vinetur

Shanghai : le district de Jing’an lance une neuvième campagne de bons de réduction pour les restaurants

Ce programme d’une semaine propose des réductions numériques de 10 à 60 yuans, soit 10 à 12 % de remise sur les achats éligibles

jeudi 26 novembre 2026



Le district de Jing’an, à Shanghai, a lancé jeudi 26 novembre une nouvelle campagne de bons de réduction pour les restaurants, alors que les autorités locales intensifient leurs efforts directs pour soutenir les dépenses consacrées à la restauration grâce à des réductions financées par les fonds publics.

Selon les informations publiées le 26 novembre sur le portail officiel du gouvernement de Shanghai, qui cite le gouvernement du district de Jing’an, ces bons s’inscrivent dans le cadre du programme de promotion de la restauration Jingxiang Meiwei. Il s’agit de la neuvième campagne du programme, organisée du 26 novembre au 2 décembre.

Les bons sont proposés sur des plateformes numériques et réduisent le montant payé par les clients dans les restaurants participants du district. Les réductions vont de 10 à 60 yuans, selon le montant dépensé.

Selon les conditions publiées par le district, un achat d’au moins 100 yuans donne droit à une réduction de 10 yuans, soit 10 % du seuil de dépense. Un achat d’au moins 200 yuans donne droit à une réduction de 20 yuans, soit également 10 %. Un achat d’au moins 300 yuans donne droit à une réduction de 36 yuans, soit 12 %. Un achat d’au moins 500 yuans donne droit à une réduction de 60 yuans, soit également 12 %.

Chaque consommateur peut utiliser un bon par campagne. L’avis officiel ne précise ni le nombre total de bons qui seront distribués, ni le montant des fonds publics affectés à l’opération, ni les dépenses de restauration générées par les campagnes précédentes.

Cette nouvelle campagne constitue donc un exemple clair de soutien local à la demande, mais son impact économique global ne peut pas encore être évalué à partir de chiffres officiels. Les conditions publiées indiquent le montant de la subvention accordée aux consommateurs et la période durant laquelle elle peut être utilisée, mais ne fournissent aucune donnée sur les ventes, les taux d’utilisation des bons ou l’évolution de la fréquentation des établissements participants.

Jing’an est l’un des districts administratifs centraux de Shanghai et un important pôle commercial, où se côtoient de nombreux bureaux, rues commerçantes et restaurants. Dans ce contexte, les aides locales à la restauration peuvent remplir deux objectifs à la fois : réduire les dépenses des résidents et des visiteurs, tout en cherchant à attirer

davantage de clients dans les établissements qui participent au programme.

L’avis officiel présente la mesure comme un dispositif de soutien à la consommation destiné au secteur de la restauration. En subordonnant la réduction à des montants minimums d’achat, le district incite de fait les clients à dépenser au-delà de seuils définis, plutôt que de proposer une remise forfaitaire sur n’importe quel repas. Avec cette structure, l’avantage relatif passe de 10 % pour les seuils de 100 et 200 yuans à 12 % pour ceux de 300 et 500 yuans.

Le district n’a publié aucune comparaison chiffrée avec les huit campagnes précédentes de bons Jingxiang Meiwei. Il est donc impossible, sur la seule base de l’annonce actuelle, de déterminer si le programme a été étendu, réduit ou modifié d’une autre manière en fonction des résultats antérieurs. Les informations disponibles montrent uniquement que le district poursuit la campagne, en maintenant la distribution numérique et l’utilisation des bons dans les restaurants de Jing’an.

Les documents source comportaient également une référence temporelle contradictoire à « demain », mais le calendrier officiel publié avec l’avis précise que la période d’utilisation des bons commence le jeudi 26 novembre. Cette date explicite constitue le calendrier applicable dans la publication gouvernementale.

Pour les restaurants participants, la mesure vise à rendre les dépenses de restauration plus attractives pendant les sept jours de la campagne. Pour les consommateurs, elle se traduit concrètement par une facture finale moins élevée si leurs dépenses atteignent l’un des quatre seuils publiés. Le district n’a pas encore communiqué le nombre d’établissements inscrits pour cette campagne ni indiqué si des données supplémentaires seront publiées après sa clôture, le 2 décembre.