**McDonald’s et TBWA lancent une campagne de sensibilisation contre les déchets sauvages : “Les déchets, on en fait notre affaire”**

**McDonald’s Belgique a lancé en collaboration avec TBWA une nouvelle plateforme destinée à personnaliser la problématique des déchets sauvages : ‘Les déchets, on en fait notre affaire’. Une initiative soutenue par les Ministres Marie Christine Marghem, Céline Fremault, Joke Schauvliege, Carlo Di Antonio et la Secrétaire d'Etat Fadila Laanan.**

**Sensibiliser en personnalisant la problématique**

A l’occasion du 40ème anniversaire de McDonald’s en Belgique le 21 mars dernier, McDonald’s Belgique dévoilait ses nouvelles ambitions. D’où le lancement de cette campagne. *« Celle-ci permet à chacun de personnaliser la problématique des déchets sauvages en embellissant le symbole - très connu et pourtant anonyme - de la poubelle avec son portrait accompagné de la mention ‘Les déchets, on en fait notre affaire’. Dès lors, chacun peut montrer son engagement avec sa propre icône et la partager sur ses réseaux sociaux. Quelques clients ont pu expérimenter l’expérience de la personnalisation : lors de leur commande au McDrive, ne se doutant de rien, ils ont reçu leur sac de livraison personnalisé. Les portraits ont été réalisés au moment même par l’artiste Musketon. Nous avons également prévu du matériel d’affichage dans les restaurants pour sensibiliser nos clients. »*, explique Stephan De Brouwer, Managing Director de McDonald’s Belgique.

A l’occasion du lancement de la plateforme, les Ministres Marie Christine Marghem, Céline Fremault et la Secrétaire d'Etat Fadila Laanan ont posé avec leur sac de livraison personnalisé pour montrer leur soutien à la campagne de sensibilisation contre les déchets sauvages.

Pour Marie Christine Marghem, Ministre fédérale de l’Energie, de l’Environnement et du Développement durable : *« Je salue les initiatives qui ont permis à McDonald’s de réduire drastiquement son empreinte écologique que ce soit pour la production, la conservation et la distribution de ses produits. Mais aussi en ce qui concerne la conception et le recyclage de ses emballages. Ce travail, en amont et en aval, témoigne d’une stratégie globale dont devraient s’inspirer d’autres grands groupes à dimension internationale. »*

**McDonald’s et la durabilité**

La durabilité constitue un élément important pour McDonald’s Belgique qui a adopté une série de mesures ces 40 dernières années. *« Dès son arrivée en Belgique, McDonald’s a mis au point une politique de développement durable approfondie jalonnée de nombreuses initiatives telles que le recyclage de nos emballages et de notre huile de friture en biodiesel, l’utilisation d’une énergie 100% verte dans tous nos restaurants ainsi que le développement de notre propre système de collecte et de gestion des déchets : le Green Truck. Nous continuons chaque jour à innover et à améliorer constamment nos processus d'approvisionnement, d'emballage et de transport pour réduire notre empreinte écologique. »* conclut Stephan De Brouwer.

Pour tout complément d’information, rendez-vous sur :

FR : www.onenfaitnotreaffaire.be

NL : www.wetakeitpersonally.be

[www.mcdonalds.be](http://www.mcdonalds.be)

CREDITS:

Campaign Title: Garbage, we take it personally

Creative Director: Jeroen Bostoen

Creative Team: Philip De Cock, Arnaud Bouclier

Account team: Geert Potargent, Virginie Hayet, Benoit Carlens

Illustrations: Musketon

Design: Sebastien Bontemps

Online production: Sam Sanders, Wannes Vermeulen, Jeroen Govaert

Online copywriting: Ann Vanminsel, Sarah Pierrequin

Client: Kristel Muls, Stijn Heytens

PR: Isabelle Verdeyen, Aurelie Coeckelbergh