



LIGNES DIRECTRICES CONCERNANT L'ÉTIQUETAGE

de l'ACETO BALSAMICO DI MODENA IGP

mai 2024

CONSIDÉRATIONS PRÉLIMINAIRES

Ce document a pour objet de résumer les éléments nécessaires à la rédaction des étiquettes de l'Aceto Balsamico di Modena IGP (Vinaigre Balsamique de Modène), en reprenant à la fois les éléments actuellement obligatoires et la formalisation des principes interprétatifs adoptés lors de l'évaluation des étiquettes soumises à la procédure d'autorisation prévue par le plan des contrôles.

Ces lignes directrices ont une valeur interprétative des réglementations spéciales applicables au Vinaigre Balsamique de Modène (VBM), en particulier en ce qui concerne le règlement UE n° 2024/1143, le règlement CE 583/09, le règlement UE 2023/512, le cahier des charges de production du VBM et le plan des contrôles correspondant, ainsi que les différentes notes ministérielles, circulaires et décisions émises au fil du temps depuis l'enregistrement de l'appellation.

La nature même du document indique clairement que son contenu n'est ni exhaustif ni définitif ; par conséquent, il peut être complété ou modifié si l'interprétation qui en est donnée se révèle dépassée. Le *Consorzio di Tutela* (Consortium de protection) est en droit de demander des avis interprétatifs au ministère en charge en cas de doute.

CHAMP D'APPLICATION

L'autorisation des étiquettes de VBM prévue par le plan des contrôles, fourni par le Consortium de protection, concerne exclusivement les dispositions particulières relatives à l'étiquetage de VBM et n'inclut pas la régularité de l'étiquette dans son ensemble par rapport à toutes les réglementations, nationales et européennes, applicables en la matière.

Pour les changements motivés exclusivement par des adaptations réglementaires obligatoires qui ne relèvent pas du champ d'application des présentes lignes directrices, les modalités et le calendrier pour procéder aux nouvelles approbations nécessaires seront communiqués au cas par cas.

Les critères utilisés pour les étiquettes, qui seront détaillés aux sections suivantes, s'étendent à tous les modes de communication aux consommateurs tels que les brochures, le matériel de foire, les sites Internet et les réseaux sociaux, pour lesquels aucune approbation préalable ne sera nécessaire mais qui peuvent cependant faire l'objet de contrôles.





ÉLÉMENTS RÉGLEMENTÉS

Appellation

1. L'appellation enregistrée est « *Aceto Balsamico di Modena* »: elle doit figurer au moins une fois en italien ;
2. Elle doit être complète, n'être altérée dans aucune de ses parties et donner une impression d'unité globale ;
3. Différents caractères et orientations sont autorisés, à condition que l'appellation figure au moins une fois dans une orientation linéaire (au recto ou au verso) ;
4. La mention « *Indicazione Geografica Protetta* » (Indication Géographique Protégée) dans sa forme complète ou son acronyme « IGP » doit toujours suivre l'appellation en italien ;
5. Les traductions de l'appellation enregistrée, par exemple *Vinaigre Balsamique de Modène*, sont autorisées mais dans ce cas, la traduction ne peut pas être suivie de la mention visée au point 4 ou de son acronyme ;
6. La traduction de la mention visée au point 4 ou de son acronyme, par exemple PGI (Protected Geographical Indication), est autorisée, mais uniquement à la suite de l'appellation en italien « *Aceto Balsamico di Modena PGI* » (voir le règlement UE 2024/1143 art. 37, point 6).

Symbole européen

1. Le symbole européen est obligatoire (règlement UE 2024/1143, art. 37, point 2, lettre b et règlement UE 664/2014 art. 2) ;
2. Il doit figurer dans le même champ visuel que l'appellation en italien avec sa mention (règlement UE 2024/1143 art. 37, point 3) ;
3. Les règles d'utilisation et le pantone graphique sont disponibles sur le lien suivant :

http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/logos/index_en.htm.

Nom du producteur

1. L'indication du nom du producteur (élaboreur) est obligatoire, ainsi que le prévoit le règlement UE 2024/1143 art. 37, point 5, premier paragraphe. Sans préjudice de développements ultérieurs de cette norme, cette obligation, aux fins de l'approbation de l'étiquette, est considérée comme remplie dès lors que le nom du producteur y figure une seule fois.



