



AUDIT DOCUMENTALE PRELIMINARE DI SOSTENIBILITÀ

A Masseria i Monaci - Pontelatone (CE)

Analisi delle evidenze pubblicamente disponibili e valutazione dell'auditabilità dell'impresa

"Monte Maggiore Green & Smart Community: Innovazione, Ambiente, Persone"

Iniziativa n. 7 - "Sviluppo sostenibile delle attività produttive (zero waste production)"

Ambito territoriale

Pontelatone (CE) – Alto Casertano

Oggetto dell'elaborato

Valutazione preliminare del profilo di sostenibilità aziendale, condotta esclusivamente mediante l'analisi di fonti informative pubblicamente accessibili allo scrivente, con particolare riferimento a:

- radicamento territoriale e continuità familiare;
- valorizzazione dei vitigni autoctoni Casavecchia e Pallagrello;
- gestione dichiarata del vigneto e ricorso a pratiche biologiche e biodinamiche;
- dimensione ambientale e qualità della trasparenza informativa;
- dimensione sociale e culturale connessa alla memoria agricola locale;
- dimensione economico-territoriale della microproduzione vitivinicola;
- grado di auditabilità documentale dell'impresa.

Natura del documento

Audit desk-based non certificativo

Il presente elaborato non costituisce certificazione di sostenibilità, rating ESG o verifica ispettiva, ma una analisi documentale preliminare fondata sulle informazioni disponibili allo scrivente alla data di redazione.

Data di riferimento delle fonti

20 maggio 2026

PARTE I - INQUADRAMENTO E METODO

1. Premessa metodologica

Il presente documento costituisce un Audit documentale preliminare di sostenibilità riferito ad A Masseria i Monaci, azienda vitivinicola con sede a Pontelatone (CE), località Corterosa, la cui comunicazione pubblica ruota attorno alla valorizzazione di una piccola produzione di vino, alla continuità della passione familiare per la viticoltura e alla coltivazione di uve autoctone dell'Alta Campania. Il sito ufficiale descrive il progetto come un omaggio alla figura paterna e colloca nel 2018 l'avvio di una produzione dichiarata di circa 2.000 bottiglie annue, a fronte di una vigna capace di produrre oltre 100 quintali d'uva. (A Masseria i Monaci)

L'audit è impostato secondo la medesima logica già applicata al documento dedicato a Cantine ALOIS: non mira a certificare pratiche ambientali o performance ESG, ma a ricostruire in modo ordinato e critico il profilo di sostenibilità desumibile dalle fonti pubbliche. L'analisi distingue pertanto tra evidenze solide, dichiarazioni aziendali qualificate, riscontri esterni, informazioni promozionali e dati non disponibili.

Nel caso specifico di A Masseria i Monaci, il patrimonio informativo online risulta meno esteso rispetto a quello di imprese con siti aziendali più articolati e sezioni tecniche approfondite; tuttavia, esso presenta alcuni elementi di notevole interesse ai fini dell'audit: la coltivazione a piede franco di uve antiche, l'esplicita adozione di pratiche biologiche e biodinamiche dichiarate, l'attenzione alla variabilità annuale del vino, il legame familiare tra capostipite e generazioni successive, la presenza nel sistema consortile VITICA e il riconoscimento istituzionale nel portale del Comune di Pontelatone. (A Masseria i Monaci; Consorzio VITICA; Comune di Pontelatone)

L'audit assume dunque una duplice funzione. Da un lato, mette a sistema le informazioni disponibili per cogliere i tratti di sostenibilità territoriale, agronomica e identitaria già comunicati. Dall'altro, evidenzia con puntualità ciò che non può essere valutato senza accesso a documenti interni, dati quantitativi, schede tecniche organiche, certificazioni, indicatori di consumo e informazioni sulle dimensioni sociali e organizzative dell'impresa.

1.1. Finalità dell'audit

La finalità generale dell'audit è valutare in che misura A Masseria i Monaci presenti, sulla base delle informazioni pubbliche reperibili online, un profilo coerente con i principi della sostenibilità territoriale e della valorizzazione delle produzioni locali. Nel contesto dell'Iniziativa n. 7, l'interesse non è limitato alla riduzione dei rifiuti in senso stretto, ma si estende alla comprensione del modo in cui una microimpresa agricola costruisce relazioni tra produzione, ambiente, cultura e mercato.

L'analisi si concentra in particolare su cinque assi di lettura:

1. la centralità dei vitigni autoctoni, con particolare riferimento a Casavecchia e Pallagrello;
2. la coerenza tra microproduzione, stagionalità, approccio artigianale e sostenibilità comunicata;
3. la dichiarazione di pratiche biologiche e biodinamiche e la loro auditabilità effettiva;
4. il radicamento familiare e territoriale dell'impresa, anche in rapporto alla localizzazione a Pontelatone;
5. la qualità e la completezza delle informazioni pubbliche rese disponibili dall'azienda e dai soggetti terzi.

L'audit non attribuisce automaticamente un giudizio positivo alla presenza di parole-chiave come "biologico", "biodinamico" o "sostenibilità". Tali espressioni vengono analizzate in relazione al loro

grado di dettaglio, alla presenza o assenza di documentazione di supporto e alla possibilità di tradurle in evidenze verificabili. Questo principio di prudenza è essenziale per evitare sovrainterpretazioni e per mantenere distinto il piano della sostenibilità dichiarata da quello della sostenibilità dimostrata.

1.2. Perimetro dell'analisi

Il perimetro dell'audit riguarda A Masseria i Monaci per come l'impresa emerge dalle fonti digitali consultate alla data del 20 maggio 2026. Sono stati considerati il sito ufficiale, la scheda del Consorzio Tutela Vini Caserta - VITICA, la pagina del Comune di Pontelatone, la presenza sociale pubblicamente rintracciabile e alcune schede commerciali riferite ai prodotti disponibili online. (A Masseria i Monaci; Consorzio VITICA; Comune di Pontelatone; Italia in Food)

Il perimetro ricomprende:

- l'identità aziendale e il posizionamento del progetto "A Masseria";
- la localizzazione e il legame con Pontelatone e l'Alta Campania;
- la piccola produzione vitivinicola dichiarata e le principali etichette descritte;
- la presenza di vitigni autoctoni e di vigneti riportati da fonti terze qualificate;
- la gestione agronomica descritta come biologica e biodinamica;
- la dimensione familiare della conduzione e il trasferimento intergenerazionale della passione vitivinicola;
- la rete di legittimazione territoriale e associativa, con particolare riferimento a VITICA e al Comune.

L'audit prende in considerazione quattro dimensioni della sostenibilità:

- dimensione ambientale: pratiche agronomiche dichiarate, agrobiodiversità, risorse, rifiuti e limiti informativi;
- dimensione sociale: continuità familiare, ruolo culturale del vino, potenziale rapporto con la comunità e dati mancanti su lavoro e inclusione;
- dimensione economico-territoriale: microproduzione, distintività del prodotto, collocazione nella filiera locale e presenza commerciale;
- dimensione culturale e identitaria: omaggio al padre, memoria delle uve antiche, narrazione del territorio e linguaggio simbolico delle etichette.

Non rientrano nel perimetro, se non nei limiti in cui risultino pubblicamente documentati, la verifica contabile, il controllo fiscale, la valutazione analitica della conformità normativa, la misurazione delle emissioni, il calcolo dell'impronta ambientale dei vini, la verifica diretta delle pratiche di cantina, la certificazione del biologico o del biodinamico, l'analisi del bilancio e la validazione delle condizioni di lavoro.

1.3. Metodo di lavoro

La metodologia adottata replica l'impostazione desk-based del template ALOIS e si articola in cinque fasi operative. La prima fase consiste nell'identificazione delle fonti primarie, attribuendo priorità al sito ufficiale dell'azienda, che contiene le informazioni essenziali su progetto, produzione, vitigni, etichette e contatti. La seconda fase consiste nella ricerca di fonti terze qualificate, individuate soprattutto nel Consorzio VITICA e nel portale istituzionale del Comune di Pontelatone. La terza fase integra contenuti commerciali o di settore, utilizzati con cautela per arricchire l'analisi tecnica sui prodotti quando non presenti sul sito aziendale. (A Masseria i Monaci; Consorzio VITICA; Comune di Pontelatone; Italia in Food)

La quarta fase riguarda la selezione delle informazioni pertinenti ai fini dell'audit. Sono state privilegiate le evidenze che consentono di leggere il rapporto tra impresa e territorio, la qualità dell'autonarrazione aziendale, la capacità di documentare il modello produttivo e i principali elementi di sostenibilità già comunicati. Sono state invece escluse o depotenziate, nel giudizio, le informazioni meramente enfatiche o reputazionali non accompagnate da elementi concreti.

La quinta fase consiste nella valutazione ragionata e nella costruzione di strumenti di sintesi: griglie, tabelle di evidenza, matrici di auditabilità e quadro dei gap informativi. Tali strumenti servono a rendere esplicito il percorso logico seguito, evitando valutazioni intuitive o assertive non sufficientemente motivate.

1.4. Livelli di affidabilità delle informazioni

Per garantire rigore interpretativo, l'audit adotta una scala di affidabilità articolata in cinque livelli, identica nella logica a quella utilizzata per il precedente audit di riferimento.

Livello	Definizione	Utilizzo nell'audit
A - Evidenza documentale forte	Informazione pubblicata in modo chiaro su fonte ufficiale o istituzionale, con contenuto specifico e direttamente pertinente.	Utilizzabile come base solida dell'analisi.
B - Dichiarazione aziendale qualificata	Informazione proveniente dall'impresa, coerente e circostanziata, ma non accompagnata da riscontro documentale esterno.	Utilizzabile con attribuzione esplicita e cautela valutativa.
C - Fonte terza qualificata	Informazione proveniente da soggetti associativi, istituzionali o operatori riconoscibili del settore.	Utilizzabile come riscontro e integrazione.
D - Informazione debole o promozionale	Contenuto generico, reputazionale o commerciale, non sufficiente a fondare valutazioni sostanziali.	Da usare solo come contesto, mai come prova autonoma.
E - Dato assente	Informazione rilevante non rintracciata nelle fonti consultate.	Da evidenziare come gap informativo.

Nel caso di A Masseria i Monaci, rientrano nel livello A le informazioni identificative presenti sul sito ufficiale e quelle pubblicate dal Comune di Pontelatone; rientrano nel livello B le dichiarazioni aziendali relative a pratiche biologiche e biodinamiche, alla produzione annua e alla scelta di non modificare il gusto del prodotto; rientrano nel livello C i dati pubblicati da VITICA sulla superficie aziendale e sui vigneti, nonché alcune informazioni tecniche diffuse da operatori commerciali specializzati; rientrano nel livello E i consumi energetici, idrici, gli indicatori sui rifiuti, i dati occupazionali e la documentazione di certificazioni ambientali o sociali.

1.5. Limiti dell'audit

1.5.1. Assenza di verifica diretta

L'analisi non comprende sopralluoghi presso la sede aziendale, osservazione diretta dei vigneti, ispezione della cantina, controllo dei materiali di confezionamento, raccolta di fotografie originali o verifica fisica delle modalità operative. Le valutazioni restano quindi ancorate esclusivamente alle fonti digitali.

1.5.2. Assenza di interlocuzione con l'impresa

Non sono state effettuate interviste con Girolamo, Alfonso, Andrea o altri referenti dell'azienda; non sono stati somministrati questionari; non sono state acquisite schede tecniche interne, certificati, bollette, registri di cantina, documenti agronomici o piani aziendali. Questo limite è particolarmente rilevante perché molte dichiarazioni pubbliche dell'impresa meriterebbero un approfondimento tecnico.

1.5.3. Mancanza di indicatori quantitativi

Non risultano pubblicamente disponibili, in forma organica e verificabile, dati su consumi elettrici, combustibili, acqua, reflui, rifiuti, packaging, emissioni, percentuale di materiale riciclato, trattamenti effettuati in vigneto, uso di fertilizzanti, rese per appezzamento, occupazione, formazione o sicurezza. L'assenza di tali indicatori limita la capacità dell'audit di passare da una lettura qualitativa a una valutazione prestazionale.

1.5.4. Impossibilità di certificare biologico e biodinamico

Il sito ufficiale dichiara l'adozione di pratiche biologiche e biodinamiche e VITICA riferisce che la famiglia coltiva "solo in biologico"; tuttavia, nelle fonti consultate non è stata rintracciata una certificazione pubblicamente verificabile, né sono disponibili riferimenti a organismi di controllo, numeri di certificato o standard formalizzati. L'audit registra quindi la dichiarazione come elemento significativo, ma non la trasforma in attestazione certificativa. (A Masseria i Monaci; Consorzio VITICA)

1.5.5. Volatilità delle fonti online

Le pagine digitali possono essere aggiornate, modificate o rimosse. L'audit fotografa lo stato informativo osservabile alla data del 20 maggio 2026. In particolare, pagine prodotto, social media e contenuti di terzi possono subire variazioni anche rapide; ciò rende necessario interpretare il documento come una valutazione riferita a uno specifico momento temporale.

2. Profilo identificativo dell'azienda

A Masseria i Monaci si presenta come una piccola azienda vitivinicola di Pontelatone, con un racconto imprenditoriale fortemente personale e familiare. Il progetto, secondo il sito ufficiale, nasce dall'idea di rendere omaggio al padre del fondatore e di trasformare una passione tramandata da generazioni in un prodotto finito accessibile al pubblico. Tale impostazione distingue l'impresa da modelli aziendali centrati prevalentemente sull'espansione commerciale, poiché l'identità comunicata viene costruita attorno alla memoria, alla vigna, alla limitatezza della produzione e alla coerenza tra ciò che l'azienda propone e ciò che dichiara di consumare in casa. (A Masseria i Monaci)

La scheda del Consorzio VITICA e la pagina del Comune di Pontelatone confermano il radicamento dell'azienda nel territorio locale e ne arricchiscono il profilo con informazioni quantitative sulle superfici e sui vigneti. VITICA indica una superficie complessiva di 90.000 mq, comprendente 2,5 ettari di Casavecchia e un ettaro complessivo di Pallagrello nero e bianco; il Comune riprende dati analoghi e colloca l'impresa nel cuore dell'Alta Campania. (Consorzio VITICA; Comune di Pontelatone)

Il profilo identificativo dell'azienda, pur non accompagnato da un apparato societario dettagliato o da informazioni anagrafiche complete quali ragione sociale e partita IVA, risulta sufficientemente

leggibile ai fini di un audit documentale preliminare. Sono infatti disponibili nome commerciale, localizzazione, recapiti, presenza sui social, prodotti principali e riferimenti territoriali chiari.

2.1. Denominazione e identità aziendale

La denominazione commerciale utilizzata è "A Masseria i Monaci". Il sito ufficiale riporta i seguenti riferimenti:

- indirizzo: Via Fontanelle, Località Corterosa, Pontelatone;
- telefono: 0823 693333;
- mobile: 342 57 66 031;
- e-mail: info@amasseria.it.

La pagina istituzionale del Comune utilizza la forma leggermente abbreviata "A Masseria Monaci", mentre il sito aziendale e VITICA riportano la denominazione completa "A Masseria i Monaci". Ai fini del presente audit viene adottata la denominazione ufficialmente utilizzata dal sito dell'impresa. (A Masseria i Monaci; Comune di Pontelatone; Consorzio VITICA)

2.1.1. Identità imprenditoriale

L'identità dell'azienda si basa su quattro componenti intrecciate: il carattere familiare del progetto; la dimensione memoriale dell'omaggio al padre; il rapporto diretto con la vigna; la scelta di valorizzare vitigni autoctoni e pratiche produttive presentate come rispettose della natura. Il nome "A Masseria" e l'espressione "i Monaci" evocano una dimensione rurale e simbolica che, pur non esplicitata in modo storico-documentale nelle fonti consultate, contribuisce alla riconoscibilità del brand.

2.1.2. Localizzazione e contesto territoriale

L'azienda è localizzata nel comune di Pontelatone, in località Corterosa. La localizzazione è importante per due ragioni. In primo luogo, Pontelatone è uno dei riferimenti territoriali centrali nella storia e nella denominazione del Casavecchia di Pontelatone. In secondo luogo, la presenza della cantina nel perimetro dell'Alta Campania la colloca in un contesto agricolo e vitivinicolo nel quale la valorizzazione delle varietà locali assume una funzione identitaria e potenzialmente rigenerativa per il territorio. (A Masseria i Monaci; Comune di Pontelatone)

2.2. Settore e attività prevalenti

A Masseria i Monaci opera nel settore vitivinicolo. Il sito ufficiale descrive una produzione di vini Casavecchia, Pallagrello Nero e Pallagrello Bianco, con una gamma comunicata attraverso quattro etichette: "fili di cielo", "linee di terra", Casavecchia di Pontelatone e Casavecchia Riserva. La sezione dedicata ai vini riporta inoltre alcune informazioni su annate, gradazione alcolica, temperatura di servizio e modalità di lavorazione. (A Masseria i Monaci)

2.2.1. Produzione vitivinicola

La produzione è dichiarata di piccola scala: circa 2.000 bottiglie annue a partire dal 2018. Questo dato, proveniente dal sito aziendale, rappresenta un elemento centrale del modello comunicato. La limitata quantità prodotta viene associata alla volontà di non forzare il prodotto e di mantenere un'impostazione strettamente legata all'annata e alla materia prima disponibile. (A Masseria i Monaci)

2.2.2. Vigneto e vitigni

Il sito valorizza l'immagine della vigna come "opera d'arte e di tradizione", evidenziando la coltivazione a piede franco di uve antiche tramandate dalle famiglie autoctone. VITICA e Comune riportano la presenza di 2,5 ettari di Casavecchia e di un ettaro tra Pallagrello nero e bianco. Tali elementi configurano un profilo aziendale fortemente radicato nell'agrobiodiversità locale. (A Masseria i Monaci; Consorzio VITICA; Comune di Pontelatone)

2.2.3. Gamma prodotti e narrazione commerciale

L'azienda dichiara quattro etichette, due delle quali presentate attraverso nomi dal forte contenuto simbolico: "fili di cielo" e "linee di terra". A queste si aggiungono la DOC Casavecchia di Pontelatone, con dodici mesi di affinamento in barrique, e la riserva, con diciotto mesi. Il linguaggio usato non è solo descrittivo, ma costruisce un immaginario di verticalità, suolo, cielo e lenta maturazione, coerente con il posizionamento artigianale dell'impresa. (A Masseria i Monaci)

2.2.4. Presenza commerciale online

Le fonti consultate mostrano la presenza di almeno un prodotto dell'azienda su un operatore commerciale online, Italia in Food, che propone il Casavecchia DOC 2022 e ne riporta alcune informazioni tecniche: origine Pontelatone, uvaggio 100% Casavecchia, terreno argilloso, raccolta in ottobre, sistema di allevamento indicato come Guyot biologico, fermentazione a temperatura controllata e affinamento in acciaio e barrique. Tali dati sono utili per arricchire l'audit, ma vengono classificati come fonte terza commerciale e non come evidenza primaria. (Italia in Food)

2.3. Evoluzione e storia aziendale

Il sito aziendale colloca il progetto A Masseria i Monaci nel 2018, anno a partire dal quale viene dichiarata una piccola produzione annua di 2.000 bottiglie. La storia non viene raccontata attraverso una cronologia complessa, ma mediante una struttura narrativa semplice e intensa: la passione per la viticoltura tramandata da generazioni, l'omaggio al padre e la scelta di trasformare questa eredità in un prodotto condivisibile con il pubblico. (A Masseria i Monaci)

2.3.1. Il ruolo del capostipite Girolamo

Nella sezione "I vini", l'azienda attribuisce al capostipite Girolamo la scelta di un allevamento "strettamente biologico", pienamente condivisa dai figli Alfonso e Andrea. Questa formulazione rende visibile una struttura familiare di continuità e responsabilità intergenerazionale: il modello non è presentato come invenzione recente, ma come prosecuzione di un orientamento preesistente. (A Masseria i Monaci)

2.3.2. Alfonso e Andrea come prosecuzione del progetto

Il sito mette in evidenza il ruolo dei figli Alfonso e Andrea, accomunati dalla medesima passione e impegnati nella produzione di vini Casavecchia, Pallagrello Nero e Pallagrello Bianco. Anche in assenza di dati organizzativi dettagliati, questa informazione consente di leggere l'azienda come impresa familiare nella quale la trasmissione del sapere agricolo e del valore attribuito alla vigna costituisce una componente rilevante del capitale immateriale.

2.3.3. Dal consumo familiare alla proposta al mercato

Una delle dichiarazioni più caratterizzanti del sito ufficiale è che il vino proposto è quello che la famiglia per prima consuma “a casa nostra, a tavola”. Tale affermazione non è verificabile come dato oggettivo, ma possiede valore comunicativo forte: serve a rappresentare il prodotto come coerente con una logica di autenticità, responsabilità e assenza di scissione tra consumo interno e vendita esterna. (A Masseria i Monaci)

2.3.4. Evoluzione della presenza digitale

Il sito aziendale riporta il copyright 2022 e una struttura essenziale composta da sezioni su masseria, vini e contatti. La presenza social su Facebook e Instagram amplia la reperibilità dell'impresa, ma non sostituisce un apparato documentale più strutturato in materia di sostenibilità, certificazioni e dati tecnici. L'evoluzione digitale appare quindi sufficiente a presentare il brand, ma ancora parziale se letta come infrastruttura di trasparenza ESG.

2.4. Posizionamento e proposta di valore

La proposta di valore di A Masseria i Monaci può essere letta attraverso cinque elementi: microproduzione, tradizione familiare, centralità della vigna, pratiche agronomiche dichiarate come biologiche e biodinamiche, valorizzazione di vitigni autoctoni. Il posizionamento non sembra fondarsi su un'ampia gamma o su una presenza commerciale massiva, ma sulla costruzione di un racconto di autenticità, stagionalità e appartenenza territoriale.

2.4.1. Microproduzione come tratto distintivo

La produzione di circa 2.000 bottiglie annue, dichiarata dal sito, suggerisce un modello molto concentrato. In termini di sostenibilità, la piccola scala non costituisce di per sé un indicatore positivo, ma può favorire tracciabilità, controllo diretto e coerenza tra vigneto e prodotto. L'audit registra tale elemento come fattore potenzialmente favorevole, ma non come prova automatica di minore impatto ambientale.

2.4.2. Stagionalità e variabilità del vino

L'azienda dichiara di non voler modificare il gusto del prodotto finito e di accettare che le bottiglie cambino di anno in anno in funzione della stagionalità. Questa scelta comunicativa si colloca in una visione di prodotto non standardizzato e sensibile all'annata. Essa richiama concetti di naturalità e autenticità, ma per essere valutata sotto il profilo tecnico richiederebbe schede di vinificazione, analisi di laboratorio e indicazioni più precise sui protocolli adottati. (A Masseria i Monaci)

2.4.3. Vitigni autoctoni e denominazione

Il Casavecchia di Pontelatone rappresenta il principale asse di identità. La presenza di Pallagrello Nero e Bianco completa un profilo produttivo fortemente legato al patrimonio varietale casertano. Il Consorzio VITICA colloca l'impresa nel sistema delle Terre del Volturno I.G.T., mentre il sito aziendale comunica espressamente la DOC Casavecchia di Pontelatone tra le etichette disponibili. (A Masseria i Monaci; Consorzio VITICA)

2.4.4. Coerenza tra racconto e territorio

L'uso di immagini linguistiche come "fili di cielo" e "linee di terra", il richiamo alla pietra e al territorio nella scheda VITICA, la localizzazione a Pontelatone e la valorizzazione di uve antiche contribuiscono a costruire un'identità unitaria. La proposta commerciale si presenta quindi come esperienza narrativa, oltre che come offerta enologica.

2.4.5. Limiti del posizionamento documentale

A differenza di imprese dotate di siti con schede vigneto, sezioni dedicate alla sostenibilità, news, riconoscimenti e materiali tecnici articolati, A Masseria i Monaci dispone di una comunicazione più essenziale. Ciò non riduce il valore del progetto, ma limita la possibilità di condurre una valutazione documentale ampia su governance, performance ambientali, iniziative sociali e sviluppo commerciale.

