



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

Dipartimento di

Comunicazione ed Economia

Corso di Laurea Magistrale in

Pubblicità, comunicazione digitale e creatività d'impresa

A.A. 2025/2026

ACETO BALSAMICO TRADIZIONALE: TRADIZIONE E TIPICITÀ

Relatore: Prof. Vanni Codeluppi

Laureando: Gabriele Storchi

Esergo es.

INTRODUZIONE

Il presente elaborato propone un'analisi di prodotto dell'aceto balsamico tradizionale di Modena focalizzandosi sugli aspetti legati alla sua tradizionalità, tipicità e appartenenza territoriale. Cercheremo per cui di capire qual è il percorso che porta un prodotto ad essere considerato, non solo tradizionale, ma anche tipico, ovvero legato ad un particolare territorio. L'obiettivo di questa tesi è indagare i significati e i meccanismi sottesi allo storytelling di un prodotto che, oggi più che mai sembra riscuotere sempre più successo commerciale¹.

Attualmente il mercato offre molteplici tipologie di aceto balsamico che differiscono significativamente per ingredienti, processi produttivi, normative e denominazioni². Di conseguenza il primo capitolo deve esplicitare queste distinzioni in modo da orientare il lettore. In questo capitolo verranno anche trattate, anche se sinteticamente³, le caratteristiche chimico-fisiche, organolettiche e gustative distintive dell'aceto balsamico tradizionale.

¹ Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP: 2026 con numeri record (2026), tratto da <<https://www.qualivita.it/news/aceto-balsamico-tradizionale-di-modena-dop-il-2026-si-apre-con-numeri-record/>>, ultimo accesso 19 giugno 2026.

² Giudici, P. et al. (2015), *Balsamic Vinegars: Tradition, Technology, Trade*, Springer International Publishing, p.9

³ Nonostante l'estrema distanza tra la sociologia e la microbiologia e la chimica è necessario anche solo accennare quali siano le caratteristiche del prodotto in quanto sarebbe impossibile capire sia l'evoluzione del prodotto stesso che la differenza tra le diverse tipologie di aceto balsamico

Il secondo capitolo è dedicato invece alla ricostruzione della storia dell'aceto balsamico tradizionale, un'operazione complessa a causa della frammentarietà delle fonti e dell'ampiezza dell'arco temporale a cui si farà riferimento. Tale difficoltà deriva dal fatto che alcune parti del processo di produzione, come la cottura del mosto d'uva, sono pratiche domestiche antichissime; al contrario il primo disciplinare di produzione DOP è stato stilato solo nell'anno 2000⁴.

L'ultimo capitolo sarà dedicato all'analisi dell'aceto balsamico in quanto prodotto tradizionale, definendo innanzitutto le caratteristiche dei prodotti tradizionali in generale e la percezione del consumatore, per poi esaminare i processi di costruzione o consolidamento della tradizione stessa. Successivamente si procederà all'analisi e alla decostruzione del legame tra il prodotto ed il territorio, utilizzando il concetto del "terroir". Questo concetto multidimensionale descrive un ecosistema prendendo in considerazione sia gli elementi fisici (come clima, suolo e vitigni) e componenti simboliche, sociali e culturali.

Sebbene l'oggetto d'indagine principale sia l'aceto balsamico tradizionale di Modena DOP⁵, una parte dell'analisi sarà anche dedicata all'aceto balsamico di Modena IGP⁶. Questa scelta metodologica sarà giustificata alla fine del primo capitolo: le ragioni di questa comparazione risulterebbero infatti poco chiare se non supportate dalle specificità che definiscono la "famiglia del balsamico".

⁴ Disciplinare produzione Aceto Balsamico Tradizionale di Modena in Gazzetta Ufficiale Serie Generale n.124 del 30-5-2000 (s.d.).

⁵ D'ora in poi abbreviato con la sigla ABTM

⁶ D'ora in poi abbreviato con la sigla ABM

In una prospettiva più ampia, il tema dell'alimentazione nella società contemporanea ha superato la sua funzione puramente biologica imponendosi come un potente strumento comunicativo. Attraverso di esso gli individui costruiscono e negoziano la propria identità, soprattutto per quello che riguarda i prodotti considerati tipici⁷. Nel contesto della cultura italiana emerge un particolare attaccamento alla propria cultura gastronomica locale e in particolare all'idea che questa abbia un'origine più o meno antica e che derivi da un passato rurale (molto spesso falso e idealizzato)⁸. La forza di questo costrutto identitario diventa particolarmente evidente quando esso viene messo in discussione. Ne sono un chiaro esempio le reazioni che il pubblico ha rivolto allo storico dell'economia Alberto Grandi, che durante alcune apparizioni televisive ha ricevuto insulti e minacce a seguito della divulgazione televisiva e non delle sue ricerche riguardanti le origini storiche di prodotti e piatti della cucina italiana⁹.

Alla luce di queste dinamiche appare quanto mai rilevante mettere in discussione l'assunto secondo cui le eccellenze e la bontà della cultura gastronomica contemporanea risieda in una tradizione passata immutata. Al contrario, se invece fosse il benessere e l'innovazione tecnologica a migliorare prima e perfezionare poi quegli stessi prodotti celebrati come capisaldi di un passato rurale idealizzato?¹⁰

⁷ Cimagalli, F. (2011), «Identità, territorio e prodotti tipici», in *Turismo e Psicologia*, a. 4/1, Padova University Press, p. 5; Ceccarelli, G. - e Grandi, A. (2013), *Typicality in History: Tradition, Innovation, and Terroir/La typicité dans l'histoire: Tradition, innovation et terroir*, Peter Lang, p. 47.

⁸ Magagnoli, S. (2018), «Eating tradition: Typical products, distinction and the myth of memory», in *Global Environment: A Journal of History and Natural and Social Sciences*, a. 11, n. 1, The white horse press, p. 172.

⁹ Alberto Grandi e le sue dichiarazioni sulla carbonara (2023), Rai.

¹⁰ Soffiati, D. - e Grandi, A. (2024), *La cucina italiana non esiste: Bugie e falsi miti sui prodotti e i piatti cosiddetti tipici*, Edizioni Mondadori, p. 166.

CAPITOLO 1

DEFINIRE L'ACETO BALSAMICO:

TIPOLOGIE E DIFFERENZE

Per capire e definire le differenze dei vari tipi di aceto Balsamico il punto di partenza deve essere il prodotto in sé e per sé. Di conseguenza esporremo prima le regole contenute nei disciplinari di produzione ufficiali definendo le caratteristiche fisiche di ogni prodotto, per poi riassumere e confrontare i vari tipi di prodotti alla fine del capitolo.

I disciplinari di produzione rappresentano un quadro normativo legale che seleziona e standardizza le caratteristiche tecniche di un alimento fissando i parametri chimici, vincoli geografici ed il processo di produzione a cui si deve sottostare per ottenere la denominazione di origine protetta o l'indicazione Geografica protetta a seconda dei casi.

1.1 ABTM DOP: Disciplinare

Il documento ufficiale che regola la produzione dell'ABTM è il "Disciplinare di produzione della denominazione di origine protetta «Aceto balsamico tradizionale di Modena»". Questo provvedimento è stato registrato e approvato a livello comunitario attraverso il regolamento

CEE n. 813/2000 del 17 aprile 2000, per poi essere pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana con un provvedimento dell'allora Ministero delle Politiche Agricole e Forestali emanato il 15 maggio 2000¹¹. Considereremo inizialmente i requisiti relativi alla materia prima e alla zona geografica di produzione per poi analizzare i processi di trasformazione e invecchiamento, i parametri chimici e fisici necessari per poi concludere con le norme di imbottigliamento e la giustificazione del legislatore nell'affermare la tradizionalità e tipicità del prodotto.

1.1.1 Produzione

L'intero processo produttivo deve avvenire esclusivamente nel territorio della provincia di Modena. Le uve ammesse per la produzione del mosto appartengono a vitigni specifici autoctoni del territorio¹².

Per tutelare la qualità della materia prima:

- Per ogni ettaro di vigneto si possono raccogliere al massimo 160 quintali di uva
- Il mosto fresco (ottenuto dalla pigiatura dell'uva) deve garantire almeno 15 gradi saccarometrici; in altre parole, il mosto deve essere composto dal 15% di zuccheri. Per quanto possa sembrare secondario è una componente molto importante di tutto il processo; essendo il mosto l'unico ingrediente dell'ABTM, tutta la componente zuccherina del prodotto finale deve provenire

¹¹ Disciplinare produzione Aceto Balsamico Tradizionale di Modena in Gazzetta Ufficiale Serie Generale n.124 del 30-5-2000, op. cit.

¹² Di cui: «Lambrusco», «Ancellotta», «Trebbiano», «Sauvignon», «Sgavetta», «Berzemino» e «Occhio di Gatta» o comunque da vigneti di denominazione DOC della provincia di Modena

esclusivamente dagli zuccheri presenti nell'uva. Questa componente zuccherina giocherà un ruolo fondamentale sia per la parte gustativa del prodotto finito che per le numerose trasformazioni chimico-fisiche nel processo di acetificazione e invecchiamento¹³.

- La resa massima dell'uva in mosto non può superare il 70%. Questo limite è stato posto perché più l'uva viene pigiata per ottenere più liquido (maggior resa) più vengono pigiati anche la buccia ed i vinaccioli. Questo ha due principali effetti indesiderati: l'estrazione di una serie di aromi tannici oltre che ad alzare il pH del mosto diminuendone l'acidità¹⁴.

Il mosto fresco (al quale è categoricamente vietata l'aggiunta di qualsiasi additivo o sostanza, viene sottoposto a cottura a pressione atmosferica in vasi aperti con tempistiche e temperature ben precise: la cottura a fuoco diretto deve durare almeno 30 minuti ad una temperatura di almeno 80 gradi centigradi. Terminata la cottura inizia la fermentazione zuccherina e acetica all'interno dei locali specificamente predisposti, le acetaie. Queste devono assicurare un'adeguata ventilazione (non meglio specificata) ma soprattutto un'esposizione alle escursioni termiche che contraddistinguono il clima del territorio¹⁵.

La trasformazione finale del prodotto (affinamento) richiede almeno 12 anni. Questo lento invecchiamento avviene tramite continui travasi all'interno di una serie di botticelle (detta batteria) di dimensioni

¹³ Giudici et al., *Balsamic Vinegars: Tradition, Technology, Trade*, op. cit., p. 69.

¹⁴ ibid., p. 92.

¹⁵ Sia le escursioni termiche tra le stagioni che quelle giornaliere (giorno-notte)

decescenti costruite con legni classici della zona (rovere, ginepro, ciliegio, gelso, castagno).

1.1.2 Controllo qualità

Da disciplinare, l'ABTM deve presentare un colore bruno scuro e lucente, una densità sciropposa ed un sapore agrodolce. Per quanto riguarda invece le caratteristiche fisico-chimiche, l'acidità totale deve essere almeno 4,5 gradi¹⁶ e la densità almeno di 1,240 ad una temperatura di 20 gradi centigradi.

Prima di essere imbottigliato ed immesso sul mercato il prodotto deve però superare diversi test analitici e sensoriali. La certificazione di un prodotto a Denominazione di Origine Protetta richiede un sistema di vigilanza di terzi rispetto al consorzio produttori. Nel 2000 sempre nel disciplinare di produzione l'allora Ministero per le Politiche Agricole e Forestali (MiPAF) ha incaricato il Cermet di Bologna (oggi KIWA Cermet) quale organismo di controllo ufficiale per l'ABTM certificando l'intera filiera garantendo il rispetto del disciplinare in ogni singola fase produttiva. La stessa organizzazione si occupa anche della formazione degli assaggiatori e delle procedure di analisi sensoriale oltre che ai controlli chimico-fisici. Gli assaggiatori valutano il prodotto finito anonimizzato nei suoi elementi visivi, olfattivi e degustativi¹⁷.

¹⁶ Intesi come grammi di acido acetico per 100g di prodotto

¹⁷ L'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP: eccellenza italiana certificata Kiwa (2021), tratto da <<https://www.kiwa.com/it/it/news-eventi/2021/certificazione-dop-abtm/>>, ultimo accesso 30 giugno 2026.

1.1.3 Imbottigliamento ed etichettatura

Una volta giudicato idoneo, il liquido entra nella vera e propria fase di imbottigliamento; anche quest'ultima fase, come tutte le precedenti deve avvenire esclusivamente all'interno dei confini amministrativi della provincia di Modena. In questo contesto il contenitore in sé è stato usato come strumento di tutela dell'immagine di prodotto e della sua comunicazione. Il disciplinare impone infatti l'uso della stessa bottiglia per tutti i produttori, disegnata nel 1988 dal celebre designer Giorgetto Giugiaro su commissione della camera di commercio di Modena per provare a risolvere il problema delle contraffazioni. Questa ampolla realizzata in esclusiva per l'imbottigliamento dell'ABTM è realizzata solo in vetro massiccio trasparente e presenta una forma sferica appoggiata su una base rettangolare; è inoltre realizzata in un unico formato: 100ml¹⁸¹⁹. L'ispirazione per questa forma deriva dal “Matraccio”, lo strumento utilizzato dagli assaggiatori²⁰.

Per quanto riguarda l'etichettatura il disciplinare distingue tre categorie diverse di norme: quelle visive e tipografiche che riguardano la dicitura principale, i divieti linguistici volti a tutelare il consumatore e l'identità del prodotto, quelle per il posizionamento delle informazioni accessorie e di applicazione del sigillo di garanzia.

¹⁸ Aceto Balsamico - Bottle (s.d.), tratto da
<<https://www.giorgettofabriziogiugiaro.it/projects/industrial/aceto-balsamico-bottle>>, ultimo accesso 28 giugno 2026.

¹⁹ Il disciplinare di produzione prevederebbe altri formati oltre ai 100ml ma di fatto questo è l'unico che sia mai stato messo in commercio con questa specifica denominazione

²⁰ Aceto Balsamico Tradizionale Modena DOP: la bottiglia all'ADI Museum (2025), tratto da
<<https://www.qualivita.it/news/la-bottiglia-di-aceto-balsamico-tradizionale-di-modena-dop-di-giugiaro-alladi-design-museum/>>, ultimo accesso 24 giugno 2026.

Per quanto riguarda le regole visive e topografiche la designazione «Aceto balsamico tradizionale di Modena» deve essere stampata in caratteri chiari, indelebili, dotati della stessa dimensione e colore, in modo da non essere confuse rispetto alle altre indicazioni presenti sull'etichetta. Di conseguenza, tale dicitura deve essere immediatamente seguita dall'espressione «denominazione di origine protetta», che deve apparire scritta per esteso, utilizzando caratteri con una dimensione non inferiore ai tre quarti di quelli usati per il nome principale. D'altronde, il legislatore consente di ripetere il termine «tradizionale» nello stesso campo visivo, a patto che non superi il triplo delle dimensioni della dicitura primaria, e autorizza l'uso della sigla «D.O.P.» tradotta nella lingua del paese di destinazione commerciale.

Per quanto riguarda le parole che possono accompagnare il prodotto. Il disciplinare vieta tassativamente l'aggiunta di qualsiasi aggettivo qualificativo o promozionale²¹. Di conseguenza, l'unica menzione aggiuntiva ammessa è la qualifica «extra vecchio», riservata a quel prodotto che abbia un invecchiamento certificato di almeno venticinque anni. È proibito riportare qualsiasi riferimento all'annata di produzione.

Eventuali suggerimenti per la collocazione gastronomica o spiegazioni del metodo di elaborazione non possono figurare nell'etichetta principale ma devono essere relegati in una zona nettamente distinta (come una controetichetta). A imbottigliamento ultimato viene applicato un contrassegno di stato non riutilizzabile dotato di un codice alfanumerico

²¹ ad esempio, "extra", "fine", "scelto", "selezionato", "riserva", "superiore" o "classico"

applicato in modo tale che il contenuto non possa essere estratto senza romperlo.

1.1.4 Claim della tradizionalità ed appartenenza al territorio

Sempre nel disciplinare di produzione ABTM il legislatore giustifica il suo legame con il territorio e la sua tradizionalità ricostruendone le radici storiche. La consuetudine di produrre questo aceto “particolarissimo” in un passato remoto trovando precisa memoria già nel 1508 alla corte del duca di Modena Alfonso I D’Este. Il disciplinare cita ulteriori documenti e manoscritti risalenti al sedicesimo secolo, i quali testimoniano l’uso di mosti molto maturi e la pratica dei rinalzi per alimentare trentasei barili custoditi nel torrione del palazzo ducale²².

Successivamente il testo si sofferma sull’evoluzione terminologica dell’accostamento dell’aggettivo “balsamico” all’aceto. Il disciplinare indica che tale innovazione lessicale risale al Settecento, apparendo nei registri delle vendemmie e delle vendite dei vini redatti per conto delle cantine segrete ducali nel 1747 presso l’archivio di stato di Modena.

La prima procedura codificata della produzione dell’ABTM risale al 1860 nella lettera scritta da Francesco Agazzotti a Pio Fabriani. A partire da quegli anni le testimonianze diventano sempre di più in quanto aumenta la diffusione commerciale del prodotto come la partecipazione ad importanti eventi fieristici dove l’aceto balsamico veniva descritto come una esclusiva specialità modenese.

²² Confermando quindi l’uso del mosto cotto e la collocazione delle acetaie in ambienti alti e ventilati (come i sottotetti) per far sentire all’aceto le escursioni termiche tipiche del clima del territorio.

1.2 ABTRE DOP: disciplinare

Come per l'ABTM, anche l' ABTRE è regolamentato da un disciplinare di produzione. La denominazione di origine protetta è stata registrata dal Regolamento (CE) n. 813/2000" emanato dal Consiglio dell'Unione Europea il 17 aprile 2000 mentre le specifiche procedure di produzione sono state diffuse per informazione pubblica sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana n 124 del 30-05-2000 con il provvedimento del ministero delle politiche agricole redatto il 15 maggio 2000²³. Il disciplinare è stato però modificato e aggiornato con il Decreto Ministeriale del 16 dicembre 2013 del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali pubblicato in Gazzetta Ufficiale n.3 del 4-1-2014²⁴.

1.2.1 Produzione

Tutto il processo produttivo dell'ABTRE deve avvenire sul territorio della provincia di Reggio Emilia, partendo dalla coltura delle uve destinate alla produzione che devono essere di vitigni locali²⁵ o da quelli iscritti alle DOC in provincia di Reggio Emilia.

A garanzia della qualità della materia prima la resa agricola non può superare i 160 quintali di uva per ettaro di vigneto. Il mosto fresco ottenuto

²³ Disciplinare di produzione della denominazione di origine protetta «Aceto Balsamico tradizionale di Reggio Emilia» in Gazzetta Ufficiale Serie Generale n.124 del 30-05-2000 (s.d.).

²⁴ Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali (s.d.), «Decreto Ministeriale del 16 dicembre 2013 pubblicato in Gazzetta Ufficiale n.3 del 4-1-2014, DISCIPLINARE DI PRODUZIONE “ACETO BALSAMICO TRADIZIONALE DI REGGIO EMILIA” DENOMINAZIONE DI ORIGINE PROTETTA.»

²⁵ Lambrusco, Ancellotta, Trebbiano, Sauvignon, Sgavetta, Berzemino, Occhio di Gatta.

deve assicurare minimo 15 gradi saccarometrici e la sua resa non può superare il 70% rispetto all'uva originariamente utilizzata.

