

FAQ – Domande e risposte.

- *L'uso di questo marchio è obbligatorio?* No, l'uso del marchio è facoltativo e volontario.
- *La presenza del marchio offre maggiori garanzie al consumatore?* No, la funzione del marchio è solo quella di fornire al consumatore maggiori informazioni, e soprattutto una descrizione sensoriale di base del prodotto, condivisa dai produttori e quindi utile per 'capire' meglio i prodotti, ed eventualmente metterli a confronto.
- *Il marchio aiuta a capire il livello di densità del prodotto?* Sì, in particolare è necessario valutare l'indicatore sensoriale riferito al "corpo" che si riferisce alla densità e alla struttura del prodotto che aumenta con il crescere del numero di sigilli colorati. Il prodotto con 5 sigilli colorati è quello che raggiunge il livello di densità più elevato.
- *La presenza del marchio indica un prodotto di qualità superiore?* No, la presenza del marchio aiuta solo a capire le principali caratteristiche sensoriali del prodotto, e quindi la sua maggiore o minore propensione a determinati gusti e utilizzi.
- *Come funziona la scala grafica inserita nella parte inferiore del marchio?* Non è una scala, ma una catena a riempimento progressivo suddivisa in 5 livelli. Ogni livello corrisponde alla presenza di un sigillo colorato. Quindi il livello 1 avrà un solo sigillo colorato, il livello 2 ne avrà due fino al raggiungimento del quinto livello.
- *Come può aiutarmi il marchio a scegliere il prodotto giusto?* La lettura della classificazione in 5 livelli fornisce due indicazioni fondamentali: la prima relativa alla densità del prodotto che cresce con il crescere dei sigilli colorati; la seconda sul gusto più agro o più dolce che, anche in questo caso viene segnalato dalla presenza dei medesimi sigilli colorati.
- *Il prodotto contrassegnato con un marchio con 5 sigilli è migliore degli altri?* Questo sistema è una classificazione e non una classifica qualitativa. Quindi, non è corretto parlare di migliore o peggiore, ma di prodotti con diverse caratteristiche. Il prodotto con 5 sigilli avrà una densità e una struttura superiore a quelli di livelli più bassi e a livello gustativo il sapore del prodotto sarà più tendente al dolce che all'agro.
- *È corretto dire che due ABM prodotti da due diverse acetaie e aventi lo stesso numero di sigilli sono identici?* No, in realtà sono prodotti che presentano caratteristiche sensoriali simili, e quindi aventi simili destinazioni d'uso, ma ogni produttore segue ricette e metodologie di produzione, maturazione e invecchiamento che gli permettono di imprimere caratteri propri e unici al sapore dei suoi prodotti.
- *Il marchio può fornire indicazioni utili ai modi di utilizzo del prodotto?* Sì, ma solo indirettamente. Infatti, sapendo l'uso che si farà del prodotto si potrà scegliere un ABM più o meno denso e più tendente all'agro o più tendente al dolce.

- *Il marchio è utilizzato su tutti i prodotti?* No, il CP può apparire solo sui prodotti delle aziende aderenti al Consorzio di Tutela, ed essendo volontario esso viene applicato solo sui prodotti che le aziende scelgono di etichettare in questo modo.
- *La scelta del livello da assegnare ad ogni prodotto è dell'azienda produttrice?* No, il sistema è collettivo e gestito e controllato dal Consorzio di Tutela che vigila sull'applicazione delle regole. Il sistema prevede 5 livelli rapportati a precisi dati analitici del prodotto imbottigliato. Quindi l'azienda assegna uno dei 5 livelli sulla base dei dati analitici riportati nel documento di certificazione del prodotto.
- *È un sistema pubblico?* No, è privato ma non aziendale: il titolare del marchio è il Consorzio che lo concede in uso alle aziende associate. Ma chi decide di utilizzare il sistema deve rispettare le regole comuni e sottoporsi al controllo del Consorzio di tutela dell'Aceto Balsamico di Modena.
- *Il marchio è sempre utilizzato in italiano?* La parte superiore che riporta il nome del sistema Consortium Profile non può essere tradotta, mentre i descrittori relativi al corpo, all'agro e al dolce possono essere utilizzati nelle lingue del Paese di destinazione.
- *Dove può essere apposto il marchio?* Nell'etichettatura del prodotto, cioè in etichetta (fronte o retro), in pendagli, collarini o altri strumenti di comunicazioni associati alla bottiglia oppure sulle confezioni destinate al consumatore.
- *Perché non è previsto un invecchiato di livello 3?* Ad oggi è possibile trovare ABM invecchiato di ogni livello, ma presto gli unici sul mercato saranno di livello 4 e 5.
- *Il Consortium Profile può essere aggiunto a etichette con altri sistemi di segmentazione aziendale?* Sì, ma solo a precise condizioni che evitino il più possibile confusione tra i due sistemi.
- *Il Consortium Profile potrà essere utilizzato anche su bottiglie non confezionate a Modena?* Il sistema è fruibile da tutti i Soci e può essere utilizzato per tutti i loro stabilimenti certificati, anche al di fuori dell'area di produzione.
- *Il Consorzio può testare a campione i prodotti sul mercato, per verificare la corrispondenza con il livello assegnato?* Sì.