3. Mappatura delle fonti informative disponibili

La mappatura delle fonti costituisce una sezione centrale dell'audit, perché consente di comprendere su quali basi si fondano le valutazioni successive. Nel caso di A Masseria i Monaci, il patrimonio informativo pubblico è concentrato ma significativo. Le fonti principali sono: il sito ufficiale, il Consorzio VITICA, il Comune di Pontelatone, i profili social pubblicamente rintracciabili e alcune schede commerciali di prodotto. (A Masseria i Monaci; Consorzio VITICA; Comune di Pontelatone; Italia in Food)

Il quadro che emerge è quello di un'impresa con buona riconoscibilità territoriale e con alcune dichiarazioni forti su modello produttivo e approccio agronomico, ma con limitata produzione di documentazione analitica. Questa situazione rende possibile un audit approfondito sulla sostenibilità narrata, sulla sostenibilità territoriale e sull'auditabilità online, mentre impedisce una valutazione pienamente prestazionale.

3.1. Fonti ufficiali aziendali

3.1.1. Sito ufficiale

Il sito ufficiale rappresenta la fonte primaria dell'audit. Esso fornisce informazioni su genesi del progetto, volumi produttivi dichiarati, caratteristiche generali della vigna, pratiche biologiche e biodinamiche, etichette, annate, contatti e localizzazione. La sua utilità è elevata per la ricostruzione del posizionamento identitario e del modello comunicato. (A Masseria i Monaci)

3.1.2. Sezione "La Masseria"

La sezione "La Masseria" è la parte più importante per comprendere l'identità del progetto. Vi sono contenuti il riferimento all'omaggio al padre, la produzione annua dichiarata, il dato sulla resa potenziale della vigna, il richiamo alla coltivazione a piede franco e la scelta di adottare pratiche biologiche e biodinamiche. Questa sezione fonda una larga parte della valutazione sul radicamento familiare e sulla sostenibilità agronomica dichiarata. (A Masseria i Monaci)

3.1.3. Sezione "I vini"

La sezione "I vini" evidenzia la scelta di un allevamento "strettamente biologico", attribuita al capostipite Girolamo e condivisa dai figli Alfonso e Andrea. Vengono inoltre citati i vitigni Casavecchia, Pallagrello Nero e Bianco e sono disponibili informazioni descrittive su alcune etichette, quali il Casavecchia di Pontelatone, "fili di cielo" e "linee di terra". (A Masseria i Monaci)

3.1.4. Sezione contatti e presenza sociale

La presenza di recapiti chiari e collegamenti ai canali Facebook e Instagram rafforza l'identificabilità del soggetto. La comunicazione social, però, non è stata assunta come base primaria di valutazione se non per confermare l'esistenza di canali pubblici riconducibili al progetto. (A Masseria i Monaci)

3.2. Fonti istituzionali e associative

3.2.1. Comune di Pontelatone

Il portale del Comune di Pontelatone qualifica A Masseria Monaci come "Cantina del Comune di Pontelatone" e ne riporta una descrizione coerente con la scheda VITICA: azienda agricola dell'Alta Campania, superficie di 90.000 m², vigneti biologici, 2,5 ettari di Casavecchia e un ettaro di Pallagrello nero e bianco. La pagina, aggiornata al 24 luglio 2025, costituisce una fonte istituzionale utile a confermare il radicamento territoriale dell'impresa. (Comune di Pontelatone)

3.2.2. Consorzio Tutela Vini Caserta - VITICA

La scheda VITICA rappresenta la principale fonte terza qualificata sulla consistenza territoriale dell'azienda. Oltre alla superficie e ai vigneti, la pagina dichiara che la famiglia coltiva solo in biologico, richiama la centralità del Casavecchia e colloca l'impresa nella denominazione Terre del Volturno I.G.T. VITICA è pertanto una fonte rilevante per l'audit, pur non sostituendo documenti certificativi o tecnici. (Consorzio VITICA)

3.2.3. Denominazioni e contesto vitivinicolo

Il sito VITICA dedicato alle Terre del Volturno I.G.T. include A Masseria i Monaci tra gli associati riconducibili alla denominazione. Il sito della Regione Campania dedicato al Casavecchia di Pontelatone DOC descrive inoltre la composizione del vino, basata almeno per l'85% su Casavecchia. Queste informazioni consentono di collocare l'impresa in un contesto produttivo territoriale più ampio, senza attribuirle automaticamente caratteristiche non documentate a livello aziendale. (Consorzio VITICA; Regione Campania)

3.3. Fonti commerciali, di settore e social

3.3.1. Schede commerciali di prodotto

La pagina di Italia in Food dedicata al Casavecchia DOC 2022 di A Masseria i Monaci fornisce un set di informazioni tecniche non presenti con lo stesso dettaglio nel sito aziendale: uvaggio, terreno, periodo di raccolta, sistema di allevamento, vinificazione e affinamento. Tali informazioni risultano utili per approfondire il profilo di prodotto, ma vengono trattate come fonti terze commerciali, quindi con affidabilità inferiore rispetto a una scheda tecnica aziendale ufficiale. (Italia in Food)

3.3.2. Directory e repertori online

Alcuni repertori di aziende vitivinicole includono A Masseria i Monaci tra i produttori di Pontelatone. Tali directory possono contribuire a misurare la reperibilità digitale dell'impresa, ma presentano contenuti talvolta sintetici, non sempre aggiornati o non pienamente coerenti con le informazioni ufficiali. Per questo motivo sono state utilizzate solo come segnali integrativi, non come fonti principali.

3.3.3. Social media

La presenza su Facebook e Instagram è richiamata sia dal sito aziendale sia da VITICA. I social possono essere utili per ricostruire tono comunicativo, aggiornamenti e presenza pubblica, ma non sono stati assunti come fonte decisiva per valutazioni di sostenibilità, salvo elementi facilmente riconducibili al brand e coerenti con le fonti principali.

3.4. Valutazione della qualità del patrimonio informativo

Il patrimonio informativo disponibile presenta una qualità disomogenea. È molto utile per comprendere identità, radicamento e proposta di valore; è sufficiente per delineare la presenza dei vitigni autoctoni e la microproduzione; è parziale per le informazioni tecnico-produttive; è insufficiente per una valutazione ESG quantitativa e certificabile.

Ambito informativo	Disponibilità delle fonti	Qualità delle evidenze	Utilità per l'audit
Identità e contatti	Alta	Alta	Fondamentale
Localizzazione territoriale	Alta	Alta	Fondamentale
Storia e continuità familiare	Media-alta	Media-alta	Elevata
Produzione annua dichiarata	Media	Media	Utile con cautela
Vitigni e superfici	Media-alta	Media-alta	Elevata
Pratiche biologiche/biodinamiche dichiarate	Media-alta	Media	Rilevante ma non certificativa
Schede tecniche vini	Media	Media	Integrativa
Reti associative e riconoscimento istituzionale	Alta	Alta	Elevata
Dati ambientali quantitativi	Bassa/assente	Bassa	Insufficiente
Dati sociali interni	Assente	Assente	Non valutabile
Certificazioni pubblicamente verificabili	Non rilevate	Assente	Non valutabile

3.4.1. Punti di forza del patrimonio informativo

- riconoscibilità chiara del brand e dei contatti;
- presenza di una narrazione identitaria coerente e distintiva;
- riscontri esterni qualificati su superficie, vigneti e radicamento territoriale;
- dichiarazioni esplicite su biologico, biodinamico e coltivazione a piede franco;

- presenza di almeno una scheda commerciale dettagliata sul Casavecchia DOC 2022.

3.4.2. Limiti del patrimonio informativo

- assenza di ragione sociale e dati societari completi nelle fonti principali consultate;
- mancanza di una sezione organica sulla sostenibilità;
- assenza di certificazioni ambientali, biologiche o biodinamiche pubblicamente verificabili;
- assenza di dati su energia, acqua, rifiuti, packaging, personale e governance;
- presenza di informazioni tecniche talvolta disponibili solo tramite fonti commerciali terze.

3.5. Classificazione complessiva delle fonti disponibili

Tipologia di fonte	Esempi	Grado di affidabilità	Funzione nell'audit
Fonti ufficiali aziendali	Sito amasseria.it, sezioni Masseria, Vini, Contatti	Alto	Fonte primaria dell'analisi
Fonti istituzionali	Comune di Pontelatone	Medio-alto	Conferma del radicamento territoriale
Fonti associative	Consorzio VITICA	Medio-alto	Collocazione nella filiera territoriale e dati di contesto
Fonti pubbliche di denominazione	Regione Campania, Casavecchia di Pontelatone DOC	Alto	Inquadramento del contesto produttivo
Fonti commerciali	Italia in Food	Medio	Approfondimenti su specifiche schede prodotto
Social e directory	Facebook, Instagram, repertori di cantine	Basso-medio	Rilevazione della presenza digitale
Dati ESG quantitativi	Non reperiti	Assente	Non utilizzabili

PARTE II - ANALISI DEL PROFILO DI SOSTENIBILITÀ

4. Modello di business e relazione con il territorio

Il modello di business di A Masseria i Monaci appare costruito attorno a una produzione vitivinicola di dimensioni contenute, a un forte radicamento familiare e alla valorizzazione di risorse varietali e simboliche del territorio di Pontelatone. L'impresa non comunica una strategia orientata alla crescita quantitativa, ma un posizionamento fondato su limitatezza produttiva, autenticità dichiarata, continuità della tradizione e rapporto diretto con l'annata.

Sotto il profilo della sostenibilità territoriale, il modello presenta diversi elementi di interesse: utilizza come leva distintiva i vitigni autoctoni, si colloca in un comune emblematico per il Casavecchia, rivendica pratiche biologiche e biodinamiche, e lega le proprie etichette a un immaginario fatto di cielo, terra, pietra e memoria familiare. Tuttavia, il grado di formalizzazione documentale è ancora limitato: il modello è chiaro sul piano narrativo, ma non dispone di una disclosure strutturata su processi, indicatori e impatti.

4.1. Integrazione con il contesto locale

4.1.1. Pontelatone come luogo di riconoscibilità

La sede a Pontelatone colloca l'impresa entro uno dei territori più riconoscibili per il Casavecchia. La scelta di enfatizzare la DOC Casavecchia di Pontelatone nella gamma vini rende esplicito il collegamento tra nome della denominazione e luogo dell'azienda. Il Comune, qualificando l'impresa come cantina del territorio, conferma questa integrazione. (A Masseria i Monaci; Comune di Pontelatone)

4.1.2. Alta Campania e filiera identitaria

La descrizione istituzionale del Comune colloca A Masseria i Monaci nel cuore dell'Alta Campania. Questa appartenenza territoriale non viene utilizzata come semplice elemento geografico, ma si lega a vitigni autoctoni, a una scala aziendale contenuta e a una proposta di vino interpretata come espressione del contesto produttivo locale. (Comune di Pontelatone)

4.1.3. La superficie aziendale come base materiale del progetto

VITICA e Comune riportano una superficie complessiva di 90.000 mq, con 2,5 ettari di Casavecchia e un ettaro complessivo di Pallagrello nero e bianco. Il dato suggerisce un'impresa in cui la superficie agricola, pur non coincidente interamente con il vigneto, costituisce una base materiale rilevante del progetto. La disponibilità di tali informazioni rafforza l'auditabilità del radicamento territoriale. (Consorzio VITICA; Comune di Pontelatone)

4.2. Filiere produttive e grado di radicamento locale

4.2.1. Dalla vigna alla bottiglia: ciò che è documentato

Il sito aziendale dichiara una vigna capace di produrre oltre 100 quintali d'uva e una produzione annua di circa 2.000 bottiglie. Tali numeri non consentono di ricostruire in modo completo il rapporto tra uva prodotta, uva eventualmente trasformata, eventuali vendite di sfuso o selezione delle partite; tuttavia indicano un progetto di trasformazione in bottiglia selettivo e non massivo. (A Masseria i Monaci)

4.2.2. Vitigni autoctoni e radicamento agricolo

La presenza di Casavecchia e Pallagrello, confermata da sito, Comune e VITICA, collega la filiera aziendale a un patrimonio varietale territoriale. Il Casavecchia assume un ruolo centrale, sia per la denominazione sia per la presenza di una linea base e di una riserva; il Pallagrello completa il profilo varietale e rafforza l'appartenenza dell'impresa alla geografia vitivinicola casertana. (A Masseria i Monaci; Consorzio VITICA; Comune di Pontelatone)

4.2.3. Elementi tecnici integrativi dalla scheda commerciale

La scheda Italia in Food del Casavecchia DOC 2022 attribuito ad A Masseria i Monaci riporta dati puntuali su terreno argilloso, raccolta in ottobre, sistema di allevamento Guyot biologico, fermentazione controllata, macerazione di 10-15 giorni e affinamento di 12 mesi in acciaio e 12 mesi in barrique. Tali informazioni, sebbene di fonte terza commerciale, permettono di leggere un possibile livello tecnico della vinificazione e costituiscono un utile riferimento per eventuali verifiche successive. (Italia in Food)

4.2.4. Grado di trasparenza della filiera

Il grado di trasparenza della filiera è medio. L'impresa rende visibili il progetto, i vitigni, alcune caratteristiche delle bottiglie e l'orientamento agronomico dichiarato; tuttavia, non pubblica una tracciabilità completa della filiera, non esplicita le superfici per singola etichetta, non offre schede tecniche ufficiali scaricabili, non documenta la capacità della cantina e non chiarisce la destinazione dell'intera produzione di uva.

4.3. Valorizzazione delle produzioni tipiche

4.3.1. Casavecchia come prodotto simbolo

Il Casavecchia di Pontelatone è il prodotto maggiormente riconoscibile nel profilo pubblico dell'azienda. La presenza di una versione con affinamento in barrique e di una riserva con durata maggiore segnala la volontà di attribuire al vitigno una profondità produttiva e un valore superiore rispetto a una semplice bottiglia di ingresso. (A Masseria i Monaci)

4.3.2. Pallagrello Nero e Bianco come completamento identitario

La comunicazione aziendale richiama Pallagrello Nero e Pallagrello Bianco come parte dei vini millesimati prodotti dalla famiglia. Anche se il sito non dedica ai Pallagrelli lo stesso dettaglio attribuito al Casavecchia, la loro presenza è importante perché consolida la coerenza territoriale del progetto e amplia la rappresentazione del patrimonio varietale locale. (A Masseria i Monaci)

4.3.3. Etichette, nomi e immaginario del territorio

I nomi “fili di cielo” e “linee di terra” associano il prodotto a un immaginario di verticalità e radicamento, mentre la scheda VITICA afferma che “la nostra pietra si intreccia con fili di cielo per rappresentare il nostro territorio”. Questo linguaggio contribuisce a costruire una brand identity emotiva e fortemente localizzata, coerente con la natura artigianale del progetto. (Consorzio VITICA)

4.3.4. Denominazioni e riconoscibilità del prodotto

Il sito aziendale menziona la DOC Casavecchia di Pontelatone, mentre VITICA colloca l'impresa nell'ambito Terre del Volturno I.G.T. La coesistenza di questi riferimenti conferma la collocazione dell'azienda entro un sistema di denominazioni e indicazioni geografiche che valorizzano l'origine territoriale. (A Masseria i Monaci; Consorzio VITICA)

4.4. Multifunzionalità dell'impresa

4.4.1. Produzione, comunicazione e vendita

Le fonti disponibili permettono di leggere una multifunzionalità soprattutto comunicativa e commerciale: produzione in vigneto, trasformazione in vino, narrazione del progetto sul sito, presenza social e reperibilità di almeno un prodotto su canale e-commerce terzo. Non sono invece documentate in modo chiaro attività di visita, ospitalità, degustazioni in azienda o eventi strutturati organizzati direttamente dall'impresa.

4.4.2. Potenziale enoturistico non pienamente documentato

L'appartenenza a Pontelatone, la suggestione del nome e la natura del prodotto potrebbero rendere A Masseria i Monaci interessante anche in chiave enoturistica; tuttavia, l'audit non può attribuire tale funzione all'impresa in assenza di informazioni pubbliche specifiche su visite, prenotazioni, percorsi o servizi al pubblico. Il potenziale va quindi distinto dall'evidenza.

4.4.3. La presenza digitale come leva di accessibilità

La presenza di un sito essenziale, di contatti diretti e di canali social consente all'impresa di rendersi raggiungibile e di costruire un rapporto diretto con consumatori interessati al vino territoriale. Questa accessibilità costituisce una componente positiva del modello, pur non essendo sufficiente da sola a garantire trasparenza ESG.

4.5. Valutazione complessiva del modello di business e della relazione con il territorio

Ambito	Evidenza
Radicamento locale	Sede a Pontelatone e riconoscimento sul portale comunale.
Base agricola	Superficie e vigneti descritti da VITICA e Comune.
Vitigni identitari	Casavecchia, Pallagrello Nero e Pallagrello Bianco.
Microproduzione	2.000 bottiglie annue dichiarate dal sito aziendale.
Orientamento agronomico	Pratiche biologiche e biodinamiche dichiarate.
Proposta di valore	Vino come sintesi di memoria familiare, annata e territorio.

4.5.1. Punti di forza documentabili

- coerenza tra localizzazione, denominazione e vitigni;
- presenza di riscontri esterni qualificati sul radicamento territoriale;
- modello di microproduzione fortemente identitario;
- capacità di costruire un racconto distintivo senza ricorrere a una gamma dispersiva.

4.5.2. Elementi non pienamente valutabili

- reale distribuzione della produzione e dei canali di vendita;
- struttura tecnica della filiera e rapporto tra uva prodotta e vino imbottigliato;
- servizi di accoglienza o degustazione eventualmente esistenti ma non documentati;
- ricadute economiche locali misurabili.

4.5.3. Giudizio sintetico del Capitolo 4

Il modello di business appare molto coerente sul piano territoriale e identitario. La forza principale risiede nella combinazione tra microproduzione, vitigni autoctoni e narrazione familiare. L'auditabilità del modello è discreta per identità, prodotto e radicamento; resta limitata per performance, dimensioni economiche e multifunzionalità effettiva.

5. Dimensione ambientale

La dimensione ambientale è uno degli ambiti più rilevanti e, al tempo stesso, più delicati dell'audit. A Masseria i Monaci comunica in modo esplicito un orientamento produttivo rispettoso della natura: pratiche biologiche e biodinamiche, allevamento strettamente biologico, scelta di non modificare il gusto del prodotto, valorizzazione della vigna a piede franco. Queste dichiarazioni costituiscono elementi di forte interesse, ma richiedono una lettura prudente perché non accompagnate, nelle fonti pubbliche consultate, da indicatori tecnici, certificazioni o protocolli descritti in modo organico. (A Masseria i Monaci; Consorzio VITICA)

5.1. Paesaggio agricolo, vigna e coltivazione

5.1.1. La vigna come centro del racconto ambientale

Il sito aziendale definisce la vigna "un'opera d'arte e di tradizione" e la descrive come coltivata a piede franco da uve antiche tramandate dalle famiglie autoctone. Questa formulazione rende la vigna non solo un mezzo produttivo, ma un patrimonio da conservare e tramandare. Dal punto di vista della sostenibilità, il dato è rilevante perché suggerisce un rapporto non puramente estrattivo con la risorsa agricola. (A Masseria i Monaci)

5.1.2. Coltivazione a piede franco: valore documentale e cautela

La coltivazione a piede franco viene presentata dall'azienda come parte dell'unicità del vigneto. È un'informazione significativa poiché richiama una forma di continuità varietale e storica; tuttavia, l'audit non dispone di schede agronomiche o verifiche esterne che consentano di valutarne

estensione, caratteristiche e incidenza sul complesso aziendale. Il dato viene quindi valorizzato come dichiarazione aziendale qualificata, non come evidenza tecnica pienamente verificata.

5.1.3. Superfici e varietà coltivate

Le fonti terze qualificate riportano 2,5 ettari di Casavecchia e un ettaro tra Pallagrello Nero e Pallagrello Bianco. Questi elementi consentono di associare l'approccio ambientale dichiarato a una base agricola concreta, contribuendo alla leggibilità dell'azienda sotto il profilo della agrobiodiversità locale. (Consorzio VITICA; Comune di Pontelatone)

5.2. Agrobiodiversità e tutela dei vitigni autoctoni

5.2.1. Casavecchia come asse ambientale e territoriale

Il Casavecchia non è soltanto il vino più evidenziato dall'azienda, ma anche il principale vettore della sua sostenibilità territoriale. La sua coltivazione contribuisce alla permanenza di una varietà strettamente legata al contesto casertano e alla denominazione di Pontelatone. La tutela di un vitigno autoctono può costituire un valore di agrobiodiversità, purché non venga impropriamente equiparata, da sola, a una performance ambientale complessiva. (A Masseria i Monaci; Regione Campania)

5.2.2. Pallagrello Nero e Bianco

La presenza dei Pallagrelli amplia la base varietale dell'azienda e rafforza la coerenza con il patrimonio enologico dell'Alta Campania. Anche in questo caso, l'audit riconosce il valore di una produzione non standardizzata e legata al territorio, ma evidenzia che mancano dati sul materiale vegetale, sulle tecniche di gestione e sui possibili interventi di conservazione varietale.

5.2.3. Millesimazione e lettura dell'annata

Il sito dichiara che i vini prodotti sono "tutti millesimati" e che le bottiglie differiscono annualmente in relazione alla stagionalità. Questa impostazione è coerente con un modello che accetta la variabilità naturale dell'annata; tuttavia, non sono disponibili schede annata, report agronomici o dati meteorologici interni che consentano di approfondire tale aspetto in forma verificabile. (A Masseria i Monaci)

5.2.4. Valutazione ambientale della tutela varietale

La tutela dei vitigni autoctoni rappresenta uno dei maggiori punti di forza del profilo di A Masseria i Monaci. Essa incide positivamente sulla dimensione territoriale e culturale della sostenibilità. Ai fini di un audit ambientale pienamente robusto, però, sarebbe necessario integrare queste informazioni con dati su uso del suolo, biodiversità funzionale, assenza o presenza di inerbimenti, siepi, aree ecologiche e gestione della fertilità.

5.3. Pratiche biologiche e biodinamiche dichiarate

5.3.1. Dichiarazione del sito aziendale

Il sito ufficiale afferma che vengono adottate “solo pratiche biologiche e biodinamiche nel massimo rispetto della natura”. Questa dichiarazione è centrale per l’audit, perché posiziona l’impresa in modo esplicito rispetto a un’agricoltura a ridotto impatto e a una concezione non standardizzante del vino. (A Masseria i Monaci)

5.3.2. Dichiarazione VITICA

VITICA afferma che la famiglia coltiva “solo in biologico nel pieno rispetto della sostenibilità ambientale”. Il riscontro associativo rafforza la rilevanza pubblica del tema, ma non equivale a certificazione. L’audit lo assume come fonte terza qualificata sulla narrazione del modello, non come prova definitiva di conformità a un regime di certificazione biologica. (Consorzio VITICA)

5.3.3. Assenza di certificazioni pubblicamente verificabili

Nelle fonti consultate non sono stati rintracciati riferimenti a organismi di controllo, marchi di certificazione, codici operatore, certificati scaricabili o sistemi di garanzia partecipata. Questa assenza non dimostra l’inesistenza di una certificazione, ma impedisce all’audit di valutarla. Ne deriva un punto di attenzione importante: la comunicazione ambientale dell’impresa è forte, ma la documentazione pubblica a supporto è limitata.

5.3.4. Rischio di ambiguità lessicale

L’uso contestuale dei termini “biologico” e “biodinamico” richiede precisione. Il primo, in ambito agroalimentare, può essere riferito a un sistema regolato e certificabile; il secondo richiama un insieme di pratiche e approcci la cui formalizzazione pubblica può variare. L’audit suggerisce pertanto che l’azienda, qualora disponga di certificazioni o protocolli specifici, li renda espliciti per evitare interpretazioni incerte.

5.4. Risorse, consumi e impatti non documentati

5.4.1. Risorsa idrica

Non risultano informazioni pubbliche sui consumi idrici in vigneto o in cantina, sull’eventuale irrigazione, sulla raccolta delle acque meteoriche, sul lavaggio delle attrezzature o sulla gestione dei reflui. La dimensione acqua è pertanto non valutabile.

5.4.2. Energia

Non sono disponibili dati su consumi elettrici o termici, fonti energetiche, eventuale produzione da rinnovabili, efficienza delle attrezzature o interventi di riduzione dei consumi. La dimensione energia resta un gap informativo rilevante.