È vietato in alcun modo aggiungere qualsiasi tipo di sostanza, il mosto è l'unico ingrediente dell'ABTRE²⁶. Il mosto fresco ottenuto dalla spremitura deve poi essere cotto a pressione atmosferica in vasi aperti fino a fargli raggiungere un grado zuccherino minimo di 40 gradi Brix. Il mosto cotto viene poi affinato nelle acetaie dove avvengono la fermentazione e l'invecchiamento che deve durare minimo 12 anni. I locali devono consentire una maturazione del prodotto ottimale garantendo il giusto grado di ventilazione e soggezione alle escursioni termiche. L'affinamento viene compiuto travasando l'aceto all'interno di una batteria composta da botticelle di dimensioni decrescenti e legni tipici della zona²⁷ che devono essere contrassegnate in modo da permettere i controlli necessari.

1.2.2 Controllo qualità

Le caratteristiche al consumo del prodotto finito sono le seguenti. Il colore bruno scuro, limpido, lucente, una densità apprezzabile e sciropposa. L'impronta olfattiva deve essere caratterizzata da note penetranti e persistenti, fragranti e di una acidità presente ma gradevole. Il bouquet di odori deve essere anche analizzato in relazione ai diversi legni e alle diverse essenze da loro sprigionate. Il sapore deve essere bilanciato tra il dolce e l'agro che devono essere amalgamati.

²⁶ Fatta eccezione per l'innesto di colonie batteriche (madre) nei vaselli in acetaia.

²⁷ castagno, rovere, ciliegio, gelso e ginepro, frassino, robinia

Le caratteristiche chimico-fisiche hanno soglie ben precise: l'acidità totale non deve mai scendere sotto i 5 gradi (acido acetico per 100 grammi di prodotto) mentre la densità misurata a venti gradi centigradi deve essere più alta di 1,200 gr su litro. Tutte queste caratteristiche chimiche ed organolettiche devono sempre essere riscontrate su tutte le partite prima della loro immissione sul mercato da un panel di assaggiatori professionisti.

Questi ultimi valutano il prodotto assegnando un punteggio numerico complessivo derivante dalla somma di tre ambiti sensoriali che pesano in modo diverso al punteggio finale²⁸. Questo contribuirà a classificare il prodotto finale in tre categorie diverse, in ordine di crescente prestigio: aragosta, argento e oro. Per ottenere la serie aragosta servono però anche 25 o più anni di comprovato invecchiamento.

1.2.3 Imbottigliamento ed etichettatura

Anche il confezionamento deve avvenire all'interno della provincia di Reggio Emilia impiegando contenitori unici appositamente studiati. Questo particolare tipo di ampolla deve essere realizzato in vetro incolore e presentare una forma a tulipano rovesciato in tre formati principali da 50, 100 e 250 millilitri oltre che contenitori monodose sempre in vetro trasparente da 5 e 10 millilitri. Su ogni bottiglia deve essere apposto un contrassegno di garanzia progettato in modo tale da rompersi al primo

²⁸ Maggior peso avranno i caratteri gustativi rispetto agli olfattivi e visivi

tentativo di apertura per fini fraudolenti. Il confezionamento e l'imbottigliamento avvengono presso una struttura di controllo terza.

Ogni bottiglia giudicata idonea deve indicare la specifica categoria qualitativa raggiunta nell'esame sensoriale usando diversi tipi di bollini di colore corrispondente alla categoria²⁹. La denominazione principale deve essere stampata in caratteri chiari, indelebili, aventi medesima dimensione e colorimetria, distinguendosi nettamente da ogni altra informazione. Il disciplinare vieta categoricamente di inserire in etichetta qualsiasi riferimento all'annata di produzione e proibisce l'uso di aggettivi promozionali come "extra", "fine", "scelto", "selezionato", "riserva", "superiore" o "classico"; l'unica eccezione è la dicitura “extra vecchio” riservata ai prodotti invecchiati almeno 25 anni.

1.3 ABM IGP: Disciplinare

L'aceto Balsamico di Modèan IGP è stato registrato tra le indicazioni geografiche protette con il regolamento (CE) N. 583/2009 della commissione del 3 luglio 2009 e pubblicato nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea il 4 luglio 2009. Il Disciplinare ha subito diversi

²⁹ Sono standardizzati anche i materiali di supporto imponendo ad esempio che per il bollino oro venga usata vera carta dorata vietando il semplice colore giallo stinato

cambiamenti, l'ultima versione pubblicata come allegato sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana a febbraio 2025³⁰.

1.3.1 Produzione

L'«Aceto Balsamico di Modena IGP» nasce da una ricetta composta e severamente normata, basata sulla miscelazione di più elementi. La base strutturale è costituita dai mosti d'uva, i quali devono derivare unicamente da sette specifici vitigni storici: «Lambruschi», «Sangiovese», «Trebbiani», «Albana», «Ancellotta», «Fortana» e «Montuni». Questi mosti possono essere parzialmente fermentati, cotti o concentrati e devono costituire almeno il 20% della massa totale avviata all'elaborazione. L'elaborazione dei mosti deve protrarsi fino al raggiungimento di una densità non inferiore a 1,240, misurata alla temperatura di venti gradi centigradi. Questa componente dolce deve essere poi miscelata con quella acida del condimento: il disciplinare esige l'aggiunta di almeno il 10% di aceto derivante dall'acetificazione del vino, a cui si somma una quota non specificata di aceto invecchiato almeno dieci anni³¹.

Pertanto, dopo aver completato la fase di assemblaggio, che può avvenire sia a temperatura ambiente sia tramite il riscaldamento controllato della massa, si avvia il vero e proprio processo di acetificazione. Tale elaborazione può essere condotta con il consueto metodo che prevede l'inoculo di colonie batteriche selezionate, oppure

³⁰ MINISTERO DELL'AGRICOLTURA, DELLA SOVRANITA' ALIMENTARE E DELLE FORESTE (s.d.), «Modifiche ordinarie al disciplinare di produzione indicazione geografica protetta (IGP) "Aceto balsamico di Modena", (25A00595), DECRETO 22 gennaio 2025 in GU del 3-2-2025».

³¹ Oltre alla quota sul volume totale del prodotto non è specificato nient'altro di questo aceto invecchiato, la provenienza, la composizione chimico-fisica, le caratteristiche organolettiche ecc.

affidandosi al tradizionale e più lento approccio dell'acetificazione "in superficie" o "a truciolo". È ammesso inoltre l'uso del caramello alla fine di questo processo. Esso può essere aggiunto entro un limite massimo del 2% del volume del prodotto finito, al solo scopo di stabilizzare il colore del prodotto finito. L'acetificazione e il successivo affinamento devono svolgersi rigorosamente all'interno di botti, barili o altri recipienti realizzati in legno (quercia, rovere, castagno, gelso e ginepro).

Il liquido deve riposare all'interno di questi contenitori di legno per un periodo di almeno sessanta giorni, a partire dal momento in cui il prodotto viene travasato nei recipienti. Da questa base minima il disciplinare affianca due categorie qualitative superiori, caratterizzate esclusivamente dal prolungamento della maturazione (sempre all'interno dei medesimi recipienti). La prima categoria («invecchiato») comprende un prodotto affinato per un periodo di almeno tre anni. La seconda categoria («riserva») acquisisce la denominazione solo a fronte di un periodo di affinamento di almeno cinque anni. Prima della certificazione del prodotto, può essere eseguita una procedura di correzione anche dopo l'affinamento dello stesso aggiungendo un'aliquota delle materie prime (aceto di vino, mosto cotto o concentrato) per correggerne la parte acida o zuccherina.

La zona di produzione dell'ABM corrisponde al territorio amministrativo delle provincie di Modena e Reggio Emilia. Le fasi produttive che devono avvenire all'interno di questo territorio sono: l'assemblaggio delle materie prime, l'elaborazione e l'affinamento nei contenitori di legno.

1.3.2 Controllo qualità

Alla vista il liquido deve presentarsi sempre limpido e brillante, caratterizzato da un profondo colore bruno intenso. L'esperienza olfattiva richiede un profumo persistente, intenso ma delicato, dotato di una gradevole nota acetica con eventuali sfumature legnose. Al palato deve presentarsi un equilibrato sapore agrodolce. I parametri chimico-fisici sono i seguenti: acidità totale minima del 6% per il prodotto base (che scende al 5,5 per cento per le tipologie «invecchiato» e «riserva») e stabilisce una densità a venti gradi centigradi non inferiore a 1,06 per la versione affinata, innalzandola a 1,15 e a 1,25 per le categorie superiori. La ricetta si completa richiedendo un estratto secco netto minimo di 30 grammi per litro, ceneri per almeno il 2,5 per mille e un contenuto di zuccheri riduttori non inferiore a 110 grammi per litro.

L'accertamento di tutte le caratteristiche analitiche e organolettiche appena elencate deve essere effettuato su tutte le partite destinate al consumo. Questa delicata operazione viene affidata a un panel di assaggiatori professionisti, i quali operano sotto la diretta responsabilità della struttura di controllo terza. Tuttavia, qualora l'esame riveli lievi difformità è prevista la procedura di correzione descritta nel paragrafo precedente. L'organismo preposto a questa funzione vitale è un ente terzo, strutturato e indipendente.

1.3.3 Imbottigliamento ed etichettatura

I recipienti ammessi per il consumo devono essere realizzati in vetro, legno, ceramica o terracotta mentre i formati consentiti variano da capacità minime di 0,100 litri fino a 5 litri, contemplando anche confezioni monodose, grandi al massimo 25 millilitri, realizzate in vetro, plastica o materiali composti. Le bottiglie da 0,100, 0,150 e 0,200 litri non possono mai presentare una forma sferica e devono mostrare un rapporto tra l'altezza totale e il lato maggiore superiore a 1,85. Per l'uso prettamente professionale, il regolamento autorizza invece recipienti nei medesimi materiali con capacità di 2, 3 o 5 litri.

La dicitura «Aceto Balsamico di Modena» deve figurare sulle confezioni obbligatoriamente accompagnata dall'espressione «Indicazione Geografica Protetta», riportata per esteso o in forma abbreviata, scritta in caratteri chiari e leggibili. Di conseguenza, per esaltare il legame con il luogo di origine, la parola "Modena" deve essere stampata con dimensioni uguali o superiori a quelle dei termini "Aceto" e "Balsamico", senza tuttavia superarne il triplo della grandezza. L'etichetta deve ovviamente avere il simbolo ufficiale dell'Unione associato alla denominazione IGP. Sono vietati tutti gli aggettivi qualificativi come «extra», «fine», «scelto», «selezionato», «superiore» o «classico». Considerata la ricetta del prodotto, è espressamente vietato utilizzare la dicitura "senza caramello" o altre affini. L'unica eccezione è rappresentata dalle menzioni legate al tempo trascorso nei barili. D'altronde, come si è visto in precedenza, i termini «invecchiato» e «riserva» sono concessi solo in caso l'invecchiamento venga prolungato per la soglia dei tre o cinque anni, permettendo in entrambi i casi di indicare la durata minima di tale riposo.

1.3.4 Claim della tradizionalità ed appartenenza al territorio

Il legislatore riconosce che il prodotto gode di una solida e indiscussa reputazione sia sul mercato nazionale che su quello internazionale. Tale celebrità è ampiamente dimostrata dal suo frequente utilizzo in innumerevoli ricette, nonché da una consolidata presenza su internet, nella stampa e nei media. D'altronde, questa costante esposizione mediatica e culinaria svolge una funzione essenziale, poiché favorisce il consumatore nel riconoscere in modo immediato l'unicità e la totale autenticità del prodotto. Successivamente, occorre esaminare l'impatto del condimento sul tessuto sociale e materiale del territorio. L'«Aceto Balsamico di Modena» rappresenta da diverso tempo la storia e la cultura stessa della città di Modena. Ciò però dipende strettamente dal bagaglio umano della regione: la sua esistenza è indissolubilmente legata alle conoscenze, alle tradizioni e alle specifiche competenze delle popolazioni locali, le quali hanno saputo dare vita a un alimento tipico ed esclusivo. Pertanto, il prodotto si è radicato profondamente nel tessuto economico, divenendo una fonte di reddito primaria per numerosi operatori della filiera.

Il disciplinare sottolinea l'importanza delle sagre e delle manifestazioni specifiche dedicate al prodotto, le quali si susseguono ormai da diversi anni sul territorio. D'altronde, questi eventi risalgono a tradizioni ben consolidate e vedono la partecipazione attiva dei produttori locali, fungendo da momento di incontro fondamentale e permettendo di perpetuare costantemente gli antichi usi del luogo. Pertanto, grazie a questa natura così specifica e peculiare, il condimento ha assunto nel

tempo una notorietà mondiale talmente solida da influenzare in modo diretto la mente degli acquirenti. Si conclude così che i consumatori tendono a connettere idealmente il "vissuto" storico e culturale del prodotto all'immagine complessiva di altissima qualità gastronomica che caratterizza il territorio delle due province emiliane.

1.4 Differenze tra i prodotti della “famiglia del balsamico”

Dopo aver esposto le normative che definiscono le varie dimensioni di questi tre prodotti è necessario esporre alcuni dati di base per inquadrare il mercato di riferimento. I dati forniti in questo paragrafo sono estratti dai rapporti Ismea-Qualivita, la pubblicazione di riferimento in Italia per il monitoraggio del comparto agroalimentare e vinicolo di indicazione geografica. Il report è frutto dell'integrazione delle competenze delle banche dati sviluppate dall'Osservatorio Ismea (Istituto servizi per il Mercato Agricolo Alimentare) e dall'Osservatorio Qualivita³². Alla raccolta delle informazioni e alla validazione statistica partecipano attivamente il **Masaf** (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste), l'**ICQRF** (Ispettorato centrale della tutela della qualità e repressione frodi dei prodotti agroalimentari) e **Origin Italia** (l'organo che raggruppa e rappresenta i Consorzi di tutela italiani del comparto cibo e vino)³³.

³² La Fondazione Qualivita è un'organizzazione culturale e scientifica istituita per promuovere, valorizzare e tutelare i prodotti agroalimentari e vitivinicoli a Indicazione Geografica, ufficialmente riconosciuta dal Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (Masaf) come soggetto di elevata capacità tecnico-scientifica nel comparto delle produzioni DOP, IGP e STG

³³ FONDAZIONE QUALIVITA: mission (s.d.), tratto da <<https://www.qualivita.it/mission/>>, ultimo accesso 4 luglio 2026.

Il comparto degli aceti balsamici rappresenta uno dei pilastri più solidi e orientati all'internazionalizzazione dell'intero panorama della qualità certificata agroalimentare italiana (Dop Economy). Basandosi sugli ultimi dati (2024), il settore esprime un volume di produzione certificata pari a 94,41 milioni di litri; sotto il profilo del valore economico, il comparto genera 386 milioni di euro alla produzione e sfiora il miliardo di euro sul mercato finale (valore al consumo). La rilevanza del settore è ulteriormente corroborata dalla sua straordinaria propensione all'export, che assorbe il 93% della produzione totale. All'interno del comparto del cibo a Indicazione Geografica, la categoria pesa per il 4,0% del valore totale alla produzione e per ben il 17,3% dell'intero export nazionale IG³⁴.

L'evoluzione del comparto dal 2011 ad oggi evidenzia una parabola di forte espansione iniziale seguita da una fase di consolidamento e maturità. Successivamente al riconoscimento dell'Aceto Balsamico di Modena IGP nel 2009, il comparto ha vissuto una fortissima crescita. Tra il 2009 e il 2010, i volumi totali sono quintuplicati passando da 12,48 a 68,67 milioni di litri (+450%)³⁵³⁶. Questa spinta è proseguita stabilmente fino al 2014, anno in cui la produzione certificata ha raggiunto i 97,51 milioni di litri per un valore alla produzione di 294 milioni di euro³⁷. Il mercato ha toccato il suo massimo storico assoluto nel 2021, trainato dal recupero

³⁴ Rosati, M. - e Del Bravo, F. (a cura di) (2025), *RAPPORTO ISMEA - QUALIVITA 2025 sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG*, ISMEA, Fondazione Qualivita, Siena, p. 44-45.

³⁵ Rosati, M. et al. (a cura di) (2011), *Rapporto 2011 sulle produzioni agroalimentari italiane DOP IGP STG*, ISMEA, Fondazione Qualivita, Siena, p. 51.

³⁶ Un aumento così imponente fin dal primo anno intero di produzione porta a pensare ad un tessuto industriale già solido e organizzato ben prima dell'arrivo della tutela legale. Tuttavia, i rapporti ISMEA-Qualivita non affrontano questo aspetto e non ci sono dati disponibili che possano comprovare in modo assoluto questa interpretazione di una crescita produttiva così repentina.

³⁷ Rosati, M. et al. (a cura di) (2016), *RAPPORTO 2015 SULLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI E VITIVINICOLE ITALIANE DOP IGP STG*, ISMEA, Fondazione Qualivita, Siena.

post-pandemico, la produzione ha superato i 100 milioni di litri³⁸. La quota di produzione destinata ai mercati esteri si mantiene stabilmente a livelli altissimi, oscillando tra l'80% rilevato (2015)³⁹ e il 93% registrato nel 2024⁴⁰.

Il comparto ha reagito in modo asimmetrico a seconda della natura delle crisi. Per esempio, con la pandemia del 2020 ha portato ad una contrazione dei volumi di produzione dell'ABM di un 5% circa, mentre i due ABT sono stati impattati proporzionalmente molto di più; il blocco totale del turismo internazionale ha causato una paralisi commerciale immediata, provocando un crollo verticale delle quantità certificate pari al 28% per l'ABTM e al 22% per l'ABTRE, con il fermo totale dei flussi d'export registrato per la denominazione di Reggio Emilia⁴¹.

Enormi differenze si osservano anche nei volumi di produzione. Mentre la produzione dell'ABTM e dell'ABTRE si misura al massimo in decine di migliaia di litri, quella dell'ABM si misura si avvicina ogni anno al centinaio di milioni di litri. Quest'ultimo infatti rappresenta da solo quasi il 99,9% della produzione totale della filiera dell'aceto balsamico certificato⁴². Le due DOP sono a tutti gli effetti una nicchia del distretto (per i volumi di produzione).

³⁸ Rosati, M. - e Del Bravo, F. (a cura di) (2021), *Rapporto ISMEA - Qualivita 2021 SULLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI E VITIVINICOLE ITALIANE DOP, IGP E STG*, ISMEA, Fondazione Qualivita, Siena, p. 21.

³⁹ Rosati, M. et al. (a cura di) (2017), *RAPPORTO 2016 SULLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI E VITIVINICOLE ITALIANE DOP IGP STG*, ISMEA, Fondazione Qualivita, Siena, p. 66.

⁴⁰ Rosati - e Del Bravo, *RAPPORTO ISMEA - QUALIVITA 2025 sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG*, op. cit., p. 36.

⁴¹ Rosati - e Del Bravo, *Rapporto ISMEA - Qualivita 2021 SULLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI E VITIVINICOLE ITALIANE DOP, IGP E STG*, op. cit., p. 32.

⁴² Rosati - e Del Bravo, *RAPPORTO ISMEA - QUALIVITA 2025 sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG*, op. cit., p. 44.

Un altro enorme divario si osserva nel rapporto tra il valore al consumo⁴³ (in euro) e la produzione totale (Dati 2024):

- ABM IGP: ~10 euro al litro (944 milioni € / 94,39 milioni di litri).
- ABTM DOP: ~2000 euro al litro (33 milioni € / 16 mila litri).
- ABTRE DOP: ~790 euro al litro (1,1 milioni € / 1,9 mila litri)⁴⁴.

