



La Creperie Tao Jiang

La Creperie 法国薄饼店



DR

« Je me suis découvert une passion en ouvrant mon premier restaurant et cette passion ne m'a jamais quitté même dans les moments les plus difficiles. J'ai pu vivre la Chine comme je le voulais. L'expérience a été très forte sur le plan humain tant par les relations que j'ai développées avec mes différents employés et partenaires qu'avec les rencontres nombreuses et exceptionnelles que j'ai pu avoir avec nos clients. »

## LA CHINE M'A PERMIS DE VIVRE



RETOUR D'EXPÉRIENCE

**PHILIPPE RICARD**

Fondateur et Managing Director  
FFM - French Food Matters  
La Creperie - La Cabane  
- Bistro Breton

### Quelle analyse faites-vous de l'évolution économique de la Chine sur les 30 dernières années ?

Présent depuis 2004 à Shanghai, je distingue quatre périodes qui ont affecté notre activité. Tout d'abord une période qui a duré jusqu'en 2017, très dynamique, compliquée au niveau administratif du fait de règles qui changent en permanence, mais euphorisante. 2017 - 2019 : des années de transition où on sent déjà les prémices d'un ralentissement. 2020 - 2021 : 2 ans secoués par la Covid-19, une situation maîtrisée mais qui confirme la tendance du ralentissement de l'ouverture. 2022 est beaucoup plus compliquée. On observe un gros ralentissement lié aux multiples confinements et diverses restrictions qui jouent comme des freins puissants sur l'activité. Vivement 2023...

### Quel a été le "parcours chinois" de votre entreprise sur cette période ?

J'ai ouvert le premier restaurant La Crêperie en 2007 à Shanghai. De 2007 à 2016, nous avons connu une belle croissance, une activité qui me permet de développer des nouveaux projets, prendre du risque. Plusieurs restaurants ont été ouverts en

Chine et plus généralement en Asie et aujourd'hui le groupe compte 6 restaurants dont 3 à Shanghai. Depuis 2017, j'ai décidé de prendre du recul, mieux appréhender le changement de clientèle avec les nombreux départs d'occidentaux et profiter des incertitudes du marché pour réorganiser mon groupe, chercher des nouveaux investisseurs pour m'aider à développer sur le long terme en prenant moins de risques personnels. Aujourd'hui il m'apparaît important d'être prudent sur le court terme. Et les changements qui s'opèrent en Chine exigent une profonde réflexion sur la façon de se développer.

### Et si c'était à refaire ?...

Je me suis découvert une passion en ouvrant mon premier restaurant et cette passion ne m'a jamais quitté même dans les moments les plus difficiles. J'ai pu vivre la Chine comme je le voulais. L'expérience a été très forte sur le plan humain tant par les relations que j'ai développées avec mes différents employés et partenaires qu'avec les rencontres nombreuses et exceptionnelles que j'ai pu avoir avec nos clients. J'aime les défis et j'aime ce métier. Je fais voyager les clients, leur apporte un moment

## CE QUE JE VOULAIS



FFM

La Cabane - Cheese Fondue

La Cabane 奶酪火锅

de bonheur. J'aime fédérer mes équipes autour de projets. J'aime les voir s'épanouir et leur donner des challenges, partager les connaissances que j'ai eu la chance d'acquiescer dans mes expériences précédentes. Alors OUI, Je le referais sans hésiter.

### Si l'on se projette : la Chine dans 30 ans devrait être la première puissance économique mondiale... Comment votre entreprise peut-elle accompagner cette dynamique ?

Le moyen - long terme me semble plus facile à appréhender que le court terme. Si la tendance actuelle semble plus à la consommation de produits nationaux notamment dans le retail, avec un sentiment de nationalisme plus fort, et une image occidentale ternie, je pense que la Chine garde un potentiel de développement important pour les marques niches à forte identité, qui apportent une vraie authenticité, qui ont une histoire à raconter qui plait aux chinois. Le fait est qu'il y aura toujours un pourcentage de la population qui sera curieuse de découvrir autre chose, une classe moyenne chaque année plus importante et bien sûr une population gigantesque. Pour un restaurant un tout petit pourcentage suffit à le remplir ! La difficulté majeure réside dans

l'adaptation permanente au contexte et aux règles locales qui ont un coût de plus en plus lourd sur le quotidien.