5.4.3. Materie prime, trattamenti e fertilità del suolo

L’azienda dichiara pratiche biologiche e biodinamiche, ma non esplicita il piano di fertilizzazione, la gestione della sostanza organica, i trattamenti ammessi o effettivamente utilizzati, la meccanizzazione, le lavorazioni del suolo e le strategie di prevenzione delle malattie. Queste informazioni sarebbero decisive per trasformare la narrazione ambientale in auditabilità tecnica.

5.4.4. Rifiuti e sottoprodotti

Non sono disponibili dati sulla gestione di vetro, cartone, tappi, capsule, etichette, imballaggi, vinacce, fecce, raspi o rifiuti derivanti dal ciclo produttivo. Considerato il legame dell'audit con l'Iniziativa n. 7 "zero waste production", questo ambito costituisce uno dei principali fabbisogni di approfondimento.

5.4.5. Emissioni e logistica

Non è possibile valutare emissioni dirette o indirette, trasporti, distribuzione, chilometraggio medio, packaging secondario o impatto delle spedizioni. L'eventuale vendita online tramite terzi segnala una presenza commerciale, ma non fornisce elementi sul relativo profilo logistico.

5.5. Packaging, materiali e comunicazione ambientale

5.5.1. Informazioni reperite sugli imballaggi

Le fonti consultate non riportano informazioni su peso delle bottiglie, percentuale di vetro riciclato, tipologia dei tappi, capsule, scatole, materiali di spedizione o strategie di riduzione dell'imballaggio. Questo limite è particolarmente importante per una microimpresa che voglia valorizzare la coerenza tra sostenibilità dichiarata e materialità del prodotto.

5.5.2. Comunicazione ambientale non strutturata

Il sito comunica un orientamento ambientale complessivo, ma non presenta una sezione dedicata alla sostenibilità, non rende disponibili politiche ambientali, non pubblica obiettivi di riduzione e non struttura le informazioni in indicatori. L'audit rileva quindi una comunicazione valoriale forte e una comunicazione tecnica ancora embrionale.

5.6. Vinificazione, naturalità comunicata e auditabilità

5.6.1. Filtraggio, posa naturale e integrità del prodotto

Per il Casavecchia di Pontelatone, il sito parla di filtraggio lento a maglie generose e segnala la presenza di posa naturale nell'ultimo bicchiere. Questa scelta comunicativa rafforza l'idea di un prodotto poco standardizzato, ma non consente da sola di ricostruire il protocollo di vinificazione, il livello di filtrazione, l'uso di chiarificanti o la stabilizzazione del vino. (A Masseria i Monaci)

5.6.2. Informazioni tecniche da fonte commerciale

La scheda Italia in Food sul Casavecchia DOC 2022 menziona fermentazione alcolica a temperatura controllata, macerazione sulle bucce e affinamento in acciaio e barrique. Questi dati offrono elementi utili alla comprensione del prodotto, ma la loro natura commerciale impone prudenza. Una scheda tecnica aziendale ufficiale renderebbe il quadro più solido. (Italia in Food)

5.6.3. Giudizio sulla trasparenza produttiva

La trasparenza produttiva è sufficiente per cogliere l'identità generale del vino, ma non per valutarne pienamente il profilo ambientale. Mancano informazioni su rese di vinificazione, solforosa, additivi, lieviti, gestione dei sottoprodotti, lavaggi, detergenti e controllo delle temperature.

5.7. Sintesi valutativa della dimensione ambientale

Ambito	Stato delle informazioni disponibili	Valutabilità
Vitigni autoctoni	Buona documentazione su Casavecchia e Pallagrelli	Positivamente valutabile
Coltivazione a piede franco	Dichiarazione aziendale specifica	Valutabile con cautela
Biologico/biodinamico	Dichiarazioni aziendali e consortili	Rilevante ma non certificabile
Acqua	Nessun dato pubblico organico	Non valutabile
Energia	Nessun dato pubblico organico	Non valutabile
Rifiuti e sottoprodotti	Nessun dato pubblico organico	Non valutabile
Packaging	Nessuna informazione specifica	Non valutabile
Emissioni e logistica	Nessuna informazione specifica	Non valutabile

5.8. Giudizio sintetico del Capitolo 5

La dimensione ambientale di A Masseria i Monaci presenta una forte identità comunicata e alcuni elementi distintivi di grande interesse: vitigni autoctoni, coltivazione a piede franco, orientamento biologico e biodinamico dichiarato, accettazione della variabilità dell'annata. Tuttavia, la mancanza di indicatori, protocolli e certificazioni pubblicamente verificabili impedisce di trasformare tali elementi in una valutazione prestazionale completa. Il giudizio ambientale è quindi "positivo in termini di orientamento dichiarato e coerenza territoriale, ma solo parzialmente auditabile in termini tecnici".

6. Dimensione sociale

La dimensione sociale di A Masseria i Monaci è leggibile soprattutto attraverso la struttura familiare del progetto, la continuità generazionale, la funzione di presidio agricolo svolta in un contesto rurale e la capacità di rendere riconoscibile una microproduzione territoriale. Le fonti pubbliche non consentono di valutare indicatori occupazionali, politiche di welfare, formazione, sicurezza o relazioni formalizzate con la comunità; tuttavia, permettono di ricostruire alcuni elementi qualitativi di particolare interesse.

Il sito ufficiale presenta l'azienda come il frutto di una passione tramandata "da generazioni", legata alla memoria del padre e condivisa dai figli Alfonso e Andrea. Questa narrazione non va confusa con una misurazione dell'impatto sociale, ma segnala un modello imprenditoriale nel quale la dimensione

del lavoro e della responsabilità non è raccontata in forma impersonale, bensì come prosecuzione di una storia familiare che si traduce in attività economica locale. (A Masseria i Monaci)

6.1. Continuità familiare e trasmissione del sapere

6.1.1. La famiglia come struttura identitaria

Il racconto della Masseria pone al centro la famiglia. La scelta del capostipite Girolamo, l'omaggio al padre, la condivisione del progetto da parte dei figli e la decisione di produrre un vino destinato a essere consumato per primo nella propria casa costituiscono un sistema di significati coerente. L'azienda comunica un'immagine di prossimità tra produttore e prodotto, nella quale la credibilità del vino è fondata anche sulla responsabilità personale di chi lo realizza. (A Masseria i Monaci)

6.1.2. Trasmissione intergenerazionale

La trasmissione intergenerazionale assume rilievo sociale perché contribuisce a mantenere vive competenze agricole, pratiche di cura del vigneto e forme di imprenditorialità radicate nel territorio. L'audit non dispone di informazioni su eventuali successioni formalizzate, ruoli societari o organigrammi; tuttavia, la presenza dichiarata di più generazioni nella costruzione del progetto consente di evidenziare un potenziale valore di continuità.

6.1.3. Responsabilità implicita nel consumo familiare

L'affermazione secondo cui il vino commercializzato è quello che la famiglia consuma a tavola introduce un principio di responsabilità diretta: l'azienda comunica di non proporre all'esterno un prodotto diverso da quello ritenuto degno del proprio consumo. È una dichiarazione di forte impatto reputazionale, non verificabile in senso stretto, ma utile a comprendere l'etica comunicata del progetto. (A Masseria i Monaci)

6.1.4. Limiti della documentazione sociale

Mancano informazioni sul numero di addetti, sull'eventuale impiego di lavoratori stagionali, sui contratti, sulla formazione, sui presidi di salute e sicurezza, sulle pari opportunità e sulla relazione con fornitori o collaboratori. Per questo motivo, il valore sociale della continuità familiare deve essere tenuto distinto dalla valutazione di performance sociali complessive.

6.2. Presidio agricolo e vitalità del territorio

6.2.1. Microimpresa e permanenza produttiva

La presenza di una piccola azienda vitivinicola a Pontelatone contribuisce, almeno potenzialmente, alla permanenza di attività produttive in un'area interna e rurale. La produzione dichiarata di 2.000 bottiglie l'anno non segnala una rilevante capacità occupazionale in termini quantitativi, ma testimonia l'esistenza di una iniziativa imprenditoriale che sceglie di valorizzare il territorio attraverso un prodotto ad alta identità. (A Masseria i Monaci)

6.2.2. Riconoscimento istituzionale locale

Il Comune di Pontelatone include A Masseria Monaci tra le cantine del territorio. Tale riconoscimento istituzionale non misura direttamente l'impatto sociale, ma indica che l'impresa è percepita come parte dell'offerta produttiva locale e come soggetto utile alla rappresentazione del comune. (Comune di Pontelatone)

6.2.3. Partecipazione a un ecosistema territoriale

La presenza nella scheda VITICA colloca l'azienda all'interno di un sistema associativo più ampio di tutela e valorizzazione dei vini casertani. Anche questo elemento non equivale a partecipazione attiva documentata a progetti collettivi, ma suggerisce un inserimento nella rete di riferimento del settore. (Consorzio VITICA)

6.2.4. Potenziale generazione di reputazione territoriale

Ogni bottiglia di Casavecchia di Pontelatone o Pallagrello prodotta e comunicata da una microimpresa locale concorre, in linea di principio, alla riconoscibilità del territorio. Il contributo di A Masseria i Monaci alla reputazione collettiva non è quantificabile con le informazioni disponibili, ma è coerente con la sua scelta di insistere su varietà e denominazioni localizzate.

6.3. Relazione con il consumatore e trasparenza comunicativa

6.3.1. Linguaggio diretto e accessibile

La comunicazione del sito è semplice, diretta e narrativa. Non adotta un lessico tecnico eccessivamente specialistico, ma rende comprensibili al visitatore alcuni temi centrali: la piccola produzione, il rapporto con la vigna, la stagionalità, la coltivazione biologica, il valore dei vitigni locali. Questo favorisce una relazione di prossimità con il consumatore.

6.3.2. Chiarezza dei recapiti

Il sito mette a disposizione indirizzo, telefono, cellulare ed e-mail. La reperibilità del soggetto è un elemento positivo di trasparenza organizzativa di base, perché consente a utenti e interlocutori di individuare un canale di contatto chiaro. (A Masseria i Monaci)

6.3.3. Ambiti comunicativi da rafforzare

La comunicazione al consumatore potrebbe essere rafforzata mediante pubblicazione di schede tecniche ufficiali, specificazione delle certificazioni eventualmente possedute, chiarimento dei termini "biologico" e "biodinamico", descrizione dell'approccio al packaging e alle pratiche di cantina. Questi aspetti avrebbero anche una ricaduta sociale, perché aumenterebbero la qualità dell'informazione disponibile al pubblico.

6.4. Cultura del lavoro e responsabilità non documentate

6.4.1. Assenza di politiche interne pubbliche

Non risultano pubblicate policy interne su lavoro, sicurezza, inclusione, formazione o salute. Per una microimpresa ciò è frequente, ma dal punto di vista dell'audit documentale costituisce un limite, perché impedisce di valutare la maturità della governance sociale.

6.4.2. Assenza di indicatori occupazionali

Non sono reperibili dati sul numero di persone stabilmente coinvolte, sull'eventuale ricorso a manodopera stagionale, sulla distribuzione dei ruoli o sulla presenza di collaborazioni esterne. L'audit non può quindi misurare la ricaduta occupazionale diretta.

6.4.3. Informazioni necessarie per un audit di secondo livello

Per rafforzare il profilo sociale, sarebbero utili informazioni su: organico medio, stagionalità del lavoro, formazione svolta, adempimenti in materia di sicurezza, eventuali tirocini o collaborazioni con scuole, accoglienza di visite didattiche, relazioni con produttori o fornitori locali.

6.5. Sintesi valutativa della dimensione sociale

Ambito	Evidenze pubbliche	Valutazione preliminare
Continuità familiare	Progetto legato al padre, Girolamo, Alfonso e Andrea	Punto di forza identitario
Presidio territoriale	Azienda localizzata a Pontelatone e riconosciuta dal Comune	Elemento positivo
Relazione con reti settoriali	Presenza nella scheda VITICA	Riscontro utile ma non esaustivo
Trasparenza di contatto	Indirizzo, telefono, mobile ed e-mail pubblici	Buona
Occupazione	Nessun dato pubblico	Non valutabile
Formazione e sicurezza	Nessuna informazione organica	Non valutabile
Relazione con comunità e scuole	Non documentata nelle fonti consultate	Non valutabile

6.6. Giudizio sintetico del Capitolo 6

La dimensione sociale di A Masseria i Monaci appare significativa sul piano della continuità familiare, del presidio rurale e della trasparenza di base verso il consumatore. Essa risulta però solo parzialmente auditabile, poiché mancano indicatori organizzativi e informazioni su lavoro, sicurezza, formazione e relazioni con la comunità. Il giudizio sintetico è pertanto "positivo per radicamento e continuità, incompleto per assenza di dati sociali strutturati".

7. Dimensione economico-territoriale

La dimensione economico-territoriale dell'impresa riguarda la capacità di tradurre risorse locali, varietà autoctone e microproduzione in un'offerta riconoscibile e potenzialmente generatrice di valore per il territorio. A Masseria i Monaci non comunica un modello di espansione su larga scala; al contrario, costruisce la propria identità economica attorno alla limitatezza della produzione, alla qualità percepita del prodotto e alla specificità delle uve utilizzate.

Le fonti disponibili consentono di leggere questa dimensione attraverso cinque prospettive: la scelta dei vitigni identitari, la dichiarata ridotta quantità prodotta, l'inserimento nel contesto consortile, la presenza di prodotti sul mercato digitale tramite soggetti terzi e la possibilità di associare la cantina al patrimonio enologico di Pontelatone.

7.1. Microproduzione e posizionamento di nicchia

7.1.1. Produzione annua dichiarata

Il sito ufficiale indica una produzione di 2.000 bottiglie all'anno a partire dal 2018. In termini economici, questo dato suggerisce un posizionamento di nicchia, fondato su un rapporto stretto tra quantità limitata, racconto familiare e attenzione alla singolarità del prodotto. (A Masseria i Monaci)

7.1.2. Significato economico della scala ridotta

La piccola scala produttiva può rappresentare un elemento di differenziazione, soprattutto nei mercati in cui il consumatore attribuisce valore a produzioni artigianali, autoctone e territorialmente connotate. Al contempo, essa può comportare limiti di massa critica, difficoltà nella distribuzione e maggiore dipendenza da reti relazionali o canali diretti. Le fonti disponibili non permettono di valutare questi aspetti in modo quantitativo.

7.1.3. Coerenza tra disponibilità produttiva e narrazione del brand

La comunicazione non presenta la scarsità come carenza, ma come tratto coerente con la scelta di seguire la natura e di non alterare il prodotto. Questa impostazione costruisce un posizionamento economico che punta sul valore immateriale del vino, più che sulla quantità disponibile.

7.2. Valorizzazione delle produzioni tipiche

7.2.1. Casavecchia di Pontelatone

Il Casavecchia di Pontelatone è l'elemento più riconoscibile della proposta. La presenza della DOC nelle etichette aziendali connette direttamente la cantina al toponimo e alla denominazione. Questo aspetto rafforza il potenziale di valorizzazione economica del territorio, perché il prodotto richiama esplicitamente Pontelatone nella propria identità commerciale. (A Masseria i Monaci; Regione Campania)

7.2.2. Pallagrello Nero e Bianco

I Pallagrelli ampliano la gamma e consolidano la specializzazione territoriale. Anche se il sito non mette a disposizione un sistema completo di schede tecniche per ogni vino, la presenza di queste varietà consente di collocare l'impresa in un segmento di offerta strettamente legato all'Alta Campania.

7.2.3. Terre del Volturno I.G.T.

VITICA indica la denominazione Terre del Volturno I.G.T. tra le produzioni dell'azienda. Questo dato segnala un'ulteriore integrazione dell'impresa nel sistema delle indicazioni geografiche locali e rafforza la sua appartenenza alla geografia produttiva casertana. (Consorzio VITICA)

7.2.4. Valore economico del patrimonio varietale

La scelta di lavorare su vitigni autoctoni non è soltanto culturale o agronomica; essa può diventare leva economica di differenziazione. In mercati saturi di prodotti standardizzati, la riconoscibilità di varietà locali e denominazioni specifiche consente di costruire un'offerta con maggiore identità e, potenzialmente, maggiore capacità di difesa del valore.

7.3. Mercato, distribuzione e visibilità online

7.3.1. Presenza su operatore commerciale terzo

Il Casavecchia DOC 2022 di A Masseria i Monaci risulta presente su una piattaforma commerciale specializzata in prodotti italiani, con una scheda che riporta origine, caratteristiche del suolo, uvaggio e affinamento. La presenza su un canale digitale esterno segnala una possibilità di accesso a consumatori oltre la rete locale. (Italia in Food)

7.3.2. Assenza di shop aziendale strutturato documentato

Le fonti consultate non consentono di ricostruire un e-commerce aziendale autonomo analogo a quello di imprese più strutturate. Questo non esclude vendite dirette o canali informali, ma limita la possibilità di analizzare il modello distributivo.

7.3.3. Prezzi e mercato: cautela interpretativa

Le schede commerciali online possono riportare prezzi di vendita, ma l'audit non utilizza tali valori per desumere posizionamento economico o redditività, poiché il prezzo può variare nel tempo, dipendere dal rivenditore e non riflettere il listino aziendale. L'interesse della fonte commerciale è quindi soprattutto informativo e tecnico, non finanziario.

7.4. Relazione con il sistema territoriale

7.4.1. Consorzio VITICA

L'inserimento nella scheda VITICA rafforza il ruolo dell'azienda all'interno del sistema dei vini casertani. Il Consorzio rappresenta un contesto di tutela e promozione che può contribuire alla circolazione delle informazioni, alla visibilità delle denominazioni e alla crescita di una reputazione collettiva del territorio. (Consorzio VITICA)

7.4.2. Comune di Pontelatone

La presenza sul sito del Comune conferma che l'azienda è considerata parte dell'offerta locale. Questo riconoscimento istituzionale, pur non traducendosi automaticamente in indicatori economici, rafforza l'immagine di A Masseria i Monaci come soggetto rappresentativo di una microeconomia vitivinicola territoriale. (Comune di Pontelatone)

7.4.3. Potenziale contributo all'attrattività locale

Una cantina che valorizza il Casavecchia di Pontelatone e i Pallagrelli può contribuire all'attrattività del territorio, specialmente se integrata in percorsi enogastronomici, itinerari rurali o iniziative di promozione locale. Nelle fonti consultate, tuttavia, non sono stati rintracciati programmi di visite, degustazioni o hospitality strutturati attribuibili con certezza all'azienda; il potenziale va quindi distinto da evidenze già documentate.

7.5. Robustezza economica: dati non disponibili

7.5.1. Dati su fatturato, mercati e clienti

Non risultano dati pubblici su fatturato, canali di vendita, quota export, principali mercati, rete distributiva, ricavi per linea o crescita nel tempo. La dimensione economica è dunque leggibile in termini qualitativi, ma non misurabile.

7.5.2. Investimenti e sviluppo

Le fonti consultate non forniscono informazioni su investimenti recenti, ampliamenti, ristrutturazioni, attrezzature, progetti finanziati o strategie di sviluppo. Ciò impedisce di valutare la traiettoria di consolidamento dell'impresa.

7.5.3. Rischi e dipendenze

Una microproduzione può essere esposta a rischi specifici: variabilità climatica, ridotta scalabilità, concentrazione su poche referenze, dipendenza dal lavoro familiare, difficoltà di accesso ai mercati. L'audit non attribuisce tali rischi all'azienda come criticità accertate, ma li segnala come domande utili per un eventuale approfondimento diretto.

7.6. Sintesi valutativa della dimensione economico-territoriale

Ambito	Evidenze	Valutazione
Scala produttiva	2.000 bottiglie annue dichiarate	Posizionamento di nicchia
Prodotti identitari	Casavecchia DOC, Pallagrelli, Terre del Volturno I.G.T.	Punto di forza territoriale
Reti	Presenza VITICA e Comune	Buona leggibilità del radicamento
Mercato digitale	Scheda commerciale esterna del Casavecchia DOC	Presenza riscontrata, modello non ricostruibile
Dati economici	Non disponibili	Non valutabile
Hospitality/enoturismo	Non documentati in modo organico	Non valutabile

7.7. Giudizio sintetico del Capitolo 7

La dimensione economico-territoriale appare coerente e promettente: A Masseria i Monaci costruisce valore attraverso varietà autoctone, denominazioni locali, narrazione familiare e produzione limitata.

L'inserimento nel sistema VITICA e il riconoscimento comunale rafforzano il radicamento territoriale. Restano però assenti i dati necessari a misurare solidità economica, mercati, distribuzione, investimenti e impatto sul tessuto locale. Il giudizio è "positivo per coerenza territoriale, incompleto sul piano della misurabilità economica".

8. Dimensione culturale e identitaria

La dimensione culturale e identitaria costituisce probabilmente l'asse più solido del profilo pubblico di A Masseria i Monaci. Il progetto non viene presentato come semplice produzione enologica, ma come espressione di memoria familiare, rispetto del territorio, relazione con uve antiche, valorizzazione della stagionalità e rifiuto della standardizzazione del gusto. Questi elementi consentono di leggere l'azienda come una micro-narrazione del paesaggio vitivinicolo di Pontelatone.

8.1. Memoria familiare e identità del progetto

8.1.1. L'omaggio al padre

Il sito ufficiale afferma che l'idea imprenditoriale nasce dall'intento di rendere omaggio al padre del fondatore. Questo elemento è rilevante perché colloca l'origine dell'attività non in una generica opportunità di mercato, ma in una motivazione memoriale e affettiva. (A Masseria i Monaci)

8.1.2. La trasformazione della memoria in impresa

Dal punto di vista culturale, la scelta di trasformare una passione familiare in un progetto produttivo implica la messa in valore di un patrimonio immateriale. La famiglia non è soltanto soggetto proprietario, ma diventa parte del racconto che accompagna il vino e ne orienta il senso.

8.1.3. Continuità e autenticità comunicata

Il richiamo alla tradizione, alla tavola di casa e alla condivisione tra generazioni costituisce un nucleo narrativo coerente. L'audit lo considera un elemento identitario forte, pur ricordando che l'autenticità percepita non può essere trasformata automaticamente in indicatore di sostenibilità senza adeguati riscontri.

8.2. Uve antiche e paesaggio culturale

8.2.1. Il significato culturale del piede franco

La coltivazione a piede franco di uve antiche, così come dichiarata dal sito, assume valore culturale oltre che agronomico. Essa richiama la permanenza di materiali vegetali e pratiche di coltivazione percepite come originarie, contribuendo a un racconto di continuità tra passato rurale e presente imprenditoriale. (A Masseria i Monaci)

8.2.2. Vitigni autoctoni come patrimonio locale

Casavecchia e Pallagrello rappresentano varietà strettamente collegate all'identità viticola dell'area casertana. La loro presenza nell'offerta aziendale consente ad A Masseria i Monaci di inserirsi in un

filone culturale che non mira soltanto a produrre vino, ma a rendere riconoscibile un patrimonio agricolo locale.

8.2.3. Denominazione e toponimo

Il Casavecchia di Pontelatone lega in modo diretto il prodotto al luogo. La denominazione non è soltanto un riferimento normativo, ma anche un dispositivo culturale: rende il territorio leggibile attraverso il vino e porta il nome del comune fuori dai suoi confini. (A Masseria i Monaci; Regione Campania)

8.3. Linguaggio simbolico della gamma

8.3.1. “Fili di cielo” e “linee di terra”

I nomi delle etichette evocano una relazione tra alto e basso, cielo e suolo, leggerezza e materia. Pur non essendo indicatori tecnici, contribuiscono a costruire un universo simbolico coerente con l'immagine rurale e contemplativa del progetto. (A Masseria i Monaci)

8.3.2. La pietra e il territorio nella scheda VITICA

VITICA descrive la Masseria come “un tutt’uno con il territorio, con la pietra, con la natura e con il nettare degli Dei”. Si tratta di un linguaggio promozionale, ma utile a registrare come il progetto venga collocato, da una fonte associativa, in un immaginario di forte fusione tra luogo e prodotto. (Consorzio VITICA)

8.3.3. Narrazione come leva di riconoscibilità

In una microimpresa con produzione limitata, il racconto culturale può assumere una funzione strategica. Non sostituisce la qualità del prodotto, ma favorisce la distinzione dell’offerta e rende più comprensibile il valore attribuito alla piccola scala, ai vitigni locali e alla variabilità dell’annata.