I vincoli imposti dai disciplinari di produzione DOP limitano la resa quantitativa del prodotto finale ma generano un valore al litro straordinariamente più elevato rispetto all'ABM IGP. ABTM e ABTRE hanno volumi di produzione comunque molto diversi⁴⁵. Si può notare infatti la divergenza dei trend nella produzione dei due Aceti balsamici tradizionali⁴⁶. I volumi dell'ABTRE negli ultimi 11 anni si sono sempre attestati tra un minimo di 1,1 ed un massimo di 2 migliaia di litri annui, tra alti e bassi non è ben identificabile un trend di crescita come per l'ABTM. Sebbene entrambi i prodotti abbiano accusato la crisi pandemica globale con una forte ripresa, negli ultimi due anni l'ABTM ha superato i suoi record di produzione mentre l'ABTRE no. Altra differenza si può notare nel trend di crescita pre-pandemico. L'ABTM ha infatti registrato un aumento annuo costante nel periodo 2016-2019 mentre per l'ABTRE è stato esattamente il contrario.

⁴³ Il valore al consumo è la spesa complessiva finale teorica generata dall'acquisto del prodotto sul mercato da parte del consumatore finale. Viene calcolato applicando al volume di produzione dell'anno (certificato) i prezzi medi al consumo (nazionali) rilevati dai consorzi di tutela e dalle banche dati ISMEA. Dalle note metodologiche del rapporto ISMEA-Qualivita 2025, p. 106.

⁴⁴ Rosati - e Del Bravo, *RAPPORTO ISMEA - QUALIVITA 2025 sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG*, op. cit., p. 44.

⁴⁵ Inteso ovviamente nel contesto della propria dimensione produttiva delle migliaia di litri, non del quasi centinaio di milioni dell'ABM.

⁴⁶ Rosati - e Del Bravo, *RAPPORTO ISMEA - QUALIVITA 2025 sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG*, op. cit., p. 15.

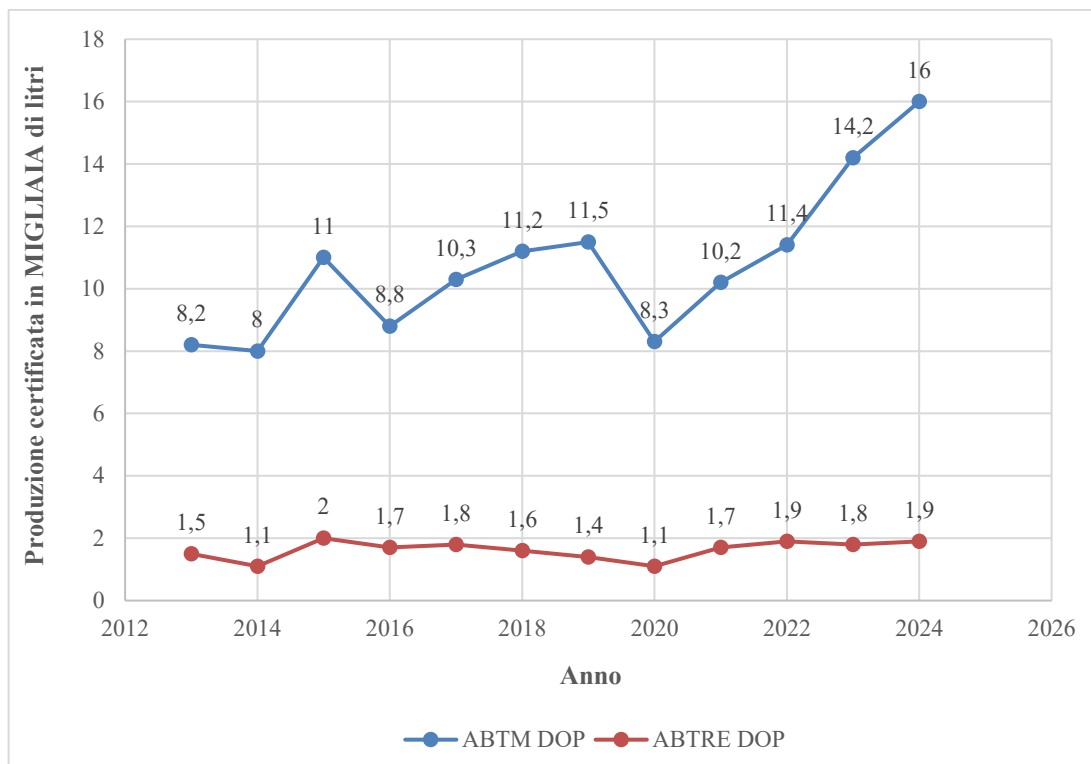


Figura 1: produzione certificata in migliaia di litri dell'ABTM e dell'ABTRE dal 2013 al 2024

Fonte: nostra elaborazione dai rapporti ISMEA-Qualivita 2014-2025

1.4.1 Proprietà sensoriali

Le differenze sensoriali tra l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP, l'Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP sono nette e derivano direttamente dalle materie prime e dalle tecnologie di trasformazione consentite dai rispettivi disciplinari. Tra le due varianti tradizionali DOP non sussistono differenze sostanziali nella formula del prodotto; gli unici due aspetti significativi sono la densità e l'acidità minima totale che differiscono rispettivamente per mezzo grado e 0,04 g/ml. I motivi dietro queste scelte nella redazione

dei due disciplinari possono essere ricondotti al voler differenziare due prodotti altrimenti indistinguibili⁴⁷.

I due ABT DOP offrono un ventaglio aromatico eccezionalmente ricco e stratificato grazie all'invecchiamento minimo di 12 o 25 anni, con chiare note di caffè, legno, cioccolato, liquirizia, prugna, con sfumature amare, dolci, acide e salate⁴⁸. L'IGP è caratterizzato invece da un profilo molto più semplice, lineare e focalizzato su dolcezza, caramello e frutti rossi⁴⁹. I TBV DOP mostrano inoltre una viscosità dinamica marcatamente superiore e dinamiche di jamming⁵⁰. L'IGP è strutturalmente un liquido molto più fluido e scorrevole (densità minima > 1.060), non subendo i processi di concentrazione naturale di lungo termine.

I consumatori non addestrati possiedono una percezione chiara delle caratteristiche organolettiche dei diversi aceti balsamici ma fortemente mediata dalla propria cultura gastronomica di appartenenza e dalla familiarità con il condimento⁵¹. Nel contesto di questo elaborato, lo studio transculturale condotto da Torri e colleghi⁵² offre l'opportunità di comprendere come i consumatori italiani e coreani percepiscano nove diverse tipologie di aceto. L'indagine ha esaminato due campioni di

⁴⁷ Giudici, P. et al. (2009), «Technological and Microbiological Aspects of Traditional Balsamic Vinegar and Their Influence on Quality and Sensorial Properties», in *Advances in Food and Nutrition Research*, Elsevier, p. 147.

⁴⁸ Chen, F. et al. (2025), «The Theory and Practice of Sensory Evaluation of Vinegar: A Case of Italian Traditional Balsamic Vinegar», in *Foods*, a. 14, n. 5, Basel, Switzerland, p. 9.

⁴⁹ Zeppa, G. et al. (2013), «Descriptive sensory analysis of Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP and Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia DOP», in *Journal of the Science of Food and Agriculture*, a. 93, n. 15, p. 181.

⁵⁰ Falcone, P. M. et al. (2017), «Rheological properties of traditional balsamic vinegar: New insights and markers for objective and perceived quality», in *International Journal of Food Studies*, a. 6, n. 1, ISEKI_Food Association (IFA), p. 99.

⁵¹ Torri, L. et al. (2017), «Consumer perception of balsamic vinegar: A cross-cultural study between Korea and Italy», in *Food Research International*, a. 91, p. 152.

⁵² Torri et al., «Consumer perception of balsamic vinegar: A cross-cultural study between Korea and Italy», op. cit.

«Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP», invecchiati rispettivamente venticinque anni ("I25T") e dodici anni ("I12T"), mettendoli a confronto con un prodotto commerciale realizzato in Corea ("K")⁵³. Entrambi i gruppi hanno differenziato gli aceti tradizionali dal resto del campione, riconoscendoli principalmente dalla forte densità e viscosità. I coreani hanno sorprendentemente identificato in questi prodotti sfumature aromatiche familiari alla loro cultura, come il "ginseng rosso", mentre gli italiani li hanno descritti con note amare, di frutta secca e legno affumicato⁵⁴. Successivamente, l'analisi si concentra su quattro varianti di «Aceto Balsamico di Modena IGP» e su due campioni internazionali provenienti da Germania ("G") e Spagna ("S"). Tra gli ABM, il campione "Ia" è stato valutato positivamente dai coreani per il suo sapore dolce, mentre ci sono stati parenti molto discordanti per il campione "Ib". Dagli italiani quest'ultimo è stato giudicato negativamente dagli italiani, i quali l'hanno associato ad attributi come acido, pungente, liquido e "aceto di vino bianco"⁵⁵. Si rileva invece un appiattimento percettivo per le versioni invecchiate dodici anni ("I12") e otto anni ("I8"), percepite in modo piuttosto neutro, nonostante il campione I8 sia stato giudicato "aspro" dai coreani⁵⁶. Si è preso infine in considerazione come queste percezioni gustative confermino che l'esperienza culturale agisce in modo determinante sul consumatore. I coreani hanno preferito come abbinamento a tutti i prodotti pane, verdure e carne, riservando le "torte di riso" unicamente all'aceto tradizionale più giovane. I partecipanti italiani hanno invece relegato i campioni di ABM al condimento per insalate e verdure crude mentre i due campioni di ABTM a cibi particolarmente

⁵³ ibid., p. 149.

⁵⁴ ibid., p. 152.

⁵⁵ ibid., p. 156.

⁵⁶ ibid., p. 152.

tradizionali come «Parmigiano-Reggiano» e altri formaggi, carne rossa e gelato⁵⁷. Si evince quindi come il livello di familiarità con l'alimento sembri guidare sia le capacità linguistiche per descriverlo, sia la sua collocazione all'interno del proprio contesto e cultura gastronomica⁵⁸.

1.4.2 Perché il focus sull'ABTM

La scelta metodologica di scegliere l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP (ABTM) come principale oggetto d'indagine della presente tesi risponde a diverse considerazioni che vanno a toccare molteplici dimensioni del prodotto.

Nel confronto sistematico con l'ABM IGP, l'ABTM si qualifica come un prodotto agroalimentare profondamente codificato molto più rigidamente e ancorato maggiormente agli archetipi dell'artigianalità e della tradizionalità. A livello produttivo, l'ABM si configura come un prodotto senza dubbio industriale, non solo per i volumi di vendita ma anche perché apertamente frutto di un “assemblaggio”⁵⁹ di molteplici materie prime. Inoltre, il disciplinare di produzione consente in modo diretto l'utilizzo di una quota di aceto invecchiato almeno dieci anni⁶⁰ senza specificare né la quota precisa né la provenienza né la composizione né la produzione di questo prodotto. Tollera inoltre l'aggiunta di caramello (E150d) fino al 2% in volume attribuendogli una funzione di stabilizzatore cromatico come se non ci fosse anche un risvolto sul piano gustativo. Assolutamente non secondaria è il tacito permesso ad utilizzare uve e

⁵⁷ *ibid.*, p. 154.

⁵⁸ *ibid.*, p. 160.

⁵⁹ Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste (MASAF) (2025), «DECRETO 22 gennaio 2025 Modifiche ordinarie al disciplinare di produzione indicazione geografica protetta (IGP) “Aceto balsamico di Modena”», art. 5.

⁶⁰ *ibid.*

mosti che non provengono dalla provincia di Modena e Reggio Emilia. Ne consegue che il legame con il territorio d'origine risulti indissolubile per l'ABTM mentre significativamente più debole per l'ABM⁶¹. Questa divergenza si riflette in modo altrettanto netto nella dimensione temporale dei rispettivi processi di maturazione.

Rispetto all'ABTRE invece, l'ABTM si impone come un modello d'indagine ideale sia in virtù di una maggior penetrazione nel mercato nazionale ed internazionale, sia per la singolare forza comunicativa con cui è stato esplicitato il legame storico e identitario con il territorio di Modena. Sebbene entrambi i prodotti condividano i medesimi processi produttivi e vincoli temporali (minimo 12 e 25 anni), l'ABTM esprime volumi di vendita nettamente superiori rispetto alla nicchia reggiana. I rispettivi disciplinari palesano una diversissima legittimazione della tipicità: il testo modenese si fa portatore di moltissime informazioni storiografiche ricostruendo le origini del prodotto alle cantine della corte estense e alla celebre codificazione ottocentesca di Francesco Agazzotti. Al contrario, l'attuale disciplinare dell'ABTRE DOP omette giustificazioni storiche mostrando una narrazione identitaria meno strutturata rispetto al disciplinare modenese⁶².

Sotto il profilo del marketing e del design, l'ABTM gode di un eccezionale valore simbolico e di posizionamento di marca garantito

⁶¹ ibid.

⁶² Nella scheda riepilogativa del primo disciplinare ABTRE vi è una sezione di “prova dell’origine” ma è estremamente più scarna e meno dettagliata rispetto a quella dell’ABTM. Si illustrano solamente due citazioni letterarie, una nel poema *Via Mathildis* del monaco Benedettino Donizone e una di Ludovico Ariosto nella satira III. Disciplinare di produzione della denominazione di origine protetta «Aceto Balsamico tradizionale di Reggio Emilia» in Gazzetta Ufficiale Serie Generale n.124 del 30-05-2000, op. cit.

dall'adozione dell'iconica ampolla da 100 ml commissionata da Giorgetto Giugiaro. Tale uniformità protetta va oltre la dimensione del solo condimento alimentare, trasformandolo in un oggetto esclusivo di rappresentanza e di prestigio culturale⁶³. L'ABTM rappresenta dunque il perfetto prototipo per analizzare i meccanismi contemporanei di come nasce e si evolve l'identità di tradizionalità e di tipicità di accostato ad un prodotto.

⁶³ Chen et al., «The Theory and Practice of Sensory Evaluation of Vinegar: A Case of Italian Traditional Balsamic Vinegar», op. cit., p. 3.

Capitolo 2

STORIA DELL'ABTM: DALL'ORIGINE ALLA CONTEMPORANEITÀ

2.1 Premesse sulla ricerca storiografica riguardante l'ABTM

La ricostruzione delle radici storiche dell'aceto balsamico⁶⁴ non è per niente banale in quanto ci troviamo di fronte a una storia le cui origini non sono certe e che comunque copre diversi secoli. Le fonti a nostra disposizione sono sporadiche e ad oggi non ci sono ricerche comprensive che permettono di sapere i processi produttivi, le tecnologie utilizzate e come queste sono cambiate nell'arco temporale di esistenza (o presunta tale) del prodotto⁶⁵. Anche se ci fossero studi più precisi sarebbe comunque impossibile capire a fondo le caratteristiche organolettiche e chimico-fisiche di come il prodotto è cambiato nel tempo per ovvi motivi di evoluzione tecnologica. Ciò però dipende dalla natura stessa di questo alimento, che per lunghi secoli è rimasto un bene di lusso destinato unicamente all'aristocrazia per l'autoconsumo o come un prestigioso dono. D'altronde, essendo un prodotto nato e vissuto per molto tempo, al

⁶⁴ Data la natura misteriosa e indefinita delle origini del prodotto, ci si riferirà genericamente al prodotto come “aceto balsamico” fino alla contemporaneità. Dopo aver definito in modo così dettagliato le differenze tra i prodotti della “famiglia del balsamico” appare ovvio che sarebbe un errore chiamare “ABTM” un prodotto di cui non si sa quasi nulla e che potrebbe variare moltissimo rispetto al prodotto odierno.

⁶⁵ Giudici et al., *Balsamic Vinegars: Tradition, Technology, Trade*, op. cit., p. 11-12.

di fuori delle regole del mercato e dei controlli delle corporazioni, esso non ha lasciato pochissime tracce nei documenti ufficiali⁶⁶.

Un altro problema è l'influenza delle narrazioni derivate da miti popolari e in seguito utilizzate come strategie commerciali contemporanee; pertanto, la difficoltà di ricostruire una storia attendibile con pochi documenti è aggravata dalla sovrapposizione tra la realtà e fatti ma storicamente infondati. Questo dipende dalla necessità di caratterizzare l'alimento con una tipicità e particolarità considerata fondamentale per difendere il prodotto artigianale dalla concorrenza industriale e per aumentare l'appeal per il consumatore moderno⁶⁷.

2.2 Dall'antichità agli antichi romani

La scoperta dell'aceto si perde agli albori della storia umana, si ipotizza che con la scoperta e l'evoluzione dell'agricoltura si siano sviluppate anche la produzione di alimenti basati sulla fermentazione acetica e quella alcolica⁶⁸. L'aceto assunse poi un ruolo di rilievo nell'alta gastronomia romana. Esso figurava come ingrediente di moltissime ricette dell'epoca essendo anche utilizzato come conservante, disinfettante e in generale come condimento⁶⁹. Le prime vere radici identificabili di pratiche riconducibili all'aceto balsamico si possono riscontrare nella cottura del mosto d'uva d'uso presso i romani. Virgilio e Columella descrivono infatti la lenta bollitura del succo d'uva in vasi di piombo per ottenere sciroppi

⁶⁶ Magagnoli, S. - e Verratti, S. (2017), *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, Edizioni Artestampa, p. 18.

⁶⁷ Giudici et al., «Technological and Microbiological Aspects of Traditional Balsamic Vinegar and Their Influence on Quality and Sensorial Properties», op. cit., p. 141.

⁶⁸ Solieri, L. - e Giudici, P. (2009), *Vinegars of the World*, Springer, Milano, p. 17.

⁶⁹ ibid., p. 21.

dolci e concentrati⁷⁰. La letteratura agronomica romana classificava questi prodotti in base al livello di riduzione. Sebbene la terminologia non fosse sempre rigorosa e i romani usassero questi sciroppi tossici (a causa del rilascio di acetato di piombo) per utilizzi diversi dalla produzione di aceto. Non è illogico dedurre che questi liquidi, qualora conservati a lungo ed esposti casualmente all'aria e alle escursioni termiche potessero andare incontro a trasformazioni spontanee e a processi di acetificazione del tutto simili a quelli che avvengono tutt'oggi nella produzione di Aceto Balsamico tradizionale⁷¹.

2.3 Medioevo

Nel Medioevo l'aceto divenne un elemento ampiamente diffuso per le sue riconosciute proprietà dietetiche e mediche venendo impiegato come condimento, bevanda o farmaco. Ciò però dipende anche dall'influenza della cultura araba, in cui gli alchimisti dell'ottavo secolo, arrivarono ad isolare l'acido acetico tramite distillazione. D'altronde, nella tradizione gastronomica europea si consolidò una netta distinzione geografica. Si spiega così come in Francia prevalesse una predilezione per i sapori fortemente acidi e pungenti, mentre in Italia e in Inghilterra si affermò maggiormente l'agrodolce, ottenuto bilanciando l'acidità dell'aceto con altre materie prime dolci come il miele⁷². L'aceto era inoltre un prodotto custodito con estrema cura, come dimostrano i manuali medici e farmacologici del quattordicesimo secolo. Singolare è il caso del «Tacuinum Sanitatis Casanatense» redatto a Milano, in cui una miniatura

⁷⁰ ibid., p. 20.

⁷¹ Giudici et al., *Balsamic Vinegars: Tradition, Technology, Trade*, op. cit., p. 15.

