**Le web marketing et la localisation**

*McDonald aux États-Unis*

* Le menu
  + Le site web est simple et a les couleurs noir et rouge. De plus, le menu montre moins des images. Quand je clique sur l’option « View Full Menu », je peux regarder toutes les images de la nourriture.
* McCafé et la présentation des produits
  + Les produits de McCafé semblent extrêmement délicieux et sucré. Je veux déguster le « French Vanilla Cappuccino » et le « French Vanilla Latte ».
* La présentation de l’information nutritionnelle
  + J’ai trouvé facilement le « Nutrition Calculator ». Je peux trouver tous les détails nutritionnels avec cet outil. J’ai trouvé l’information nutritionnelle dans la description de chaque produit.
* L’intérêt porté à l’environnement et au développement durable
  + Dans le site web, il existe une section qui s’appelle « Commitment to Quality » où les consommateurs peuvent trouver sur l’environnement, ses pratiques des antibiotiques sur les animaux, la durabilité pour l’environnement et ses actions responsables à l’égard des végétaux et graines du caféier.

*McDonald en France*

* Le menu
  + Le site web est plus joli à cause des couleurs : blanc, vert et violet. De plus, il y a l’option « Petite Faim ». Il semble que les consommateurs veulent manger moins de quantité de nourriture, parce que je n’ai pas trouvé beaucoup d’options pour le « Extra Value Meal » (Combos).
* McCafé et la présentation des produits
  + Il y a beaucoup de pâtisseries. Il y a moins des options pour les cafés. La présentation est plus formelle avec des tasses pour les thés et les cafés.
* La présentation de l’information nutritionnelle
  + De façon similaire, j’ai trouvé l’information nutritionnelle dans la description de chaque produit.
* L’intérêt porté à l’environnement et au développement durable
  + J’ai trouvé une section nommée « L’Environnement » où l’entreprise énumère ses engagements sur la réduction des émission de gaz à effet de serre, l’énergie, l’éco-conception des emballages, l’eau en restaurants, le plan déchets, améliorer les pratiques pour réduire l’empreinte environnementale et améliorer le bien-être animal. Finalement, l’entreprise a une publicité de *Le Journal du Développement Durable*.

*Conclusion*: McDonald s’adapte intelligemment à la culture du pays des endroits des restaurants. Toutefois, l’entreprise préserve sa vision, sa mission et ses engagements à la santé, les animaux et l’environnement.