



Geographical Indication Product Database - Step 1-

Jambon de Jinhua

SOURCE :

Author : G. Wang

Institution : INRA

Date : Aug.2006

DESCRIPTION :

1. NAME OF PRODUCT :

Jambon Jinhua (parce que le produit local est produit dans le sud du Yangzhi, donc, on l'appelle aussi Jambon du Sud)

2. COUNTRY AND REGION IN THE COUNTRY:

Province Zhejiang, Chine

3. TYPE OF PRODUCT : (including the possible substitutes and imitations of the product)

Selon les façons de préparations, les goûts du jambon sont différents : jambon salé, jambon fumé par les feuilles de bambou, ou jambon sucrée, ou jambon thé pour accompagner le thé, avec un goût moins prononcé.

DESCRIPTION OF THE PRODUCT AND ITS AREA (including its specific characteristics, conditions of production, main differences with the substitutes) :

La matière première du jambon de Jinhua sont les cuisses des cochons locaux de Jinhua appelle « deux noires » (la tête, le cou, et les fesses du cochon sont noires, le corps est blanc, vers 60-70 kilos. Cette race a été enregistré dans la liste de protection nationale des élevages¹). On le prépare souvent pendant l'hiver jusqu'à avant le printemps, il y a environ quatre-vingt étapes de procédure de préparation. En général, le jambon a besoin de 8 à 10 mois pour s'affiner. La détermination de mensuration a été défini pour l'épaisseur de la peau, le gras, la viande maigre. (la peau est à peu près 6.22%, la viande maigre est à 48.46%, le gras entre la chaire est 4.4%, l'os est à 10.58%²).

La peau de jambon est jaune brillante et la chaire est en bordeaux très parfumée, le gras est en crème ou rose claire, Souvent, « la couleur, l'odeur, le goût, la forme » sont les 4 références de la réputation du Jambon de en Chine. on les classe en quatre niveaux selon les qualités, Et on le mange en général cuit.

LINK WITH THE GEOGRAPHICAL AREA (tradition, know how, reputation, soil, climate, etc.):

Il était comme le tribut pour les empereurs. Depuis la dynastie de Qing, ce produit a commencé à être exporté vers le Japon, l'Asie du Sud-Est et les pays d'Europe. En 1915, le jambon de Jinhua a eu le premier prix à l'Exposition Universelle de Panama.

Selon le temps de préparation, on a distingué 3 variétés du jambon : avant hiver, pendant l'hiver, c'est le jambon hiver, après hiver, c'est le jambon printemps.

4. PRODUCTION SYSTEM / SUPPLY CHAIN (some data about the number of producers, processors, market structure..) :

L'évolution de production du Jambon de Jinhua³

Dynastie Ming- 100 mille jambons,

¹ Après l'entrée à l'OMC, le changement de politique agricole et la recherche sur le développement des réformes dans la province Zhejiang (2002 rapport final), 加入WTO后浙江农业的政策调整和改革发展研究 (2002)

² <http://www.hxyl.com.cn:83/pro/products/jhht.htm>.

<http://www.ywrenao.com/oldChina/Speciality/155431530.htm>

³ <http://www.hxyl.com.cn:83/pro/products/jhht.htm>.



Geographical Indication Product Database - Step 1-

Jambon de Jinhua

SOURCE :

Author : G. Wang

Institution : INRA

Date : Aug.2006

1931-814 mille jambons,
1932- 692 mille jambons,
1940- 400 mille jambons,
1942- moins 50 mille jambons,
1948-190 mille jambons,
1949- 119.6 mille jambons

Producteurs privés, les familles + les entreprises publiques et la coopérative d'approvisionnement et de vente :

1954- 362 mille jambons(entreprise public 49.1%)

Dans les années 60, il y avait en moyenne 248.9 mille jambons

Dans les années 70, il y avait 406.5 mille jambons en moyenne.

Depuis 1979, il y a 3 formes dans la production : individus, coopératives, entreprises publiques)

En 1984 : 76 entreprises (14 entreprises publiques, 62 entreprises collectives et privées) produisent 905 mille jambons (parmi ces quantités de produits : 529.7 mille jambons étaient produits par les entreprises publiques, 375 mille jambons étaient produits par les entreprises privées) + 300 mille jambons sans marques

Dans les années 80, il y avait en moyenne 544.2 mille jambons produits.

7. MARKET AND REPUTATION (size, price premium, attractiveness, growth) :

Le jambon de Jinhua a une bonne réputation historique, mais la quantité de production est moindre par rapport aux jambons étrangers(en 2004, l'Espagne a produit 25 000 000 jambons, et en Italie, les jambons du Parme seulement ont atteint les 20 000 000 de jambons⁴. Selon les estimations des experts chinois, la production chinoise a à peu près 50 ans de retard. En 2004, le jambon de Jinhua est seulement produit à 3 000 000 exemplaires par an. C'est la conséquence de 20 ans de conflit de propriété du Jambon du Jinhua entre la société publique au niveau provincial et les associations des producteurs de la régions du Jinhua. Finalement, il est devenu emblématique des affrontements entre les marque et les produits IG.

Bien sur, ce n'est pas prouvé que le futur du développements de ce produit est pessimiste. La production continue de manière stable. Le règlement du conflit permettrait de manière significative de structurer et développer le marché.

En 2003, les producteurs du Jambon de Jinhua ont eu la protection officielle par Indication Géographique. Pourtant, ils ont été appelé au tribunal par la société publique de niveau provincial. La protection des produits IG est encore règlementée mais devant la marque protégée par loi, elle est devenu moins convaincante. Les deux bureaux SAIC⁵ et AQSIQ⁶ pour gérer la marque et les produits IG, leurs politiques et les administrative.


Donc, quelle doit être l'orientation de l'Etat dans le système du marché: Est ce que on doit laisser le marché réagir par lui-même en respectant la façon de Hayek ou bien doit-on dépendre du pouvoir de l'Etat à intégrer les marchés pour établir les systèmes qui gèrent l'ordre du marché ?

Il y aura deux conséquences possibles : soit un système très efficace avec sélection naturelle, mais sans ordre, soit un système plus ordonné, mais moins efficace. Il faut que les dirigeants soient très perspicaces et

⁴ <http://www.gdta.com.cn/news/listbsnew.asp?id=2913>

⁵ SAIC : Bureau National de l'Administration Industrielle et Commerciale

⁶ AQSIQ : Administration d'Etat pour la supervision de la qualité et l'inspection de la quarantaine

	<p>Geographical Indication Product Database - Step 1-</p> <p>Jambon de Jinhua</p>	<p>SOURCE : Author : G. Wang</p> <p>Institution : INRA Date : Aug.2006</p>
---	--	--

réagissent rapidement face au développement du marché. Ce sera un défi sévère pendant la période de la transition économique et politique actuelle en chine.

Dans le conflit qui oppose les différentes politiques des marque et les Ig, une société commerciale et les producteurs locaux et les deux bureaux nationaux SAIC et AQSIQ, on remonte en fait à la source de cette contradiction qui vient de l'intérieur même de l'Etat.

5. APPLICANT / HOLDER (IF ANY)

entreprises publiques, les individus, et les coopératives

RELEVANCE : Why is this case important for research in general and for SINER-GI in particular ?

C'est un bon exemple pour montrer quel type de conflits peut opposer les marques et les Ig et aussi pour montrer les point qui restent à améliorer dans la politique des Ig.

CATEGORY :

☐ Origin Product

☒ GI product

☐ Recognized GI