

**FAQ – Preguntas y respuestas.**

- *¿El uso de esta marca es obligatorio?* No, el uso de la marca es opcional y voluntario.
- *¿La presencia de la marca ofrece más garantías al consumidor?* No, la función de la marca es simplemente proporcionar al consumidor más información, y sobre todo una descripción sensorial básica del producto, compartida por los productores y, por lo tanto, útil para «comprender» mejor los productos y, en su caso, compararlos.
- *¿La marca ayuda a entender el nivel de densidad del producto?* Sí, en particular es necesario evaluar el indicador sensorial referido al «cuerpo» que se refiere a la densidad y a la estructura del producto, que aumenta al aumentar el número de sellos de color. El producto con 5 sellos de color es el que alcanza el nivel de densidad más elevado.
- *¿La presencia de la marca indica un producto de calidad superior?* No, la presencia de la marca solo ayuda a entender las principales características sensoriales del producto, y por tanto su mayor o menor propensión a determinados gustos y usos.
- *¿Cómo funciona la escala gráfica insertada en la parte inferior de la marca?* No es una escala, sino una cadena que se va llenando progresivamente en 5 niveles. Cada nivel corresponde a la presencia de un sello de color. Por lo tanto, el nivel 1 tendrá un solo sello de color, el nivel 2 tendrá dos hasta llegar al quinto nivel.
- *¿Cómo puede ayudarme la marca a elegir el producto adecuado?* La lectura de la clasificación en 5 niveles proporciona dos indicaciones fundamentales: la primera, relativa a la densidad del producto, que aumenta al aumentar el número de los sellos de color; la segunda, sobre el sabor más agrio o más dulce que, también en este caso, se señala con la presencia de los mismos sellos de color.
- *¿El producto caracterizado por una marca con 5 sellos es mejor que los demás?* Este sistema es una clasificación, no un *ranking* cualitativo. Por lo tanto, no es correcto hablar de mejor o peor, sino de productos con características diferentes. El producto con 5 sellos tendrá una densidad y una estructura superiores a los de niveles más bajos y, a nivel gustativo, el sabor del producto tenderá más al dulce que al agrio.
- *¿Es correcto decir que dos Vinagres Balsámicos de Módena producidos por dos casas vinagreras distintas y que tienen el mismo número de sellos son idénticos?* No, en realidad son productos que tienen características sensoriales similares y, por lo tanto, tienen destinos de uso similares, pero cada productor sigue recetas y métodos de producción, maduración y envejecimiento que le permiten imprimir caracteres propios y únicos al sabor de sus productos.
- *¿La marca puede proporcionar indicaciones útiles sobre cómo utilizar del producto?* Sí, pero solo indirectamente. De hecho, sabiendo el uso que se va a hacer del producto, se podrá elegir un Vinagre Balsámico de Módena más o menos denso y con más tendencia al agrio o al dulce.

- *¿La marca se utiliza en todos los productos?* No, el CP solo puede aparecer en los productos de las empresas miembros del Consorcio de Protección y, al ser voluntario, solo se aplica a los productos que las empresas optan por etiquetar de esta manera.
- *¿La elección del nivel que se debe asignar a cada producto es de la empresa productora?* No, el sistema es colectivo y gestionado y controlado por el Consorcio de Protección, que vela por la aplicación de las reglas. El sistema prevé 5 niveles en relación con datos analíticos precisos del producto embotellado. Por consiguiente, la empresa asigna uno de los 5 niveles en función de los datos analíticos que figuran en el documento de certificación del producto.
- *¿Es un sistema público?* No, es privado pero no empresarial: el propietario de la marca es el Consorcio, que lo concede en uso a las empresas asociadas. Pero quien decide utilizar el sistema debe respetar las reglas comunes y someterse al control del Consorcio de Protección del Vinagre Balsámico de Módena.
- *¿La marca se utiliza siempre en italiano?* La parte superior que indica el nombre del sistema Consortium Profile no puede traducirse, mientras que los descriptores relativos al cuerpo, al agrio y al dulce pueden ser utilizados en los idiomas del país de destino.
- *¿Dónde se puede colocar la marca?* En el etiquetado del producto, es decir, en la etiqueta (parte delantera o trasera), en etiquetas colgantes, collarines u otros instrumentos de comunicación asociados a la botella o bien en los envases destinados al consumidor.
- *¿Por qué no está previsto un envejecido de nivel 3?* A día de hoy es posible encontrar Vinagre Balsámico de Módena envejecido de cada nivel, pero pronto los únicos en el mercado serán de nivel 4 y 5.
- *¿El Consortium Profile se puede añadir a etiquetas con otros sistemas de segmentación empresarial?* Sí, pero solo bajo condiciones precisas que eviten lo más posible la confusión entre los dos sistemas.
- *¿El Consortium Profile podrá utilizarse también en botellas no envasadas en Módena?* El sistema puede ser utilizado por todos los Socios y para todas sus fábricas certificadas, incluso fuera del área de producción.
- *¿El Consorcio puede testar por muestreo los productos en el mercado, para comprobar que correspondan con el nivel asignado?* Sí.