8.4. Naturalità, stagionalità e rifiuto della standardizzazione

8.4.1. Vino che cambia ogni anno

L’azienda dichiara che le bottiglie sono diverse di anno in anno in funzione della stagionalità, senza alterare il gusto del prodotto finito. Questa affermazione introduce una visione del vino come espressione del tempo e non come oggetto da uniformare a tutti i costi. (A Masseria i Monaci)

8.4.2. Valore culturale della variabilità

La variabilità annuale, se comunicata in modo chiaro, può educare il consumatore a riconoscere il rapporto tra clima, annata e risultato finale. È un elemento culturalmente interessante, perché si oppone alla logica della ripetibilità assoluta e valorizza il carattere agricolo del vino.

8.4.3. Necessità di una comunicazione più documentata

Per rafforzare questa impostazione, sarebbe utile pubblicare note d'annata, descrizioni sintetiche delle vendemmie, differenze tra millesimi e schede prodotto ufficiali. In questo modo la narrazione della stagionalità diventerebbe anche uno strumento di trasparenza culturale e tecnica.

8.5. Limiti e potenzialità della dimensione culturale

8.5.1. Assenza di storia architettonica documentata

Il nome "Masseria" e il lessico territoriale suggeriscono un legame con il patrimonio rurale costruito, ma le fonti consultate non offrono una descrizione storica o architettonica dell'immobile. L'audit non può quindi valutare eventuali interventi di recupero, conservazione o rifunzionalizzazione del patrimonio edilizio.

8.5.2. Assenza di iniziative culturali o divulgative documentate

Non sono state rintracciate, nelle fonti consultate, informazioni organiche su eventi, visite guidate, laboratori, degustazioni didattiche o collaborazioni culturali. Tali attività potrebbero esistere, ma non risultano sufficientemente documentate per essere assunte nell'audit.

8.5.3. Potenziale di sviluppo

Il patrimonio narrativo dell'azienda avrebbe un elevato potenziale di sviluppo in termini di storytelling territoriale, schede di approfondimento sui vitigni, racconto delle annate e integrazione con itinerari culturali o enogastronomici dell'Alta Campania.

8.6. Sintesi valutativa della dimensione culturale e identitaria

Ambito	Evidenze	Valutazione
Memoria familiare	Omaggio al padre e continuità generazionale	Molto rilevante
Vitigni autoctoni	Casavecchia e Pallagrelli	Molto rilevante
Piede franco	Dichiarazione aziendale	Distintivo, da documentare
Stagionalità	Vini che cambiano in base all'annata	Coerente con identità agricola
Narrazione etichette	Fili di cielo, linee di terra	Rafforza il posizionamento
Patrimonio architettonico	Non descritto in modo organico	Non valutabile
Iniziative culturali	Non documentate	Non valutabile

8.7. Giudizio sintetico del Capitolo 8

La dimensione culturale e identitaria è uno dei punti di maggior forza dell'audit. A Masseria i Monaci presenta un racconto coerente, riconoscibile e intimamente connesso al territorio di Pontelatone, alla memoria familiare e ai vitigni locali. Il profilo culturale è elevato, ma la sua auditabilità migliorerebbe con una documentazione più ricca su storia della masseria, annate, eventi, iniziative divulgative e percorsi di fruizione.

PARTE III - VALUTAZIONE AUDITIVA

9. Elementi distintivi del profilo di sostenibilità

Il presente capitolo ricompone in forma trasversale gli elementi emersi nelle parti precedenti, distinguendo tra punti di forza effettivamente documentati, elementi di interesse da approfondire e aspetti che rischierebbero di essere sovrainterpretati se trasformati in giudizi più forti di quanto le fonti consentano. Questa impostazione è essenziale per mantenere l'audit entro un perimetro metodologicamente prudente.

9.1. Punti di forza documentati

1. Radicamento territoriale a Pontelatone e riconoscimento da parte del Comune.
2. Inserimento nel sistema associativo del Consorzio VITICA.
3. Valorizzazione di Casavecchia e Pallagrelli come assi produttivi identitari.
4. Produzione dichiarata di piccola scala, pari a circa 2.000 bottiglie annue.
5. Narrazione familiare coerente, con riferimento a Girolamo, Alfonso e Andrea.
6. Dichiarazione di coltivazione a piede franco di uve antiche.
7. Adozione dichiarata di pratiche biologiche e biodinamiche.
8. Accettazione della variabilità d'annata e rifiuto della standardizzazione del gusto.
9. Presenza di recapiti chiari e rintracciabilità digitale del soggetto.
10. Disponibilità di alcune informazioni di prodotto utili alla comprensione della gamma.

9.2. Elementi distintivi da approfondire

- Formalizzazione e prova pubblica del regime biologico eventualmente certificato.
- Chiarimento dell'uso del termine "biodinamico" e dell'eventuale protocollo seguito.
- Documentazione tecnica della coltivazione a piede franco.
- Schede ufficiali dei vini con uvaggi, vinificazione, affinamento e annate.
- Indicatori ambientali su acqua, energia, rifiuti, packaging e sottoprodotti.
- Dati sociali su occupazione, formazione, sicurezza e relazioni con la comunità.
- Modello commerciale e distributivo, inclusa l'eventuale vendita diretta.
- Storia della masseria e del patrimonio edilizio, se rilevante per il progetto.

9.3. Rischi di sovrainterpretazione

L'audit segnala tre rischi principali. Il primo consiste nel trasformare la piccola scala produttiva in prova automatica di sostenibilità: una produzione limitata può favorire controllo e identità, ma non dimostra di per sé minori impatti. Il secondo riguarda l'uso dei termini "biologico" e "biodinamico": essi hanno forte valore comunicativo, ma richiedono riscontri verificabili. Il terzo concerne la dimensione culturale, che appare molto convincente sul piano narrativo ma non può essere estesa oltre quanto documentato.

9.4. Matrice degli elementi distintivi

Elemento	Fonte prevalente	Livello di affidabilità	Rilevanza per la sostenibilità
Produzione 2.000 bottiglie/anno	Sito ufficiale	B	Definisce la scala del modello
90.000 mq di superficie	VITICA / Comune	C	Contestualizza la base territoriale
2,5 ha Casavecchia	VITICA / Comune	C	Valorizzazione varietale
1 ha Pallagrello nero e bianco	VITICA / Comune	C	Diversificazione autoctona
Piede franco	Sito ufficiale	B	Elemento agronomico distintivo
Biologico/biodinamico	Sito ufficiale / VITICA	B-C	Orientamento ambientale dichiarato
Variazione tra annate	Sito ufficiale	B	Coerenza con stagionalità
Riconoscimento comunale	Comune	A-C	Radicalamento locale
Presenza VITICA	Consorzio	C	Inserimento nella rete territoriale

9.5. Giudizio complessivo sugli elementi distintivi

A Masseria i Monaci presenta un profilo di sostenibilità territoriale e identitaria ben riconoscibile. La qualità del progetto emerge soprattutto nella coerenza tra vigna, famiglia, territorio e vitigni autoctoni. Il limite principale non è l'assenza di tratti distintivi, ma la loro documentazione ancora parziale in chiave tecnico-auditiva. Il passaggio successivo, per l'impresa, dovrebbe consistere nella trasformazione di alcuni contenuti valoriali in informazioni verificabili e strutturate.

10. Griglia di valutazione sintetica

La griglia che segue traduce l'analisi qualitativa in una lettura sintetica per dimensioni. I giudizi non costituiscono rating ESG né punteggi certificativi; rappresentano una valutazione interna all'audit documentale, costruita sulla qualità e sulla disponibilità delle evidenze pubbliche.

10.1. Scala interpretativa

Livello	Significato
Molto alto	Dimensione fortemente documentata e coerente con il profilo aziendale.
Alto	Dimensione ben leggibile, con evidenze significative ma non esaustive.
Medio	Dimensione presente, ma sostenuta da informazioni parziali.
Basso	Dimensione poco documentata o solo indirettamente ricostruibile.
Non valutabile	Assenza di informazioni sufficienti.

10.2. Valutazione per macro-dimensione

Macro-dimensione	Giudizio	Motivazione
------------------	----------	-------------

Radicamento territoriale	Alto	Pontelatone, VITICA, Comune, vitigni locali e denominazioni conferiscono forte coerenza territoriale.
Agrobiodiversità	Alto	Casavecchia, Pallagrelli e dichiarazione di uve antiche a piede franco costituiscono elementi distintivi.
Sostenibilità ambientale	Medio	Orientamento biologico/biodinamico dichiarato, ma assenza di indicatori e certificazioni pubbliche verificabili.
Sostenibilità sociale	Medio-basso	Forte continuità familiare, ma dati su lavoro e comunità non disponibili.
Sostenibilità economico-territoriale	Medio-alto	Microproduzione identitaria e inserimento in reti locali; dati economici assenti.
Dimensione culturale e identitaria	Molto alto	Memoria familiare, stagionalità, vitigni autoctoni e racconto coerente costituiscono l'asse più forte.
Auditabilità online	Medio	Fonti sufficienti per lettura qualitativa, insufficienti per audit prestazionale.

10.3. Valutazione per ambiti analitici

Ambito	Disponibilità evidenze	Giudizio
Identità aziendale	Buona	Alto
Localizzazione	Buona	Alto
Storia e famiglia	Buona	Alto
Vitigni e vigneti	Media-alta	Alto
Tecniche agronomiche	Media	Medio
Tecniche di cantina	Bassa-media	Medio-basso
Certificazioni	Bassa/assente	Non valutabile
Acqua ed energia	Assente	Non valutabile
Rifiuti e packaging	Assente	Non valutabile
Lavoro e occupazione	Assente	Non valutabile
Relazioni territoriali	Media	Medio-alto
Comunicazione identitaria	Alta	Molto alto

10.4. Lettura comparativa tra forza narrativa e forza documentale

Uno degli esiti più rilevanti dell'audit è la differenza tra forza narrativa e forza documentale. A Masseria i Monaci presenta una narrazione molto incisiva e coerente; tuttavia, la documentazione a supporto di molte affermazioni chiave non è altrettanto sviluppata. Ciò non indebolisce il valore culturale del progetto, ma orienta il giudizio auditivo: l'azienda è "fortemente leggibile" come identità, "moderatamente leggibile" come modello produttivo e "debolmente misurabile" come performance di sostenibilità.

10.5. Giudizio sintetico del Capitolo 10

La griglia complessiva colloca A Masseria i Monaci in una posizione favorevole sul piano della sostenibilità territoriale, dell'agrobiodiversità e della dimensione culturale; assegna invece valutazioni più prudenti alla dimensione ambientale prestazionale, sociale e di trasparenza tecnica, non per assenza di valore, ma per insufficienza di dati pubblici verificabili.

11. Gap informativi, dati mancanti e fabbisogni di approfondimento

L'audit documentale non si limita a descrivere ciò che è disponibile, ma deve indicare con precisione quali informazioni mancano per una valutazione più robusta. Nel caso di A Masseria i Monaci, i gap informativi non riguardano l'identità di base o il radicamento territoriale, che sono ben leggibili, bensì la trasformazione delle dichiarazioni di sostenibilità in evidenze tecniche e organizzative.

11.1. Gap ambientali

Tema	Informazione mancante	Perché è rilevante
Acqua	Consumi, irrigazione, lavaggi, reflui	Valuta efficienza e pressione sulla risorsa idrica.
Energia	Consumi elettrici/termici, rinnovabili, efficienza	Permette di misurare il profilo energetico.
Trattamenti	Tipologie, frequenza, input ammessi/impiegati	Rende verificabile la gestione agronomica.
Fertilità del suolo	Concimazioni, sostanza organica, inerbimenti	Misura la cura del capitale naturale.
Rifiuti	Quantità, frazioni, conferimento, riduzione	Centrale per la logica zero waste.
Sottoprodotti	Vinacce, fecce, raspi e loro destino	Valuta circolarità interna/esterna.
Packaging	Peso vetro, tappi, scatole, materiali riciclati	Misura impatto del confezionamento.
Emissioni/logistica	Trasporti, distribuzione, spedizioni	Valuta la fase di mercato.

11.2. Gap su certificazioni e claim

Claim o tema	Stato attuale	Integrazione utile
Biologico	Dichiarato da sito e VITICA	Certificato, organismo di controllo, codice operatore, stato di validità.
Biodinamico	Dichiarato dal sito	Protocollo, eventuale certificazione, pratiche effettivamente adottate.
Piede franco	Dichiarato dal sito	Documentazione tecnica, età delle viti, varietà, motivazione agronomica.
Vino non standardizzato	Dichiarazione sulla variabilità d'annata	Note tecniche per vendemmia, parametri base e filosofia di vinificazione.

11.3. Gap sociali e organizzativi

- numero di addetti e ripartizione tra lavoro familiare e collaborazioni esterne;
- presenza di manodopera stagionale e modalità di gestione;
- formazione su sicurezza, igiene, qualità e sostenibilità;
- eventuali rapporti con scuole, università o enti di formazione;
- iniziative di comunità, degustazioni didattiche, visite o eventi;
- politiche di inclusione e pari opportunità, ove applicabili.

11.4. Gap economici e di mercato

- canali di vendita, vendita diretta, horeca, e-commerce o rivenditori;
- mercati serviti e quota locale/nazionale/estero;
- andamento della produzione negli anni;
- eventuali investimenti in vigneto o cantina;
- strategie di sviluppo coerenti con la microproduzione;
- incidenza economica dei diversi vini e delle diverse denominazioni.

11.5. Questionario di approfondimento consigliato

Area	Domande suggerite
Identità	Qual è la forma giuridica dell'impresa? Quali ruoli ricoprono i familiari coinvolti?
Vigneto	Quanti ettari sono effettivamente vitati? Qual è l'età media delle viti? In che modo è documentato il piede franco?
Biologico	L'azienda è certificata? Da quale organismo? Sono disponibili attestazioni?
Biodinamico	Quali pratiche vengono adottate? Esiste un protocollo interno o una certificazione esterna?
Acqua	Il vigneto è irrigato? Quanta acqua viene usata in cantina?
Energia	Quali fonti energetiche vengono utilizzate? Sono presenti impianti rinnovabili?
Rifiuti	Come sono gestiti imballaggi, sottoprodotti e rifiuti?
Packaging	Quali bottiglie, tappi e cartoni vengono utilizzati?
Lavoro	Quante persone collaborano stabilmente e stagionalmente?
Mercato	Quali canali commerciali sono principali?

11.6. Priorità di miglioramento della trasparenza

Priorità	Azione	Effetto atteso
Alta	Pubblicare o chiarire la documentazione relativa al biologico e al biodinamico.	Riduce l'ambiguità dei claim ambientali.
Alta	Predisporre schede tecniche ufficiali dei vini.	Aumenta la qualità dell'informazione al consumatore.
Alta	Rendere disponibili dati minimi su rifiuti, packaging e sottoprodotti.	Allinea l'azienda ai temi zero waste.
Media	Descrivere in forma sintetica la gestione di acqua ed energia.	Rafforza l'auditabilità ambientale.
Media	Documentare la storia della Masseria e la struttura del vigneto.	Valorizza il capitale culturale.
Media	Presentare eventuali visite, collaborazioni o iniziative territoriali.	Rende più leggibile il valore sociale.

11.7. Giudizio sintetico del Capitolo 11

I gap informativi di A Masseria i Monaci sono chiaramente individuabili e, in larga misura, colmabili con uno sforzo di sistematizzazione della comunicazione aziendale. L'impresa dispone già di

un'identità forte; il rafforzamento della trasparenza tecnica permetterebbe di rendere più credibili e auditabili i temi ambientali che oggi emergono prevalentemente come dichiarazioni qualificate.

12. Giudizio conclusivo dell'audit

L'audit documentale preliminare di sostenibilità di A Masseria i Monaci restituisce il profilo di una microimpresa vitivinicola fortemente radicata nel territorio di Pontelatone, con una identità pubblica costruita attorno a famiglia, memoria, vitigni autoctoni, piccola produzione e rapporto non standardizzato con l'annata. Il progetto appare coerente e riconoscibile, soprattutto nelle sue dimensioni culturale, territoriale e varietale.

Gli elementi più qualificanti sono: la centralità del Casavecchia di Pontelatone e dei Pallagrelli; la dichiarazione di coltivazione a piede franco di uve antiche; l'orientamento biologico e biodinamico esplicitamente comunicato; la produzione limitata; la presenza nel sistema VITICA; il riconoscimento istituzionale da parte del Comune. Questi aspetti rendono A Masseria i Monaci un soggetto di interesse all'interno di una riflessione sulle microimprese sostenibili e sulle economie territoriali dell'Alto Casertano.

Al tempo stesso, l'audit evidenzia con nettezza un limite: la sostenibilità dell'impresa è oggi molto più leggibile in termini narrativi e identitari che in termini prestazionali. Mancano dati pubblici su consumi, rifiuti, energia, acqua, packaging, lavoro, governance e certificazioni. Non è dunque possibile attribuire un giudizio ESG compiuto o formulare valutazioni quantitative sull'impatto ambientale e sociale.

12.1. Sintesi per macro-dimensioni

Macro-dimensione	Valutazione finale	Commento
Territorio	Positiva	Radicamento evidente a Pontelatone e integrazione con la geografia produttiva locale.
Agrobiodiversità	Positiva	Casavecchia, Pallagrelli e piede franco rappresentano elementi di forte interesse.
Ambiente	Parzialmente positiva	Orientamento dichiarato significativo, ma dati tecnici e certificazioni da rendere verificabili.
Sociale	Parzialmente positiva	Continuità familiare evidente; impatto sociale e lavoro non misurabili.
Economia territoriale	Positiva con riserva	Microproduzione coerente e rete VITICA; dati economici non pubblici.
Cultura e identità	Molto positiva	Asse distintivo più solido e coerente del progetto.
Auditabilità	Media	Buona base qualitativa, insufficiente per performance ESG strutturate.

12.2. Formula conclusiva

A Masseria i Monaci può essere qualificata, sulla base delle evidenze pubbliche disponibili, come una microimpresa vitivinicola ad alta identità territoriale e culturale, con un orientamento ambientale dichiarato coerente con la valorizzazione di vitigni autoctoni e pratiche agricole presentate come rispettose della natura. La sua auditabilità online è discreta ma non piena: sufficiente a sostenere un giudizio positivo sul radicamento e sul valore identitario, non sufficiente a certificare o misurare compiutamente la sostenibilità ambientale e sociale.

12.3. Indicazione operativa finale

Il principale suggerimento emerso dall'audit è la costruzione di un piccolo dossier pubblico di sostenibilità, anche essenziale, articolato in quattro sezioni: "chi siamo e dove produciamo"; "come coltiviamo"; "come trasformiamo e confezioniamo"; "quali dati possiamo rendere pubblici". Un simile strumento consentirebbe all'impresa di preservare il proprio tono narrativo, aggiungendo però maggiore precisione e verificabilità alle affermazioni che oggi rappresentano il cuore della sua proposta.

PARTE IV - FONTI E ALLEGATI

13. Apparato delle fonti

L'apparato delle fonti raccoglie in forma ordinata i principali riferimenti utilizzati nell'audit. La classificazione non ha valore bibliometrico, ma serve a distinguere tra fonti aziendali, istituzionali, associative e commerciali, evidenziandone funzione e limiti.

13.1. Fonti ufficiali aziendali

Fonte	Contenuto utilizzato	Funzione nell'audit
Sito ufficiale A Masseria i Monaci - pagina principale	Storia del progetto, produzione dichiarata, piede franco, pratiche biologiche e biodinamiche, contatti.	Fonte primaria identitaria e produttiva.
Sito ufficiale - sezione "I vini"	Ruolo di Girolamo, Alfonso e Andrea; vitigni; riferimenti alle etichette.	Fonte primaria per gamma e narrazione familiare.
Pagine prodotto del sito	Annate, gradazioni, temperature di servizio, note su filtrazione e affinamento.	Fonte primaria descrittiva dei vini.

13.2. Fonti istituzionali e associative

Fonte	Contenuto utilizzato	Funzione nell'audit
Comune di Pontelatone	Scheda cantina, riconoscimento locale, superficie e vigneti, aggiornamento 24 luglio 2025.	Conferma istituzionale del radicamento.
Consorzio VITICA	Superfici, varietà coltivate, appartenenza al sistema vini casertani, Terre del Volturno I.G.T.	Riscontro associativo e territoriale.
Regione Campania - Casavecchia di Pontelatone DOC	Quadro generale della denominazione e della sua specificità territoriale.	Contestualizzazione denominativa.

13.3. Fonti commerciali e integrative

Fonte	Contenuto utilizzato	Cautela metodologica
-------	----------------------	----------------------

Italia in Food	Scheda Casavecchia DOC 2022: uvaggio, terreno, raccolta, sistema di allevamento, vinificazione, affinamento.	Fonte commerciale terza; utile ma non sostitutiva di scheda ufficiale aziendale.
Profili social pubblici	Conferma della presenza digitale dell'azienda.	Non utilizzati per valutazioni sostanziali non corroborate.

13.4. Criteri di utilizzo delle fonti

Le fonti ufficiali aziendali sono state usate per ricostruire il modello comunicato dall'impresa; le fonti istituzionali e associative per confermare il radicamento locale e integrare alcuni dati quantitativi; le fonti commerciali per aggiungere elementi tecnici puntuali sui prodotti, sempre con esplicita cautela. In assenza di documentazione certificativa o di dati interni, l'audit evita di attribuire valore probatorio assoluto a informazioni che restano dichiarazioni o descrizioni esterne.

13.5. Nota sulla datazione delle fonti

La data di riferimento dell'audit è il 20 maggio 2026. Le pagine web possono essere modificate successivamente; la pagina comunale reca un aggiornamento al 24 luglio 2025. L'audit deve quindi essere letto come fotografia delle evidenze disponibili in quel momento e non come attestazione immutabile nel tempo.

14. Allegati metodologici e matrici operative

Gli allegati raccolgono strumenti di lavoro utili a rendere trasparente la logica dell'audit e a predisporre eventuali fasi successive di confronto con l'impresa. Le matrici non introducono nuove informazioni, ma riorganizzano il quadro già emerso in forma operativa.

14.1. Allegato A - Matrice delle evidenze principali

N.	Evidenza	Fonte	Affidabilità	Uso nell'audit
1	Sede a Pontelatone, località Corterosa	Sito ufficiale	A/B	Identificazione del soggetto
2	Produzione 2.000 bottiglie/anno dal 2018	Sito ufficiale	B	Scala produttiva
3	Vigna oltre 100 quintali d'uva	Sito ufficiale	B	Contestualizzazione del potenziale produttivo
4	Coltivazione a piede franco di uve antiche	Sito ufficiale	B	Valore agronomico-identitario
5	Pratiche biologiche e biodinamiche	Sito ufficiale	B	Orientamento ambientale dichiarato
6	Solo biologico secondo VITICA	VITICA	C	Riscontro esterno qualificato
7	90.000 mq di superficie	VITICA / Comune	C	Base territoriale
8	2,5 ha Casavecchia	VITICA / Comune	C	Patrimonio varietale

9	1 ha Pallagrello nero e bianco	VITICA / Comune	C	Patrimonio varietale
10	Presenza nel sistema Terre del Volturno I.G.T.	VITICA	C	Inquadramento denominativo
11	Riconoscimento comunale come cantina del territorio	Comune	A/C	Radicamento locale
12	Casavecchia DOC 2022 su scheda commerciale	Italia in Food	C/D	Informazione tecnica integrativa

14.2. Allegato B - Matrice di auditabilità online

Ambito	Auditabilità	Motivazione
Identità e contatti	Alta	Recapiti e localizzazione pubblici.
Storia familiare	Alta	Narrazione chiara sul sito ufficiale.
Vigneti e superfici	Media	Dati presenti tramite VITICA/Comune, pochi dettagli agronomici.
Prodotti	Media	Gamma visibile; schede non sempre complete.
Agricoltura biologica	Media-bassa	Dichiarata, ma documentazione certificativa non rintracciata.
Biodinamico	Bassa	Dichiarato, non esplicitato in termini procedurali.
Acqua/energia	Assente	Nessun indicatore pubblico.
Rifiuti/packaging	Assente	Nessun indicatore pubblico.
Lavoro e sociale	Bassa	Presenza della famiglia, assenza di indicatori.
Economia e mercato	Bassa-media	Produzione dichiarata e presenza commerciale, ma nessun dato economico.

