

Mac Donald's - 1/2

Ray Kroc, fondateur de Mac Donald's : « Je voyais en pensée des restaurants MacDo installés à tous les carrefours du pays. Il y avait naturellement dans chaque restaurant huit multi-mixeurs ronronnant et déversant un flot constant d'argent dans mes poches ».

Environ 30.000 restaurants à travers le monde, un nouvel établissement ouvrant toutes les cinq heures, dont un tous les jours en Europe. Plus de 500.000 employés pour faire fonctionner les rouages bien huilés de la gigantesque machine. Un empire immobilier évalué à plus de 2 milliards d'euros, le plus important du monde. Ces chiffres ont de quoi réjouir ou faire frémir d'horreur, tout dépend de la manière dont on voit les choses. Depuis sa création en 1955, la pieuvre multinationale n'a cessé d'étendre ses tentacules tout autour de la planète, jusqu'à devenir la marque la plus connue après Coca-cola. Elle apparaît comme étant une des plus belles réussites de la mondialisation, et la contestation grimpante ne semble pas affecter plus que ça cette multinationale avide. Il faut dire qu'elle est encore loin de son objectif ultime : exploiter un restaurant pour 20.000 habitants. Ce qui signifierait, si l'on considère les six milliards d'humains qui peuplent notre chère petite Terre... plus de 300.000 restaurants ! Affreux.

Certains me diront : « Pourquoi blâmer Mac Donald's de sa réussite fulgurante ? ». Simplement parce que les moyens utilisés sont très peu orthodoxes, et que dans son cas la fin est la dernière chose qui devrait justifier les moyens.

Le succès de Mac Donald's est dû à une méthode qu'on appelle « la standardisation à outrance ». C'est très simple, et ça se résume rapidement : on standardise tout ! Le client, le produit, l'employé, et surtout les mentalités. Le but est de faire adhérer les gens à un modèle qu'ils croient bon, ou du moins qu'ils ne jugent pas mauvais, qu'on prend soin de maquiller et qui en réalité ne profite aux grands patrons à la tête de la multinationale.

La première manoeuvre vise donc à standardiser le client, et pour cela Mac Donald's axe sa politique sur l'enfant. Le clown Ronald a été créé à cet effet : pour racoler une clientèle d'enfants. Parce que les petits bouts sont beaucoup plus influençables que les adultes (quoi que des fois on se demande), et qu'ils détiennent un grand pouvoir de persuasion sur leurs parents, qui forcément finissent par céder à leurs caprices... parce que les charmants bambins veulent aller aux jeux et avoir la dernière figurine Walt Disney offerte dans le Happy Meal. Puis cette clientèle en culotte courte grandit, et comme on ne perd pas les vieilles habitudes, se fidélise au « bon vieux Ronald ». On rationalise même le comportement des consommateurs. Tout est fait pour qu'il mange le plus vite possible, et laisse la place à un nouveau client : l'ambiance générale du restaurant, ses couleurs souvent froides et peu engageantes, son absence d'intimité... Généralement un menu est expédié dans l'estomac en dix minutes. On avale sans avoir vraiment le temps d'apprécier le produit, ou de discuter avec ses pairs. Mac Donald's entend créer un client type qui lui rapporte un maximum de revenus.

Viennent ensuite les conditions inacceptables de travail des employés, qui sont sans cesse sollicités et sont davantage employés comme ouvriers que comme serveurs : les mêmes gestes minutés et définis, répétés à l'infini ; les mêmes sourires convenus qui sont censés « séduire » la clientèle. L'employé doit être homogène, il est un parfait petit rouage de l'immense industrie, tournant à un rythme effréné, dont on pousse au maximum le rendement. Les pantalons des uniformes n'ont pas de poches : cela évite les vols, mais surtout qu'on y mette les mains... Comme disait le fondateur Ray Kroc : « si vous avez le temps de faire une pause, vous avez le temps de nettoyer ». Employé à Mac Donald's, une première expérience professionnelle ? Ca n'a pas la moindre valeur dans un CV. MacDo crée des emplois ? Si l'on considère qu'un serveur de la multinationale traite cent fois plus de clients à l'heure qu'un serveur traditionnel, elle en supprime plus qu'elle n'en crée.

Produits et mentalités sont également homogénéisés... mais cela, il suffit d'entrer dans un Mac Donald's et d'observer nos vies uniformes pour s'en rendre compte.

Mac Donald's - 2/2

En 1994, un grand procès en Angleterre opposa la multinationale à deux militants, Dave Stelle et Hellen Morris. Ces derniers étaient à l'origine de la distribution de tracts discréditant Mac Donald's, qui les attaqua donc pour diffamation devant les tribunaux londoniens. Le procès nécessita 294 jours d'audiences et débats, où intervinrent de nombreux spécialistes en nutrition, environnement et soin des animaux, et le verdict ne tomba qu'en 1997. Les deux militants, pour n'avoir pas réussi à démontrer deux des accusations que comprenait leur tract, furent condamnés à verser 300.000 francs d'amende à la firme américaine. Mais en revanche les autres points furent officialisés, et autorisés de parution, ce qui constitua la grande victoire de ces deux militants.

Ces points étaient :

- Le traitement cruel des animaux dans les élevages industriels intensifs dépendant de Mac Donald's (officialisé)
- Les publicités mensongères sur les valeurs nutritives des produits et l'exploitation préméditée des enfants par la publicité (officialisé)
- L'exploitation systématique des employés et les conditions de travail déplorables (officialisé)
- La possibilité d'empoisonnement par la consommation des produits Mac Donald's (officialisé)
- Mac Donald's se vanterait faussement d'utiliser du papier recyclé (non-officialisé)
- Le lien entre la consommation de viande et la destruction des forêts tropicales (non-officialisé, honnêtement moi non plus je n'ai pas compris quel lien il pouvait y avoir)

Dave Stelle et Hellen Morris refusèrent de verser à Mac Donald's les 300.000 francs, et déclarèrent qu'ils ne les paieraient pas à moins qu'on leur fasse un nouveau procès. Mac Donald's assura quant à lui qu'il ne chercherait pas à les récupérer.

Depuis les campagnes contre Mac Donald's se multiplient, et de plus en plus portent leurs fruits (sauf quand des c... comme José Bové optent pour la voie de la violence et s'en vont démonter des restaurants, compromettant ainsi la protestation pacifique). Mais c'est encore loin d'être suffisant pour ébranler la multinationale.

Quelques dates-clés :

- 1955 : ouverture du premier Mac Donald's, dans l'Illinois
- 1963 : 500 restaurants
- 1963 : création du clown Ronald
- 1967 : ouverture du premier Mac Donald's à l'étranger (au Canada)
- 1975 : premier drive-in à Oklahoma City
- 1985 : alliance avec deux autres multinationales : Coca-cola et Walt Disney
- 1992 : électrocution mortelle d'un employé de Manchester
- 1994-1997 : procès entre Mac Donald's et deux britanniques, qui le force à expliquer ses pratiques