⁷² Greci, R. (2002), «Aceto e aceto balsamico tra antichità e medioevo», in *ECONOMIA AGRO-ALIMENTARE*, n. 2002/1, FrancoAngeli Editore, p. 25.

raffigura una donna che preleva l'aceto da una botte che sembra posizionata nel sottotetto di un edificio. Questa è sicuramente una delle primissime testimonianze di come fosse una pratica già nota quella di conservare l'aceto sia in barili che nei luoghi alti e ben areati delle abitazioni (nonostante la botte sia disegnata all'esterno di un edificio)⁷³.

Il primo riferimento che collega un aceto di pregio alle zone dell'attuale Emilia risale poema «Acta Comitissae Mathildis» del monaco Donizone. Redatto nel dodicesimo secolo, un passaggio racconta un episodio risalente al 1046 in cui il marchese Bonifacio di Canossa donò all'imperatore Enrico III di Franconia una botticella d'argento contenente un superbo aceto prodotto proprio nella rocca di Canossa. Questo dono doveva rappresentare quindi un bene di lusso assoluto, destinato a figure aristocratiche⁷⁴. C'è però un dettaglio fondamentale che viene spesso frainteso: nel testo originale latino non compare mai l'aggettivo «balsamico»⁷⁵; dovranno passare ancora molti secoli prima che “balsamico” e “aceto siano accostati.

2.4 Legame con i duchi Estensi

Questa attenzione alla conservazione del prodotto si riscontrava anche presso la corte estense già nel tredicesimo secolo, poiché il naturalista Antonio Vallisneri documenta la presenza di diverse botti di aceto presso la corte di Obizzo II d'Este già nell'anno 1228, secoli prima che gli Este si trasferissero da Ferrara a Modena⁷⁶. Ulteriore prova del doppio legame tra

⁷³ Solieri - e Giudici, *Vinegars of the World*, op. cit., p. 26.

⁷⁴ ibid., pp. 24–25.

⁷⁵ Giudici et al., «Technological and Microbiological Aspects of Traditional Balsamic Vinegar and Their Influence on Quality and Sensorial Properties», op. cit., p. 144.

⁷⁶ Giudici et al., *Balsamic Vinegars: Tradition, Technology, Trade*, op. cit., p. 18.

comunità modenese, duchi estensi e tradizione di cottura del mosto è l'invio al Duce Borso D'Este, in occasione della sua nomina di dodici mastelli di Saba e fiaschi di Agresto⁷⁷.

D'altronde la vera svolta nella storia del condimento avviene nel 1598, anno in cui il duca Cesare d'Este, in seguito a vicende politiche, sposta la capitale dello stato ducale da Ferrara a Modena. L'incontro tra i duchi e le materie prime del territorio fu immediato in quanto già un anno prima del loro arrivo a Modena i duchi ordinarono all'avvocato ducale Vezzali l'acquisto di uve di qualità Trebbiano apposta per le loro "Accette" (antico termine che identificava i barili o i locali di maturazione). Appena i duchi incontrarono l'aceto modenese che già era utilizzato (oltre che al mosto prodotto dalle uve del posto) ne riconobbero il sapore particolare e caratteristico⁷⁸. Talmente tanto che la casata trasformò questo alimento in uno strumento di pubbliche relazioni dimostrandosi estremamente attiva nel promuovere l'aceto presso le famiglie nobili di tutta Europa e facendone già al tempo un simbolo profondamente legato alla propria immagine. nel 1764, il duca Francesco III d'Este decise di donare alcune piccole bottiglie del prezioso liquido al conte Mikhail Illarionovich Vorontsov per la zarina Caterina la Grande. Pochi decenni dopo, questa consolidata strategia diplomatica venne replicata da Ercole III d'Este inviò una singola bottiglia di aceto a Francoforte per l'incoronazione di Francesco II d'Austria a imperatore del sacro romano Impero.

⁷⁷ Saccani, F. - e Ferrari Amorotti, V. (a cura di) (1999), *IL BALSAMICO DELLA TRADIZIONE SECOLARE Storia Conoscenze Tecniche ed esperienze vissute alle soglie del terzo millennio*, Edizioni Artestampa, p. 22.

⁷⁸ Giudici et al., *Balsamic Vinegars: Tradition, Technology, Trade*, op. cit., p. 20.

Quasi un secolo dopo l'arrivo dei duchi Este a Modena, si può affermare che il prodotto sia diventato famoso sia in Italia che all'estero come un aceto non solo emiliano ma modenese. Difatti la prima documentazione in cui spicca la denominazione di aceto "alla modenese" si deve all'opera "Elementi d'Agricoltura" dell'agronomo Lodovico Mitterpacher di Mitterburg, edito nel 1794. Come indicato da Magagnoli⁷⁹, l'autore sottolinea la grande celebrità del prodotto (nonostante non fosse ancora accompagnato dalla dicitura "balsamico") e ne pubblica per la prima volta una ricetta. Mitterpacher descrive la bollitura del mosto d'uva bianca insieme ai raspi per tre giorni, seguita da un periodo di riposo e dalla successiva reimmersione dei raspi insieme ad una tegola rovente. Dopo un anno di riposo il liquido veniva travasato nella botte più grande di una batteria composta da ben dodici botticelle di capacità decrescente e realizzate in legno di gelso. Viene quindi per la prima volta descritta la tecnica del rinalzo annuale (tutt'ora parte essenziale del processo di produzione dell'ABTM⁸⁰). Molto probabilmente questa fu una delle ricette più popolari del suo tempo in quanto persino il botanico e agronomo di Reggio Emilia Filippo Re cita una ricetta praticamente identica a quella dell'Agronomo ungherese⁸¹.

⁷⁹ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., p. 137.

⁸⁰ Giudici et al., *Balsamic Vinegars: Tradition, Technology, Trade*, op. cit., p. 79.

⁸¹ ibid., p. 23.

2.5 “Dispersioni” Napoleoniche: l’aceto balsamico diventa bene di commercio

La storia dell'aceto modenese arriva ad un altro punto radicale di svolta a maggio 1796⁸², anno in cui le truppe francesi guidate da Napoleone occupano i territori del ducato. Di conseguenza, il duca Ercole III d'Este è costretto a trovare rifugio a Venezia, lasciando il palazzo e i suoi inestimabili beni nelle mani degli occupanti francesi⁸³. D'altronde, per fronteggiare le spese militari e i costi dell'amministrazione civile, le nuove autorità decidono di mettere all'asta il patrimonio ducale, includendo le opere d'arte, gli arredi e il prezioso contenuto delle cantine segrete. Sono ovviamente coinvolti anche trentasei barili di “aceto balsamico”, ciascuno della capacità di un quarto, custoditi nel terzo torrione del Palazzo Ducale verso San Domenico. È Il 28 dicembre del 1796, quinto anno del calendario della Repubblica Francese, come riportato dal cronista dell'epoca Antonio Rovatti nella sua opera «L'albero della libertà»⁸⁴. È interessante osservare come per la prima volta venga associato all'aceto un valore economico oltre che alla sua prima comprovata “uscita” dalla gestione ducale. Dato che l'aceto balsamico ducale era un bene che fino ad allora era stato completamente privo di mercato, il processo di liquidazione si protrae nel tempo e si struttura in modo più sistematico nel 1801⁸⁵. La prima traccia scritta di quanto veniva considerato costoso l'aceto balsamico dei duchi si avrà però nel novembre 1829 con l'inventario dei beni di Teresa Boccolari dove venne ritrovato una botte

⁸² Biondi, A. et al. (1995), *Modena napoleonica nella Cronaca di Antonio Rovatti. L'Albero della Libertà 1796-1797*, Fondazione Cassa di Risparmio di Modena - Amilcare Pizzi, Cinisello Balsamo, Milano, p. 12.

⁸³ *ibid.*, p. 16.

⁸⁴ *ibid.*, pp. 144–145.

⁸⁵ Saccani - e Ferrari Amorotti, *IL BALSAMICO DELLA TRADIZIONE SECOLARE Storia Conoscenze Tecniche ed esperienze vissute alle soglie del terzo millennio*, op. cit., p. 34.

(di presunta origine ducale) di 15-16 litri riempita a metà il cui valore complessivo fu stimato di 40 lire italiane. Il documento rivela anche altri due dettagli interessanti, ovvero che questo balsamico non era isolato ma condivideva gli stessi ambienti di conservazione con altre varianti (chiamate “aceto buono” e “aceto comune”) di minor qualità e in quantità otto volte maggiori rispetto alla prima tipologia. Il valore del balsamico rispetto agli altri aceti si attestava a poco più del doppio rispetto all’aceto cosiddetto “comune”⁸⁶.

L'arrivo di Napoleone e delle sue truppe determina il primo incontro del balsamico non solo con il mercato ma anche con la borghesia. Nonostante l’incontro con il mercato avvenga rimanendo circoscritto all’ambiente locale modenese e borghese, resta comunque un cambiamento epocale nella storia del prodotto. Per certi versi, infatti, in questa fase il prodotto sembra essere legato all’ascesa della borghesia e al consumo per ostentare e avvicinarsi alla classe nobiliare prima irraggiungibile. Si conclude così che l'epoca napoleonica, agisce come catalizzatore economico e sociale portando l’immagine del balsamico a costruirsi, molto probabilmente anche attorno all’innovazione rispetto al passato aristocratico ma anche simbolicamente come mezzo di distinzione di una nuova classe sociale in ascesa⁸⁷.

2.6 L’800: Dalla Borghesia modenese alla grande distribuzione

Dopo aver trattato le dinamiche di apertura dei mercati, ci concentreremo sui quattro snodi fondamentali che nel corso del

⁸⁶ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., p. 83.

⁸⁷ *ibid.*, pp. 48–49.

Diciannovesimo secolo hanno definito la costruzione identitaria dell'alimento. Dapprima considereremo le prime indagini agronomiche sulle tecniche di invecchiamento. Successivamente analizzeremo la codifica formale della ricetta e le prime indagini chimico-fisiche e infine prenderemo in considerazione quello che è stato documentato riguardo ai primi tentativi di industrializzazione del prodotto modenese.

2.6.1 I manoscritti del conte Galesio

L'importanza dei manoscritti del conte Carlo Galesio risiede nel fatto che essi rappresentano la prima traccia documentaria in cui si ritrovano uniti tutti gli elementi costitutivi del prodotto (il nome “aceto balsamico”, una precisa indicazione geografica) oltre che a dettagli più tecnici relativi alla produzione (tempi di invecchiamento, le tecniche produttive e l'uso del mosto cotto).⁸⁸

Galesio era uno scienziato e agronomo di formazione illuminista, d'altronde, il suo spiccato interesse per le innovazioni agronomiche lo condusse alla visita delle cantine della famiglia Salimbeni a Redù di Nonantola nel settembre del 1839. L'agronomo descrisse un'acetaia situata in un sottotetto e composta da oltre cinquanta piccoli barili, definiti «tonellini», cerchiati in ferro e contrassegnati con le lettere dell'alfabeto dalla “a” alla “g”. Ciò dipende dall'osservazione di una precisa tecnica di invecchiamento: Galesio documentò il metodo del rincalzo, annotando

⁸⁸ *ibid.*, p. 108.

come esso ricalcasse i procedimenti iberici usati a Malaga e a Jerez per l'affinamento dei vini più preziosi⁸⁹.

Il processo di “rincalzo” consiste nel trasferimento progressivo del liquido attraverso una serie di botticelle di dimensioni decrescenti, con lo scopo di rabboccare la quota evaporata e prelevata dalla botticella più piccola, miscelando così annate differenti. Sia Giudici⁹⁰ che Magagnoli e Verratti⁹¹ ipotizzano che tale metodo possa non aver avuto origine in Emilia e addirittura, nemmeno in Italia. In quanto è di fatto identico al sistema della “solera” spagnola, ampiamente utilizzato per l'affinamento dei vini fortificati. Questa tecnica andalusa mirava a risparmiare tempo nell'invecchiamento nei barili e cominciò a diffondersi all'estero proprio dopo le guerre napoleoniche. Il prodotto modenese avrebbe mutuato questa pratica per mitigare l'asprezza del liquido, contribuendo a plasmare un nuovo costrutto identitario per il condimento modenese. Il collegamento potrebbe esserci stato dalle intense reti di scambio e influenze politiche dell'epoca. È plausibile che questa tecnica si sia diffusa in Italia tramite la mediazione della cultura enologica francese arrivata nel nostro paese con Napoleone durante la costituzione della Repubblica Cisalpina.

In merito all'invecchiamento, egli riportò inizialmente nel manoscritto la cifra di 130 anni, sebbene si possa notare come il numero tre fosse stato barrato con un colpo d'inchiostro, suggerendo un periodo di

⁸⁹ *ibid.*, p. 111.

⁹⁰ Giudici et al., «Technological and Microbiological Aspects of Traditional Balsamic Vinegar and Their Influence on Quality and Sensorial Properties», *op. cit.*, pp. 140–145.

⁹¹ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, *op. cit.*, p. 111.

invecchiamento più realistico di circa dieci anni⁹². Nel settembre del medesimo anno Gallesio visitò anche la tenuta del dottor Luigi Aggazzotti, considerato all'epoca uno dei principali dilettanti di vino della città. Tuttavia, come indicato dalle carte manoscritte, l'agronomo descrisse le tecniche di vinificazione e i vitigni locali senza menzionare però l'aceto balsamico. Il motivo di assenza di riferimenti al balsamico nelle cantine di un imprenditore agricolo così importanti si può solo ipotizzare data l'assenza di spiegazioni nelle fonti di Gallesio.

Oltre a ciò, i manoscritti di Gallesio svelano la natura ancora fluida del prodotto affermando che l'aceto modenese fosse di due tipologie, ossia derivato dal mosto e derivato dal vino, sottolineando come non fosse chiaro quale dei due fosse il migliore⁹³. Conseguentemente si rileva come i due prodotti convivessero e fossero associati alla tecnica produttiva, non solo al termine di “Aceti alla Modense”⁹⁴. Pertanto, questa documentazione certifica l'esistenza di una pluralità di aceti balsamici, accomunati dal territorio ma profondamente diversi per natura organolettica. In aggiunta, Gallesio fornì importanti dettagli commerciali, notando che l'aceto invecchiato di mosto si vendeva a prezzi altissimi, raggiungendo e veniva usato per essere diluito a gocce nell'aceto ordinario per renderlo più scuro e fragrante⁹⁵. Tenendo poi conto che i massimi esperti di Enologia dell'epoca consideravano necessario partire da un elemento vinificato per produrre aceto sembra sempre più chiaro come

⁹² Sarebbe in ogni caso un buon risultato per i tempi dato che, senza conoscenze scientifiche era difficile far acetificare in modo corretto il prodotto.

⁹³ Probabilmente Gallesio non si riferisce al prodotto finito ma alla tecnica produttiva

⁹⁴ Questo è ancora più emblematico in quanto Gallesio, da non modenese, viene informato così dalle persone del posto.

⁹⁵ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., p. 111,112.

fosse l'aceto di mosto cotto l'elemento più innovativo. Ne consegue che quando Gallesio scrive l'aceto balsamico sia ancora un prodotto in divenire.⁹⁶

2.6.2 Lettere dell'Avvocato Aggazzotti

Le testimonianze ottocentesche di Francesco Aggazzotti sono importantissime e molto conosciute in quanto, come accennato nel capitolo precedente, essi rappresentano la prima vera e propria codifica formale di una ricetta dell'aceto balsamico, tanto da gettare le fondamenta per l'odierno disciplinare di produzione dell'ABTM. Il suo contributo ha permesso di superare le antiche pratiche separando nettamente il prodotto dalle diverse varianti e miscele presenti sul territorio.

Aggazzotti nacque a Colombaro di Formigine nel 1811 e fu un esponente di spicco del riformismo agrario moderato, ricoprendo anche la carica di primo sindaco di Formigine dopo l'Unità d'Italia. D'altronde, la sua attenzione per l'innovazione enologica si sposava con un'attenta sperimentazione empirica sulle uve autoctone e sulle moderne tecniche di vinificazione⁹⁷.

La testimonianza più celebre di tutti i suoi scritti è la lettera datata 2 marzo 1862 e indirizzata all'avvocato Pio Fabriani, la quale fa seguito a una precedente missiva con correzioni del 1860 e precede quella inviata all'enologo Ottavio Ottavi nel 1863⁹⁸. Pertanto, in questi documenti Aggazzotti stabilì l'uso esclusivo del mosto cotto di uva Trebbiana,

⁹⁶ *ibid.*, p. 114.

⁹⁷ Fangarezzi, R. (a cura di) (2011), «Francesco Aggazzotti primo sindaco di Formigine nell'Italia unita. Viticoltore, imprenditore agricolo», in *Terra e Identità*, Modena.

⁹⁸ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., p. 138.

trattando anche la scelta dei legni per i barili, suggerendo il rovere, il castagno e in particolar modo il gelso, mentre consigliava estrema cautela sull'uso del ginepro poiché la sua resina avrebbe potuto pregiudicare il delicato aroma del prodotto finito. Emerge inoltre come l'autore avesse anticipato conoscenze derivate da conoscenze molto più moderne riguardo alle condizioni microbiologiche ottimali per gli acetobatteri, raccomandando di riempire le botticelle solo per tre quarti della loro capacità in modo da garantire una superficie adeguatamente a contatto con l'esterno, per fornire l'ossigeno necessario ad una corretta acetificazione⁹⁹.

Aggazzotti ha anche divulgato informazioni di carattere sociologico-culturale relative alle abitudini di consumo e di immagine dell'aceto balsamico. Appare chiaro infatti come di questo prodotto non si faceva alcun commercio, ma si destinava a doni di grande prestigio tra le famiglie agiate. Il lunghissimo invecchiamento (stimato idealmente in un secolo e mezzo) comportava inoltre un immobilizzo di capitale enorme che unito a un importante calo del volume del liquido, rendeva il costo totale di produzione quasi incalcolabile e fuori da ogni logica di mercato¹⁰⁰. Oltre a ciò, le sue carte svelano un dettaglio fondamentale sul consumo dell'epoca: il prodotto molto vecchio non veniva quasi mai gustato in purezza, ma era utilizzato in piccole dosi per miscelare e conferire fragranza agli aceti più giovani o al normale aceto di vino,¹⁰¹ esattamente come descritto precedentemente da Gallesio.

⁹⁹ *ibid.*, pp. 140–141.

¹⁰⁰ Fangarezzi, «Francesco Aggazzotti primo sindaco di Formigine nell'Italia unita. Viticoltore, imprenditore agricolo», *op. cit.*, p. 227.

¹⁰¹ *ibid.*, p. 225.

Quanto raccontato dal conte Aggazzotti mostra comunque una dimensione di produzione “informale”¹⁰² dato che le caratteristiche di questo prodotto non ne rendevano possibile la produzione su larga scala e la sostenibilità economica.

2.6.3 Partecipazioni a grandi esposizioni nazionali e internazionali

Nonostante questo, il prodotto esordì nelle grandi (e piccole) fiere nazionali ed internazionali uscendo nell’immaginario comune da una dimensione unicamente aristocratica.

Il primo incontro con il mondo delle esposizioni avviene con quella Nazionale a Firenze nel 1861, dove l'avvocato Francesco Aggazzotti ottenne tre medaglie d'oro, di cui una per un aceto balsamico di centocinquanta anni proveniente dalle acetaie estensi¹⁰³. Altra esposizione cardine nell’analisi della storia del balsamico fu quella Agraria di Modena del 1863. Grazie a questo evento si riesce finalmente a provare la discreta diffusione borghese dell’aceto balsamico e addirittura a quantificare per la prima volta i produttori locali. In tale occasione ben ventiquattro espositori presentarono aceti, e quattordici di essi esibirono esplicitamente aceti denominati “balsamici” o “stravecchi”. Di questi è giusto citare produttori storici quali Carlo Carandini, che portò un aceto dichiarato di trecentosessanta anni, oppure Giuseppe Giusti, che presentò aceti di cento anni e pubblicò per l'occasione un breve opuscolo descrittivo¹⁰⁴.