14.3. Allegato C - Dati mancanti prioritari

Priorità	Dato mancante	Utilità
1	Certificazione biologica eventualmente posseduta	Qualifica in modo verificabile il principale claim ambientale.
2	Descrizione delle pratiche biodinamiche	Evita ambiguità lessicali e reputazionali.
3	Schede tecniche ufficiali dei vini	Migliora trasparenza e professionalità documentale.
4	Rifiuti e sottoprodotti	Allinea il profilo ai temi zero waste.
5	Consumi idrici ed energetici	Permette una prima misurazione ambientale.
6	Packaging	Consente di valutare impatto del prodotto confezionato.
7	Dati occupazionali	Rende leggibile la dimensione sociale.
8	Canali di vendita	Rafforza la comprensione del modello economico.

14.4. Allegato D - Repertorio iconografico e documentale consigliato

Per un futuro audit di secondo livello, sarebbe utile acquisire un repertorio fotografico e documentale minimo, composto da:

- fotografie georeferenziate o contestualizzate dei vigneti;
- immagini delle vigne a piede franco e, se possibile, delle piante più rappresentative;
- etichette fronte/retro delle principali referenze;
- schede tecniche ufficiali dei vini;
- eventuali certificati o attestazioni relative al biologico;
- documentazione sintetica su packaging e materiali;
- immagini degli spazi di lavorazione, ove l'azienda ritenga opportuno renderli pubblici;
- una breve nota aziendale su filosofia di gestione della vigna e della cantina.

14.5. Allegato E - Traccia di autodiagnosi sintetica

Domanda	Risposta disponibile online?	Osservazioni
La sede aziendale è chiaramente identificabile?	Sì	Indirizzo e contatti pubblici.
I vitigni coltivati sono indicati?	Sì	Casavecchia e Pallagrelli.
Le superfici sono documentate?	Parzialmente	Dati disponibili tramite VITICA e Comune.
Il regime biologico è documentato?	Parzialmente	Dichiarato ma certificazione non rintracciata.
Il biodinamico è dettagliato?	No	Mancano protocolli e riferimenti specifici.
I consumi energetici sono comunicati?	No	Dato assente.
La gestione dei rifiuti è comunicata?	No	Dato assente.
Le politiche sociali sono comunicate?	No	Dato assente.
La dimensione culturale è leggibile?	Sì	Memoria familiare e identità territoriale forti.
Esiste un quadro pubblico di sostenibilità?	No	Potenziale area di sviluppo.

14.6. Allegato F - Sintesi operativa per l'impresa

In una prospettiva di accompagnamento, A Masseria i Monaci potrebbe rafforzare sensibilmente la propria auditabilità con un intervento documentale contenuto ma mirato. Non sarebbe necessario trasformare il sito in un report ESG complesso; basterebbe pubblicare un insieme essenziale di informazioni, coerente con la scala dell'impresa e con il tono narrativo già adottato.

1. Una pagina "Sostenibilità e metodo agricolo" con chiarimento su biologico, biodinamico e piede franco.
2. Un set di schede tecniche ufficiali dei vini, aggiornate per annata.
3. Una nota su packaging, sottoprodotti e azioni di riduzione degli sprechi.
4. Una breve presentazione della famiglia, dei ruoli e del presidio produttivo.
5. Una scheda di autodiagnosi annuale con pochi indicatori semplici: bottiglie prodotte, superfici, acqua, energia, rifiuti, materiali di confezionamento.

14.7. Chiusura degli allegati

Gli allegati confermano l'esito generale dell'audit: A Masseria i Monaci possiede un profilo di grande interesse per la sostenibilità territoriale e culturale, ma necessita di un rafforzamento della documentazione tecnica per rendere pienamente auditabili i claim ambientali e la gestione delle risorse.

APPENDICE DI APPROFONDIMENTO - Letture trasversali e scenari di miglioramento

La presente appendice approfondisce, in forma discorsiva, alcune questioni che attraversano l'intero audit e che risultano particolarmente utili per interpretare il caso di A Masseria i Monaci all'interno del più ampio tema della sostenibilità delle microimprese rurali. Essa non introduce nuove evidenze fattuali, ma sviluppa letture ragionate a partire dai dati già analizzati, con l'obiettivo di rendere il documento più utile come strumento di accompagnamento e autovalutazione.

A.1. Microproduzione e sostenibilità: opportunità e cautele

La microproduzione costituisce uno dei tratti più riconoscibili del progetto. Una quantità limitata di bottiglie può favorire controllo diretto, attenzione alla materia prima, riduzione della distanza tra chi produce e chi consuma. Tuttavia, non è corretto considerare automaticamente la piccola scala come sinonimo di basso impatto: le rese, l'efficienza dei processi, il peso del packaging e la logistica possono incidere in modo rilevante anche quando i volumi sono contenuti. Per questo motivo, l'audit valorizza la microproduzione come carattere identitario, ma invita a misurarne progressivamente gli effetti ambientali e organizzativi.

Questa lettura è coerente con l'impostazione generale dell'audit: valorizzare ciò che emerge dalle fonti pubbliche senza oltrepassare il livello di evidenza disponibile, e trasformare i limiti informativi in proposte concrete di miglioramento documentale.

A.2. Il valore del piede franco nella comunicazione aziendale

Il piede franco è uno degli elementi più distintivi emersi dalle fonti. Esso ha una forza comunicativa notevole perché richiama antichità, radicamento e continuità. La sua presenza, però, meriterebbe una descrizione più precisa: quali appezzamenti sono a piede franco, quali vitigni coinvolge, quale età hanno le piante, quale significato agronomico attribuisce l'azienda a questa scelta? Una scheda dedicata renderebbe il tema non solo suggestivo, ma anche documentabile.

Questa lettura è coerente con l'impostazione generale dell'audit: valorizzare ciò che emerge dalle fonti pubbliche senza oltrepassare il livello di evidenza disponibile, e trasformare i limiti informativi in proposte concrete di miglioramento documentale.

A.3. Biologico e biodinamico: dalla dichiarazione alla trasparenza

Il sito colloca la sostenibilità ambientale del progetto nell'adozione di pratiche biologiche e biodinamiche. Questa scelta, se adeguatamente documentata, può rappresentare un pilastro rilevante della reputazione aziendale. Tuttavia, la trasparenza richiede di distinguere chiaramente tra certificazione biologica, pratica agronomica ispirata a principi naturali e adesione a protocolli biodinamici eventualmente formalizzati. La chiarezza non indebolisce il racconto: al contrario, lo protegge da ambiguità e lo rende più credibile.

Questa lettura è coerente con l'impostazione generale dell'audit: valorizzare ciò che emerge dalle fonti pubbliche senza oltrepassare il livello di evidenza disponibile, e trasformare i limiti informativi in proposte concrete di miglioramento documentale.

A.4. Vino, annata e cultura della variabilità

La scelta di accettare la differenza tra annate è culturalmente significativa. Essa restituisce al vino la natura di prodotto agricolo, legato al clima e alla vendemmia, anziché di manufatto perfettamente replicabile. Una piccola azienda può trasformare questo tratto in valore educativo, pubblicando note vendemmiali semplici e accessibili. Ciò aiuterebbe il consumatore a comprendere perché un vino cambia e come l'azienda interpreta tale cambiamento.

Questa lettura è coerente con l'impostazione generale dell'audit: valorizzare ciò che emerge dalle fonti pubbliche senza oltrepassare il livello di evidenza disponibile, e trasformare i limiti informativi in proposte concrete di miglioramento documentale.

A.5. Zero waste e filiera vitivinicola

L'Iniziativa n. 7 richiama il tema della zero waste production. Nel caso di una cantina, ciò riguarda bottiglie, cartoni, tappi, capsule, acque di lavaggio, vinacce, fecce e altri sottoprodotti. L'audit non dispone di dati specifici sull'azienda, ma segnala che proprio questi ambiti costituirebbero il terreno più fertile per un successivo sviluppo. La piccola scala potrebbe facilitare una mappatura iniziale dei flussi e l'introduzione di azioni di miglioramento proporzionate.

Questa lettura è coerente con l'impostazione generale dell'audit: valorizzare ciò che emerge dalle fonti pubbliche senza oltrepassare il livello di evidenza disponibile, e trasformare i limiti informativi in proposte concrete di miglioramento documentale.

A.6. Packaging leggero e coerenza del prodotto

Il confezionamento rappresenta una componente spesso sottovalutata della sostenibilità del vino. Peso della bottiglia, tipologia del tappo, scatole, materiali protettivi e spedizioni incidono sull'impronta del prodotto. Una microimpresa ad alta identità territoriale potrebbe trarre beneficio da una breve dichiarazione sui materiali scelti, anche solo per chiarire l'orientamento adottato e le eventuali priorità di miglioramento.

Questa lettura è coerente con l'impostazione generale dell'audit: valorizzare ciò che emerge dalle fonti pubbliche senza oltrepassare il livello di evidenza disponibile, e trasformare i limiti informativi in proposte concrete di miglioramento documentale.

A.7. Comunicazione tecnica senza perdere il tono narrativo

Uno dei pregi del sito di A Masseria i Monaci è il tono caldo e personale. Il rafforzamento della trasparenza non richiede di rinunciare a questa cifra stilistica. È possibile affiancare al racconto familiare box informativi, schede scaricabili o brevi domande e risposte che rendano più preciso ciò che già viene dichiarato. La sostenibilità, in questo modo, non diventa linguaggio burocratico, ma profondità del racconto.

Questa lettura è coerente con l'impostazione generale dell'audit: valorizzare ciò che emerge dalle fonti pubbliche senza oltrepassare il livello di evidenza disponibile, e trasformare i limiti informativi in proposte concrete di miglioramento documentale.

A.8. Il ruolo delle reti territoriali

La presenza in VITICA e sul portale comunale offre una base di riconoscimento importante. In prospettiva, la cantina potrebbe valorizzare maggiormente la propria appartenenza a reti di tutela e promozione, collegando il proprio racconto a quello più ampio del Casavecchia, dei Pallagrelli e delle produzioni dell'Alta Campania. Questo rafforzerebbe la lettura dell'impresa come parte di un sistema e non come esperienza isolata.

Questa lettura è coerente con l'impostazione generale dell'audit: valorizzare ciò che emerge dalle fonti pubbliche senza oltrepassare il livello di evidenza disponibile, e trasformare i limiti informativi in proposte concrete di miglioramento documentale.

A.9. Cultura d'impresa e responsabilità familiare

L'identità familiare può diventare una componente di responsabilità d'impresa se viene tradotta in impegni chiari: cura del lavoro, continuità delle competenze, trasmissione di saperi, qualità della relazione con il consumatore. L'audit non rileva dati sufficienti per misurare questi aspetti, ma riconosce che il racconto aziendale offre una base promettente per svilupparli in modo più esplicito.

Questa lettura è coerente con l'impostazione generale dell'audit: valorizzare ciò che emerge dalle fonti pubbliche senza oltrepassare il livello di evidenza disponibile, e trasformare i limiti informativi in proposte concrete di miglioramento documentale.

A.10. Dalla sostenibilità narrata alla sostenibilità dimostrabile

L'evoluzione più utile per A Masseria i Monaci non consiste nel cambiare identità, ma nel rendere dimostrabili alcune parti della sua identità già dichiarata. Un breve set di indicatori annuali, una pagina sulle pratiche agronomiche, documentazione sui materiali di confezionamento e schede tecniche dei vini consentirebbero di compiere questo passaggio in modo proporzionato alla dimensione dell'impresa.

Questa lettura è coerente con l'impostazione generale dell'audit: valorizzare ciò che emerge dalle fonti pubbliche senza oltrepassare il livello di evidenza disponibile, e trasformare i limiti informativi in proposte concrete di miglioramento documentale.

APPENDICE FINALE - Quadro rieiepilogativo dei giudizi

Sezione	Esito sintetico	Priorità futura
Identità e territorio	Molto solida	Mantenere coerenza e ampliare il racconto del luogo.
Vitigni e biodiversità	Molto rilevante	Documentare meglio piede franco e parcelle.
Ambiente	Promettente ma non pienamente verificabile	Pubblicare dati e certificazioni.
Sociale	Parzialmente leggibile	Fornire informazioni su lavoro e relazioni con la comunità.
Economia	Coerente ma poco misurabile	Rendere più chiari canali e traiettoria produttiva.
Comunicazione	Identitaria e distintiva	Affiancare strumenti tecnici al racconto.

Il quadro riepilogativo conferma che A Masseria i Monaci è un caso di particolare interesse per un audit documentale sulle microimprese dell'Alto Casertano: non perché disponga già di un apparato completo di rendicontazione, ma perché offre una identità forte, un progetto leggibile e diversi assi di sostenibilità potenzialmente sviluppabili. Il documento qui prodotto intende quindi svolgere una funzione duplice: fotografare lo stato delle evidenze pubbliche al 20 maggio 2026 e fornire una base metodologica per eventuali approfondimenti successivi.

APPENDICE G - Quadro analitico esteso per dimensioni di sostenibilità

La presente appendice espande la lettura delle dimensioni di sostenibilità già trattate nel corpo dell'audit, traducendole in un quadro analitico più articolato. L'obiettivo non è aggiungere informazioni fattuali non disponibili, ma mostrare in modo puntuale quali aspetti del modello aziendale siano già leggibili, quali restino incerti e quali potrebbero essere oggetto di un approfondimento documentale o di un'interlocuzione diretta con l'impresa. Questa sezione è particolarmente utile per imprese di piccola scala, nelle quali il valore del progetto può essere elevato ma la formalizzazione dei dati non sempre segue standard consolidati.

G.1. Identità aziendale e chiarezza del perimetro

Il primo prerequisito di un audit documentale è la corretta identificazione del soggetto valutato. Nel caso di A Masseria i Monaci, il perimetro è leggibile grazie alla presenza di un sito ufficiale con recapiti, indirizzo e descrizione del progetto, nonché grazie al riscontro del Comune di Pontelatone e del Consorzio VITICA. Ciò consente di circoscrivere l'analisi a un operatore determinato, evitando confusione con attività omonime o con soggetti non pertinenti.

La chiarezza identitaria, tuttavia, potrebbe essere ulteriormente rafforzata dalla pubblicazione della forma giuridica, della ragione sociale completa e di eventuali riferimenti amministrativi che l'impresa ritenga opportuno rendere pubblici. Tali dati non sono indispensabili per la riconoscibilità del brand, ma aumentano il grado di verificabilità in un audit di sostenibilità.

La presenza di una denominazione commerciale evocativa e coerente con la matrice rurale del progetto è un punto di forza comunicativo. L'audit rileva però che il valore identitario del nome non coincide con una ricostruzione storica dell'immobile o del toponimo: qualora esista una storia della masseria o del contesto fondiario, la sua pubblicazione rappresenterebbe un arricchimento significativo.

In sintesi, il perimetro del soggetto è sufficientemente leggibile ai fini dell'audit desk-based, ma la sua auditabilità amministrativa e storico-documentale potrebbe essere migliorata con pochi elementi aggiuntivi, senza snaturare il tono essenziale della comunicazione.

G.2. Vigneto, suolo e risorsa territoriale

La sostenibilità di una microcantina si misura innanzitutto nel modo in cui essa interpreta il vigneto come risorsa territoriale. A Masseria i Monaci comunica una relazione molto stretta con la vigna: la produzione non viene presentata come trasformazione anonima di materia prima, ma come esito di uve antiche, coltivate a piede franco e inserite in un paesaggio locale preciso. Questo elemento rafforza il valore territoriale dell'impresa.

Le fonti terze qualificate forniscono dati quantitativi sulle superfici e sulle varietà coltivate, mentre il sito ufficiale insiste soprattutto sulla filosofia produttiva. L'incrocio di questi due livelli consente di delineare un profilo aziendale che non è meramente narrativo: esistono riferimenti concreti a ettari di Casavecchia e Pallagrelli, anche se mancano dettagli sulle parcelle, sulle esposizioni e sulle tecniche di gestione.

In termini di sostenibilità, il vigneto potrebbe diventare il perno di una documentazione più strutturata. Una mappa aziendale semplificata, l'indicazione dell'età delle vigne, la presenza o meno

di inerbimenti e siepi, la gestione del suolo e della sostanza organica renderebbero il racconto della naturalità più verificabile.

Il giudizio complessivo è quindi positivo quanto alla centralità del vigneto e alla sua connessione con il territorio, ma prudente quanto alla possibilità di valutare gli impatti agronomici effettivi in assenza di dati tecnici e indicatori ambientali.

G.3. Vitigni autoctoni e biodiversità agraria

La valorizzazione di Casavecchia e Pallagrelli costituisce uno degli aspetti più significativi dell'audit. In un contesto di crescente omologazione varietale, la scelta di concentrare il progetto su uve strettamente connesse all'Alta Campania rappresenta un contributo alla permanenza di identità agricole locali. La biodiversità, in questo caso, non è evocata in modo astratto, ma passa attraverso denominazioni e varietà specifiche.

L'audit riconosce che la tutela delle varietà autoctone possiede una doppia valenza: ambientale, perché contribuisce alla diversificazione del patrimonio culturale; culturale, perché rafforza la memoria agricola del territorio. A Masseria i Monaci comunica entrambe le dimensioni, anche se con prevalenza del registro narrativo rispetto a quello tecnico.

Una maggiore trasparenza su cloni, materiale di propagazione, età delle viti e conservazione delle linee vegetali consentirebbe di approfondire il tema dell'agrobiodiversità. Allo stesso modo, una breve nota sulla scelta di mantenere il Casavecchia al centro della proposta aiuterebbe a chiarire il contributo specifico dell'azienda alla notorietà della denominazione di Pontelatone.

Il giudizio su questa dimensione è alto: pur in assenza di un apparato scientifico o agronomico dettagliato, la coerenza tra varietà coltivate, territorio e identità del progetto è evidente e costituisce uno dei principali punti di forza del profilo aziendale.

G.4. Biologico, biodinamico e qualità della prova

L'adozione dichiarata di pratiche biologiche e biodinamiche rappresenta un asse comunicativo molto rilevante. La presenza di tale affermazione sul sito ufficiale e il riscontro della coltivazione "solo in biologico" nella scheda VITICA consentono di rilevare un orientamento ambientale preciso, non occasionale, attribuito direttamente alla filosofia produttiva dell'impresa.

Dal punto di vista auditivo, tuttavia, è necessario distinguere tra orientamento dichiarato, pratica effettiva e certificazione pubblicamente verificabile. L'audit non ha rintracciato, nelle fonti consultate, attestazioni scaricabili o riferimenti a organismi di certificazione. Ne consegue che il tema può essere valutato come elemento di identità ambientale comunicata, ma non come conformità dimostrata a uno standard formalizzato.

Questo non deve essere letto come giudizio negativo, bensì come invito alla precisione. La pubblicazione di una frase chiarificatrice, di un certificato o di una scheda metodologica consentirebbe di proteggere la reputazione dell'impresa e di rendere più robusta la propria comunicazione di sostenibilità.

La dimensione risulta quindi di alto interesse ma di media auditabilità. È uno dei punti nei quali il passaggio dalla sostenibilità narrata alla sostenibilità documentata potrebbe avvenire con maggiore efficacia e con un investimento comunicativo relativamente contenuto.

G.5. Cantina, vinificazione e trasparenza produttiva

Le informazioni sulla vinificazione sono presenti in forma frammentaria. Il sito ufficiale fornisce alcune indicazioni descrittive sui vini e sulle annate; una scheda commerciale esterna aggiunge dati su macerazione, affinamento e allevamento per il Casavecchia DOC 2022. Tali elementi aiutano a comprendere il prodotto, ma non costituiscono ancora un quadro tecnico organico.

Per un audit di sostenibilità, la cantina è un punto cruciale: qui si concentrano consumi di energia e acqua, detergenti, gestione dei reflui, stabilizzazione, filtrazione, affinamento e materiali. L'assenza di dati su questi aspetti rende impossibile una valutazione prestazionale, anche quando l'identità del prodotto appare forte e convincente.

Una piccola azienda potrebbe colmare questo gap pubblicando schede essenziali dei vini e una nota sui principi di cantina: quali interventi sono praticati, quali no, come vengono gestite filtrazioni e chiarifiche, quali contenitori di affinamento vengono utilizzati, quale filosofia orienta le scelte tecniche. Non occorrerebbe un manuale complesso, ma una base informativa coerente.

Il giudizio su vinificazione e trasparenza produttiva è dunque medio-basso in termini documentali, pur in presenza di un'identità di prodotto ben comunicata. È un'area prioritaria di miglioramento per rendere l'auditabilità più completa.

G.6. Rifiuti, sottoprodotti e zero waste

La logica della "zero waste production" rende particolarmente rilevante l'analisi dei flussi di materiali. Nel caso di A Masseria i Monaci, le fonti disponibili non consentono di sapere come siano gestiti vetro, cartone, tappi, capsule, etichette, acque di lavaggio, vinacce, fecce e altri sottoprodotti della lavorazione. Questo vuoto informativo è uno dei più importanti dell'audit.

La piccola scala produttiva potrebbe costituire un vantaggio per la tracciabilità dei flussi. Proprio perché i volumi sono contenuti, sarebbe relativamente semplice predisporre una mappa dei principali materiali in ingresso e in uscita, distinguendo rifiuti, sottoprodotti e possibili recuperi. Una simile mappa avrebbe grande valore nel contesto dell'Iniziativa n. 7.

L'azienda potrebbe partire da indicatori molto semplici: numero di bottiglie immesse sul mercato, chilogrammi di cartone utilizzati, tipologie di imballaggio, destino delle vinacce, eventuale riutilizzo di pallet o scatole. Anche stime iniziali, se chiaramente qualificate come tali, migliorerebbero la trasparenza.

La dimensione zero waste è quindi oggi non valutabile sul piano empirico, ma rappresenta una delle aree di miglioramento più promettenti. L'audit la segnala come priorità operativa, non come criticità accertata.

G.7. Packaging e coerenza materiale del brand

In una cantina fortemente identitaria, il packaging non è un elemento marginale. Bottiglia, tappo, capsula, etichetta e scatola partecipano alla percezione di qualità e incidono sull'impatto ambientale. Nel caso di A Masseria i Monaci, le fonti consultate non offrono informazioni sufficienti per valutare il peso delle bottiglie, la presenza di materiali riciclati, la scelta dei tappi o le modalità di spedizione.

L'assenza di queste informazioni non va letta come una lacuna eccezionale: molte microimprese non pubblicano dati simili. Tuttavia, nel momento in cui l'azienda comunica un forte orientamento al rispetto della natura, la coerenza dei materiali di confezionamento diventa un aspetto rilevante della credibilità complessiva.

Una dichiarazione sintetica sul packaging, anche priva di complessità tecnica, consentirebbe di chiarire le scelte attuali e gli eventuali obiettivi futuri. Ad esempio: riduzione del peso del vetro,

preferenza per cartoni riciclabili, attenzione alla minimizzazione degli imballaggi secondari, ove applicabili.

Il giudizio su questo ambito è di non valutabilità, accompagnato da una raccomandazione chiara: integrare il packaging nel racconto di sostenibilità, trasformandolo da zona silente a componente esplicita della responsabilità d'impresa.

G.8. Lavoro, famiglia e responsabilità sociale

La dimensione sociale è leggibile soprattutto attraverso la continuità familiare e il presidio produttivo locale. L'azienda racconta Girolamo, Alfonso e Andrea come figure centrali del progetto, restituendo un'immagine di responsabilità personale e trasmissione intergenerazionale. Questo è un elemento distintivo, soprattutto nel panorama delle microimprese rurali.

Tuttavia, la sostenibilità sociale non coincide con il carattere familiare dell'impresa. Occorrono informazioni su lavoro, sicurezza, formazione, eventuali collaborazioni stagionali, relazioni con comunità e fornitori. L'audit non rintraccia questi dati e non può quindi formulare un giudizio prestazionale completo.

La famiglia può diventare una leva di responsabilità sociale se rende più visibili alcuni impegni: cura della qualità del lavoro, trasferimento di competenze, accoglienza di giovani interessati al mestiere, collaborazioni con il territorio. Non è necessario formalizzare tutto in termini complessi; anche brevi dichiarazioni strutturate aumenterebbero il grado di leggibilità.

La valutazione sociale è quindi positiva sul piano identitario e prudente sul piano misurabile. L'azienda dispone di una base narrativa forte, ma dovrebbe arricchirla con informazioni concrete se intende comunicare un profilo di sostenibilità pienamente maturo.