### La CCI fête ses 30 ans, pouvez-vous nous dire quelques mots sur cette institution ?

Je suis membre de la CCI FRANCE CHINE à Shanghai depuis 2004 et partout où j'ai ouvert un restaurant depuis, j'ai été membre. C'est une façon de faire partie d'un groupe d'entreprises françaises ou ayant des liens forts avec la France. J'ai toujours particulièrement apprécié le dynamisme des Chambres de Shanghai et Hong Kong avec lesquelles nos équipes ont des échanges réguliers. Ces échanges au travers de divers webinars et rdv en physique nous permettent d'obtenir des renseignements régulièrement sur le tissu économique et social de notre environnement mais aussi garder une certaine visibilité au sein de la communauté française. Leur existence est définitivement un atout pour les entreprises membres.

« Bon Anniversaire » à la CCI FRANCE CHINE et continuez à nous nourrir d'informations utiles à notre activité, qui aident à favoriser les échanges.

Propos recueillis par P. T1



La Cabane Tao Jiang

La Cabane 法国阿尔卑斯

« 当我开第一家餐馆时，我找到了自己的激情，即使在最困难的时候，这种激情也从未消失过。我能够以我想要的方式体验中国。这种方式主要体现在人际交往方面，既包括我与不同员工和合作伙伴发展的友谊，也包括我与客户之间产生的联系。»

**那么如果这一切都要从头来过呢？**

当我开第一家餐馆时，我找到了自己的激情，即使在最困难的时候，这种激情也从未消失过。我能够以我想要的方式体验中国。这种方式主要体现在人际交往方面，既包括我与不同员工和合作伙伴发展的友谊，也包括我与客户之间产生的联系。我喜欢挑战，我喜欢这份工作。我带顾客畅游，带给他们幸福的时刻。我喜欢将我的团队通过项目合作凝聚起来。我喜欢看到我的团队里每个人自身也能得到充分的个人发展，我想给他们提供一些挑战，分享我之前的经验。因此，是的，如果有机会，我仍会毫不犹豫地这样做。

**如果向前看的话：30年后，中国应该是世界上领先的经济大国……您的企业将如何紧跟上这种发展活力？**

在我看来，从中长期设想比从短期来更容易。目前的中国市场似乎更倾向于消费本国产品，特别是在零售业，因为民族主义的存在，西方的形象塑造不足。我认为中国市场仍有很大的发展潜力，有些小众品牌背后蕴藏强烈的认同感，原汁原味，能讲述一段吸引中国人的故事。其实，总会有一部分人热衷于发现新的东西，中国有庞大的人口，中产阶级每年都在加速产生，对于一家餐厅来说，一个非常小的比例就足以养活它了！主要的困难在于经常性地重新适应当地的政策和规则变化，会对日常生活造成沉重的负担。

**中国法国工商会正在庆祝成立30周年，您能告诉我们关于这个机构的一些情况吗？**

自2004年以来，我一直是中国法国工商会上海分会的会员，从那时起，无论我在哪里开餐厅，我都是会员。成为会员，意味着成为法国企业协会的一部分，也能跟法国建立紧密的联系。我一直特别欣赏上海和香港分会的活力，我们的团队与它们有定期的交流。通过各种网络研讨会和面对面会议的交流，我们能够定期获得有关经济和社会结构的信息，而且还能在法企中保持一定的曝光度。他们的存在对会员企业来说绝对是一项优势加持。

祝中国法国工商会生日快乐，愿它能继续为我们的业务发展提供有用的信息，这有助于促进交流。

采访人：P. TI

# 中国让我过上了我想要的生活



经验谈

**PHILIPPE RICARD**

FFM 创始人兼总经理  
La Creperie - La Cabane  
- Bistro Breton

**您对中国过去30年的经济发展有何看法？**

自2004年以来，我一直在上海，我总结到四个时期对我们的业务影响很大。首先是2017年以前，这段时期整个社会非常有活力，虽然行政层面由于不断变化的规则会有些复杂，但总体是令人欣喜的。第二个时期是2017—2019年：过渡性的几年，我们已经可以感受到经济放缓的苗头。第三个时期是2020—2021年：两年内整个经济受疫情影响，虽然疫情得到了控制，但开放比较缓慢。第四个时期是2022年。这一年情况要复杂得多，经济出现了严重的放缓现象。让我们期待2023年……

**在此期间，贵公司的“中国之旅”是怎样的？**

2007年，我在上海开了第一家La Crêperie餐厅。从2007年到2016年，我们的营业额飞速增长，这使得我们能够开发新项目并承担部分风险。于是我们在中国以及其他亚洲地区开设了多家餐厅。如今我们公司拥有6家餐厅，其中3家在上海。自2017年以来，我决定暂缓一步，随着一些外国人的离开，我想更好地了解客户的变化，并根据市场的不确定性进行业务重组，寻找新的投资者来帮助我们实现长期发展，同时减少个人风险。今天，对我来说，在短期内谨慎行事是很重要的。中国正在发生的变化需要我们对今后如何发展进行深刻反思。