¹⁰² Grandi, A. - e Magagnoli, S. (2013), «Contrefaçon ou démocratisation du luxe? Les avatars du Vinaigre balsamique de Modène», in S. Nadège (a cura di), *Luxes et internationalisation (XVIe-XIXe siècles)*, Editions Alphil-Presses Universitaires Suisses, Neuchâtel, p. 240.

¹⁰³ Saccani - e Ferrari Amorotti, *IL BALSAMICO DELLA TRADIZIONE SECOLARE Storia Conoscenze Tecniche ed esperienze vissute alle soglie del terzo millennio*, op. cit., p. 31.

¹⁰⁴ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., p. 157.

L'aceto balsamico valicò i confini continentali nel 1876, venendo presentato insieme allo zampone e al lambrusco all'Esposizione Universale di Philadelphia, per poi approdare due anni dopo all'Expo di Parigi del 1878. Tutto ciò però non sarebbe accaduto se non fosse stato per la nascente industria e per i commercianti che, avendo accesso nei canali distributivi internazionali, iniziarono a commercializzare non solo il prodotto puro ma anche i suoi “avatar”¹⁰⁵.

2.6.4 I primi tentativi di industrializzare il balsamico

La prima commercializzazione dell'aceto balsamico sia avvenuta a cavallo tra XVIII e XIX secolo e la significativa presenza sul mercato internazionale, lo sviluppo della grande distribuzione del prodotto sono arrivati solo circa a metà del 1800. Grandi e Magagnoli riconducono le cause principalmente alla restaurazione all'antico ordine ducale del 1814. Quando Francesco IV d'Este tenta di ristabilire un governo assoluto con lo scopo di evitare l'affermarsi della borghesia temendo ritorsioni rivoluzionarie di stampo giacobino. Questi obiettivi politici si sono tradotti in una politica economica che scoraggiava la produzione industriale e capitalista a sorpassare per evitare che raggiungesse e superasse il livello della produzione agricola. Conseguentemente questa situazione ha impattato anche il nascente mercato dell'aceto¹⁰⁶.

¹⁰⁵ Ceccarelli - e Grandi, *Typicality in History: Tradition, Innovation, and Terroir/La typicité dans l'histoire: Tradition, innovation et terroir*, op. cit., pp. 78–79.

¹⁰⁶ Grandi - e Magagnoli, «Contrefaçon ou démocratisation du luxe? Les avatars du Vinaigre balsamique de Modène», op. cit., p. 240.

Nonostante questi ostacoli, numerosi imprenditori si spinsero a ricercare surrogati più economici e veloci da produrre su larga scala assistendo alla creazione di quelli che i documenti dell'epoca definivano esplicitamente come aceti balsamici «artificiali» o «artefatti»¹⁰⁷. Lo scopo principale era di massimizzare i profitti riducendo i costi ed i tempi di produzione, come dimostra un manoscritto del 1843 del professor Luigi Amorotti, contenente quella che è considerata la più antica ricetta di questo genere¹⁰⁸. La preparazione di questo prodotto parte facendo bollire otto libbre di Saba di perfetta qualità, a cui andavano aggiunti uno scrupolo di liquerizia in polvere, un quarto di chiodi di garofano, un ottavo di cannella e tre boccali di aceto fortissimo, inserendo infine nel liquido dei fiammiferi accesi. Oltre a questa, circolavano al tempo molte altre ricette anonime, come quella per fare aceto balsamico artefatto in sei mesi al massimo, che prevedevano l'uso di estratti di ginepro e altre spezie per simulare rapidamente la complessità organolettica della variante più “nobile”¹⁰⁹.

Alcuni delle ricette si spingevano perfino a proporre preparati istantanei per il consumo domestico. Una traccia significativa di questa tendenza alla semplificazione produttiva è il metodo proposto da Antonio Bizzarri nella sua bottega di Modena nel 1857. Egli vendeva un vero e proprio kit, garantito dal medico e scienziato Geminiano Grimelli, per ottenere immediatamente un aceto balsamico descritto come squisito. Questo preparato, denominato «balsamo d'aceto», era di fatto un concentrato liofilizzato da diluire in acqua in percentuali variabili dal 7% al 20%, permettendo ai ceti borghesi di consumare un prodotto alla moda senza

¹⁰⁷ Giudici et al., *Balsamic Vinegars: Tradition, Technology, Trade*, op. cit., p. 24.

¹⁰⁸ *ibid.*, p. 25.

¹⁰⁹ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., p. 157.

dover sostenere gli oneri economici del prodotto tradizionale. La nascente industria tentò quindi di isolare e riprodurre gli elementi organolettici dell'aceto balsamico¹¹⁰.

Nella seconda metà dell'800 si osservò una prima competizione territoriale oltre i confini emiliani. Fu il caso di Giovanni Guarnaschelli di Broni, il quale nel 1873 presentò un proprio aceto balsamico all'Esposizione Universale di Vienna. Ideò un metodo economico per fabbricare il liquido utilizzando esclusivamente vini di ottima qualità, senza l'aggiunta di spezie o di mosto cotto sciropposo, ma imitando le tecniche di rinalzo modenesi¹¹¹. All'interno del territorio modenese, la spinta verso l'industrializzazione continuò a generare ricette ibride, come il metodo attribuito al professor Barani risalente a cavallo tra Ottocento e Novecento. Per accelerare la produzione, si proponeva la miscelazione di quattro boccali di aceto comune fortissimo con quattro boccali di mosto evaporato, aromatizzando il tutto con macis, chiodi di garofano, cannella e coriandolo¹¹². Si conclude quindi che, nel corso dell'Ottocento, il tentativo di industrializzare il prodotto generò i primi avatar commerciali, i quali iniziarono a scostarsi dall'immagine di purezza estremamente elitario per cercare di rendere più accessibile un bene che era prima solamente di lusso al fine di soddisfare la domanda proveniente da un mercato in espansione.

L'800 è senza dubbio stato un secolo di densissime trasformazioni per quanto riguarda il balsamico, che seguendo i moti della società dell'epoca

¹¹⁰ *ibid.*, p. 150.

¹¹¹ *ibid.*, pp. 152–155.

¹¹² Giudici et al., *Balsamic Vinegars: Tradition, Technology, Trade*, op. cit., p. 27.

ribaltano il vecchio ordine costituito. Questo avviene attraverso le prime standardizzazioni delle tecniche di lavorazione¹¹³ di molteplici prodotti, sia collocabili in segmenti diversi, che concorrenti (o potenziali tali) ma che ancora non definivano un prodotto preciso.

2.7 Dal 900 ad Oggi

2.7.1 Le prime ricerche scientifiche sul prodotto

il Ventesimo secolo segna il passaggio alla codifica scientifica dei processi fermentativi che concernono l'aceto balsamico. L'opera di Ernesto Parisi nel 1928 dimostrò per la prima volta che le varie trasformazioni responsabili della formazione dell'alimento erano di natura prettamente microbiologica. Altro contributo fondamentale arrivò grazie alle ricerche di Mario Sacchetti condotte a partire dagli anni Trenta, con pubblicazioni edite nel 1932 e nel 1936. Sacchetti provò in modo inconfutabile la natura biologica del processo produttivo, riuscendo a isolare i lieviti osmofili, in particolare quelli appartenenti al genere «*Zygosaccharomyces*». Oltre a ciò, accertò i massimi di tolleranza di questi microrganismi, evidenziando come essi potessero svilupparsi in un ambiente con una concentrazione massima del 50% di glucosio, ipotizzando un'interazione di tipo commensalistico tra lieviti e batteri acetici all'interno delle botti¹¹⁴.

¹¹³ Anche se in modo limitato, l'intento dei personaggi menzionati sembrava essere quello

¹¹⁴ Saccani - e Ferrari Amorotti, *IL BALSAMICO DELLA TRADIZIONE SECOLARE Storia Conoscenze Tecniche ed esperienze vissute alle soglie del terzo millennio*, op. cit., p. 44.

Le ricerche avviate a partire dal 1973 dal professor Dino Coppini e dai suoi collaboratori dell'Università di Modena si concentrarono invece sui composti volatili e sulla chimica della maturazione. Svilupparono le conoscenze in merito attraverso l'analisi di campioni estratti da vasselli plurisecolari, con l'obiettivo di comprendere le cause dell'insorgere dei profumi tipici del balsamico. Pertanto, essi identificarono molecole specifiche quali il diacetile, l'acetilmetilcarbinolo, il 2,3-butilenglicole e l'acetaldeide, confermando in quest'ultimo caso i precedenti studi di Parisi. L'équipe esaminò anche la presenza di istidina e istamina, fornendo dati cruciali sulle sostanze volatili coinvolte nella percezione degli aromi. Questi studi abbiano permesso di porre in evidenza le macroscopiche differenze chimiche tra questo prodotto e qualunque altro tipo di aceto comune¹¹⁵.

Invece di limitarsi all'osservazione chimica, negli anni Ottanta studiosi come Turtura e Benfenati approfondirono le caratteristiche specifiche della microflora acetica e saccaromicetica. In pubblicazioni datate 1984, 1986 e 1988 riuscirono ad individuare le specie prevalenti, identificando ceppi capaci di tollerare concentrazioni di acido acetico pari all'1% e descrivendo le dinamiche dei batteri acetici¹¹⁶.

¹¹⁵ Coppini, D. et al. (1973), «Osservazioni sull'aceto balsamico di Modena», in *ATTI DELLA SOCIETÀ DEI NATURALISTI E MATEMATICI DI MODENA*, a. 104.

¹¹⁶ Giudici et al., «Technological and Microbiological Aspects of Traditional Balsamic Vinegar and Their Influence on Quality and Sensorial Properties», op. cit., p. 156.

2.7.2 Il Boom economico, la prima disciplina legale del prodotto e la nascita della Consorteria

Nel secondo dopoguerra e durante gli anni del cosiddetto boom economico, la crescita generalizzata del reddito ha innescato una profonda trasformazione nelle abitudini di consumo. Di conseguenza, il prodotto ha recuperato valore grazie a quell'immagine di prestigio sociale, riproponendosi come associato ad un forte status e rafforzando la narrazione identitaria locale¹¹⁷. D'altronde, la maggiore disponibilità economica ha ampliato la base della domanda, spingendo il comparto agroalimentare a incrementare notevolmente la produzione di aceti di vino definiti “balsamici” ma addizionati con caramello e sostanze aromatiche. Se infatti nell’800 l’ascesa della borghesia aveva aperto il prodotto ad un mercato, negli anni 50 e 60 del XX questo mercato di clienti potenziali si amplia come mai prima d’ora era stato possibile¹¹⁸.

Il primo tentativo di regolamentazione scaturito da questa dirompente espansione commerciale. Ciò però dipende dalla promulgazione del Decreto Ministeriale del 3 dicembre 1965, il quale ha introdotto la disciplina merceologica dell'«Aceto balsamico di Modena». Questo provvedimento governativo si è limitato a fissare solamente alcune elementari tecniche di lavorazione solamente per un prodotto industriale. Oltre a ciò, la norma consentiva esplicitamente l'aggiunta di caramello e non prevedeva alcun vincolo geografico per l'approvvigionamento delle

¹¹⁷ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., p. 160.

¹¹⁸ Magagnoli, S. (2005), «L’invenzione “industriale” della tradizione: il cartello dell’Aceto balsamico tradizionale di Modena», in *Food and History*, a. 3, n. 1, Brepols, Tours, p. 230.

materie prime¹¹⁹, permettendo di fatto a qualsiasi fabbricante di aceto di entrare in questo fiorente mercato. Pertanto, la legislazione del 1965 ha generato gravi ambiguità, autorizzando l'uso del termine “balsamico” anche per semplici aceti di vino. Ne consegue che il prodotto associato alla tradizione ha subito una profonda decostruzione della propria immagine, rischiando l'estinzione a favore di un aceto industriale caratterizzato da costi di produzione infinitamente minori e tempi di realizzazione rapidissimi¹²⁰.

Si spiega così come questa situazione di stallo e di estremo pericolo per il costruito identitario abbia spinto istituzioni, intellettuali e piccoli produttori a reagire, portando nell'anno 1967 alla fondazione della «Consorteria dell'Aceto balsamico tradizionale di Spilamberto»¹²¹. L'istituzione non nasceva con finalità economiche, ma si proponeva di promuovere, organizzare e sostenere iniziative dirette alla tutela del condimento e al suo posizionamento culturale. Pertanto, l'urgenza di salvaguardare la specificità del territorio ha spinto le istituzioni locali, in particolare il Comune di Spilamberto, i piccoli produttori e persino il sistema industriale a siglare un accordo strategico, non scritto in cui la tradizione doveva trasformarsi nel garante della produzione industriale, mentre l'industria avrebbe fornito i canali distributivi inaccessibili ai piccoli produttori¹²². la Consorteria ha assunto quindi l'onere di “reinventare” il costruito identitario del balsamico, codificandone il gusto attraverso la stesura di schede di degustazione, di cui si contano otto

¹¹⁹ Decreto Ministeriale 3 dicembre 1965. Caratteristiche di composizione e modalità di preparazione dell'“Aceto balsamico di Modena” in Gazzetta Ufficiale n. 306 del 9-12-1965 (s.d.).

¹²⁰ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., p. 163.

¹²¹ Consorteria – Consorteria dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena (s.d.).

¹²² Grandi - e Magagnoli, «Contrefaçon ou démocratisation du luxe? Les avatars du Vinaigre balsamique de Modène», op. cit., p. 245.

varianti tra il 1967 e il 1994¹²³. Appare chiaro come anche il prodotto considerato tradizionale per forza di cose non fosse mai stato codificato da un ente e le sue caratteristiche variassero a seconda delle usanze dei singoli produttori familiari ma fosse, ancora nella seconda metà del XX secolo, un processo in continua evoluzione¹²⁴. Oltre alle indicazioni di assaggio la consorteria inizierà ovviamente anche a inserire e istruire gli assaggiatori.

2.7.3 Ottenimento della DOC e nascita del primo Consorzio

L'allargamento del mercato tra la fine degli anni Settanta e l'inizio degli anni Ottanta, stimabile in circa diecimila o quindicimila bottigliette annue, impone la creazione di un sistema per prevenire concorrenze spregiudicate sul prezzo che renderebbero insostenibile l'esistenza dei piccoli produttori. Questa circostanza avrebbe provocato una catastrofe non solo per questi ultimi ma avrebbe minato totalmente la nascita del comparto industriale contemporaneo dell'ABM. Difatti il vantaggio competitivo del "balsamico industriale" risiede nel legame ad una tradizione non più esistente portando così ad essere uguale ad ogni altro tipo di aceto balsamico riproducibile da chiunque¹²⁵.

¹²³ Saccani - e Ferrari Amorotti, *IL BALSAMICO DELLA TRADIZIONE SECOLARE Storia Conoscenze Tecniche ed esperienze vissute alle soglie del terzo millennio*, op. cit., p. 251.

¹²⁴ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., p. 197.

¹²⁵ Magagnoli, «L'invenzione "industriale" della tradizione: il cartello dell'Aceto balsamico tradizionale di Modena», op. cit., p. 235.

Conseguentemente, nell'anno 1979 viene formalmente costituito il «Consorzio tra produttori di Aceto balsamico tradizionale», il quale si prefigge di organizzare gli attori della filiera nelle forme di un vero e proprio cartello economico. La volontà è anche quella di tutelare le prerogative organolettiche del liquido, creando le condizioni per l'apertura di un nuovo mercato di nicchia accessibile sia ai piccoli che ai grandi artigiani¹²⁶. Si evince quindi che questa istituzione assume il compito di coordinare la promozione, vincolare gli associati a comportamenti omogenei nella fissazione dei prezzi e innalzare le barriere qualitative all'ingresso, delineando così una narrazione identitaria solida e per la prima volta legittimata in coordinazione con le istituzioni.

La pressione sulle autorità competenti sfocia nell'emanazione del Decreto Ministeriale del 5 aprile 1983, riconoscendo ufficialmente la Denominazione di Origine Controllata, (DOC), all'«Aceto Balsamico Tradizionale». Il DM fissa i parametri tecnici e sancisce che il prodotto deve essere ottenuto nel territorio modenese (includendo Reggio Emilia) con materie prime locali. Tuttavia, la mancata abrogazione del DM del 1965 crea una problematica coesistenza tra più prodotti. Con il provvedimento numero 93 del 13 aprile 1986 avviene il riconoscimento dell'Aceto balsamico tradizionale di Modena e Reggio Emilia per superare l'impasse burocratico, la legge scorpora il prodotto "tradizionale" dal settore degli aceti, classificandolo ufficialmente nell'ambito dei "condimenti". Il DM 9 febbraio 1987 disciplina nello specifico la produzione dell'Aceto balsamico tradizionale di Modena e le relative modalità di controllo. Mentre con il DM del 3 marzo 1987 avviene lo stesso ma per la produzione dell'Aceto balsamico tradizionale di Reggio

¹²⁶ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., p. 208.

Emilia. Il DM del 15 novembre del 1989 riconosce la denominazione di origine "Aceto balsamico di Modena". Il decreto, composto da un unico articolo, lascia inalterate le vecchie caratteristiche merceologiche del 1965 e include nella zona di produzione sia la provincia di Modena sia quella di Reggio Emilia. Questo decreto viene impugnato presso il TAR del Lazio, che ne decreta la non applicabilità. L'inizio della tutela comunitaria europea si avrà nel 1992 con i Regolamenti CEE n.2081 e n.2082¹²⁷ che stabiliscono che la denominazione d'origine esiga norme precise sia sulla zona della materia prima che di elaborazione (obbligando i prodotti tutelati ex art. 17 a precisare meglio l'uso delle uve) e che il vecchio prodotto normato dal DM nel 1965 non può più usare il nome geografico "Modena" (riservato alla denominazione d'origine per prodotti con la stessa destinazione d'uso) a meno di non essere ricollocato dentro i vincoli territoriali circoscritti alla sola provincia di Modena.

2.7.4 La “Guerra del Balsamico”

Ulteriori sviluppi si avranno nel 1995 con un cambiamento da parte del consorzio produttori della propria strategia commerciale. Con la presidenza di Claudio Biancardi, il consorzio decide di mutare radicalmente approccio con lo scopo di garantire una maggiore profittabilità economica diretta ai propri associati svincolandosi dalla ricerca continua di una qualità assoluta, riposizionando i parametri qualitativi in modo da aumentare i volumi di offerta. Nel concreto il

¹²⁷ Regolamento (CEE) n. 2081/92 del Consiglio, del 14 luglio 1992, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli ed alimentari (1992).

progetto consisteva nel ridurre i margini di incertezza e i tempi di invecchiamento, ipotizzando persino la creazione di una terza linea di condimento maturata solamente tra i sei e i dodici anni, accompagnata da un sostanziale disimpegno nel processo di ottenimento della Denominazione di Origine Protetta (DOP)¹²⁸. Si evince quindi come questo minacciasse il costruito identitario dell'alimento, banalizzandone la narrazione storica e rincorrendo segmenti di mercato più ampi. Questa politica orientata alla quantità entra immediatamente in rotta di collisione con la «Consorteria di Spilamberto», la quale vede minacciato il proprio operato (controllo del gusto e della conservazione della sua dimensione simbolica) oltre che il declino delle ragioni stesse che giustificano l'esistenza di tale istituzione¹²⁹.