2. Ainsi que cela figure dans ce même article, au quatrième paragraphe « *Les produits agricoles et les boissons spiritueuses commercialisés en tant qu'indication géographique et étiquetés avant le 14 mai 2026 peuvent continuer à être mis sur le marché sans respecter l'obligation d'indiquer le nom du producteur ou de l'opérateur dans le même champ visuel que l'indication géographique, jusqu'à l'épuisement des stocks existants* ».

Siège de l'usine

1. L'adresse complète du **site d'embouteillage** doit également figurer sur l'emballage ; pour les pays où la réglementation nationale ne prévoit pas cette obligation, elle peut être indiquée avec le code attribué par CSQA à l'emballer, par exemple *Site d'embouteillage : N° CSQA XXXXXX*. L'indication peut être traduite dans la langue du pays de destination. Rappelons que le n° CSQA est toujours composé de 6 chiffres, dont le dernier identifie le siège opérationnel.
2. Rappelons également que le règlement UE 1169/2011 oblige à indiquer le nom, ou la raison sociale, et l'adresse de l'opérateur responsable de l'information sur le produit.

Mention ministérielle

1. La présentation du produit doit également porter la mention « *Certificato da Organismo di Controllo autorizzato dal Ministero competente* » accompagnée du mot ITALIA ou du drapeau italien, comme le suggère le manuel d'utilisation fourni par le ministère italien de l'Agriculture, de la Souveraineté alimentaire et des Forêts (MASAF) ; ce même document propose plusieurs versions recommandées pour cette mention. Cette mention peut être traduite dans les langues des pays de destination du produit.

Vieillessement

1. Un produit vieilli pendant au moins trois ans et certifié comme tel peut être étiqueté comme « **invecchiato** » (vieilli) (éventuellement traduit) ;
2. Une référence à la période minimale de vieillissement peut être ajoutée à la mention visée au point 1, éventuellement traduite dans la langue de destination du produit. Ci-après figurent quelques exemples considérés comme acceptables :
 - Invecchiato 3 anni (Vieilli 3 ans) ;
 - Invecchiato almeno 3 anni (Vieilli au moins 3 ans) ;
 - Invecchiato per un periodo minimo di 3 anni (Vieilli pendant une durée minimale de 3 ans) ;
 - Invecchiato oltre 3 anni (Vieilli plus de 3 ans).



Adjectifs et chiffres

1. L'utilisation de tout adjectif, y compris sous forme numérique, est interdite ;
2. les termes « extra », « fine », « scelto », « selezionato », « riserva », « superiore », « classico » (extra, fin, choisi, sélectionné, réserve, supérieur, classique) ou **similaires** sont formellement interdits ;
3. Le terme « tradizionale » (traditionnel) et ses dérivés, que ce soit en italien ou dans des traductions, fait toujours l'objet d'une attention particulière car il est susceptible d'évoquer l'AOP (Appellation d'Origine Protégée). Cet aspect s'applique à l'ensemble de l'habillage graphique du produit : en particulier, l'expression « metodo tradizionale » (méthode traditionnelle) se rapportant à la production typique au lieu de l'IGP ne peut pas être approuvée. En outre, d'autres aspects, notamment iconographiques (comme les tonneaux, etc.) seront également pris en compte dans l'évaluation globale de l'étiquetage ;
4. En ce qui concerne les chiffres, l'interdiction s'étend à l'indication du pourcentage des différents ingrédients. Des exceptions sont prévues uniquement pour les emballages destinés au marché de pays spécifiques où la réglementation exige de telles indications.

Actuellement, les pays pour lesquels une telle dérogation à l'étiquetage a été approuvée sont les suivants :

- Corée du Sud,
 - Israël,
 - Malaisie et Thaïlande,
 - Serbie.
5. L'interdiction d'utiliser des chiffres ne s'applique pas :
 - à la date de fondation de l'entreprise, placée en correspondance de la raison sociale ou de la marque de l'entreprise ;
 - aux marques commerciales, à condition que le chiffre **ne** soit clairement **pas** lié au produit ou au cycle de production, mais qu'il se rapporte contextuellement et explicitement à d'autres aspects.