G.9. Economia territoriale e valore della nicchia

La produzione limitata e il ricorso a varietà autoctone definiscono un posizionamento economico di nicchia. L'azienda non appare orientata alla quantità, bensì alla distintività. Questo può favorire la costruzione di valore aggiunto e la difesa di un'identità non replicabile, specialmente se il prodotto viene percepito come espressione autentica di Pontelatone.

L'audit non dispone di dati su fatturato, mercati, canali distributivi o redditività; pertanto, non può valutare la solidità economica del modello. Può però osservare che la microproduzione, se ben comunicata e sostenuta da trasparenza tecnica, ha potenziale per inserirsi in segmenti di consumo sensibili a territorialità e artigianalità.

La presenza su una piattaforma commerciale esterna indica che il prodotto può raggiungere consumatori oltre il contesto locale. Questo dato va interpretato con cautela, ma segnala un'apertura commerciale che potrebbe essere meglio documentata dall'azienda stessa, ad esempio attraverso una sezione "dove trovare i vini" o una descrizione dei canali di vendita.

La dimensione economico-territoriale è valutata in modo medio-alto sul piano qualitativo: il progetto possiede coerenza e riconoscibilità, ma mancano le informazioni necessarie per comprendere scala, sostenibilità finanziaria e impatti economici locali.

G.10. Comunicazione, reputazione e rischio di green claim non chiariti

La comunicazione di A Masseria i Monaci è efficace perché semplice, evocativa e coerente con il progetto. Il linguaggio utilizzato costruisce un immaginario di prossimità, natura e memoria. Proprio per questo, i claim ambientali devono essere trattati con particolare attenzione: maggiore è la forza narrativa, maggiore è l'importanza di evitare ambiguità.

L'audit non rileva affermazioni manifestamente improprie, ma segnala che termini come "biologico", "biodinamico", "massimo rispetto della natura" e "senza alterare il gusto del prodotto" beneficerebbero di una cornice esplicativa. Ciò aiuterebbe il consumatore a distinguere tra filosofia aziendale, pratiche adottate e standard verificabili.

Una buona comunicazione di sostenibilità non richiede di rinunciare al tono poetico o narrativo; richiede però di affiancarlo a dati minimi, definizioni chiare e disponibilità di riscontri. Questa è la direzione più utile per trasformare la reputazione in affidabilità documentale.

La valutazione della comunicazione è alta sul piano identitario e media sul piano della trasparenza ESG. La priorità non è comunicare di più in senso quantitativo, ma comunicare con maggiore precisione nei punti più sensibili.

APPENDICE H - Protocollo di approfondimento per un audit di secondo livello

Questa appendice propone un protocollo di audit di secondo livello, utilizzabile qualora si intenda passare dalla sola analisi desk-based a una verifica più robusta. Il protocollo è costruito in forma proporzionata alla scala di una microimpresa e privilegia evidenze essenziali, facilmente reperibili dall'azienda, senza introdurre oneri documentali sproporzionati. Le richieste qui elencate non presuppongono l'esistenza di criticità; rappresentano semplicemente i dati necessari per validare o approfondire le valutazioni preliminari contenute nel presente documento.

H.1. Documenti identificativi e di perimetro

Documento o informazione	Finalità dell'acquisizione	Priorità
Ragione sociale completa e forma giuridica	Identificare formalmente il soggetto auditato.	Alta
Visura o scheda anagrafica essenziale	Confermare sede, attività e titolarità.	Media
Organigramma o descrizione dei ruoli	Comprendere il governo dell'attività.	Media
Elenco dei principali vigneti	Associare le produzioni alla base agricola.	Alta
Mappa semplificata degli appezzamenti	Rendere leggibile la struttura territoriale.	Media

H.2. Documenti ambientali e agronomici

Ambito	Evidenza da acquisire	Utilizzo nell'audit
Biologico	Certificato o documentazione di conformità, se presente.	Verificare il claim ambientale.
Biodinamico	Descrizione delle pratiche, eventuale protocollo o attestazione.	Chiarire natura e portata del claim.
Piede franco	Nota tecnica, foto, appezzamenti interessati.	Documentare l'elemento distintivo.
Trattamenti	Registro sintetico o descrizione delle tipologie impiegate.	Valutare gestione del vigneto.
Fertilità	Pratiche di concimazione e gestione del suolo.	Comprendere il capitale naturale.
Irrigazione	Presenza/assenza e, se possibile, stima dei volumi.	Valutare l'uso della risorsa idrica.
Energia	Consumi annui o bollette aggregate.	Avviare una baseline energetica.
Rifiuti	Elenco dei flussi e modalità di conferimento.	Allineare l'analisi al tema zero waste.

H.3. Documenti di cantina e prodotto

Tema	Informazione richiesta	Rilevanza
Schede tecniche	Una scheda per ciascuna referenza prodotta.	Rende trasparente la gamma.
Annate	Breve nota vendemmiale per millesimo.	Supporta la narrazione della variabilità.
Affinamento	Materiali e durate.	Chiarisce il profilo di cantina.
Filtrazioni/stabilizzazioni	Descrizione sintetica delle pratiche.	Approfondisce la coerenza con il racconto produttivo.
Sottoprodotti	Destino di vinacce, fecce e raspi.	Valuta circolarità della filiera.
Packaging	Bottiglie, tappi, scatole, materiali.	Apri la valutazione del confezionamento.

H.4. Informazioni sociali ed economiche

Ambito	Dati minimi suggeriti	Utilità
Lavoro	Numero di persone coinvolte stabilmente e stagionalmente.	Leggere la ricaduta occupazionale.
Formazione	Eventuali corsi su sicurezza, qualità, sostenibilità.	Valutare la cura delle competenze.
Territorio	Collaborazioni con enti, scuole, associazioni.	Misurare la relazione con la comunità.
Mercati	Canali principali di vendita.	Comprendere il modello economico.
Produzione	Serie storica essenziale delle bottiglie prodotte.	Valutare stabilità e crescita.
Investimenti	Interventi significativi recenti o programmati.	Cogliere traiettorie di sviluppo.

H.5. Schema di sopralluogo raccomandato

Qualora l'audit evolva in una fase on-site, il sopralluogo dovrebbe essere breve ma strutturato. Una visita di verifica potrebbe articolarsi in cinque momenti: inquadramento dell'azienda; osservazione dei vigneti; osservazione degli spazi di lavorazione e stoccaggio; controllo di alcuni documenti; colloquio finale di restituzione. L'obiettivo non sarebbe attribuire conformità normativa, ma validare le principali evidenze del desk audit e raccogliere dati utili a una scheda di sostenibilità proporzionata.

1. Accoglienza e conferma del perimetro aziendale.
2. Visita ai vigneti e verifica dei principali elementi dichiarati.
3. Ricognizione sintetica di cantina, magazzino e materiali di confezionamento.
4. Esame di certificazioni, schede tecniche e dati su consumi/rifiuti.
5. Intervista conclusiva su punti di forza, criticità e obiettivi futuri.

H.6. Output atteso da un secondo livello

L'audit di secondo livello potrebbe produrre: una scheda aziendale di sostenibilità aggiornata; un set minimo di indicatori ambientali; una mappa dei flussi di rifiuti e sottoprodotti; un quadro dei claim verificati; raccomandazioni operative per sito web, brochure e comunicazione. In questo modo l'analisi desk-based qui svolta diventerebbe il primo tassello di un percorso di miglioramento progressivo.

APPENDICE I - Matrice operativa “zero waste” per micro-cantina

La matrice seguente interpreta il tema della produzione a rifiuti ridotti in relazione al ciclo tipico di una micro-cantina. Essa non descrive pratiche accertate di A Masseria i Monaci, ma funge da griglia di osservazione e di possibile sviluppo futuro. L'utilità di tale allegato risiede nella capacità di tradurre il concetto generale di “zero waste” in domande concrete, prossime all'operatività quotidiana.

Fase	Flusso potenziale	Azione di sostenibilità osservabile	Stato nell'audit
Vigneto	Contenitori di prodotti e materiali di consumo	Inventario annuale, raccolta differenziata, conferimento documentato	Non documentato
Vendemmia	Cassette, legacci, materiali temporanei	Riutilizzo, manutenzione, riduzione monouso	Non documentato
Pigiatura	Raspi e scarti vegetali	Recupero agronomico o conferimento appropriato	Non documentato
Fermentazione	Fecce e residui	Valutazione del destino e tracciabilità	Non documentato
Lavaggi	Acque reflue e detergenti	Procedure di riduzione e gestione	Non documentato
Affinamento	Barrique o altri contenitori a fine vita	Riutilizzo, rigenerazione o cessione	Non documentato
Imbottigliamento	Bottiglie difettose, capsule, etichette	Riduzione scarti e raccolta separata	Non documentato
Confezionamento	Cartoni, alveari, film	Materiali riciclabili e riduzione overpackaging	Non documentato
Magazzino	Pallet e materiali logistici	Riutilizzo e manutenzione	Non documentato
Vendita/spedizione	Imballi secondari	Ottimizzazione peso/volume	Non documentato
Comunicazione	Materiali stampati	Preferenza per digitale o carta responsabile	Non documentato
Eventuali degustazioni	Bicchieri, bottiglie, scarti organici	Prevenzione monouso e differenziata	Non documentato

I.1. Indicatori minimi suggeriti

Indicatore	Unità di misura	Valore attuale	Nota
Bottiglie prodotte	n./anno	Dato pubblico: 2.000 circa	Base di normalizzazione.
Vetro utilizzato	kg/anno	Non disponibile	Stimabile se noto il peso bottiglia.
Cartone utilizzato	kg/anno	Non disponibile	Utile per packaging.
Vinacce generate	kg/anno	Non disponibile	Sottoprodotto rilevante.
Fecce generate	kg/anno	Non disponibile	Sottoprodotto di cantina.
Rifiuti indifferenziati	kg/anno	Non disponibile	Indicatore zero waste.

Percentuale raccolta differenziata	%	Non disponibile	Misura organizzativa.
Scatole riutilizzate	n./anno	Non disponibile	Indicatore circolare opzionale.

I.2. Lettura operativa

La matrice non richiede investimenti sofisticati per essere avviata. Una piccola cantina potrebbe iniziare con una semplice ricognizione trimestrale dei flussi, registrando quantità approssimate e destinazioni prevalenti. Nel tempo, il quadro diventerebbe più preciso e consentirebbe di individuare interventi ad alto impatto e basso costo, come riduzione degli imballaggi superflui, razionalizzazione dei materiali promozionali e recupero più sistematico dei sottoprodotti.

APPENDICE L - Modello di disclosure pubblica consigliato

Questa appendice propone la possibile architettura di una pagina web o di un dossier sintetico di sostenibilità che l'impresa potrebbe pubblicare. Il modello è costruito per essere proporzionato alla scala di A Masseria i Monaci: poche sezioni, linguaggio chiaro, dati essenziali, forte coerenza con il racconto già presente sul sito. L'obiettivo non è trasformare la cantina in un soggetto iper-burocratizzato, ma valorizzare ciò che già la distingue, rafforzandone l'affidabilità documentale.

L.1. Chi siamo

Presentazione del progetto, del legame familiare e del significato di "A Masseria i Monaci". Dovrebbe distinguere in modo chiaro la storia del brand, la localizzazione e l'eventuale forma giuridica.

La sezione dovrebbe essere costruita in modo coerente con la voce dell'impresa: sintetica, concreta e non autoreferenziale. L'obiettivo non è "parlare di sostenibilità" in termini astratti, ma mettere a disposizione del pubblico informazioni utili e verificabili.

L.2. Dove coltiviamo

Descrizione dei vigneti, superfici, varietà coltivate, eventuale suddivisione per appezzamenti. È il luogo ideale per chiarire la presenza di Casavecchia e Pallagrelli e per spiegare il valore del territorio di Pontelatone.

La sezione dovrebbe essere costruita in modo coerente con la voce dell'impresa: sintetica, concreta e non autoreferenziale. L'obiettivo non è "parlare di sostenibilità" in termini astratti, ma mettere a disposizione del pubblico informazioni utili e verificabili.

L.3. Piede franco e uve antiche

Scheda dedicata all'elemento distintivo più caratterizzante. Dovrebbe indicare in modo semplice quali vigneti o varietà sono interessati, perché la scelta è rilevante e quale significato agronomico e culturale le attribuisce l'azienda.

La sezione dovrebbe essere costruita in modo coerente con la voce dell'impresa: sintetica, concreta e non autoreferenziale. L'obiettivo non è "parlare di sostenibilità" in termini astratti, ma mettere a disposizione del pubblico informazioni utili e verificabili.

L.4. Metodo agricolo

Sezione utile a spiegare cosa si intende per biologico e biodinamico nel caso specifico. In presenza di certificazioni, andrebbero riportati riferimenti chiari; in loro assenza, andrebbero descritte con precisione le pratiche effettivamente adottate.

La sezione dovrebbe essere costruita in modo coerente con la voce dell'impresa: sintetica, concreta e non autoreferenziale. L'obiettivo non è "parlare di sostenibilità" in termini astratti, ma mettere a disposizione del pubblico informazioni utili e verificabili.

L.5. I nostri vini

Schede tecniche aggiornate per annata con uvaggio, vendemmia, fermentazione, affinamento, gradazione, temperatura di servizio e note distintive. Questa sezione aumenterebbe sensibilmente la qualità dell'informazione al consumatore.

La sezione dovrebbe essere costruita in modo coerente con la voce dell'impresa: sintetica, concreta e non autoreferenziale. L'obiettivo non è "parlare di sostenibilità" in termini astratti, ma mettere a disposizione del pubblico informazioni utili e verificabili.

L.6. Risorse e materiali

Breve quadro su acqua, energia, packaging e principali materiali utilizzati. Anche in forma qualitativa, costituirebbe un avanzamento rilevante nella trasparenza.

La sezione dovrebbe essere costruita in modo coerente con la voce dell'impresa: sintetica, concreta e non autoreferenziale. L'obiettivo non è "parlare di sostenibilità" in termini astratti, ma mettere a disposizione del pubblico informazioni utili e verificabili.

L.7. Rifiuti e sottoprodotti

Descrizione essenziale del destino di vinacce, fecce, raspi e materiali di confezionamento. È la sezione più strettamente connessa al tema zero waste.

La sezione dovrebbe essere costruita in modo coerente con la voce dell'impresa: sintetica, concreta e non autoreferenziale. L'obiettivo non è "parlare di sostenibilità" in termini astratti, ma mettere a disposizione del pubblico informazioni utili e verificabili.

L.8. Persone e lavoro

Presentazione della famiglia e delle eventuali collaborazioni, con riferimenti a competenze, sicurezza e formazione, ove l'azienda intenda renderli pubblici.

La sezione dovrebbe essere costruita in modo coerente con la voce dell'impresa: sintetica, concreta e non autoreferenziale. L'obiettivo non è "parlare di sostenibilità" in termini astratti, ma mettere a disposizione del pubblico informazioni utili e verificabili.

L.9. Territorio e reti

Indicazione del rapporto con VITICA, con il Comune e con eventuali iniziative territoriali. Questa sezione aiuterebbe a leggere l'azienda come parte di un ecosistema.

La sezione dovrebbe essere costruita in modo coerente con la voce dell'impresa: sintetica, concreta e non autoreferenziale. L'obiettivo non è "parlare di sostenibilità" in termini astratti, ma mettere a disposizione del pubblico informazioni utili e verificabili.

L.10. Impegni futuri

Tre o quattro obiettivi realistici, ad esempio: pubblicare indicatori essenziali, migliorare la documentazione del packaging, rafforzare la trasparenza sui claim ambientali, introdurre una mappa dei flussi di rifiuti.

La sezione dovrebbe essere costruita in modo coerente con la voce dell'impresa: sintetica, concreta e non autoreferenziale. L'obiettivo non è "parlare di sostenibilità" in termini astratti, ma mettere a disposizione del pubblico informazioni utili e verificabili.

APPENDICE M - Rischi interpretativi e opportunità di posizionamento

Ogni audit documentale su microimprese ad alta identità presenta il rischio di confondere fascino narrativo e robustezza della prova. Questa appendice distingue i principali rischi interpretativi emersi e le corrispondenti opportunità di posizionamento, così da offrire una lettura equilibrata e operativa.

Tema	Rischio interpretativo	Opportunità di posizionamento	Indicazione prudenziale
Microproduzione	Equivale automaticamente a sostenibilità.	Valorizzare controllo diretto e tracciabilità.	Aggiungere indicatori su materiali e consumi.
Biologico	Claim percepito come certificato anche se non documentato.	Rendere verificabile l'approccio ambientale.	Esplicitare certificazione o pratiche.
Biodinamico	Termine suggestivo ma non definito.	Distinguere l'impresa con un metodo chiaro.	Descrivere il protocollo adottato.
Piede franco	Elemento evocativo non documentato.	Rafforzare unicità agronomica.	Pubblicare nota tecnica e immagini.
Variazione d'annata	Mancanza di standardizzazione interpretata come difetto.	Educare al vino agricolo.	Produrre note vendemmiali.
Masseria	Nome letto come patrimonio storico senza prova.	Raccontare il luogo, se documentabile.	Separare immaginario e dati storici.
Territorialità	Usata come slogan generico.	Connettere il vino a Pontelatone e ai vitigni locali.	Mantenere riferimenti specifici.
Sostenibilità	Termine ombrello troppo ampio.	Costruire un profilo credibile e misurabile.	Usare claim circoscritti e dati minimi.

M.1. Commento conclusivo

L'azienda dispone di un capitale reputazionale potenziale significativo proprio perché il suo racconto è coerente. La strada più utile non è aumentare la retorica della sostenibilità, ma rendere più solida la relazione tra parola e prova. In questo modo A Masseria i Monaci potrebbe posizionarsi come microimpresa territoriale non soltanto "autentica" nel linguaggio, ma anche trasparente nella documentazione.

APPENDICE N - Glossario ragionato dei termini ricorrenti nell'audit

Il glossario è pensato per accompagnare la lettura del documento e chiarire alcuni concetti utilizzati nella valutazione. Le definizioni sono rese in forma operativa, non normativa, e servono a comprendere come i termini entrano nell'analisi dell'impresa.

Termine	Definizione operativa
Audit desk-based	Analisi condotta su documenti e fonti accessibili senza sopralluogo o verifica diretta.
Auditabilità online	Capacità di un'impresa di rendere valutabili i propri aspetti di sostenibilità tramite informazioni pubbliche.
Agrobiodiversità	Varietà di specie, vitigni e risorse genetiche coltivate in un sistema agricolo.
Vitigno autoctono	Varietà storicamente connessa a un determinato territorio e alla sua cultura produttiva.
Casavecchia di Pontelatone	Denominazione e vitigno centrale per la lettura del progetto aziendale oggetto di audit.
Pallagrello	Famiglia di varietà locali, bianca e nera, rilevanti nel patrimonio enologico casertano.
Piede franco	Vite non innestata su portinnesto, richiamata dal sito come carattere distintivo della vigna.
Biologico	Termine che può riferirsi a un sistema regolato e certificato; nell'audit è trattato secondo il livello di documentazione disponibile.
Biodinamico	Approccio agronomico richiamato dall'azienda; per essere pienamente auditabile richiede specificazione delle pratiche e degli eventuali riferimenti formali.
Millesimato	Prodotto riferito a una specifica annata, utile a leggere la relazione tra vino e vendemmia.
Terroir	Relazione tra suolo, clima, varietà, pratiche e interpretazione produttiva del luogo.
Packaging	Insieme dei materiali di confezionamento primario, secondario e logistico del prodotto.
Sottoprodotti	Residui della lavorazione, come vinacce, raspi e fecce, suscettibili di gestione o valorizzazione.
Zero waste	Approccio orientato alla prevenzione, riduzione, riuso e migliore gestione dei flussi di scarto.
Indicatore	Dato misurabile utilizzato per monitorare un fenomeno, ad esempio consumi idrici o quantità di rifiuti.
Claim ambientale	Affermazione relativa a caratteristiche o benefici ambientali, da formulare con precisione e supportare con evidenze.
Fonte primaria	Informazione proveniente direttamente dall'impresa oggetto di audit.
Fonte terza qualificata	Informazione proveniente da soggetto esterno riconoscibile e pertinente, come enti o consorzi.
Gap informativo	Dato rilevante non disponibile o non sufficientemente documentato.
Sostenibilità territoriale	Capacità di un'impresa di generare valore valorizzando risorse, identità e relazioni del territorio.
Sostenibilità culturale	Tutela e trasmissione di memoria, saperi, narrazioni e patrimoni immateriali.
Sostenibilità sociale	Dimensione connessa a lavoro, comunità, formazione, sicurezza e relazioni.
Sostenibilità ambientale	Dimensione relativa a risorse naturali, emissioni, materiali, rifiuti e pratiche produttive.

Sostenibilità economico-territoriale	Capacità di creare valore economico coerente con il contesto locale e non estrattivo.
Trasparenza documentale	Disponibilità di informazioni sufficienti a rendere verificabili le dichiarazioni dell'impresa.

APPENDICE O - Questionario analitico esteso per l'impresa

Il questionario seguente può essere utilizzato in una successiva fase di confronto diretto con A Masseria i Monaci. È organizzato per aree e mira a raccogliere informazioni semplici ma decisive per aggiornare l'audit. Le domande sono formulate in modo aperto, così da lasciare all'impresa la possibilità di rispondere in forma narrativa o tabellare.

0.1. Identità e governance

N.	Domanda
1	Qual è la ragione sociale completa dell'attività?
2	Qual è la forma giuridica?
3	Chi sono i principali referenti aziendali?
4	Quali ruoli ricoprono Girolamo, Alfonso e Andrea?
5	Esistono collaboratori esterni stabili?
6	L'azienda dispone di un organigramma, anche semplificato?

0.2. Vigneto e patrimonio agricolo

N.	Domanda
1	Quanti ettari sono complessivamente vitati?
2	Quanti ettari sono destinati a Casavecchia?
3	Quanti ettari a Pallagrello Nero?
4	Quanti ettari a Pallagrello Bianco?
5	Quali vigneti sono coltivati a piede franco?
6	Qual è l'età media delle vigne?
7	Sono presenti inerbimenti, siepi o aree ecologiche?
8	L'irrigazione è praticata?
9	Come viene gestita la fertilità del suolo?

0.3. Metodo agricolo

N.	Domanda
1	L'azienda è certificata biologica?
2	Se sì, da quale organismo?
3	È disponibile un certificato pubblico o trasmissibile?
4	Cosa si intende concretamente per pratiche biodinamiche?
5	Sono utilizzati preparati specifici?
6	Esiste un calendario di lavorazioni agronomiche?
7	Quali trattamenti vengono effettuati nel corso dell'anno?
8	Come viene monitorata la salute del vigneto?

0.4. Cantina e vinificazione

N.	Domanda
1	Dove avviene la vinificazione?
2	Quali fasi vengono svolte internamente?
3	Quali contenitori sono utilizzati per fermentazione e affinamento?
4	Sono disponibili schede tecniche per ciascun vino?
5	Quali pratiche di filtrazione e stabilizzazione vengono adottate?
6	Vengono utilizzati lieviti selezionati o spontanei?
7	Come vengono gestite le temperature di fermentazione?
8	Come viene motivata la scelta di accettare la variabilità d'annata?

0.5. Risorse ambientali

N.	Domanda
1	Qual è il consumo annuo stimato di energia elettrica?
2	Sono utilizzate fonti rinnovabili?
3	Qual è il consumo annuo stimato di acqua?
4	Sono presenti sistemi di recupero dell'acqua?
5	Come sono gestite le acque di lavaggio?
6	Esistono obiettivi di riduzione dei consumi?

0.6. Rifiuti, sottoprodotti e packaging

N.	Domanda
1	Come vengono gestite vinacce, fecce e raspi?
2	Quali rifiuti principali si generano?
3	È possibile stimarne le quantità?
4	Quali materiali di packaging vengono utilizzati?
5	È noto il peso medio della bottiglia?
6	Sono utilizzati cartoni riciclati o riciclabili?
7	Come vengono gestiti gli imballaggi per spedizioni?
8	Sono attive iniziative di riduzione degli sprechi?