Questa situazione porta alla creazione di un'inedita alleanza tra la Consorteria e i produttori industriali, i quali si oppongono fermamente al «Consorzio Produttori» in quanto perderebbero così il loro aggancio all'immagine di prodotto della tradizione. Nel concreto queste parti decidono dare il proprio sostegno ad un altro ente, il «Consorzio di Tutela dell'Aceto balsamico tradizionale di Modena», originariamente con sede a Nonantola. Nel 1995 inizia quindi sorta di campagna acquisti di piccoli produttori da parte del neonato Consorzio di Tutela per spostare gli equilibri di forza, innescando un conflitto che passa molto velocemente da una concorrenza commerciale alle aule di tribunale¹³⁰.

¹²⁸ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., p. 214.

¹²⁹ Magagnoli, «L'invenzione "industriale" della tradizione: il cartello dell'Aceto balsamico tradizionale di Modena», op. cit., p. 241.

¹³⁰ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., pp. 217–218.

Nel 2000 la concessione ufficiale della denominazione DOP infliggerà un duro colpo alla strategia della quantità del consorzio originario. In seguito a complesse schermaglie che arriveranno a coinvolgere anche l'ente CERMET (certificatore dell'ABTM), le amministrazioni locali si schierano a favore del nuovo consorzio forte ormai dell'adesione di circa il 70% dell'intera filiera. Nonostante a partire dal 26 gennaio 2001 le funzioni di marchiatura delle botti e la tenuta dei relativi registri aziendali fossero trasferite al CERMET, il Consorzio produttori ha ripreso autonomamente la marchiatura disobbedendo ad una nota di diffida del Ministero. Inoltre, al CERMET non era stata data un'evidenza oggettiva riguardo al reale periodo di invecchiamento del prodotto. Così il Ministero interviene in modo risolutivo con il Decreto Ministeriale del 30 luglio 2002, revocando al «Consorzio Produttori» l'incarico di vigilanza sulla produzione istituendo una commissione tecnica di garanzia¹³¹.

Questo tortuoso percorso culmina ufficialmente con il Decreto Ministeriale del 16 ottobre 2009¹³², il quale riconosce in via definitiva il «Consorzio per la tutela della DOP “Aceto Balsamico Tradizionale di Modena”» attribuendogli legalmente l'incarico di svolgere le funzioni di salvaguardia previste dalla legge.

¹³¹ MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE E FORESTALI (s.d.), «Istituzione della commissione tecnica di garanzia per l'esercizio del diritto a rivendicare la denominazione di origine protetta “Aceto balsamico tradizionale di Modena”, Decreto ministeriale 30-07-2002 in GU n.189 del 13-08-2002».

¹³² MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE ALIMENTARI E FORESTALI (2009), «DECRETO 16-10-2009 Riconoscimento del Consorzio per la tutela della DOP “Aceto Balsamico Tradizionale di Modena” e attribuzione dell'incarico a svolgere le funzioni di cui all'articolo 14, comma 15, della legge 21 dicembre 1999, n. 526».

2.7.5 Controversie legali dalla seconda metà degli anni '10 del 2000 ad oggi

A livello normativo italiano la Corte di Cassazione, con la sentenza numero 21279 depositata il 12 giugno 2012, ha sancito la possibilità di utilizzare l'aggettivo “balsamico” anche per prodotti alimentari generici che non rispettano i severi disciplinari europei, stabilendo che tale termine generico non costituisce un illecito penale¹³³. Di conseguenza ci furono forti opposizioni in sede europea durante il percorso di registrazione del Regolamento CE numero 583/2009 (ABM IGP) e nazioni come Germania, Francia e Grecia tentarono di bloccare la registrazione dell'indicazione protetta, obiettando che termini come “balsamico” o “balsam vinegar” fossero ormai denominazioni generiche senza legame esclusivo con il territorio italiano¹³⁴. La giurisprudenza europea è stata ripetutamente interpellata per definire dove inizia e dove finisce la contraffazione. In particolare, il caso affrontato dal tribunale di Mannheim nel 2015 e successivamente dalla Corte di Giustizia dell'Unione Europea (causa C-432/18) che ha visto opporsi il «Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena» all'azienda tedesca Balema GmbH in merito all'utilizzo di etichette recanti la dicitura “Deutscher Balsamico”¹³⁵. In merito, il 4 dicembre 2019 la Corte di Giustizia dell'Unione Europea si è pronunciata sempre sullo stesso quesito, la sentenza ha stabilito che la tutela conferita dalla normativa europea riguarda esclusivamente la denominazione globale “Aceto Balsamico di Modena” nel suo complesso,

¹³³ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., p. 140.

¹³⁴ Klaus, B. (2019), «Scope of Protection of the Protected Geographical Indication ‘Aceto Balsamico Di Modena’: The Ghosts of the Past Return», in *European Food and Feed Law Review*, a. 14, n. 2, Lexxion Verlagsgesellschaft mbH, p. 160.

¹³⁵ Torelli, V. (2016), « “Balsamico” is the taste of Modena and Reggio Emilia only», in *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, a. 11, n. 6, Oxford Academic, p. 409.

poiché è questa dicitura a godere di riconoscimento, non estendendosi ai singoli termini non geografici che la compongono. I giudici hanno quindi decretato che le parole “aceto” e “balsamico”, così come le loro traduzioni e combinazioni, sono da considerarsi elementi generici e liberamente riproducibili. il termine “aceto” è stato inquadrato come vocabolo di uso comune, mentre “balsamico” è stato classificato come un semplice aggettivo impiegato abitualmente per designare un condimento caratterizzato da un gusto agrodolce. Ne consegue che, per supportare tale tesi, i magistrati hanno evidenziato come i medesimi termini compaiano liberamente anche in altre due denominazioni italiane protette (ABTM e ABTRE), senza che ciò pregiudichi la protezione all' ABM IGP in casi di illecita evocazione della denominazione completa¹³⁶.

2.8 Come e quando l’“Aceto” è diventato “Balsamico”

2.8.1 Origine del termine “balsamico” e prima associazione all’aceto

L'aggettivo «balsamico» vanta una genealogia linguistica antichissima, derivando dal latino "balsamum" e dal greco antico "bálsamon". Ciò dipende dalla loro diretta derivazione da ceppi linguistici semitici, come l'ebraico, l'aramaico e l'arabo, in cui la radice "bśm" identificava essenze, profumi, spezie e incensi¹³⁷. Nella sua accezione originaria e poi nel medioevo, il termine indicava esclusivamente una sostanza capace di

¹³⁶ Dell’Orefice, G. (2019), «La Corte Ue boccia l’Italia: Igp Modena tutelata ma “aceto” e “balsamico” sono riproducibili - Il Sole 24 ORE», in *Il Sole 24 ORE*.

¹³⁷ Solieri - e Giudici, *Vinegars of the World*, op. cit., tab. 2.2.

lenire, ristorare e curare, circoscrivendo il suo utilizzo alla sfera delle piante officinali e delle preparazioni medicamentose¹³⁸.

Il due termini “aceto” e “balsamico” compaiono per la prima volta nel 1747 nei registri delle vendemmie e delle vendite delle cantine segrete ducali della famiglia ducale d'Este a Modena. Fino a quel momento, ci si riferiva all'alimento usando una classificazione piuttosto generica (es. «aceto del duca», «aceto alla modenese» o «aceto da padrone»)¹³⁹. L'introduzione questa parte nell'immaginario dell'ABT rispondeva alla necessità pratica di distinguere la variante più nobile, probabilmente prodotto partendo dal solo mosto cotto¹⁴⁰, dalle numerose versioni di qualità inferiore diffuse a corte. Il motivo di adozione di questo vocabolo fu probabilmente per descrivere efficacemente la ricchezza olfattiva e gustativa del condimento richiamando i pregiati balsami noti per le loro proprietà curative e per l'intensità dei loro aromi¹⁴¹.

Successivamente, tra Ottocento e Novecento, sebbene l'aggettivo fosse ormai entrato nell'uso comune, la sua applicazione rimase a lungo caratterizzata da forte ambiguità. Per quanto riguarda la legge italiana, la Corte di Cassazione, con la sentenza numero 21279 depositata il 12 giugno 2012, ha sancito la possibilità di utilizzare l'aggettivo “balsamico” anche per prodotti alimentari generici che non rispettano i severi disciplinari europei, stabilendo che tale termine generico non costituisce

¹³⁸ Giudici et al., «Technological and Microbiological Aspects of Traditional Balsamic Vinegar and Their Influence on Quality and Sensorial Properties», op. cit., p. 145,146.

¹³⁹ Giudici et al., *Balsamic Vinegars: Tradition, Technology, Trade*, op. cit., p. 28.

¹⁴⁰ Saccani - e Ferrari Amorotti, *IL BALSAMICO DELLA TRADIZIONE SECOLARE Storia Conoscenze Tecniche ed esperienze vissute alle soglie del terzo millennio*, op. cit., p. 23.

¹⁴¹ Saccani - e Ferrari Amorotti, *IL BALSAMICO DELLA TRADIZIONE SECOLARE Storia Conoscenze Tecniche ed esperienze vissute alle soglie del terzo millennio*, op. cit.

un illecito penale¹⁴². Di conseguenza ci furono forti opposizioni in sede europea durante il percorso di registrazione del Regolamento CE numero 583/2009 (ABM IGP) e nazioni come Germania, Francia e Grecia tentarono di bloccare la registrazione dell'indicazione protetta, obiettando che termini come “balsamico” o “balsam vinegar” fossero ormai denominazioni generiche senza legame esclusivo con il territorio italiano¹⁴³. La giurisprudenza europea è stata ripetutamente interpellata per definire dove inizia e dove finisce la contraffazione. In particolare, il caso affrontato dal tribunale di Mannheim nel 2015 e successivamente dalla Corte di Giustizia dell'Unione Europea (causa C-432/18) che ha visto opporsi il «Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena» all'azienda tedesca Balema GmbH in merito all'utilizzo di etichette recanti la dicitura “Deutscher Balsamico”¹⁴⁴. In merito, il 4 dicembre 2019 la Corte di Giustizia dell'Unione Europea si è pronunciata sempre sullo stesso quesito, la sentenza ha stabilito che la tutela conferita dalla normativa europea riguarda esclusivamente la denominazione globale “Aceto Balsamico di Modena” nel suo complesso, poiché è questa dicitura a godere di riconoscimento, non estendendosi ai singoli termini non geografici che la compongono. I giudici hanno quindi decretato che le parole “aceto” e “balsamico”, così come le loro traduzioni e combinazioni, sono da considerarsi elementi generici e liberamente riproducibili. Il termine “aceto” è stato inquadrato come vocabolo di uso comune, mentre “balsamico” è stato classificato come un semplice aggettivo impiegato abitualmente per designare un condimento caratterizzato da un gusto

¹⁴² Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., p. 140.

¹⁴³ Klaus, «Scope of Protection of the Protected Geographical Indication ‘Aceto Balsamico Di Modena’: The Ghosts of the Past Return», op. cit., p. 160.

¹⁴⁴ Torelli, V. (2016), « “Balsamico” is the taste of Modena and Reggio Emilia only », in *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, a. 11, n. 6, Oxford Academic, p. 409.

agrodolce. Ne consegue che, per supportare tale tesi, i magistrati hanno evidenziato come i medesimi termini compaiano liberamente anche in altre due denominazioni italiane protette (ABTM e ABTRE), senza che ciò pregiudichi la protezione all' ABM IGP in casi di illecita evocazione della denominazione completa¹⁴⁵.

¹⁴⁵ Dell'Orefice, «La Corte Ue boccia l'Italia: Igp Modena tutelata ma “aceto” e “balsamico” sono riproducibili - Il Sole 24 ORE», op. cit.

Capitolo 3

TIPICITÀ E TERROIR: LA COSTRUZIONE DI UN MITO?

3.1 La Tradizione nel settore enogastronomico

3.1.1 Definizione del concetto di Tradizione

La nozione di tradizione si presenta come un concetto fluido e multidisciplinare. Nella filosofia la tradizione consiste in una trasmissione acritica e passiva, completamente assente e intoccata dal cambiamento¹⁴⁶. L'antropologia evidenzia invece come tutte le tradizioni siano in realtà “inventate”, ovvero concepite per creare coesione sociale, legittimare un'istituzione, socializzare i membri di un gruppo e garantire una continuità con il passato. D'altronde, la tradizionalità si distingue dalla semplice tradizione poiché associa un oggetto e un rituale del passato che necessitano per forza di cose la presenza di un emittente e di un ricevente affinché avvenga la trasmissione¹⁴⁷. La tradizionalità percepita è invece l'associazione di un oggetto (simbolo) ad un rituale (ripetitività) ai quali (venendo dal passato) viene aggiunta una percezione individuale formata da esperienze personali o collettive¹⁴⁸.

¹⁴⁶ Gonzalez-Hemon, G. et al. (2016), «The concept of traditionality for food products», sez. Tradition in philosophy.

¹⁴⁷ ibid., sez. The anthropological tradition.

¹⁴⁸ ibid., sez. Definition of traditionality.

La percezione di un prodotto tradizionale può essere ancorata e rafforzata dall'appartenenza territoriale di un prodotto (terroir).

3.1.2 Come il consumatore percepisce la tradizionalità

La letteratura scientifica evidenzia come le persone decodifichino il costruito identitario di un prodotto enogastronomico tradizionale attraverso quattro dimensioni fondamentali. In primo luogo, i consumatori associano la tradizionalità alle abitudini e alla naturalità, identificando questi alimenti come parte della vita quotidiana o a pratiche produttive artigianali (o comunque lontane dall'industria). La seconda dimensione riguarda invece l'origine e la località, una sua decontestualizzazione spaziale ne annullerebbe il significato intrinseco perdendo di significato o creando una nuova tradizione legata ad un altro terroir. La terza dimensione si basa sulle metodologie di elaborazione, le quali devono incarnare un patrimonio gastronomico trasmesso attraverso le generazioni (rituale). L'ultima dimensione è poi rappresentata dalle proprietà sensoriali dell'alimento, molto semplicemente un prodotto deve possedere un gusto che lo renda estremamente identificabile.¹⁴⁹

Questa percezione non è però uniforme, ma varia profondamente in base al contesto geografico dipendendo probabilmente dalle differenti eredità storiche e sociali che caratterizzano i vari popoli. Come illustrato nelle ricerche condotte in Europa, si rileva una netta dicotomia tra le popolazioni del continente. I consumatori delle regioni dell'Europa

¹⁴⁹ Guerrero, L. et al. (2009), «Consumer-driven definition of traditional food products and innovation in traditional foods. A qualitative cross-cultural study», in *Appetite*, a. 52, n. 2.

meridionale tendono ad associare il concetto di tradizionalità a ideali ampi e astratti come l'eredità, la cultura, la famiglia e la storia del proprio territorio mentre le popolazioni dell'Europa centrale e settentrionale percepiscono questi prodotti concentrandosi maggiormente su aspetti pratici e utilitaristici, quali la convenienza, la salute e l'adeguatezza al consumo quotidiano¹⁵⁰. Sebbene le dinamiche e le abitudini familiari rappresentino ovunque il veicolo principale per il mantenimento delle tradizioni, la presenza o assenza di radicati sistemi di certificazione e tutela enogastronomici nel paese d'origine potrebbe avere un legame con questa differenza¹⁵¹.

La percezione della tradizionalità è fortemente modulata anche dal grado di coinvolgimento del consumatore e dal suo livello di conoscenza del prodotto. Come indicato da Pantin-Sohier¹⁵² e colleghi, l'autenticità percepita si articola attraverso tre sfaccettature fondamentali, ossia l'origine, la proiezione e la singolarità. Cioè, il consumatore valuta positivamente e ritiene autentico un prodotto quando ne riconosce l'ancoraggio naturale, quando riesce a identificarsi in esso trasferendovi una parte della propria identità e quando ne percepisce l'assoluta unicità rispetto alle normali merci standardizzate. Questa profonda connessione emotiva e cognitiva ha dirette ripercussioni sulle scelte economiche degli individui. Come hanno illustrato Gutierrez e Sabbagh¹⁵³, i consumatori associano la produzione artigianale non solo a una qualità sensoriale

¹⁵⁰ Guerrero, L. et al. (2010), «Perception of traditional food products in six European regions using free word association», in *Food Quality and Preference*, a. 21, n. 2, pp. 226–228.

¹⁵¹ *ibid.*, p. 232.

¹⁵² Pantin-Sohier, G. et al. (2015), «Innover dans le secteur traditionnel : L'importance de l'autenticité et de la typicalité perçues», in *Decisions Marketing*, a. 77.

¹⁵³ Gutierrez, L. - e Sabbagh, M. (2026), «Traditional Foods, Rural Heritage, and Market Resilience», in *Foods*, a. 15, n. 12, Multidisciplinary Digital Publishing Institute.

superiore, ma anche alla tutela dell'identità culturale e degli ambienti originari. Le persone sembrano più disposte a riconoscere ed acquistare ad un prezzo maggiore i cibi tradizionali, poiché l'acquisto è percepito come un sostegno attivo a comunità locali.

3.1.3 Il binomio tradizione-innovazione

Nonostante possa sembrare inizialmente un paradosso tradizione e innovazione non sono concetti antitetici, ma elementi complementari necessari per strutturare la società e la cultura. La tradizione si configura come un'innovazione consolidata nel tempo, poiché è il presente che agisce come un filtro selezionando le pratiche del passato da adattare ai nuovi contesti.

La cultura stessa non è infatti altro che un'invenzione derivante dalla ricombinazione deliberata di elementi simbolici preesistenti e la tradizione siano una simulazione di situazioni del passato rispondendo ad un bisogno di continuità col passato¹⁵⁴. In questo senso non è il passato che produce il presente, ma è il presente che, come un filtro, seleziona ciò che deve rimanere del passato e adattandolo alle nuove necessità contemporanee. La tradizione è quindi fluida e muta rispetto ad una moltitudine di fattori a seconda della situazione. Possono essere sia endogeni (per un'evoluzione del gruppo sociale) che esogeni (per l'incontro e la seguente ibridazione di culture diverse)¹⁵⁵.

¹⁵⁴ Gonzalez-Hemon et al., «The concept of traditionality for food products», op. cit., p. 5.

¹⁵⁵ ibid., p. 7.

Come illustrato nelle ricerche di Guerrero e colleghi, l'atteggiamento degli acquirenti appare spesso ambivalente, poiché i concetti di innovazione e tradizione vengono frequentemente percepiti come contraddittori¹⁵⁶. L'accettazione delle novità dipende molto spesso dalla preservazione dell'autenticità e della purezza del prodotto originale. I consumatori tendono ad accogliere favorevolmente le innovazioni se apportano benefici tangibili senza alterare la natura fondamentale dell'alimento, come i miglioramenti legati al packaging, alla convenienza d'uso, agli aspetti nutrizionali e salutistici e alla sicurezza alimentare¹⁵⁷. Al contrario, si rileva una forte ostilità verso le innovazioni di tipo sensoriale che modificano il gusto originale, poiché le proprietà organolettiche costituiscono un marcatore primario. Ne consegue che, se le alterazioni sono minime, l'innovazione ha maggiori probabilità di successo, mentre processi tecnologici altamente complessi innescano meccanismi di rifiuto o scetticismo da parte del pubblico¹⁵⁸.

Studi sperimentali condotti da Pantin-Sohier e colleghi¹⁵⁹ hanno dimostrato che l'innovazione influenza in modo differenziato le dimensioni dell'autenticità percepita. Cioè, la dimensione d'origine (ancoraggio alla tradizione) è influenzata positivamente da un'innovazione di packaging incrementale (es. l'uso della bottiglia rispetto alla lattina). L'unicità del prodotto viene invece stimolata

¹⁵⁶ Guerrero et al., «Consumer-driven definition of traditional food products and innovation in traditional foods. A qualitative cross-cultural study», op. cit., p. 349.