Caractéristiques analytiques et sensorielles

1. Il est possible de décrire les caractéristiques analytiques et sensorielles du produit prévues par les descripteurs de l'article 2 du cahier des charges « Caractéristiques à la consommation », en respectant les conditions suivantes :
 - elles ne doivent pas être plus visibles que l'appellation (hauteur maximale de 75 % de la plus petite lettre de l'appellation) ;



- il faut maintenir une séparation avec l'appellation, soit par un espace, soit par une distinction graphique.
- 2. Pour la description des caractéristiques sensorielles, il est possible d'utiliser les adjectifs énumérés à l'article 2 du cahier des charges ainsi que ceux relevant des mêmes champs sémantiques (techniques ou narratifs) ;
- 3. Les adjectifs visés au point 2 peuvent être utilisés uniquement en lien étroit avec la caractéristique (par exemple : couleur brune, odeur persistante, goût aigre-doux). Cette association n'est pas indispensable dans les textes marketing figurant sur l'étiquette.

Segmentation du produit

1. Il est possible d'utiliser des systèmes de segmentation propres à l'entreprise et/ou partagés (comme le *Profil du Consortium*), sous réserve d'évaluer leur compatibilité avec le cahier des charges et le plan des contrôles par le Bureau des autorisations.
2. La coexistence de systèmes de segmentation internes et partagés est autorisée.
3. La référence aux métaux précieux est autorisée : cette référence (comme or, platine, etc.) doit être explicitement associée à un autre élément (étiquette, ligne, label, etc.) de manière à ne pas qualifier spécifiquement l'appellation (par exemple : *Vinaigre Balsamique de Modène ORO*).
4. La considération visée au point précédent s'étend également à la référence aux gammes de couleurs et aux différentes couleurs. Il convient d'apporter une attention particulière à l'utilisation de couleurs pouvant se référer au produit (comme noir, brun, rouge, clair), de sorte que les dispositions graphiques doivent être choisies afin d'éviter toute confusion, en particulier lorsqu'elles sont utilisées comme un nom de fantaisie du produit.

Exemples :

- Vinaigre Balsamique de Modène *Label Rouge* - OK
- Vinaigre Balsamique de Modène *Vert* - NON
- Aceto Balsamico di Modena IGP *Étiquette Or* - OK
- Aceto Balsamico di Modena IGP *Or* - NON

Utilisation de slogans

1. L'utilisation de **slogans** est autorisée à condition qu'ils présentent une caractéristique **peu commune** et qu'ils soient **démonstrables**. On entend par caractéristiques *communes* celles prévues par les



cahiers des charges et les règlements sectoriels pour toutes les catégories de produits (comme « affiné en bois » ou « sans conservateurs »).

2. La référence à une zone géographique délimitée (comme *raisins de Modène uniquement*) ou au cépage (comme *Lambrusco*) doit s'appliquer à l'ensemble des matières premières (moût et vinaigre) ;
3. Les termes **Garantie/Méthode** ne sont pas autorisés, sauf dans le cas de garanties commerciales (comme « satisfait ou remboursé ») qui ne sont pas liées à l'appellation ;
4. Des modifications ou des ajouts pourront être demandés pour les slogans ou les textes publicitaires et marketing qui décrivent la méthode d'élaboration de manière partielle, ambiguë ou incorrecte (par exemple, « cet VBM est élaboré à partir de moût cuit vieilli en fûts de bois... » sans mentionner le vinaigre).

Noms de fantaisie

1. Les noms éventuels de fantaisie, en plus de l'appellation et des autres mentions légales, sont autorisés à condition qu'ils ne créent pas de confusion au sujet des caractéristiques ou de la nature du produit.

Emballage pour « Éditions »

1. L'indication d'éditions « spéciales », « limitées » ou similaires sur des emballages commercialisés temporairement (par exemple, emballages pour Noël ou pour des fêtes particulières) ou pour des clients spécifiques (restaurants, chefs cuisiniers, etc.) est autorisée ;
2. Il doit ressortir de l'évaluation globale de l'habillage graphique que les éléments de différenciation **ne se rapportent pas au produit**. En outre, il convient d'utiliser un critère de proportionnalité comparé aux autres mentions figurant sur l'emballage ;
3. Le **co-marquage** (comme « Sélection pour Gucci ») est également autorisé selon les mêmes modalités.