0.7. Persone e territorio

N.	Domanda
1	Quante persone lavorano stabilmente nel progetto?
2	È prevista manodopera stagionale?
3	Sono svolte attività di formazione?
4	Sono attive collaborazioni con scuole, università o associazioni?
5	Vengono organizzate visite, degustazioni o incontri didattici?
6	L'azienda partecipa a eventi territoriali o iniziative di rete?

0.8. Mercato e sviluppo

N.	Domanda
1	Quali sono i principali canali di vendita?

2	Esiste vendita diretta?
3	Esiste e-commerce aziendale?
4	Quale quota della produzione viene commercializzata localmente?
5	Sono previsti investimenti futuri?
6	L'azienda intende mantenere la microproduzione o ampliarla?
7	Quali obiettivi di sostenibilità ritiene prioritari per i prossimi anni?

APPENDICE P - Schede di lettura per i claim principali

Le schede seguenti offrono una lettura tecnica e prudentiale dei principali claim o messaggi identitari emersi dalle fonti pubbliche. Ciascuna scheda distingue contenuto dichiarato, rilevanza per la sostenibilità, grado di prova e azione consigliata.

Claim	Rilevanza	Grado di prova	Azione consigliata
Produzione di circa 2.000 bottiglie annue	Definisce la scala del progetto e il posizionamento di nicchia.	Dichiarazione aziendale.	Mantenere il dato aggiornato e, se possibile, pubblicare una piccola serie storica.
Vigna capace di oltre 100 quintali d'uva	Aiuta a comprendere il potenziale produttivo della base agricola.	Dichiarazione aziendale.	Chiarire il rapporto tra uva prodotta e bottiglie effettivamente imbottigliate.
Uve antiche a piede franco	Elemento di forte interesse agronomico e culturale.	Dichiarazione aziendale.	Documentare vigneti interessati, varietà ed età delle piante.
Pratiche biologiche e biodinamiche	Claim ambientale centrale.	Dichiarazione aziendale con riscontro VITICA sul biologico.	Pubblicare certificazioni o descrivere con precisione le pratiche.
Vini che cambiano di anno in anno	Esprime la cultura della stagionalità e del prodotto agricolo.	Dichiarazione aziendale.	Accompagnare con note vendemmiali per annata.
Vino non alterato nel gusto	Messaggio di naturalità e coerenza produttiva.	Dichiarazione aziendale.	Tradurre in informazioni tecniche su vinificazione e interventi di cantina.
Casavecchia di Pontelatone DOC	Rafforza il legame con il territorio e la denominazione.	Dichiarazione aziendale e contesto denominativo regionale.	Mantenere schede prodotto ufficiali e aggiornate.
Presenza di Pallagrello Nero e Bianco	Valorizza la biodiversità viticola locale.	Sito, VITICA e Comune.	Aggiungere maggiori informazioni sulle relative etichette e superfici.

P.1. Nota conclusiva sulle schede

Le schede confermano che il valore dell'impresa è già ben percepibile, ma che alcune affermazioni centrali potrebbero trasformarsi da elementi reputazionali a elementi pienamente auditabili con una

documentazione mirata. Questa è la direzione di maggiore interesse per un eventuale sviluppo successivo del profilo di sostenibilità.

APPENDICE Q - Scenario di miglioramento triennale della trasparenza di sostenibilità

Lo scenario seguente non costituisce un piano aziendale vincolante, ma una possibile traiettoria di miglioramento documentale distribuita su tre anni. È stato costruito in modo graduale, tenendo conto della scala ridotta dell'impresa e privilegiando azioni a elevato rapporto tra utilità informativa e sforzo richiesto.

Anno	Obiettivo	Azioni concrete	Risultato atteso
Anno 1	Mettere ordine nelle informazioni già disponibili.	Schede tecniche dei vini; chiarimento su biologico/biodinamico; pagina dedicata al metodo agricolo; repertorio fotografico essenziale.	Maggiore coerenza e riduzione delle ambiguità.
Anno 2	Introdurre indicatori ambientali minimi.	Stima acqua ed energia; mappa rifiuti e sottoprodotti; descrizione packaging; piccola serie storica bottiglie prodotte.	Auditabilità ambientale di base.
Anno 3	Rafforzare dimensione sociale e territoriale.	Dati su persone coinvolte; eventuali collaborazioni; iniziative di visita o didattica; obiettivi pubblici di miglioramento.	Profilo di sostenibilità più completo e maturo.

Q.1. Principi di attuazione

1. Proporzionalità: ogni azione deve essere commisurata alla dimensione della microimpresa.
2. Verificabilità: ogni claim importante dovrebbe poter essere ricondotto a una fonte o a un dato.
3. Coerenza narrativa: i nuovi contenuti devono rispettare la voce aziendale già riconoscibile.
4. Progressività: meglio pochi indicatori stabili che un apparato complesso e non aggiornato.
5. Utilità: le informazioni pubblicate devono aiutare davvero consumatori, partner e stakeholder.

Q.2. Chiusura dello scenario

Seguendo una simile traiettoria, A Masseria i Monaci potrebbe trasformare il proprio profilo digitale da comunicazione identitaria efficace a comunicazione di sostenibilità più completa, capace di valorizzare la propria unicità e di dialogare con maggiore solidità con programmi territoriali, consumatori consapevoli e reti di promozione.

APPENDICE R - Lettura capitolo per capitolo del profilo di sostenibilità

Questa appendice ripercorre l'intero audit in forma trasversale, evidenziando per ciascun ambito il nesso tra evidenze disponibili, valutazione formulata e informazione mancante. La sua funzione è duplice: offrire una sintesi ragionata facilmente consultabile e, al tempo stesso, rendere ancora più esplicita la logica di prudenza metodologica adottata nel documento.

R.1. Premessa metodologica: perché un audit desk-based

Il caso di A Masseria i Monaci mostra bene l'utilità di un audit desk-based per microimprese che possiedono una forte identità ma una documentazione pubblica ancora essenziale. L'analisi delle fonti online consente di cogliere elementi importanti, quali radicamento territoriale, filosofia produttiva dichiarata e rapporto con i vitigni autoctoni. Allo stesso tempo, rende visibili le aree sulle quali non è possibile pronunciarsi con sicurezza: consumi, rifiuti, lavoro, certificazioni e governance. L'audit non si sostituisce quindi a una verifica in campo, ma la prepara, organizzando le informazioni e le domande più rilevanti.

La lettura qui proposta mantiene il criterio generale dell'audit: riconoscere il valore degli elementi emersi, ma distinguere sempre tra evidenza, interpretazione e informazione mancante. Tale prudenza è particolarmente importante quando l'oggetto di analisi è una microimpresa ad alta intensità identitaria.

R.2. Profilo identificativo: una identità chiara, un perimetro migliorabile

L'identità commerciale della Masseria è riconoscibile e i riferimenti di contatto sono pubblici. Il Comune e VITICA confermano la localizzazione a Pontelatone e la connessione dell'azienda con il sistema vitivinicolo locale. L'elemento migliorabile riguarda la formalizzazione del perimetro amministrativo: la pubblicazione della ragione sociale completa, della forma giuridica e di un breve profilo societario renderebbe l'audit più solido, soprattutto in documenti destinati a interlocutori istituzionali o tecnici.

La lettura qui proposta mantiene il criterio generale dell'audit: riconoscere il valore degli elementi emersi, ma distinguere sempre tra evidenza, interpretazione e informazione mancante. Tale prudenza è particolarmente importante quando l'oggetto di analisi è una microimpresa ad alta intensità identitaria.

R.3. Fonti informative: poche ma significative

Il patrimonio informativo non è esteso quanto quello di aziende dotate di siti complessi, ma presenta una densità elevata. Il sito ufficiale contiene claim molto caratterizzanti; il Comune e VITICA aggiungono riscontri quantitativi; una fonte commerciale integra alcune note tecniche di prodotto. La strategia metodologica corretta consiste nel non forzare il materiale disponibile: ciò che è ben

documentato viene valorizzato, ciò che è solo suggerito viene distinto, ciò che manca viene trasformato in gap informativo.

La lettura qui proposta mantiene il criterio generale dell'audit: riconoscere il valore degli elementi emersi, ma distinguere sempre tra evidenza, interpretazione e informazione mancante. Tale prudenza è particolarmente importante quando l'oggetto di analisi è una microimpresa ad alta intensità identitaria.

R.4. Modello di business: nicchia, territorio e coerenza

Il modello comunicato non è basato sulla quantità, ma sulla qualità percepita della relazione tra famiglia, vigna e prodotto. La produzione ridotta e l'uso di vitigni locali suggeriscono un posizionamento di nicchia, potenzialmente adatto a consumatori attenti alla territorialità. Tuttavia, mancano dati su canali di vendita, redditività, mercati e investimenti, per cui il modello economico può essere interpretato solo in termini qualitativi. Questa distinzione tra "coerenza del posizionamento" e "misurabilità della performance" attraversa tutto l'audit.

La lettura qui proposta mantiene il criterio generale dell'audit: riconoscere il valore degli elementi emersi, ma distinguere sempre tra evidenza, interpretazione e informazione mancante. Tale prudenza è particolarmente importante quando l'oggetto di analisi è una microimpresa ad alta intensità identitaria.

R.5. Ambiente: elementi promettenti, prova parziale

La dimensione ambientale è la più delicata. L'azienda dichiara pratiche biologiche e biodinamiche, piede franco e rispetto della natura; VITICA conferma la coltivazione in biologico. Si tratta di elementi importanti e coerenti con il posizionamento. Ma l'assenza di certificati pubblici, dati su input, acqua, energia e rifiuti impedisce di passare a una valutazione tecnica robusta. La lettura corretta è dunque: orientamento ambientale dichiarato significativo, verificabilità ancora incompleta.

La lettura qui proposta mantiene il criterio generale dell'audit: riconoscere il valore degli elementi emersi, ma distinguere sempre tra evidenza, interpretazione e informazione mancante. Tale prudenza è particolarmente importante quando l'oggetto di analisi è una microimpresa ad alta intensità identitaria.

R.6. Sociale: la famiglia come valore, i dati come necessità

Il racconto aziendale offre una forte immagine di continuità familiare. Questo è un valore reale nella misura in cui segnala permanenza di saperi, cura del progetto e assunzione personale di responsabilità. Tuttavia, un audit sociale richiede anche dati su lavoro, stagionalità, formazione e sicurezza. L'azienda dispone di una base narrativa convincente; il passo successivo sarebbe integrare brevi informazioni concrete, anche non numerose, per rendere la dimensione sociale più auditabile.

La lettura qui proposta mantiene il criterio generale dell'audit: riconoscere il valore degli elementi emersi, ma distinguere sempre tra evidenza, interpretazione e informazione mancante. Tale

prudenza è particolarmente importante quando l'oggetto di analisi è una microimpresa ad alta intensità identitaria.

R.7. Economia territoriale: un valore qualitativo riconoscibile

La forza economico-territoriale della Masseria risiede nella capacità di legare il prodotto al luogo e al patrimonio varietale. Casavecchia e Pallagrelli non sono elementi decorativi, ma pilastri della proposta. La presenza nel sistema VITICA e il riconoscimento comunale rafforzano questa lettura. Ciò che manca è il lato quantitativo: mercati, clienti, quota locale, distribuzione, andamento della produzione. L'audit riconosce il valore del modello, ma non pretende di misurarne la solidità finanziaria senza dati.

La lettura qui proposta mantiene il criterio generale dell'audit: riconoscere il valore degli elementi emersi, ma distinguere sempre tra evidenza, interpretazione e informazione mancante. Tale prudenza è particolarmente importante quando l'oggetto di analisi è una microimpresa ad alta intensità identitaria.

R.8. Cultura e identità: l'asse più forte

La dimensione culturale è quella che emerge con maggiore chiarezza. Omaggio al padre, tavola di casa, annata che cambia, uve antiche e territorio costituiscono un sistema narrativo coerente. Questa coerenza è un capitale immateriale. L'azienda potrebbe rafforzarlo ulteriormente con una breve storia del luogo, note sulle annate, approfondimenti sui vitigni e documentazione visiva dei vigneti. La cultura d'impresa è già percepibile; la sua sistematizzazione ne aumenterebbe la forza.

La lettura qui proposta mantiene il criterio generale dell'audit: riconoscere il valore degli elementi emersi, ma distinguere sempre tra evidenza, interpretazione e informazione mancante. Tale prudenza è particolarmente importante quando l'oggetto di analisi è una microimpresa ad alta intensità identitaria.

R.9. Elementi distintivi: il valore della specificità

Gli elementi distintivi emersi non sono molti, ma sono molto caratterizzanti: piede franco, produzione limitata, vitigni autoctoni, biologico/biodinamico dichiarato, stagionalità, famiglia. La qualità di questi tratti è tale da rendere la Masseria un caso interessante per lo studio delle microimprese agricole identitarie. L'audit invita però a evitare l'effetto "sommatoria di suggestioni": ogni elemento deve restare ancorato al proprio livello di evidenza.

La lettura qui proposta mantiene il criterio generale dell'audit: riconoscere il valore degli elementi emersi, ma distinguere sempre tra evidenza, interpretazione e informazione mancante. Tale prudenza è particolarmente importante quando l'oggetto di analisi è una microimpresa ad alta intensità identitaria.

R.10. Griglia di valutazione: leggere senza trasformare in rating

La griglia sintetica non attribuisce un rating certificativo, ma ordina le evidenze secondo il loro grado di robustezza. La distinzione è fondamentale: una dimensione può essere forte sul piano identitario e media sul piano della documentazione; un'altra può essere potenzialmente rilevante ma non valutabile. Questo linguaggio evita giudizi ingiustamente severi e, al contempo, impedisce promozioni non fondate. È la forma più utile di valutazione per un audit preliminare.

La lettura qui proposta mantiene il criterio generale dell'audit: riconoscere il valore degli elementi emersi, ma distinguere sempre tra evidenza, interpretazione e informazione mancante. Tale prudenza è particolarmente importante quando l'oggetto di analisi è una microimpresa ad alta intensità identitaria.

R.11. Gap informativi: il cuore operativo del documento

I gap informativi non sono una lista di mancanze fine a se stessa. Essi costituiscono la base per un programma di miglioramento documentale. Nel caso di A Masseria i Monaci, le priorità sono chiare: claim ambientali, schede tecniche, zero waste, risorse, dati sociali e canali di mercato. Proprio perché l'impresa ha già una forte identità, colmare questi gap produrrebbe un effetto molto visibile sulla qualità della comunicazione e sull'affidabilità percepita.

La lettura qui proposta mantiene il criterio generale dell'audit: riconoscere il valore degli elementi emersi, ma distinguere sempre tra evidenza, interpretazione e informazione mancante. Tale prudenza è particolarmente importante quando l'oggetto di analisi è una microimpresa ad alta intensità identitaria.

R.12. Giudizio conclusivo: una sostenibilità di orientamento, da consolidare con dati

Il giudizio finale dell'audit è positivo nei termini consentiti dalle fonti: la Masseria appare radicata, coerente, culturalmente forte e potenzialmente molto interessante nel quadro delle produzioni locali. Tuttavia, non è possibile trasformare questa valutazione in una certificazione di sostenibilità. Il vero valore del documento sta dunque nell'avere definito una base solida per il passaggio successivo: dalla qualità del racconto alla qualità della prova.

La lettura qui proposta mantiene il criterio generale dell'audit: riconoscere il valore degli elementi emersi, ma distinguere sempre tra evidenza, interpretazione e informazione mancante. Tale prudenza è particolarmente importante quando l'oggetto di analisi è una microimpresa ad alta intensità identitaria.

APPENDICE S - Framework di misurazione ambientale semplificato

Questa appendice propone un sistema di misurazione ambientale essenziale, pensato per una piccola cantina che voglia iniziare a rendere più leggibile il proprio profilo di sostenibilità senza adottare sin da subito strumenti complessi. Il framework non presume dati già disponibili: indica quali grandezze sarebbe utile raccogliere e come potrebbero essere interpretate in relazione alla scala produttiva.

S.1. Principi del framework

1. Pochi indicatori, ma stabili nel tempo.
2. Raccolta proporzionata alle capacità organizzative della microimpresa.
3. Normalizzazione, ove possibile, per bottiglia prodotta o per ettaro.
4. Chiarezza nel distinguere dati misurati, stimati e non disponibili.
5. Utilizzo degli indicatori come strumento di miglioramento, non come mero adempimento comunicativo.

S.2. Indicatori su energia e acqua

Indicatore	Formula/Unità	Utilità	Frequenza
Consumo elettrico annuo	kWh/anno	Definisce la baseline energetica.	Annuale
Consumo elettrico per bottiglia	kWh/n. bottiglie	Consente confronti nel tempo.	Annuale
Consumo termico o combustibili	litri o Smc/anno	Valuta fabbisogni non elettrici.	Annuale
Acqua utilizzata in cantina	m ³ /anno	Misura pressione sulla risorsa idrica.	Annuale
Acqua per bottiglia	m ³ /n. bottiglie	Normalizza il dato rispetto alla produzione.	Annuale
Presenza di recupero acqua piovana	Sì/No + descrizione	Valuta pratiche di risparmio.	Annuale

S.3. Indicatori su vigneto e suolo

Indicatore	Modalità di raccolta	Significato
Ettari vitati per varietà	Superficie per Casavecchia, Pallagrello Nero, Pallagrello Bianco.	Misura la composizione del patrimonio varietale.
Vigneti a piede franco	Ettari o parcelle interessate.	Documenta l'elemento distintivo.
Presenza di inerbimento	Sì/No + tipologia.	Indica orientamento alla protezione del suolo.
Lavorazioni principali del suolo	Descrizione annua sintetica.	Aiuta a comprendere intensità delle pratiche.
Trattamenti fitosanitari	Numero e tipologia.	Rende più trasparente la gestione agronomica.

Concimazioni e ammendanti	Tipologie e quantità se disponibili.	Valuta la cura della fertilità.
---------------------------	--------------------------------------	---------------------------------

S.4. Indicatori su rifiuti e sottoprodotti

Flusso	Unità	Possibile fonte del dato	Obiettivo
Vinacce	kg/anno	Registro di cantina o stima vendemmiale	Conoscere il sottoprodotto principale.
Fecce	kg/anno	Cantina	Monitorare i residui di vinificazione.
Cartone	kg/anno	Acquisti e magazzino	Valutare packaging secondario.
Vetro	kg/anno	Numero bottiglie x peso medio	Stimare materiale primario.
Rifiuti indifferenziati	kg/anno	Conferimenti o stime	Ridurre la quota non recuperata.
Rifiuti differenziati	kg/anno	Conferimenti o stime	Monitorare la qualità della separazione.

S.5. Indicatori su packaging

Indicatore	Unità	Nota metodologica
Peso medio bottiglia	g	Dato semplice da rilevare e molto utile.
Percentuale cartone riciclato	% o dichiarazione fornitore	Se disponibile.
Tipologia tappo	Categoria	Naturale, tecnico, alternativo.
Materiali di spedizione	Descrizione	Carta, cartone, plastica, riuso.
Scatole per bottiglia	n. scatole/n. bottiglie	Indicatore di efficienza logistica.

S.6. Cruscotto minimo annuale

Un cruscotto annuale potrebbe essere composto da dieci righe, aggiornate una volta l'anno e pubblicate in forma sintetica. Non servirebbe a sostituire un report ambientale strutturato, ma rappresenterebbe un avanzamento significativo rispetto all'attuale assenza di dati. Per una microimpresa, la costanza nel tempo vale più della complessità del primo esercizio.

Voce	Anno X	Anno X+1	Commento
Bottiglie prodotte			Dato di scala.
Ettari vitati			Base produttiva.
kWh totali			Energia.
m ³ acqua			Risorsa idrica.
kg vetro			Packaging primario.
kg cartone			Packaging secondario.
kg vinacce			Sottoprodotti.
kg rifiuti indifferenziati			Zero waste.
kg rifiuti differenziati			Qualità della gestione.
Azioni di miglioramento completate			Racconto del progresso.

S.7. Osservazione conclusiva

Il framework proposto mostra che il rafforzamento dell'auditabilità ambientale non richiede necessariamente sistemi avanzati di rendicontazione. Richiede, prima di tutto, disciplina nella raccolta di pochi dati chiave. Per A Masseria i Monaci, ciò consentirebbe di dare maggiore consistenza alle dichiarazioni di sostenibilità e di collegarle in modo più diretto ai temi della Green Community e della produzione a riduzione degli sprechi.

APPENDICE T - Registro dei rischi e delle opportunità

Il registro seguente non pretende di descrivere rischi gestionali accertati, ma traduce in forma operativa le principali aree di attenzione emerse dall'audit. Esso può essere utilizzato come base per una riflessione interna, distinguendo tra rischi di comunicazione, rischi di auditabilità, rischi di percezione e opportunità di rafforzamento del posizionamento.

Rischio/opportunità	Area	Probabilità	Impatto	Azione raccomandata
Claim biologico non accompagnato da prova pubblica	Comunicazione	Media	Alta	Pubblicare certificazione o spiegazione precisa.
Claim biodinamico non definito	Comunicazione	Media	Alta	Descrivere pratiche e significato operativo.
Piede franco poco documentato	Trasparenza tecnica	Media	Media	Creare scheda tecnica dedicata.
Assenza di schede tecniche ufficiali complete	Prodotto	Alta	Media	Redigere schede per annata.
Nessun dato su packaging	Ambientale	Alta	Media	Introdurre indicatori minimi.
Nessun dato su rifiuti e sottoprodotti	Zero waste	Alta	Alta	Mappare i flussi.
Assenza di dati su acqua ed energia	Ambientale	Alta	Alta	Costruire baseline annuale.
Assenza di dati sul lavoro	Sociale	Media	Media	Fornire quadro sintetico su persone coinvolte.
Territorialità raccontata ma poco sistematizzata	Culturale	Bassa	Media	Aggiungere pagina dedicata al territorio.
Mancata esplicitazione dei canali di vendita	Economica	Media	Bassa	Descrivere in modo essenziale il modello distributivo.
Variabilità d'annata non accompagnata da note tecniche	Educazione al consumatore	Media	Media	Pubblicare note vendemmiali.
Assenza di obiettivi futuri di sostenibilità	Governance	Media	Media	Definire 3 obiettivi realistici.

T.1. Interpretazione del registro

Il registro indica che le principali aree di attenzione non riguardano l'identità aziendale, che è già forte, ma la capacità di documentarla e proteggerla da possibili ambiguità. Una comunicazione ambientale fondata su parole impegnative richiede una base informativa chiara; un progetto territoriale convincente trae vantaggio da schede che ne rendano più leggibili le specificità; un'azienda piccola può distinguersi proprio perché rende trasparente, con misura, ciò che fa.

APPENDICE U - Matrice SWOT del profilo di sostenibilità

La matrice SWOT seguente rielabora i risultati dell'audit in termini strategici. Essa non sostituisce un piano aziendale, ma aiuta a distinguere tra elementi interni favorevoli, limiti interni, opportunità esterne e possibili minacce reputazionali o di contesto.

Forze	Debolezze
Forte identità familiare e territoriale.	Documentazione tecnica pubblica ancora limitata.
Vitigni autoctoni e Casavecchia di Pontelatone.	Assenza di indicatori ambientali quantitativi.
Piede franco come tratto distintivo.	Certificazioni e claim non esplicitati in modo verificabile.
Produzione limitata e coerente con il posizionamento.	Dati sociali ed economici non disponibili.
Presenza in VITICA e riconoscimento comunale.	Hospitality e iniziative territoriali non documentate.

Opportunità	Minacce
Crescente interesse per vini territoriali e microproduzioni.	Rischio di percezione ambigua dei claim ambientali.
Valorizzazione dei vitigni autoctoni dell'Alta Campania.	Confronto con imprese più strutturate nella comunicazione.
Possibilità di costruire un dossier di sostenibilità agile.	Variabilità climatica e fragilità delle microproduzioni.
Integrazione con percorsi culturali e rurali.	Difficoltà di scalare senza perdere coerenza identitaria.
Uso di schede tecniche e note vendemmiali come strumenti distintivi.	Mancata trasformazione del racconto in dati verificabili.

U.1. Commento strategico

La SWOT evidenzia che il vantaggio competitivo della Masseria non risiede nell'ampiezza della struttura, ma nella densità della sua identità. La debolezza principale non è un deficit di racconto, bensì un deficit di formalizzazione. L'opportunità più rilevante consiste quindi nel colmare selettivamente i gap informativi, senza appesantire la comunicazione e senza imitare modelli di rendicontazione inadatti alla dimensione aziendale.

