

Accélérer la décarbonation des exploitations agricoles : un projet pilote inédit entre McDonald's France, Lidl France et la coopérative SICAREV en Bourgogne-Franche-Comté



Communiqué de presse, 20/02/2026

Soucieux de réduire leurs émissions de gaz à effet de serre (GES), McDonald's France, son fournisseur de steak haché Pilgrim's Europe Orléans, et Lidl France annoncent le lancement d'un projet pilote inédit. Cette initiative vise à mutualiser les ressources destinées à la décarbonation des élevages bovins.

En s'appuyant sur une sélection d'exploitations situées en Bourgogne-Franche-Comté de la coopérative SICAREV, les trois partenaires s'engagent à co-financer l'accompagnement des éleveurs dans la décarbonation de leurs exploitations.

Transformer l'amont agricole : le défi du scope 3

Pour ces trois entreprises, les émissions indirectes (scope 3), notamment celles relatives à l'amont agricole, constituent la part prépondérante de leur empreinte carbone. L'enjeu est d'autant plus important pour la filière bovine car les prairies où pâturent les vaches sont des puits de carbone et leur capacité de stockage n'est pas comptabilisée dans le bilan carbone du bœuf. Cela rend la recherche de leviers d'atténuation à activer d'autant plus ambitieuse. Conscientes que le coût de cette transition doit être partagé par l'ensemble de la chaîne de valeur, elles ont choisi de dépasser leurs cadres contractuels habituels pour mutualiser leurs moyens financiers, techniques et de mesure.

L'objectif de ce projet pilote est donc de définir un modèle de cofinancement multi-partenaires juste, permettant d'allouer les réductions carbone en tenant compte des volumes de viande achetés par chaque enseigne. Ce système a vocation à ajuster, à terme, les contributions financières selon la part de viande issue de chaque exploitation et les investissements réalisés en faveur de la décarbonation. Enfin, l'ambition derrière ce projet est de faire profiter la filière bovine française de ces enseignements pour amplifier le mouvement et que chacun s'en empare pour accompagner à la transition d'autres exploitations françaises.

Une méthodologie rigoureuse pour un projet pilote

Le programme ne se limite pas à un soutien ponctuel, mais s'inscrit dans une trajectoire d'amélioration continue :

- **Sélection des élevages** : 30 exploitations de Bourgogne-Franche-Comté, fournissant les trois partenaires seront sélectionnées par SICAREV. Afin de tester diverses hypothèses permettant de représenter la diversité de la filière bovine, la sélection couvrira une variété de systèmes d'exploitation différents.
- **Déploiement sur 5 ans** : Le projet débutera par la réalisation de diagnostics CAP2ER® de niveau 2 suivis de la construction de plans d'actions sur 5 ans, avec pour objectif de réduire les émissions de GES et d'augmenter la résilience des exploitations face au

changement climatique. Un suivi rigoureux sera assuré entre les années 2 et 4, avant un diagnostic final au bout de 5 ans.

Les engagements de McDonald's France :

Ce projet est une étape supplémentaire dans les accompagnements de ces acteurs du monde agricole pour améliorer leur impact. Il vient pour McDonald's France et son fournisseur de steak haché dans la continuité des travaux de ces 10 dernières années au cours desquelles les entreprises ont contribué financièrement et techniquement au développement de CAP2ER® de niveau 1 en bovin viande. L'enseigne et son partenaire Pilgrim's Europe Orléans ont également fait des tests dans les fermes sous contrat et ont travaillé activement au déploiement de l'outil auprès de l'ensemble de leurs élevages sous contrats en cascade depuis 2018. Il contribuera aux objectifs de décarbonation de McDonald's France et au niveau mondial.

- McDonald's France et son fournisseur de steak haché ont également déployé le projet de recherche Pâturond. Son objectif est d'évaluer les effets de trois systèmes de pâturage (continu 1, tournant lent 2 et multi-paddock adaptatif 3) sur la séquestration de carbone, la biodiversité, la valorisation des prairies et la viabilité des systèmes de production.
- En 2021, McDonald's Corporation a pris deux engagements :
 - Renforcer son ambition climatique pour participer, à son niveau, au maintien de la hausse de la température mondiale au-dessous de 1,5°C
 - Contribuer à atteindre la neutralité carbone d'ici 2050.
 - En 2023, son objectif 2030 a été revu et validé par SBTi.