Marques ombrelles

Selon l'interprétation ministérielle, les « marques ombrelles » peuvent être utilisées sur l'emballage du VBM même si elles contiennent des éléments explicitement interdits par l'article 8 du cahier des charges ou par les points précédents des présentes lignes directrices, sous réserve des conditions suivantes :



1. On entend par « marque ombrelle » le label d'une ligne de produits étroitement liée au distributeur, figurant sur une large gamme d'articles appartenant à différentes catégories de produits et reconnue par les consommateurs (par exemple « Sélection Carrefour ») ;
2. Dans les cas où le lien étroit entre la marque et le distributeur n'est pas manifeste sur l'étiquette, il convient de procéder à une séparation appropriée de l'appellation, soit par l'espace, soit par une interposition graphique (comme la marque « Deluxe », où la référence du distributeur Lidl n'apparaît qu'au verso, séparément) ;
3. Si nos services le demandent, afin de compléter la documentation, l'entreprise devra présenter l'enregistrement de la marque et prouver la différenciation du produit liée à la marque elle-même.

Nutriscore

1. Conformément à la résolution du conseil d'administration de novembre 2022, aucune étiquette contenant le logo FOP Nutriscore n'est autorisée.

Utilisation des termes de l'appellation en dehors de l'appellation elle-même

1. Les mots « Aceto » (« Vinaigre ») et « Modène » peuvent être utilisés séparément sur l'étiquette, mais leurs modalités d'utilisation feront l'objet d'une évaluation spécifique.
2. Le terme « Balsamico » (« Balsamique ») ne peut quant à lui être utilisé en dehors de l'appellation.
3. Dans les textes descriptifs, lorsque l'appellation complète (en italien ou dans sa traduction) figure déjà dans le même champ visuel, il est possible d'utiliser une version partielle de l'appellation, éventuellement traduite, telle que : « Balsamique de Modène ».

PROCÉDURE D'APPROBATION

Selon la procédure actuelle, les étiquettes doivent être envoyées au Consortium par courrier électronique à l'adresse : autorizzazioni@consorziobalsamico.it aux formats suivants : .pdf, .doc, .docx ou image.

Les demandes doivent mentionner tous les éléments graphiques du produit tel qu'il est présenté au consommateur final, à savoir :

- Emballage primaire : étiquettes et contre-étiquettes, collerettes et autocollants éventuels, apposés sur l'emballage (flacon, unidose) ;



- Emballage secondaire (s'il est présent et commercialisé) : conteneur (boîte) de l'emballage primaire, y compris les parties fixes et mobiles éventuelles ;
- Si des QR-codes figurent sur l'emballage, il sera nécessaire de fournir le contenu auquel ils se rapportent ;
- Traduction en italien ou en anglais en cas d'utilisation de langues différentes.

VALIDITÉ

Ces lignes directrices résument les critères d'évaluation déjà adoptés et entrent donc immédiatement en vigueur.

Gestion des autorisations antérieures

1. Les autorisations délivrées précédemment pour des étiquettes qui ne satisfont pas aux exigences susmentionnées sont automatiquement caduques et les étiquettes doivent par conséquent être évaluées et approuvées à nouveau.
2. Pour les cas visés au paragraphe *Segmentation des produits* points 3 et 4, *Utilisation de slogans* point 1, *Utilisation des termes de l'appellation en dehors de l'appellation elle-même* point 3, il est prévu une période de **deux ans** à compter de l'envoi de ces lignes directrices **afin d'écouler** les stocks et de procéder à la mise à jour (mai 2026) ;
3. Toute situation particulière et tout cas imprévu seront examinés au cas par cas.

Lignes directrices

Les critères ci-dessus sont étendus à tous les canaux de communication entre l'entreprise et le consommateur, y compris lorsqu'ils ne sont pas soumis à approbation.

Les lignes directrices sont constamment mises à jour et les révisions seront adressées à toutes les parties concernées en temps utile.

Ce document sera produit, mis à jour et diffusé en italien, en anglais, en français, en allemand et en espagnol, et publié sur le site Internet du Consortium www.consorziobalsamico.it ainsi que sur la plateforme qui sera bientôt mise en place.

Contacts

Pour tout renseignement :

autorizzazioni@consorziobalsamico.it
vigilanza@consorziobalsamico.it