¹⁵⁷ ibid., pp. 353–354.

¹⁵⁸ Guiné, R. P. F. et al. (2021), «The duality of innovation and food development versus purely traditional foods», in *Trends in Food Science & Technology*, a. 109, p. 19.

¹⁵⁹ Pantin-Sohier et al., «Innover dans le secteur traditionnel : L'importance de l'authenticité et de la typicalité perçues», op. cit., pp. 15–16.

positivamente da un'innovazione radicale dell'aroma del prodotto a patto che il packaging rimanga tradizionale. Si conclude che per favorire la tipicità e l'atteggiamento positivo, occorre una doppia innovazione incrementale (sia packaging che aroma); per puntare sull'autenticità e sulla differenziazione, occorre invece un'innovazione radicale dell'aroma mantenendo intatto il packaging.

3.2 Il terroir come espressione della tipicità

3.2.1 Definizione e origine del concetto

Nonostante derivi dalla parola francese che indica un territorio fisico delimitato, il “terroir” inteso nella nostra accezione è molto di più. Non è un semplice spazio fisico, ma un'area geografica delimitata in cui una comunità umana genera e accumula, nel corso della propria storia, un insieme di tratti culturali, conoscenze e pratiche distintive. In poche parole, una commistione di interazione tra fattori biologici, fisici e umani¹⁶⁰. Questa combinazione di tecniche e ambiente conferisce un'originalità assoluta, tipicità al prodotto e può generare una solida reputazione per i beni originari di quell'area.

Il termine in sé è molto antico e la sua presenza è attestata in Francia fin dal 1212, ma limitatamente al vocabolario amministrativo e catastale

¹⁶⁰ Casabianca, F. et al. (2006), «Terroir et Typicité : Propositions de définitions pour deux notions essentielles à l'appréhension des Indications Géographiques et du développement durable», p. 546.

come sinonimo di territorio¹⁶¹. Durante i secoli della prima età moderna invece, l'espressione “sentir le terroir” possedeva una valenza fortemente negativa, indicando un sapore rustico, grezzo o aspro. Cioè, il gusto della terra era percepito come un difetto, tanto che si parla di un vero e proprio disgusto del terroir¹⁶².

Questa percezione è cambiata nel corso di un lungo XVIII secolo, collocabile tra il 1660 ed il 1800 a causa di nuove esigenze commerciali e sociali che spingono verso una prima narrazione identitaria dei prodotti. I negozianti iniziarono a utilizzare l'origine geografica per nobilitare e distinguere merci come il vino di Champagne, trasferendo il prestigio dal campo sociale a quello spaziale. Aiutò nella costruzione del concetto anche il fatto che i consumatori urbani, disorientati dalle frodi alimentari, iniziarono a ricercare un'autenticità che solo il legame con la natura poteva garantire¹⁶³. Un ulteriore contributo fu anche grazie ai naturalisti dell'Illuminismo che oggettivarono il legame tra terra e sapore; l'abate Rozier, nel suo «Cours complet d'agriculture» pubblicato tra gli anni 1784 e 1796, inserì per la prima volta la voce “terroir” collegandola esplicitamente alla qualità e ai sapori distintivi dei prodotti¹⁶⁴.

Nel XIX e XX secolo si consacrerà definitivamente la dimensione simbolica del termine. Pertanto, l'avvento del Romanticismo nei primi anni dell'Ottocento dotò il concetto di una forte carica emozionale trasformandolo nell'espressione del genio popolare e collegandolo al mito

¹⁶¹ Ceccarelli - e Grandi, *Typicality in History: Tradition, Innovation, and Terroir/La typicité dans l'histoire: Tradition, innovation et terroir*, op. cit., p. 24.

¹⁶² *ibid.*, p. 31.

¹⁶³ *ibid.*, pp. 32–33.

¹⁶⁴ *ibid.*, pp. 40–41.

delle antiche radici rurali¹⁶⁵. Questo lungo percorso si è concluso grazie ad una serie di leggi che tra il 1905 ed il 1935 posano le fondamenta per la costruzione della AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) e DOC rispettivamente in Italia e Francia.

3.2.2 Perché il terroir come costruito per analizzare la tipicità

Anche se a primo impatto il terroir può non sembrare un concetto che si distanzi molto rispetto al concetto di paese d'origine o di altre indicazioni geografiche ampie, le differenze sono significative.

Le etichette usate per indicare il luogo di produzione, (per esempio il cosiddetto “made in”) riflettono principalmente il perimetro nazionale o regionale di fabbricazione. Ne consegue che queste designazioni risultino meno precise, consentendo all'industria gradi più o meno ampi di libertà sia nei processi di trasformazione che nelle strategie di marketing¹⁶⁶. Ciò però dipende dal fatto che il luogo di origine generico si basa spesso su confini amministrativi, i quali possono essere facilmente aggirati¹⁶⁷. Invece di comunicare una connessione profonda, il paese di origine funge spesso da semplice euristica della disponibilità per il consumatore,

¹⁶⁵ *ibid.*, pp. 362–363.

¹⁶⁶ Charters, S. et al. (2017), «The nature and value of terroir products», in *European Journal of Marketing*, a. 51, n. 4, p. 5.

¹⁶⁷ Come citato ampiamente in precedenza, anche altre denominazioni ufficiali possono non essere sempre trasparenti al 100%, si fa riferimento al caso dell'Aceto Balsamico di Modena IGP citato nel primo capitolo di questo elaborato

risultando significativo per gli acquirenti con un basso coinvolgimento o conoscenza del prodotto¹⁶⁸.

Invece di limitarsi a una semplice connotazione spaziale o legale, il terroir definisce un alimento le cui caratteristiche sono conferite in virtù di un ecosistema unico, indissolubilmente legato al patrimonio culturale della comunità locale. Ne consegue che, mentre l'origine geografica indica semplicemente dove un bene è stato lavorato, il terroir racchiude un insieme estremamente complesso di caratteristiche di un dato contesto¹⁶⁹.

La differenza sostanziale risiede nel fatto che un prodotto autenticamente espressione di un terroir non può essere modificato per assecondare le mode del mercato senza perdere la propria essenza, mentre un bene definito unicamente dall'origine geografica offre molte possibilità di standardizzazione per le imprese¹⁷⁰. Si evince quindi come il terroir conferisca al bene una base di autenticità, laddove la mera indicazione di origine si ferma a un livello estremamente più superficiale di identificazione commerciale.

¹⁶⁸ Charters et al., «The nature and value of terroir products», op. cit., p. 16.

¹⁶⁹ Zhang, M. - e Merunka, D. (2014), «The Use of Territory of Origin as a Branding Tool», in *Global Business and Organizational Excellence*, a. 34, p. 33.

¹⁷⁰ Charters et al., «The nature and value of terroir products», op. cit., p. 32.

3.2.3 Dimensioni del terroir

Come codificate da Charters, Spielmann e Babin¹⁷¹, le dimensioni che compongono il terroir sono tre e si dividono nel modo seguente.

La prima è quella fisica o ambientale, essa racchiude l'insieme delle caratteristiche geografiche, geologiche, topografiche e climatiche, come la tipologia del suolo e la sua morfologia. D'altronde, queste specificità ambientali sono le influenze primarie della qualità, natura e gusto delle materie prime estratte in un determinato luogo.

La seconda dimensione è quella umana, che si interseca profondamente con l'ambiente fisico per plasmare l'unicità del bene di consumo finale. I prodotti legati al terroir sono sì il risultato dell'ecosistema che li produce, però è innegabile che senza le specifiche abilità artigianali e dal “savoir faire” sviluppato dalle comunità locali nel corso delle generazioni non esisterebbe il prodotto finale. Questa dimensione implica anche una continuità storica (e quindi solide tradizioni), con un trasferimento efficace delle conoscenze tra molteplici generazioni.

Oltre alla realtà fisica concreta, la differenziazione di questi beni si estende alle inconfondibili qualità edoniche, sensoriali e semiotiche conferite dal luogo di origine. Grazie alla loro natura simbolica, questi prodotti diventano icone e parte della rappresentazione di un territorio. Si spiega così come la composizione materiale del bene diventi subordinata alla sua funzione di marcatore spaziale e culturale, dotando la terra stessa

¹⁷¹ ibid., p. 46.

di una propria personalità. Quindi, questa dimensione filosofica, evoca profondi sentimenti di appartenenza e autenticità. Si conclude pertanto che l'equilibrio tra queste dimensioni possono generare un'aura di unicità dando un vantaggio competitivo di unicità ad un prodotto gastronomico.

3.2.4 Il terroir dell'abtm

In questo paragrafo si cercherà di identificare e decostruire il terroir dell'ABTM analizzando le singole dimensioni appena descritte nel paragrafo antecedente a questo.

La dimensione fisica del terroir dell'aceto modenese si fonda sulle peculiari caratteristiche ambientali e agricole del territorio dell'ex Ducato Estense. La materia prima deve derivare esclusivamente da vitigni locali coltivati come Trebbiano e Lambrusco. A questa base agricola si uniscono i fattori climatici del luogo (le escursioni termiche stagionali), i quali risultano determinanti per la maturazione nei sottotetti non coibentati proprio per esporre al massimo il prodotto a questo clima.

Successivamente, la dimensione umana, è forse una delle dimensioni più pronunciate delle tre, essa comprende la trasformazione della materia prima grezza attraverso uno specifico “saper fare” tramandato nei secoli.

Le pratiche oggi codificate sono un complesso insieme di pratiche artigianali, che iniziano con la prolungata cottura del mosto a cielo aperto e proseguono con l'invecchiamento in una batteria composta da almeno cinque botticelle di dimensioni decrescenti. Invece di rimanere una

consuetudine domestica variabile e incerta, questo patrimonio cognitivo è stato formalmente codificato prima dalla «Consorteria dell'Aceto balsamico tradizionale di Spilamberto».

L'ABTM è diventato nel tempo un'icona carica di significati edonici e sociali, utilizzata storicamente come segno di prestigio e dono esclusivo tra le classi nobiliari e borghesi. La narrazione del bene fa largo uso di uno storytelling che proietta le origini del liquido in un mitizzato passato medievale e poi rinascimentale, rievocando le figure di Matilde di Canossa e dei Duchi d'Este. Il testo normativo proietta l'oggetto del mercato contemporaneo in un passato funzionale a generare un'illusione di perfetta purezza dell'origine. Creando questo passato fittizio si opera quindi una vera e propria separazione temporale¹⁷². Sin dal Medioevo, infatti, "balsamico" designava un insieme variegato di aceti di diversi tipi (anche di vino) arricchiti con spezie o erbe; il disciplinare moderno compiendo questa restrizione semantica, cancella questo passato eterogeneo per far coincidere la tradizionalità esclusivamente con la purezza del mosto d'uva¹⁷³. La stessa ampolla di Giugiaro non è un semplice contenitore estetico ma un mezzo semiotico del terroir. L'obbligo di utilizzare un'unica bottiglia standardizzata cancella per grandissima parte l'identità visiva del singolo produttore a favore del simulacro collettivo tutelato dalle istituzioni, materializzando visivamente la conversione della tradizione locale in un monopolio industriale.

¹⁷² Puca, D. (2021), «European Politics of Food Origin. A Semiotic Analysis of Geographical Indications», in *Law and Visual Jurisprudence*, Springer Nature, sez. 5.3 The terroir construction, as an origin precondition.

¹⁷³ Magagnoli, «L'invenzione "industriale" della tradizione: il cartello dell'Aceto balsamico tradizionale di Modena», op. cit.

3.3 Aceto Balsamico di Modena IGP: problema o occasione per l'ABT?

3.3.1 “Avatar” un paradigma di storia economica

Il termine deriva dalla tradizione induista, nella quale indica le molteplici incarnazioni terrene di un'entità divina per rendersi accessibile agli esseri umani¹⁷⁴. Applicandolo all'economia agroalimentare, l'avatar rappresenta l'incarnazione industriale di un prodotto tipico originale, il quale nella sua essenza tradizionale risulta inaccessibile alla maggioranza delle persone a causa dei costi elevati e delle quantità limitate¹⁷⁵.

Ossia, l'avatar si configura come una copia o un'imitazione seriale che colma lo scollamento tra la qualità materiale delle materie prime e la rappresentazione simbolica del bene. Pertanto, esso costituisce un metaprodotto in cui la tipicità viene separata dall'originale e reincorporata in un bene sostitutivo permanente, capace di posizionarsi in segmenti di mercato inferiori ma pur sempre dotati di grande prestigio¹⁷⁶.

Quali sono però le sue caratteristiche e la struttura dell'avatar? La genesi di questo costrutto identitario si collochi all'esatta intersezione tra due processi apparentemente antitetici quelli innovativi e quelli imitativi. Ciò però dipende dal fatto che il prodotto tipico originale soffre di una carenza strutturale cronica sul lato dell'offerta, essendo vincolato a rigidi

¹⁷⁴ Ceccarelli - e Grandi, *Typicality in History: Tradition, Innovation, and Terroir/La typicité dans l'histoire: Tradition, innovation et terroir*, op. cit., p. 71.

¹⁷⁵ Magagnoli, S. et al. (2010), «Avatar: un modello storico-economico per i prodotti tipici», in *Economia e territorio*, Parma, p. 50.

¹⁷⁶ Ceccarelli - e Grandi, *Typicality in History: Tradition, Innovation, and Terroir/La typicité dans l'histoire: Tradition, innovation et terroir*, op. cit., p. 77.

disciplinari e al ristretto perimetro del terroir che ne limitano la produzione seppur in modi differenti¹⁷⁷. L'industria agroalimentare supera questo limite creando varianti che utilizzano procedimenti semplificati, tecnologie moderne e materie prime differenti, riducendo drasticamente i costi e i tempi di realizzazione¹⁷⁸.

Detto questo, la caratteristica fondamentale dell'avatar è la capacità di mimetizzarsi con il prodotto tipico originale: pur essendo frutto di una filiera industriale non artigianale, esso possiede e sfrutta le qualità simboliche del prodotto originale. Le imprese agroalimentari si appropriano del mito gastronomico del bene autentico, costruendo una potente narrazione identitaria che fa leva sulla storia, sulla tradizione e sul senso di esclusività, anche quando tali elementi sono in realtà completamente scomparsi dalle pratiche materiali di trasformazione portando con sé anche una differenziazione organolettica¹⁷⁹.

Lo scopo principale di questa operazione in termini strategici è la democratizzazione del lusso. L'immissione di enormi quantità di prodotto a prezzi contenuti consente a vasti strati della popolazione di imitare i modelli di consumo delle classi superiori, appagando il desiderio di status sociale attraverso il mero acquisto di segni e di suggestioni¹⁸⁰. Ne consegue che l'avatar garantisce alle aziende margini di profitto straordinari e funge da potente motore per lo sviluppo dell'intera economia manifatturiera locale, la quale non potrebbe sopravvivere basandosi

¹⁷⁷ Magagnoli et al., «Avatar: un modello storico-economico per i prodotti tipici», op. cit., p. 51.

¹⁷⁸ Grandi - e Magagnoli, «Contrefaçon ou démocratisation du luxe? Les avatars du Vinaigre balsamique de Modène», op. cit., pp. 232–233.

¹⁷⁹ Magagnoli, «Eating tradition: Typical products, distinction and the myth of memory», op. cit., p. 156.

¹⁸⁰ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., p. 171.

unicamente sulle vendite del prodotto tradizionale di nicchia¹⁸¹. Tuttavia, questo può portare a suggestionare i consumatori portandoli a pensare che le caratteristiche organolettiche dell'avatar siano quelle del prodotto originale. Se è vero, infatti, che l'Avatar acquisisce l'aura suggestiva del prodotto originale e questa differenza non viene colta, il consumatore penserà di aver gustato il prodotto originale. Creando questa falsa impressione da parte del consumatore l'imprinting del gusto dell'imitazione, finendo col tempo per non apprezzare più le reali caratteristiche del prodotto autentico, le quali risultano spesso molto distanti da quelle dell'avatar¹⁸². Si conclude così che l'avatar può diventare il vero prodotto e le sue caratteristiche organolettiche le vere caratteristiche organolettiche permettendo al consumatore di valorizzare lo status sociale di accedere alla dimensione simbolica del prodotto¹⁸³.

3.3.2 L'ABM è un Avatar?

Come si è potuto intuire, è l'ABM l'avatar industriale dell'ABTM poiché sfrutta la medesima narrazione identitaria e il medesimo immaginario (storia e significati simbolici dell'ABTM), pur essendo frutto di un processo industriale e nemmeno totalmente autentico al terroir. Ciò però dipende dal fatto che il mercato richiede il consumo di un prodotto legato simbolicamente al terroir modenese, che l'ABTM non può fisicamente

¹⁸¹ Grandi - e Magagnoli, «Contrefaçon ou démocratisation du luxe? Les avatars du Vinaigre balsamique de Modène», op. cit., p. 234.

¹⁸² ibid.

¹⁸³ Magagnoli, «Eating tradition: Typical products, distinction and the myth of memory», op. cit., p. 165.

soddisfare a causa delle sue caratteristiche produttive elencate nel primo capitolo.

La presenza dell'avatar ha generato una complessa e tacita alleanza tra il mondo artigianale e quello industriale. Cioè, l'industria ha assoluto bisogno che l'ABTM mantenga intatta la sua purezza e la sua dimensione simbolica, fungendo da ombrello reputazionale per vendere più efficacemente i propri enormi volumi sul mercato globale. D'altronde, i piccoli produttori di ABTM ottengono in cambio un prezioso accesso ai canali distributivi grazie all'intermediazione degli attori industriali.

Questo è possibile osservarlo nella complessa e travagliata storia recente che ha coinvolto le realtà associative del mondo del balsamico. Nonostante ce ne siano molteplici, non sono (nel presente) in conflitto tra loro, anzi sembra che si stia creando sempre di più un ambiente di collaborazione fra di esse. Un esempio ne è il progetto, non ancora avviato, della creazione di un consorzio terre del balsamico per aumentare ancora di più la sinergia tra consorzi di ABTM e ABM¹⁸⁴. Anche i momenti di conflitto tra queste istituzioni (descritti da Magagnoli come "guerra del balsamico"¹⁸⁵) sembrano rientrare nella logica del modello storico-economico dell'avatar. L'errore commesso dal vecchio consorzio incaricato dal MiPAAF non fu infatti quello di voler legittimare un prodotto Avatar dell'ABTM (che fu poi legittimato dall'IGP pochi anni dopo) ma fu far prevalere solo l'ABM, mettendo a repentaglio l'equilibrio

¹⁸⁴ 30° Consorzio ABM, presentato il progetto congiunto «Terre del Balsamico» (2023), in *Fondazione Qualivita*; NASCE TERRE DEL BALSAMICO, IL CONSORZIO DI SECONDO GRADO CHE RIUNISCE L'ACETO BALSAMICO DI MODENA IGP E L'ACETO BALSAMICO TRADIZIONALE DI MODENA DOP (2023).

¹⁸⁵ Magagnoli - e Verratti, *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*, op. cit., pp. 204–205.

e la sinergia tra i due prodotti e di conseguenza la legittimazione di tutto il settore.

CONCLUSIONI

Problematicità della storia: aristocrazia e ducato troppo elitari per condividere le conoscenze balsamiche, solo con la borghesia il prodotto si è aperto.

