir cette forme de déclassement, les enseignes se positionnent sur ces offres qui permettent aux Français de ne pas se sentir exclus. C'est un marqueur clé pour maintenir de la cohésion sociale. »

Des mesures fortes pour être aux côtés des Français et préserver leur pouvoir d'achat

En tant que fer de lance de la restauration populaire en France, et en réponse à ces résultats, McDonald's France et ses restaurants mettent en œuvre des mesures immédiates afin de **permettre à leurs clients de préserver ces moments de plaisir partagés**, en famille comme entre amis.

À compter du 5 mai 2026, les clients pourront bénéficier de plusieurs initiatives **mises en place pour favoriser l'accessibilité aux offres dans le respect de leur pouvoir d'achat** :

- Un nouveau **menu McDeal™ à 5 euros***, avec 4 produits pour répondre à toutes les envies : un burger original et généreux (comprenant deux steaks hachés ou deux galettes de poulet pané ou une préparation de poisson pané), une petite boisson et une petite frite accompagnés d'un produit supplémentaire parmi une sélection de desserts et de boissons chaudes**.
- Un prix unique pour les 3 recettes iconiques du **menu Best Of à 7,50 euros*** : McChicken™, Filet-O-Fish™ ou Double Cheese™.
- L'élargissement du choix dans le menu **Happy Meal™, avec 810 combinaisons*** de menu possibles à 4€***.

En dépit d'une hausse importante des coûts sur plusieurs matières premières, **les prix de ces 3 offres seront maintenus au moins jusqu'à début 2027.**



* Prix maximum conseillé

** Au choix parmi un P'tit Sundae (nature ou nappage caramel ou nappage saveur chocolat), un Espresso, un Café allongé, un Donut sucré, un P'tit milkshake saveur vanille ou saveur fraise, un McPops

*** Hors suppléments tarifaires proposés avec l'offre Happy Meal™+

Jo Sempels, Président de McDonald's France, déclare : « *McDonald's est le fer de lance de la restauration populaire en France. Nous sommes un observatoire très fin de la société française. L'inquiétude est grande parmi nos clients : désormais, ce sont les sorties en famille, les quelques derniers plaisirs que s'autorisaient encore des millions de Français, qui se raréfient. C'est un signal que nous ne pouvons ignorer. McDonald's accueille chaque jour 1,8 million de clients, issus de tous les milieux et sur tout le territoire. Cela nous confère une responsabilité particulière. C'est pourquoi nous lançons plusieurs offres dédiées, qui représentent pour notre Enseigne et nos Franchisés un engagement de plusieurs dizaines de millions d'euros, afin d'être mobilisés aux côtés de nos consommateurs pour préserver leur pouvoir d'achat.* »

Des offres accessibles qui ne font aucun compromis sur la qualité

McDonald's France s'attache à proposer des recettes de qualité, à des prix accessibles pour le plus grand nombre. Ainsi, plus de **80% des approvisionnements sur les 5 principales filières de McDonald's France sont issus de l'agriculture française** (pomme de terre, poulet, bœuf, blé pour les pains burgers et salade).

Lors du dernier Salon International de l'Agriculture, McDonald's a pris un engagement fort : **plus de 3,5 milliards d'euros consacrés à l'achat alimentaire en France d'ici 2030**, soit plus de 750 millions d'euros par an investis dans les industries agroalimentaires françaises et auprès de leurs fournisseurs.

Les offres concernées par les mesures en faveur du pouvoir d'achat vont pleinement concourir à la réalisation de cet engagement.

À propos McDonald's France :

1,8 million de repas servis chaque jour¹

1 629 restaurants répartis dans toute la France¹

Plus de 75 000 salariés sous enseigne²

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

* Prix maximum conseillé

** Au choix parmi un P'tit Sundae (nature ou nappage caramel ou nappage saveur chocolat), un Espresso, un Café allongé, un Donut sucré, un P'tit milkshake saveur vanille ou saveur fraise, un McPops

*** Hors suppléments tarifaires proposés avec l'offre Happy Meal™+