Les engagements de Lidl France et du groupe Schwarz :

Dans le cadre de sa stratégie climat, Lidl multiplie les actions pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre sur l'ensemble de ses activités en cohérence avec l'Accord de Paris. L'approche de l'entreprise est d'éviter les émissions, avant de les réduire et de les compenser (séquence ERC).

En tant que membre du groupe Schwarz, qui a rejoint l'initiative Science Based Targets (SBTi) en 2020, Lidl contribue à limiter le réchauffement climatique à 1,5 °C. Dans ce contexte, le groupe Schwarz a soumis son engagement à atteindre zéro émission nette (Net Zéro) d'ici 2050.

En 2025, l'initiative Science Based Targets (SBTi) a validé les objectifs climatiques à long terme des entreprises du groupe Schwarz et a ainsi confirmé le fondement scientifique de leur stratégie climatique élaborée conjointement.

Les objectifs long terme de réduction des émissions de gaz à effet de serre sont :

- **Scopes 1 et 2** : D'ici 2050, réduire de 90 % les émissions au niveau groupe par rapport à 2019.
- **Scope 3** :

- D'ici 2050, réduire de 72 % les émissions FLAG (Forestry, land and agricultural) au niveau groupe par rapport à 2022.
- D'ici 2050, réduire de 90 % les émissions E+I (Energy and Industry) au niveau groupe par rapport à 2022.

Un engagement contractuel et coopératif

McDonald's France et Lidl France s'engagent à verser une prime filière aux éleveurs pour soutenir leurs investissements dans leur plan d'action pour améliorer leurs pratiques. Une partie de la prime sera versée à l'éleveur au moment de son entrée dans la démarche et le restant au bout de cinq ans en fonction de la mise en place des plans d'actions. Parallèlement, les éleveurs éligibles pourront bénéficier d'un soutien de la région Bourgogne-Franche-Comté à hauteur de près de 80 % des frais de diagnostics et d'accompagnement technique.



A propos de Sicarev

Sicarev Coop est une coopérative d'élevage implantée historiquement au cœur du berceau charolais. Aujourd'hui, elle est présente sur une grande partie du territoire français et s'organise autour de ses 7 500 éleveurs coopérateurs et de ses 6 sections territoriales, bovines et ovines. Afin de maîtriser toute la filière depuis l'élevage jusqu'à la fabrication de produits, la coopérative s'est dotée d'outils de transformation, sous l'entité Tradival, employant plus de 2 175 salariés.

Contact presse SICAREV : fabienne.frebot@sicarev.com

A propos de McDonald's France

- Près de 1,8 million de repas servis chaque jour en 2025
- 1 629 restaurants répartis dans toute la France en 2025
- Plus de 75% des achats de matières premières agricoles sur les 5 principales filières de l'enseigne (bœuf, pommes de terre, poulet, blé pour le pain & salade) réalisés en France en 2024
- Près de 28 000 agriculteurs français contribuent à l'approvisionnement de McDonald's France en 2024

Contacts presse McDonald's France : Agence PLEAD : Thomas Da Costa (thomas.da-costa@plead.fr) ; Lucas Veran (lucas.veran@plead.fr) ; Margaux Wacheux (margaux.wacheux@plead.fr)

A propos de Pilgrim's Europe Orléans :

Créée en 1987, Pilgrim's Europe Orléans (anciennement Moy Park Beef Orléans) est une entreprise industrielle du secteur agroalimentaire spécialisée dans la transformation de viande. Son usine est située à Fleury les-Aubrais, près d'Orléans (45). L'entreprise emploie aujourd'hui environ 145 personnes et a produit plus de 50 000 tonnes de steaks hachés (chiffres 2025).

Contacts presse Pilgrim's Europe Orléans : Agence Rumeur Publique : Olivier ASTORG : olivier.astorg@rumeurpublique.fr - Michel SALION : michel.salion@rumeurpublique.fr - Anastasia DE LA TULLAYE : anastasia.de-la-tullaye@rumeurpublique.fr

A PROPOS DE LIDL

Depuis 36 ans, Lidl est un acteur majeur de la distribution en France, partenaire du quotidien des consommateurs. Avec sa signature « Lidl, ça vaut le coup », l'enseigne affirme son engagement en faveur du pouvoir d'achat, de la responsabilité sociale et environnementale, et de la transparence tarifaire. Aujourd'hui, Lidl compte 1 600 supermarchés et 46 000 collaborateurs en France. Son offre repose sur un assortiment sélectionné, composé à près de 90 % de marques de distributeur, garantissant le meilleur rapport qualité-prix, dans le respect d'une politique de prix uniformes sur tout le territoire.