In questo elaborato abbiamo cercato di ricostruire i meccanismi sottesi allo storytelling e alla costruzione identitaria dell'aceto balsamico, cercando di comprenderne al meglio le sue caratteristiche di tradizionalità, tipicità e l'appartenenza territoriale. L'analisi ha richiesto innanzitutto una mappatura normativa e sensoriale nel primo capitolo per distinguere chiaramente l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP, l'Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, evidenziando profonde differenze sia nei volumi produttivi che nel valore economico al consumo. Successivamente, abbiamo ripercorso la complessa evoluzione storica del comparto, rintracciando come un prodotto inizialmente elitario e ducale si sia progressivamente aperto al mercato borghese in epoca napoleonica, fino a giungere alle tappe fondamentali della codificazione ottocentesca di Francesco Aggazzotti e alle recenti controversie legali sia consorziali del territorio sia europee sulla genericità del termine "balsamico". Questo cammino ci ha condotti nel terzo capitolo a decostruire i concetti di terroir e di invenzione della tradizione, applicando infine il modello storico-

economico dell'avatar gastronomico per decifrare il legame simbiotico tra la nicchia artigianale del tradizionale e la grande dimensione industriale dell'IGP.

Il principale risultato a cui siamo giunti mette profondamente in discussione l'assunto secondo cui l'eccellenza del comparto risieda in un passato rurale immutato, offrendo le basi per una riflessione sul rapporto dinamico tra innovazione e tradizione. La tradizione non è un blocco statico, ma un processo fluido in cui il presente agisce come un filtro rispetto alle pratiche del passato. L'innovazione tecnologica e microbiologica, anziché snaturare il prodotto, ha permesso di perfezionare e complessi processi fermentativi che fino a poco tempo fa erano comandati da regole domestiche approssimative, traducendo l'antica consuetudine in una qualità scientificamente certificabile. Come abbiamo visto, persino pilastri considerati storici, come la tecnica dei rinalzi annuali, mostrano possibili contaminazioni esogene mutate storicamente da sistemi enologici stranieri. La stessa tradizionalità dell'ABTM DOP viene oggi costantemente rinegoziata e protetta attraverso strumenti modernissimi di design e comunicazione, come l'iconica bottiglia di Giugiaro, dimostrando che la tradizione per sopravvivere e mantenere il suo alto valore simbolico ha strutturalmente bisogno dell'innovazione e delle tutele legali contemporanee.

Dall'analisi emergono alcuni punti che potrebbero rendere vulnerabile il futuro del comparto, in particolare il concetto economicamente trainante, l'Aceto Balsamico di Modena IGP. Se da un lato l'avatar industriale ha permesso la democratizzazione del lusso e ha generato una straordinaria spinta all'export protetta dall'ombrello reputazionale del

tradizionale, dall'altro lato si evidenzia il rischio di un appiattimento percettivo nel consumatore, il quale potrebbe confondere i tratti organolettici dell'imitazione industriale non ricercando più la complessità organolettica offerta dall'ABTM. Inoltre, le recenti sentenze della Corte di Giustizia dell'Unione Europea, sancendo la riproducibilità dei termini generici "aceto" e "balsamico", potrebbero aprire la strada a forti sfide competitive sui mercati internazionali. In una prospettiva futura, la salvaguardia e lo sviluppo del distretto non risiedono dunque nel conflitto, ma nel consolidamento di quella tacita alleanza strategica tra industria e artigianato. Progetti istituzionali recenti come "Terre del Balsamico" indicano che la strada da percorrere è proprio quella di una crescente sinergia consorziale, capace di tutelare la purezza della nicchia tradizionale e, al contempo, valorizzare la forza commerciale globale dell'alleato industriale, garantendo la resilienza economica dell'intero territorio emiliano.

Concludendo, se c'è un singolo elemento che il presente elaborato ha mostrato è come l'idealizzazione del passato possa sì essere un efficace e interessante elemento da inserire nello storytelling, ma la ricerca della perfetta tradizione non deve diventare l'ossessione dei produttori e degli addetti ai lavori del settore. L'Aceto Balsamico si è sempre evoluto, e non solo l'ABM, ma anche l'ABTM. Prima dell'Aggazzotti non si può dire con certezza che l'aceto balsamico (o ancora meglio gli aceti balsamici) fosse fatto al 100% con il mosto d'uva cotto; Anzi, forse è più probabile il contrario. Il passato bucolico tanto idealizzato è anche un tempo senza conoscenze scientifiche per quello che riguarda i processi microbiologici essenziali alla produzione del Balsamico. Essendo un processo delicato, è molto probabile che il prodotto disponibile a noi oggi non sia mai stato

così stabile sotto tutti i punti di vista, dalla sicurezza alimentare, alle caratteristiche organolettiche. Attenzione, è legittimo usare di una storia per motivi di marketing ma d'altra parte si dovrebbe anche dare più credito all'evoluzione avvenuta ad oggi e all'innovazione futura del prodotto. Se comprendere e celebrare le proprie radici resta fondamentale, la storia di questo comparto dimostra che la tradizione è un processo in continuo divenire, che impone di guardare avanti per orientare con consapevolezza il proprio futuro.

BIBLIOGRAFIA

30° Consorzio ABM, presentato il progetto congiunto «Terre del Balsamico»

2023 in *Fondazione Qualivita*.

Aceto Balsamico - Bottle

s.d. tratto da

<<https://www.giorgettofabriziogiugiaro.it/projects/industrial/aceto-balsamico-bottle>>, ultimo accesso 28 giugno 2026.

Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP: 2026 con numeri record

2026 tratto da <<https://www.qualivita.it/news/aceto-balsamico-tradizionale-di-modena-dop-il-2026-si-apre-con-numeri-record/>>, ultimo accesso 19 giugno 2026.

Aceto Balsamico Tradizionale Modena DOP: la bottiglia all'ADI Museum

2025 tratto da <<https://www.qualivita.it/news/la-bottiglia-di-aceto-balsamico-tradizionale-di-modena-dop-di-giugiaro-alladi-design-museum/>>, ultimo accesso 24 giugno 2026.

Alberto Grandi e le sue dichiarazioni sulla carbonara

2023 Rai.

Biondi, A. et al.

1995 *Modena napoleonica nella Cronaca di Antonio Rovatti. L'Albero della Libertà 1796-1797*, Fondazione Cassa di Risparmio di Modena - Amilcare Pizzi, Cinisello Balsamo, Milano.

Casabianca, F. et al.

2006 «Terroir et Typicité : Propositions de définitions pour deux notions essentielles à l'appréhension des Indications Géographiques et du développement durable», pp. 544–551.

Ceccarelli, G. - e Grandi, A.

2013 *Typicality in History: Tradition, Innovation, and Terroir/La typicité dans l'histoire: Tradition, innovation et terroir*, Peter Lang.

Charters, S. et al.

2017 «The nature and value of terroir products», in *European Journal of Marketing*, a. 51, n. 4, pp. 1–48.

Chen, F. et al.

2025 «The Theory and Practice of Sensory Evaluation of Vinegar: A Case of Italian Traditional Balsamic Vinegar», in *Foods*, a. 14, n. 5, Basel, Switzerland, p. 893.

Cimagalli, F.

2011 «Identità, territorio e prodotti tipici», in *Turismo e Psicologia*, a. 4/1, Padova University Press, pp. 386–394.

Consorteria – Consorteria dell’Aceto Balsamico Tradizionale di Modena
s.d.

Coppini, D. et al.

1973 «Osservazioni sull’aceto balsamico di Modena», in *ATTI DELLA SOCIETÀ DEI NATURALISTI E MATEMATICI DI MODENA*, a. 104, pp. 137–142.

Decreto Ministeriale 3 dicembre 1965. Caratteristiche di composizione e modalità di preparazione dell’“Aceto balsamico di Modena” in Gazzetta Ufficiale n. 306 del 9-12-1965

s.d.

Dell’Orefice, G.

2019 «La Corte Ue boccia l’Italia: Igp Modena tutelata ma “aceto” e “balsamico” sono riproducibili - Il Sole 24 ORE», in *Il Sole 24 ORE*.

Disciplinare di produzione della denominazione di origine protetta «Aceto Balsamico tradizionale di Reggio Emilia» in Gazzetta Ufficiale Serie Generale n.124 del 30-05-2000

s.d.

Disciplinare produzione Aceto Balsamico Tradizionale di Modena in Gazzetta Ufficiale Serie Generale n.124 del 30-5-2000

s.d.

Falcone, P. M. et al.

2017 «Rheological properties of traditional balsamic vinegar: New insights and markers for objective and perceived quality», in *International Journal of Food Studies*, a. 6, n. 1, ISEKI_Food Association (IFA).

Fangarezzi, R. (a cura di)

2011 «Francesco Aggazzotti primo sindaco di Formigine nell'Italia unita. Viticoltore, imprenditore agricolo», in *Terra e Identità*, Modena.

FONDAZIONE QUALIVITA: mission

s.d. tratto da <<https://www.qualivita.it/mission/>>, ultimo accesso 4 luglio 2026.

Giudici, P. et al.

2009 «Technological and Microbiological Aspects of Traditional Balsamic Vinegar and Their Influence on Quality and Sensorial Properties», in *Advances in Food and Nutrition Research*, Elsevier.

2015 *Balsamic Vinegars: Tradition, Technology, Trade*, Springer International Publishing.

Gonzalez-Hemon, G. et al.

2016 «The concept of traditionality for food products».

Grandi, A. - e Magagnoli, S.

2013 «Contrefaçon ou démocratisation du luxe? Les avatars du Vinaigre balsamique de Modène», in S. Nadège (a cura di), *Luxes et internationalisation (XVIe-XIXe siècles)*, Editions Alphil-Presses Universitaires Suisses, Neuchâtel.

Greci, R.

2002 «Aceto e aceto balsamico tra antichità e medioevo», in *ECONOMIA AGRO-ALIMENTARE*, n. 2002/1, FrancoAngeli Editore.

Guerrero, L. et al.

2009 «Consumer-driven definition of traditional food products and innovation in traditional foods. A qualitative cross-cultural study», in *Appetite*, a. 52, n. 2, pp. 345–354.

2010 «Perception of traditional food products in six European regions using free word association», in *Food Quality and Preference*, a. 21, n. 2, pp. 225–233.

Guiné, R. P. F. et al.

2021 «The duality of innovation and food development versus purely traditional foods», in *Trends in Food Science & Technology*, a. 109, pp. 16–24.

Gutierrez, L. - e Sabbagh, M.

2026 «Traditional Foods, Rural Heritage, and Market Resilience», in *Foods*, a. 15, n. 12, Multidisciplinary Digital Publishing Institute, p. 2051.

Klaus, B.

2019 «Scope of Protection of the Protected Geographical Indication ‘Aceto Balsamico Di Modena’: The Ghosts of the Past Return», in *European Food and Feed Law Review*, a. 14, n. 2, Lexxion Verlagsgesellschaft mbH, pp. 160–173.

L’Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP: eccellenza italiana certificata Kiwa

2021 tratto da <<https://www.kiwa.com/it/it/news-eventi/2021/certificazione-dop-abtm/>>, ultimo accesso 30 giugno 2026.

Magagnoli, S.

2005 «L’invenzione “industriale” della tradizione: il cartello dell’Aceto balsamico tradizionale di Modena», in *Food and History*, a. 3, n. 1, Brepols, Tours, pp. 225–263.

2010 «Avatar: un modello storico-economico per i prodotti tipici», in *Economia e territorio*, Parma, pp. 50–55.

2018 «Eating tradition: Typical products, distinction and the myth of memory», in *Global Environment: A Journal of History and Natural and Social Sciences*, a. 11, n. 1, The white horse press, pp. 154–172.

Magagnoli, S. - e Verratti, S.

2017 *Il Mito Della Memoria Balsamico Tradizionale di Modena*,
Edizioni Artestampa.

MINISTERO DELL'AGRICOLTURA, DELLA SOVRANITA'
ALIMENTARE E DELLE FORESTE

s.d. «Modifiche ordinarie al disciplinare di produzione
indicazione geografica protetta (IGP) “Aceto balsamico di Modena”,
(25A00595), DECRETO 22 gennaio 2025 in GU del 3-2-2025».

Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste
(MASAF)

2025 «DECRETO 22 gennaio 2025 Modifiche ordinarie al disciplinare
di produzione indicazione geografica protetta (IGP) “Aceto balsamico di
Modena”».

MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE ALIMENTARI E
FORESTALI

2009 «DECRETO 16-10-2009 Riconoscimento del Consorzio per la
tutela della DOP “Aceto Balsamico Tradizionale di Modena” e
attribuzione dell'incarico a svolgere le funzioni di cui all'articolo 14,
comma 15, della legge 21 dicembre 1999, n. 526».

Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali

s.d. «Decreto Ministeriale del 16 dicembre 2013 pubblicato in Gazzetta Ufficiale n.3 del 4-1-2014, DISCIPLINARE DI PRODUZIONE “ACETO BALSAMICO TRADIZIONALE DI REGGIO EMILIA” DENOMINAZIONE DI ORIGINE PROTETTA.»

MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE E FORESTALI

s.d. «Istituzione della commissione tecnica di garanzia per l’esercizio del diritto a rivendicare la denominazione di origine protetta “Aceto balsamico tradizionale di Modena”, Decreto ministeriale 30-07-2002 in GU n.189 del 13-08-2002».

NASCE TERRE DEL BALSAMICO, IL CONSORZIO DI SECONDO GRADO CHE RIUNISCE L’ACETO BALSAMICO DI MODENA IGP E L’ACETO BALSAMICO TRADIZIONALE DI MODENA DOP

2023.

Pantin-Sohier, G. et al.

2015 «Innover dans le secteur traditionnel : L’importance de l’authenticité et de la typicalité perçues», in *Decisions Marketing*, a. 77, pp. 63–84.

Puca, D.

2021 «European Politics of Food Origin. A Semiotic Analysis of Geographical Indications», in *Law and Visual Jurisprudence*, Springer Nature.

Regolamento (CEE) n. 2081/92 del Consiglio, del 14 luglio 1992, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli ed alimentari

1992.

Rosati, M. et al. (a cura di)

2011 *Rapporto 2011 sulle produzioni agroalimentari italiane DOP IGP STG*, ISMEA, Fondazione Qualivita, Siena.

(a cura di)

2016 *RAPPORTO 2015 SULLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI E VITIVINICOLE ITALIANE DOP IGP STG*, ISMEA, Fondazione Qualivita, Siena.

(a cura di)

2017 *RAPPORTO 2016 SULLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI E VITIVINICOLE ITALIANE DOP IGP STG*, ISMEA, Fondazione Qualivita, Siena.

Rosati, M. - e Del Bravo, F. (a cura di)

2021 *Rapporto ISMEA - Qualivita 2021 SULLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI E VITIVINICOLE ITALIANE DOP, IGP E STG*, ISMEA, Fondazione Qualivita, Siena.

(a cura di)

2025 *RAPPORTO ISMEA - QUALIVITA 2025 sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG*, ISMEA, Fondazione Qualivita, Siena.

Saccani, F. - e Ferrari Amorotti, V. (a cura di)

1999 *IL BALSAMICO DELLA TRADIZIONE SECOLARE Storia Conoscenze Tecniche ed esperienze vissute alle soglie del terzo millennio*, Edizioni Artestampa.

Soffiati, D. - e Grandi, A.

2024 *La cucina italiana non esiste: Bugie e falsi miti sui prodotti e i piatti cosiddetti tipici*, Edizioni Mondadori.

Solieri, L. - e Giudici, P.

2009 *Vinegars of the World*, Springer, Milano.

Torelli, V.

2016 «“Balsamico” is the taste of Modena and Reggio Emilia only», in *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, a. 11, n. 6, Oxford Academic, pp. 408–410.

Torri, L. et al.

2017 «Consumer perception of balsamic vinegar: A cross-cultural study between Korea and Italy», in *Food Research International*, a. 91, pp. 148–160.

Zeppa, G. et al.

2013 «Descriptive sensory analysis of Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP and Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia DOP», in *Journal of the Science of Food and Agriculture*, a. 93, n. 15, pp. 3737–3742.

Zhang, M. - e Merunka, D.

2014 «The Use of Territory of Origin as a Branding Tool», in *Global Business and Organizational Excellence*, a. 34.

INDICE

INTRODUZIONE	4
CAPITOLO 1 DEFINIRE L'ACETO BALSAMICO: TIPOLOGIE E DIFFERENZE	8
1.1 ABTM DOP: Disciplinare	8
1.1.1 Produzione	9
1.1.2 Controllo qualità	11
1.1.3 Imbottigliamento ed etichettatura	12
1.1.4 Claim della tradizionalità ed appartenenza al territorio.....	14
1.2 ABTRE DOP: disciplinare.....	15
1.2.1 Produzione	15
1.2.2 Controllo qualità	16
1.2.3 Imbottigliamento ed etichettatura	17
1.3 ABM IGP: Disciplinare	18
1.3.1 Produzione	19
1.3.2 Controllo qualità	21
1.3.3 Imbottigliamento ed etichettatura	22
1.3.4 Claim della tradizionalità ed appartenenza al territorio.....	23
1.4 Differenze tra i prodotti della “famiglia del balsamico”.....	24
1.4.1 Proprietà sensoriali.....	28
1.4.2 Perché il focus sull'ABTM	31
CAPITOLO 2 STORIA DELL'ABTM: DALL'ORIGINE ALLA CONTEMPORANEITÀ.....	34
2.1 Premesse sulla ricerca storiografica riguardante l'ABTM	34
2.2 Dall'antichità agli antichi romani	35

2.3 Medioevo.....	36
2.4 Legame con i duchi Estensi	37
2.5 “Dispersioni” Napoleoniche: l’aceto balsamico diventa bene di commercio.....	40
2.6 L’800: Dalla Borghesia modenese alla grande distribuzione	41
2.6.1 I manoscritti del conte Gallesio	42
2.6.2 Lettere dell’Avvocato Aggazzotti.....	45
2.6.3 Partecipazioni a grandi esposizioni nazionali e internazionali	47
2.6.4 I primi tentativi di industrializzare il balsamico	48
2.7 Dal 900 ad Oggi	51
2.7.1 Le prime ricerche scientifiche sul prodotto	51
2.7.2 Il Boom economico, la prima disciplina legale del prodotto e la nascita della Consorteria	53
2.7.3 Ottenimento della DOC e nascita del primo Consorzio	55
2.7.4 La “Guerra del Balsamico”	57
2.7.5 Controversie legali dalla seconda metà degli anni ’10 del 2000 ad oggi.....	60
2.8 Come e quando l’“Aceto” è diventato “Balsamico”	61
2.8.1 Origine del termine “balsamico” e prima associazione all’aceto	61
CAPITOLO 3 TIPICITÀ E TERROIR: LA COSTRUZIONE DI UN MITO?	65
3.1 La Tradizione nel settore enogastronomico	65
3.1.1 Definizione del concetto di Tradizione.....	65
3.1.2 Come il consumatore percepisce la tradizionalità	66
3.1.3 Il binomio tradizione-innovazione.....	68
3.2 Il terroir come espressione della tipicità	70
3.2.1 Definizione e origine del concetto	70
3.2.2 Perché il terroir come costruito per analizzare la tipicità	72
3.2.3 Dimensioni del terroir	74
3.2.4 Il terroir dell’abtm.....	75

3.3 Aceto Balsamico di Modena IGP: problema o occasione per l'ABT?.....	77
3.3.1 “Avatar” un paradigma di storia economica.....	77
3.3.2 L'ABM è un Avatar?	79
CONCLUSIONI.....	82
BIBLIOGRAFIA.....	86
INDICE	98