

Chengdu lance ses activités de promotion internationale en tant que capitale mondiale de la gastronomie en France

Du 17 au 20 octobre, « La tournée gastronomique des pandas géants » l'événement de promotion à l'étranger de la Capitale internationale de la gastronomie de Chengdu, organisé par le Bureau du commerce de Chengdu, s'est tenu à Paris. L'objectif était de présenter aux Parisiens toute la richesse de la culture culinaire du Sichuan, tout en renforçant la réputation et l'influence mondiales de Chengdu en tant que capitale gastronomique.

Sortir à l'étranger : le goût de Chengdu embaume Paris

Le 18 octobre au matin, au Bastille Design Center, un marché gastronomique unique a ouvert ses portes dans une atmosphère festive, animée par une spectaculaire démonstration de « bian lian », l'art du changement de visages de l'opéra du Sichuan. Zhou Lizhi, économiste en chef du Bureau du commerce de Chengdu, M. François De la Chevalerie, vice-président de la Fondation Charles de Gaulle, Liu Hongge, directeur du Centre culturel de Chine à Paris, Min Nan, vice-directrice du Département de la promotion du comité municipal du PCC de Chengdu, et Elisabeth Stephanelli, secrétaire générale de la mairie de Samosun et représentante du maire, ont conjointement inauguré « La tournée gastronomique des pandas géants » l'événement de promotion à l'étranger de la Capitale internationale de la gastronomie (station Paris). Près d'une centaine de personnalités des milieux culturels, culinaires et artistiques sino-français, ainsi que des représentants des médias, ont participé à l'événement. Paris, reconnue comme une capitale mondiale de la gastronomie, a été choisie par le Bureau du commerce de Chengdu comme première station de « La tournée gastronomique des pandas géants ». Ce choix n'est pas anodin : cette année marque le 60e anniversaire de l'établissement des relations diplomatiques entre la Chine et la France et est également l'Année sino-française du tourisme culturel. Cette initiative vise à renforcer le rôle de Chengdu en tant que membre des « capitales mondiales de la gastronomie », à promouvoir les échanges culturels gastronomiques internationaux, et à mettre en lumière tous les aspects de la culture culinaire du Sichuan.

Cérémonie d'inauguration du marché éphémère à «La tournée gastronomique des pandas géants (station Paris) »

Sur le marché, les visiteurs ont été séduits par les spécialités emblématiques de Chengdu : le « dan hong gao » (gâteau aux oeufs cuit au four), le « hong tang ci ba » (boulettes de riz gluant au sucre brun), le « boboji » (en-cas épicé servi dans un bol) et le « suan la fen » (nouilles épicées et acides). Des démonstrations de savoir-faire traditionnels étaient également présentées, notamment la broderie Shu et le tressage de bambou, classées au patrimoine culturel immatériel national. Les spectateurs ont assisté à des performances de « bian lian », à des cérémonies du thé et à des concerts de chansons chinoises et françaises. Les artistes ont interagi avec enthousiasme avec le public, distribuant des cartes postales et de petits souvenirs. En parallèle, une exposition de photographies mettant en valeur Chengdu et sa gastronomie, ainsi qu'un atelier de découpage de papier en costume traditionnel Han, ont attiré de nombreux curieux.

Les invités ont dégusté les délicieuses spécialités classiques de Chengdu et ont expérimenté le charme de la culture traditionnelle chinoise. François De la Chevalerie, vice-président exécutif de l'Association nationale Charles de Gaulle, a souligné l'importance de cette coopération gastronomique et culturelle entre Chengdu et Paris. Elle ne se limite pas à enrichir l'expérience des habitants des deux villes, mais elle offre également un modèle précieux pour les échanges culturels entre les métropoles du monde entier. « Nous espérons que Chengdu et Paris continueront à contribuer au développement de la diversité culturelle mondiale. En même temps, nous espérons que cette coopération interculturelle pourra encourager davantage de villes à se joindre et à écrire ensemble un nouveau chapitre de la coopération culturelle mondiale. » a-t-il ajouté.

Apporter l'extérieur : plus d'opportunités pour Chengdu grâce aux partenariats industriels

Au-delà de la présentation de la culture gastronomique de Chengdu aux Parisiens, cet événement avait également pour objectif de soutenir l'internationalisation des entreprises de qualité de Chengdu et de promouvoir l'importation de produits alimentaires français de haute qualité sur le marché de Chengdu, concrétisant ainsi le concept « de la ferme française à la table chinoise ». Le 18 au soir, un salon d'échange sur la culture culinaire de Chengdu et une rencontre de mise en relation d'entreprises se sont tenus sur le thème « Fusion du romantisme français et des saveurs de Chengdu : un voyage gustatif à travers les continents ». Des entreprises de restauration renommées de Chengdu telles que Sichuan Xiangtianxia, Chengdu Catering Company et Jadetown ont échangé avec leurs homologues français, notamment French Mar Catering Company et French Opel Smart Catering Company. Six chefs étoilés de Chengdu ont été spécialement invités pour l'occasion. Ils ont préparé des plats emblématiques de la cuisine du Sichuan, tels que le boeuf et viscères avec les sauces piquantes, les boulettes de crevettes Kung-Pao, le cabillaud au parfum de poisson, le tofu de Mapo Chen, les raviolis bouillis de Zhong, et d'autres délices culinaires. Ces mets ont permis aux convives chinois et français de savourer la fusion entre les saveurs de Chengdu et le romantisme français, créant ainsi un véritable pont gustatif entre les deux cultures.

Zhou Lizhi, économiste en chef du Bureau du commerce de Chengdu, a souligné la longue histoire des échanges entre Chengdu et les villes françaises. Il a rappelé que la cuisine du Sichuan était réputée pour être l'une des plus riches et des plus variées, tant en Chine que dans le monde. « Nous espérons que cette promotion culinaire à Paris nous permettra, en collaboration avec nos partenaires français, d'explorer de nouveaux modèles de développement intégré de l'industrie gastronomique. Notre objectif est de promouvoir les échanges et l'apprentissage mutuel entre nos civilisations, dans un esprit de respect et de partage des richesses culturelles de chacun. »

Lors de la rencontre de mise en relation, SIFRANVER INTERNATIONAL et Chengdu International Communication Corporation ont signé un

Mémoire de coopération pour la promotion internationale de la gastronomie de Chengdu. Ce partenariat vise à promouvoir la culture culinaire de Chengdu et à mettre en avant l'énorme potentiel de son marché de consommation, invitant ainsi les touristes du monde entier à venir découvrir la gastronomie de Chengdu et à apprécier les multiples facettes de la modernisation à la chinoise.

Durant leur séjour en France, la délégation du Bureau du commerce de Chengdu a rencontré des représentants d'institutions prestigieuses telles que Le Cordon Bleu, l'Alliance Hôtels & Préférences de Paris et la Chambre de commerce et d'industrie de région Île-de-France. Ces échanges visaient à approfondir et à promouvoir la coopération culturelle et économique dans le domaine de la gastronomie entre la Chine et la France. Par ailleurs, les invités chinois ont eu l'opportunité de participer au SIAL Paris (Salon international de l'alimentation), l'un des plus grands salons agroalimentaires d'Europe. Cette expérience s'est révélée précieuse pour acquérir des connaissances sur les tendances internationales du secteur et pour envisager de nouvelles perspectives d'internationalisation pour la cuisine de Chengdu.

About the Author

La tournée gastronomique des pandas géants

Source: <http://www.secrets-de-comment.com> | [Formation Marketing](#) | [NetConcept, droits de revente](#)