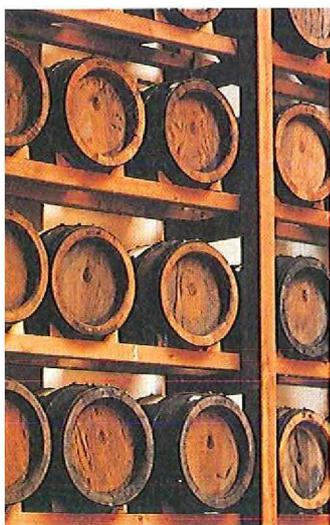


## Aceto Balsamico, alfiere del made in Italy



Mission: misurare il livello di notorietà dell'Aceto Balsamico di Modena in Italia, Germania e Francia e verificare a cosa pensa il consumatore stesso di fronte a un prodotto denominato balsamico. Questo lo scopo dello studio condotto da Nomisma per il Consorzio di Tutela Aceto Balsamico di Modena IGP. I risultati: per 9 italiani su 10 un prodotto denominato 'balsamico' richiama alla mente l'Aceto Balsamico di Modena o le sue caratteristiche organolettiche e i metodi di produzione, ed è sorprendente la frequenza con cui i francesi (per il 70%) e i tedeschi (per il 64%) associano il termine 'balsamico' alla IGP modenese. Inoltre, in Italia il 54% dei consumatori riconduce il termine balsamico a prodotti che vengono realizzati nel territorio di Modena e un altro 21% all'Emilia Romagna, in Germania l'86% e in Francia il 61% dei consumatori attribuisce l'origine italiana al prodotto denominato balsamico. Sul fronte del consumo anche l'aceto balsamico di Modena è diventata ormai una abitudine diffusa: l'83% delle famiglie italiane ha consumato il prodotto almeno una volta nel 2014; il consumo riguarda 2 famiglie su 3 sia in Francia che in Germania, e in molti casi addirittura 2-3 volte la settimana. Il mondo dell'Aceto Balsamico, che coinvolge 250 operatori e 72 acetarie con un totale di 600 addetti del settore e 300 impiegati, si presenta dunque come fondamentale pedina sul fronte delle Dop e Igp in cui l'Italia è leader in Europa e che vale oltre 2,5 miliardi di euro di cui un terzo in export. *F. S.*