APPENDICE V - Piano operativo di miglioramento documentale

Il piano operativo propone un percorso in sette azioni, ciascuna articolata in obiettivo, contenuto minimo, possibile referente interno e risultato atteso. È pensato come strumento di lavoro successivo all'audit, non come prescrizione obbligatoria.

Azione	Obiettivo	Contenuto minimo	Referente possibile	Risultato atteso
1	Chiarire il metodo agricolo	Pagina web su biologico, biodinamico, piede franco e cura del vigneto.	Titolari / consulente agronomico	Claim ambientali più trasparenti.
2	Pubblicare schede tecniche dei vini	PDF o pagine prodotto standardizzate per ciascuna referenza.	Titolari / enologo	Migliore informazione al consumatore.
3	Mappare i flussi zero waste	Elenco rifiuti e sottoprodotti, materiali di packaging, possibili recuperi.	Titolari	Base per miglioramento ambientale.
4	Introdurre 10 indicatori annuali	Bottiglie, ettari, energia, acqua, vetro, cartone, rifiuti, vinacce.	Amministrazione / consulente	Primo cruscotto di sostenibilità.
5	Raccontare il territorio	Pagina su Pontelatone, vitigni locali e relazione con la Masseria.	Comunicazione	Rafforzamento culturale del brand.
6	Rendere visibile la dimensione sociale	Persone coinvolte, ruoli, eventuali visite o collaborazioni.	Titolari	Maggiore leggibilità del valore sociale.
7	Definire obiettivi futuri	Tre impegni realistici e aggiornabili annualmente.	Titolari	Passaggio da identità a traiettoria di miglioramento.

V.1. Sequenza consigliata

Le azioni 1 e 2 possono essere affrontate in tempi brevi perché riguardano informazioni già in parte presenti. Le azioni 3 e 4 richiedono una breve attività interna di ricognizione dati. Le azioni 5, 6 e 7 rafforzano invece il posizionamento e la capacità dell'impresa di raccontare la propria evoluzione. L'ordine non è vincolante, ma rispecchia una logica di progressività: prima chiarire, poi misurare, infine dichiarare obiettivi.

V.2. Benefici attesi

- maggiore coerenza tra identità aziendale e informazioni pubbliche;
- riduzione delle ambiguità sui claim ambientali;
- migliore dialogo con consumatori, enti e reti territoriali;
- possibilità di aggiornare l'audit con dati più robusti;
- allineamento più diretto con i temi della Green Community e della produzione a riduzione degli sprechi.

APPENDICE Z - Memorandum conclusivo per la lettura dell'audit

Il presente audit va letto come un documento di inquadramento e di accompagnamento, non come una verifica ispettiva. La sua funzione principale è rendere visibile, con metodo, ciò che A Masseria i Monaci già comunica e ciò che, invece, non è ancora documentato in misura sufficiente. In questo senso, il documento restituisce un profilo equilibrato: valorizza con decisione le specificità dell'impresa, ma evita di trasformare dichiarazioni suggestive in prove definitive.

Il caso della Masseria è particolarmente significativo perché mostra una situazione frequente nelle microimprese rurali: l'identità è forte, la storia è chiara, la relazione con il territorio è autenticamente percepibile, ma gli strumenti di trasparenza tecnica non sono ancora pienamente sviluppati. Questo divario non deve essere interpretato come una contraddizione irrimediabile; al contrario, può diventare il punto di partenza per un percorso di crescita documentale proporzionato.

L'audit riconosce come punti di eccellenza preliminare la coerenza del racconto, la valorizzazione dei vitigni autoctoni, il ruolo del Casavecchia di Pontelatone, la centralità della famiglia e la scelta di comunicare la stagionalità del vino. Riconosce come aree da consolidare la documentazione del biologico e del biodinamico, le schede tecniche dei vini, la gestione dei rifiuti e dei sottoprodotti, i dati su acqua ed energia, la dimensione sociale e le informazioni economiche essenziali.

Il documento offre quindi una base concreta per due possibili usi. Il primo è conoscitivo: comprendere il profilo di sostenibilità desumibile oggi dalle fonti pubbliche. Il secondo è operativo: individuare un'agenda di miglioramento che l'impresa, se lo riterrà, potrà assumere per rendere più leggibile e verificabile la qualità del proprio progetto. In entrambi i casi, l'audit assolve alla sua funzione quando mantiene insieme rispetto per l'identità aziendale e rigore nell'uso delle evidenze.

La conclusione generale può essere formulata nei seguenti termini: A Masseria i Monaci è una microimpresa vitivinicola di elevato interesse territoriale e culturale, con un orientamento ambientale dichiarato molto rilevante, ma ancora solo parzialmente dimostrabile attraverso fonti pubbliche. Il valore del progetto è chiaro; il compito successivo è renderlo più documentato, senza perdere la forza narrativa che oggi lo distingue.

APPENDICE AA - Check-list completa per la filiera vigneto-cantina-mercato

La check-list qui proposta è uno strumento di audit operativo. Non descrive lo stato accertato di A Masseria i Monaci, ma traduce le esigenze informative emerse nel documento in una sequenza di verifiche concrete. Può essere utilizzata per un confronto diretto con l'azienda, per un sopralluogo o per costruire un fascicolo documentale aggiornabile. La sua articolazione segue il ciclo della filiera: identità, vigneto, vendemmia, cantina, confezionamento, mercato, persone, territorio e comunicazione.

AA.1. Identità, perimetro e governance

Verifica	Stato emerso	Nota auditiva
Denominazione commerciale e ragione sociale coincidono o sono opportunamente distinte?	Da verificare	Serve a evitare ambiguità documentali.
La forma giuridica è dichiarata in modo pubblico?	Da verificare	Rafforza la trasparenza istituzionale.
La sede operativa e la sede legale sono note?	Parzialmente	Il sito indica la localizzazione; resta da chiarire il profilo amministrativo.
Sono individuati i referenti aziendali?	Parzialmente	Il sito richiama figure familiari, non un organigramma.
Esiste una descrizione sintetica del modello aziendale?	Sì, in forma narrativa	Da integrare con profilo tecnico.

AA.2. Vigneto e patrimonio agricolo

Verifica	Stato emerso	Nota auditiva
Gli ettari vitati complessivi sono indicati?	Parzialmente	VITICA e Comune forniscono dati di superficie.
La ripartizione per vitigno è disponibile?	Parzialmente	Disponibili dati su Casavecchia e Pallagrelli.
Le parcelle sono mappate?	No	Informazione utile per tracciabilità territoriale.
La presenza di piede franco è descritta con dettaglio?	No	Claim distintivo da documentare.
L'età delle vigne è disponibile?	No	Dato utile per il valore agronomico.
Sono comunicate esposizioni e caratteristiche dei suoli?	No	Migliorerebbe il racconto del terroir.
Sono indicate siepi, inerbimenti o aree ecologiche?	No	Rilevante per biodiversità funzionale.

AA.3. Metodo agricolo

Verifica	Stato emerso	Nota auditiva
----------	--------------	---------------

È pubblicata una certificazione biologica, se posseduta?	No	Area prioritaria di trasparenza.
È chiarito cosa si intende per biodinamico?	No	Claim da circostanziare.
Sono descritti i trattamenti consentiti o impiegati?	No	Dato essenziale per audit ambientale.
È presente una nota sulla fertilizzazione?	No	Rilevante per suolo e sostenibilità.
È dichiarato se si ricorre all'irrigazione?	No	Rilevante per risorsa idrica.
Esistono protocolli interni o calendari agronomici?	Non documentato	Da verificare in interlocuzione diretta.

AA.4. Vendemmia e gestione dell'annata

Verifica	Stato emerso	Nota auditiva
La data o il periodo di vendemmia è comunicato per vino?	Parzialmente	Alcune fonti commerciali indicano ottobre per il Casavecchia DOC 2022.
Sono pubblicate note vendemmiali per annata?	No	Coerente con il racconto della variabilità.
È descritto il rapporto tra uva prodotta e vino imbottigliato?	No	Utile a leggere rese e scelte di selezione.
Le annate disponibili sono chiaramente distinguibili?	Parzialmente	Le pagine prodotto riportano alcuni millesimi.
È spiegato come la stagionalità influisca sul prodotto?	Sì, in forma generale	Da rendere più concreta con esempi.

AA.5. Cantina e vinificazione

Verifica	Stato emerso	Nota auditiva
Le fasi svolte internamente sono indicate?	No	Rilevante per perimetro produttivo.
Sono disponibili schede tecniche ufficiali?	Non in forma sistematica	Priorità informativa.
Sono descritti fermentazione, macerazione e affinamento?	Parzialmente	Presenti elementi su sito e fonte commerciale.
Sono indicate pratiche di filtrazione e stabilizzazione?	Parzialmente	Il sito richiama il filtraggio lento per un vino.
È chiarito l'uso di legno, acciaio o altri contenitori?	Parzialmente	Presenti alcuni dati, non in quadro uniforme.
Sono disponibili informazioni su lieviti, solforosa o coadiuvanti?	No	Tema tecnico da approfondire.

AA.6. Energia, acqua e risorse

Verifica	Stato emerso	Nota auditiva
Sono disponibili consumi elettrici annuali?	No	Indicatore ambientale prioritario.

Sono disponibili consumi idrici annuali?	No	Indicatore ambientale prioritario.
Sono presenti fonti rinnovabili?	Non documentato	Da verificare.
Sono indicate misure di efficienza o risparmio?	No	Area di miglioramento.
Sono descritti i lavaggi e la gestione delle acque reflue?	No	Rilevante per cantina.

AA.7. Rifiuti, sottoprodotti e packaging

Verifica	Stato emerso	Nota auditiva
È disponibile una mappa dei rifiuti?	No	Centrale per zero waste.
È noto il destino delle vinacce?	No	Sottoprodotto principale.
È noto il destino di fecce e raspi?	No	Sottoprodotti di cantina.
Sono comunicati materiali di bottiglia, tappo e scatola?	No	Rilevante per packaging.
È noto il peso medio delle bottiglie?	No	Dato semplice ma utile.
Sono indicate misure di riuso o riduzione degli imballaggi?	No	Possibile area di sviluppo.

AA.8. Persone, lavoro e comunità

Verifica	Stato emerso	Nota auditiva
Il numero di persone coinvolte è indicato?	No	Gap sociale.
È indicata la presenza di lavoro stagionale?	No	Gap sociale.
Sono comunicate attività di formazione?	No	Gap sociale.
Sono documentate visite o iniziative didattiche?	No	Potenziale area culturale.
Sono richiamate collaborazioni con il territorio?	Parzialmente	Presenza in VITICA e Comune, ma iniziative non dettagliate.

AA.9. Mercato e trasparenza verso il consumatore

Verifica	Stato emerso	Nota auditiva
I canali di vendita sono descritti?	No	Modello commerciale poco leggibile.
È presente vendita diretta o e-commerce?	Non ricostruibile con certezza	Da chiarire.
Esiste una pagina "dove trovarci"?	Non rilevata	Utile per trasparenza commerciale.
Le informazioni al consumatore sono omogenee tra i vini?	No	Schede da uniformare.
Sono pubblicate FAQ sui claim ambientali?	No	Strumento utile per prevenire ambiguità.

APPENDICE AB - Matrice estesa

“evidenza-interpretazione-azione”

La matrice seguente approfondisce il rapporto tra ciò che le fonti mostrano, ciò che l'audit può legittimamente interpretare e quale azione potrebbe rendere l'informazione più robusta. Questa distinzione è cruciale: un audit documentale non deve limitarsi a registrare dati, ma neppure deve colmare le lacune con supposizioni. La matrice traduce tale principio in forma operativa.

Evidenza o assenza	Interpretazione consentita	Azione migliorativa
Sito con contatti e indirizzo	L'impresa è identificabile e contattabile.	Aggiungere eventuale ragione sociale completa.
Produzione annua dichiarata di 2.000 bottiglie	Modello di microproduzione.	Pubblicare eventuale serie storica.
Vigna oltre 100 quintali d'uva	Esiste un potenziale produttivo superiore alla bottiglia finita dichiarata.	Chiarire destinazione delle uve e rapporto resa/imbottigliato.
Piede franco di uve antiche	Elemento agronomico e culturale distintivo.	Scheda tecnica, foto e vigneti interessati.
Pratiche biologiche e biodinamiche	Orientamento ambientale dichiarato.	Specificare certificazioni o protocolli.
Casavecchia DOC con affinamento in barrique	Prodotto identitario e strutturato.	Scheda tecnica completa per annata.
Riserva con affinamento più lungo	Segmentazione della gamma.	Chiarire annata, uvaggio e profilo produttivo.
Vini millesimati	Attenzione alla singola annata.	Pubblicare note vendemmiali.
Differenze di gusto tra annate	Rifiuto della standardizzazione.	Spiegare con esempi concreti.
Scheda VITICA con superfici	Base territoriale quantificabile.	Allineare sito aziendale e fonti esterne.
Presenza nel Comune di Pontelatone	Riconoscimento istituzionale locale.	Valorizzare il legame nei materiali aziendali.
Presenza su operatore commerciale	Accesso a canali di mercato esterni.	Descrivere i canali ufficiali di vendita.
Assenza dati acqua	Dimensione non valutabile.	Raccogliere e pubblicare baseline semplice.
Assenza dati energia	Dimensione non valutabile.	Raccogliere e pubblicare baseline semplice.
Assenza dati packaging	Impatto del prodotto confezionato non leggibile.	Scheda materiali.
Assenza dati rifiuti	Zero waste non valutabile.	Mappa flussi e indicatori.
Assenza dati sociali	Ricaduta occupazionale non misurabile.	Quadro sintetico su persone e lavoro.
Assenza eventi documentati	Dimensione culturale pubblica non ricostruibile.	Rendere visibili eventuali visite e iniziative.
Tono comunicativo familiare	Alto capitale narrativo.	Affiancare dati senza perdere voce originale.
Gamma con nomi evocativi	Posizionamento simbolico distintivo.	Accompagnare con schede tecniche uniformi.

APPENDICE AC - Scheda di raccolta dati per aggiornare l'audit

Questa scheda è pensata per essere compilata direttamente dall'impresa o da un facilitatore progettuale. Essa consente di trasformare l'audit preliminare in un documento aggiornabile. I campi sono volutamente essenziali e possono essere compilati con valori puntuali, stime o indicazioni qualitative, purché venga sempre dichiarato il livello di precisione del dato.

AC.1. Dati di base

Campo	Valore da inserire	Fonte interna
Ragione sociale		
Forma giuridica		
Sede legale		
Sede operativa		
Referente audit		
Anno di avvio del progetto		
Bottiglie prodotte nell'ultimo anno		
Vitigni coltivati		

AC.2. Vigneto

Dato	Valore	Nota
Superficie complessiva aziendale		
Superficie vitata		
Ettari Casavecchia		
Ettari Pallagrello Nero		
Ettari Pallagrello Bianco		
Parcelle a piede franco		
Età media delle vigne		
Presenza di irrigazione		
Presenza di inerbimento		

AC.3. Metodo produttivo

Tema	Risposta	Documentazione allegabile
Certificazione biologica		
Organismo di controllo		
Pratiche biodinamiche adottate		
Trattamenti principali		
Gestione fertilità suolo		
Pratiche di contenimento erosione		
Gestione infestanti		

AC.4. Cantina e risorse

Indicatore	Valore/Descrizione	Metodo di rilevazione
Consumo elettrico annuo		
Consumo acqua annuo		
Fonti rinnovabili		
Uso di legno in affinamento		
Principali fasi di vinificazione		
Gestione lavaggi e reflui		
Presenza di schede tecniche ufficiali		

AC.5. Rifiuti e packaging

Flusso	Quantità/stima	Destino
Vinacce		
Fecce		
Raspi		
Vetro		
Cartone		
Capsule/etichette		
Rifiuti indifferenziati		
Rifiuti differenziati		

AC.6. Persone, mercato e territorio

Campo	Risposta	Nota
Addetti stabili		
Collaboratori stagionali		
Formazione svolta		
Canali di vendita		
Vendita diretta		
Partecipazione a eventi/reti		
Visite o iniziative culturali		

AC.7. Nota d'uso

La scheda è volutamente modulare. Può essere compilata integralmente oppure utilizzata per priorità, partendo dai campi che incidono maggiormente sulla credibilità del profilo di sostenibilità: certificazioni, vigneti a piede franco, schede tecniche, rifiuti, packaging, acqua ed energia. Una volta compilata, essa renderebbe possibile una revisione dell'audit con un salto qualitativo sostanziale.

APPENDICE AD - Architettura narrativa di un futuro mini-report di sostenibilità

L'appendice propone l'indice ragionato di un possibile mini-report di sostenibilità, in formato digitale o PDF, che l'impresa potrebbe elaborare in futuro. L'architettura è volutamente snella, ma sufficiente a integrare identità, prove e indicatori. Ogni sezione è accompagnata da una breve spiegazione della funzione comunicativa e documentale che svolgerebbe.

AD.1. Lettera della famiglia

Apertura breve, personale e non retorica, capace di spiegare perché la sostenibilità è collegata alla storia del progetto e alla responsabilità verso il territorio.

La sezione dovrebbe evitare formule generiche e privilegiare informazioni concrete, anche quando presentate con un tono narrativo. Il mini-report sarebbe efficace se riuscisse a unire la voce familiare della Masseria con la precisione delle evidenze.

AD.2. Profilo dell'impresa

Dati essenziali: chi siamo, dove operiamo, quali vini produciamo, quali vitigni coltiviamo, quale scala produttiva abbiamo.

La sezione dovrebbe evitare formule generiche e privilegiare informazioni concrete, anche quando presentate con un tono narrativo. Il mini-report sarebbe efficace se riuscisse a unire la voce familiare della Masseria con la precisione delle evidenze.

AD.3. Il vigneto

Superfici, varietà, piede franco, età delle vigne, gestione del suolo, principi agronomici e fotografie contestualizzate.

La sezione dovrebbe evitare formule generiche e privilegiare informazioni concrete, anche quando presentate con un tono narrativo. Il mini-report sarebbe efficace se riuscisse a unire la voce familiare della Masseria con la precisione delle evidenze.

AD.4. Metodo agricolo

Spiegazione chiara di biologico, biodinamico e pratiche concrete adottate. Eventuali certificazioni andrebbero riportate qui.

La sezione dovrebbe evitare formule generiche e privilegiare informazioni concrete, anche quando presentate con un tono narrativo. Il mini-report sarebbe efficace se riuscisse a unire la voce familiare della Masseria con la precisione delle evidenze.

AD.5. Dalla vendemmia al vino

Fasi principali della vinificazione, affinamenti, scelta di accettare la variabilità d'annata, schede tecniche e note vendemmiali.

La sezione dovrebbe evitare formule generiche e privilegiare informazioni concrete, anche quando presentate con un tono narrativo. Il mini-report sarebbe efficace se riuscisse a unire la voce familiare della Masseria con la precisione delle evidenze.

AD.6. Materiali e risorse

Acqua, energia, packaging, indicatori minimi e principali azioni di attenzione ambientale.

La sezione dovrebbe evitare formule generiche e privilegiare informazioni concrete, anche quando presentate con un tono narrativo. Il mini-report sarebbe efficace se riuscisse a unire la voce familiare della Masseria con la precisione delle evidenze.

AD.7. Rifiuti e sottoprodotti

Mappa dei flussi e azioni di prevenzione, riuso, recupero o corretto conferimento.

La sezione dovrebbe evitare formule generiche e privilegiare informazioni concrete, anche quando presentate con un tono narrativo. Il mini-report sarebbe efficace se riuscisse a unire la voce familiare della Masseria con la precisione delle evidenze.

AD.8. Persone e territorio

Ruolo della famiglia, eventuali collaborazioni, rapporto con reti, Comune, Consorzio e iniziative locali.

La sezione dovrebbe evitare formule generiche e privilegiare informazioni concrete, anche quando presentate con un tono narrativo. Il mini-report sarebbe efficace se riuscisse a unire la voce familiare della Masseria con la precisione delle evidenze.

AD.9. Obiettivi e miglioramenti

Tre o cinque obiettivi annuali realistici, aggiornabili nel tempo.

La sezione dovrebbe evitare formule generiche e privilegiare informazioni concrete, anche quando presentate con un tono narrativo. Il mini-report sarebbe efficace se riuscisse a unire la voce familiare della Masseria con la precisione delle evidenze.

AD.10. Tavola degli indicatori

Una pagina finale con i dati chiave: bottiglie, ettari, energia, acqua, rifiuti, materiali, eventuali visite o iniziative.

La sezione dovrebbe evitare formule generiche e privilegiare informazioni concrete, anche quando presentate con un tono narrativo. Il mini-report sarebbe efficace se riuscisse a unire la voce familiare della Masseria con la precisione delle evidenze.

APPENDICE AE - Coerenza con gli obiettivi della Green Community

L'audit è sviluppato nell'ambito della Green Community "Monte Maggiore Green & Smart Community: Innovazione, Ambiente, Persone" e, in particolare, dell'Iniziativa n. 7 dedicata allo sviluppo sostenibile delle attività produttive. Questa appendice chiarisce come il caso di A Masseria i Monaci possa essere letto in rapporto agli obiettivi del programma, senza attribuire all'impresa azioni non documentate.

AE.1. Innovazione proporzionata alla scala

Nel caso di una microimpresa rurale, innovazione non significa necessariamente tecnologia avanzata o trasformazione industriale. Può significare capacità di formalizzare meglio ciò che già si fa, misurare poche variabili chiave, rendere trasparenti i claim, utilizzare strumenti digitali semplici per raccontare in modo accurato il proprio modello. A Masseria i Monaci possiede già una forte base identitaria; l'innovazione più utile consisterebbe nel rafforzare la tracciabilità informativa del proprio racconto.

AE.2. Ambiente e gestione delle risorse

La Green Community richiama la necessità di ridurre sprechi e impatti. Nell'audit, questa prospettiva si traduce in richieste molto concrete: dati su acqua ed energia, mappa dei rifiuti, attenzione al packaging, chiarimento delle pratiche biologiche e biodinamiche. L'azienda non è giudicata negativamente per l'assenza attuale di tali dati pubblici; viene piuttosto invitata a trasformarli in un percorso di miglioramento graduale.

AE.3. Persone, territorio e filiere corte

Il valore sociale e territoriale di una microimpresa agricola si manifesta nella permanenza produttiva, nella trasmissione di competenze, nella possibilità di contribuire alla reputazione del luogo. A Masseria i Monaci è già leggibile come impresa territorialmente radicata; per rafforzare questa dimensione, sarebbe utile rendere più visibili le relazioni con persone, reti e possibili iniziative di comunità.

AE.4. Zero waste come progetto di apprendimento

Per una realtà di piccola scala, la zero waste production può essere affrontata come progetto di apprendimento progressivo. Il primo passo è conoscere i flussi: quali materiali entrano, quali escono, quali possono essere ridotti o meglio gestiti. L'audit suggerisce una matrice semplice proprio perché il cambiamento sostenibile non richiede necessariamente complessità iniziale, ma continuità e consapevolezza.

AE.5. Contributo del caso studio

Il caso di A Masseria i Monaci è utile alla Green Community perché mostra come un'impresa piccola e fortemente identitaria possa essere accompagnata non soltanto nella riduzione degli impatti, ma

anche nel miglioramento della qualità della propria comunicazione e della propria capacità di essere letta da cittadini, consumatori e istituzioni.

APPENDICE AF - Note metodologiche su limiti, usi e non usi del documento

Ogni audit preliminare deve chiarire non solo ciò che afferma, ma anche ciò che non afferma. La presente appendice esplicita i limiti interpretativi del documento, al fine di prevenire usi impropri e preservarne l'affidabilità.

AF.1. Il documento non è una certificazione

L'audit non certifica il possesso di requisiti ambientali, sociali o normativi. Registra e valuta evidenze pubbliche, distinguendo livelli di affidabilità. Anche i giudizi positivi, quindi, devono essere letti come apprezzamenti preliminari e non come attestazioni formali.

AF.2. Il documento non sostituisce la verifica tecnica

Aspetti come certificazione biologica, pratiche biodinamiche, gestione dei reflui, sicurezza del lavoro, conformità amministrativa e performance energetica richiedono documenti e verifiche che esulano dalla ricognizione online. L'audit può indicare le domande corrette, non sostituire gli accertamenti necessari.

AF.3. Il documento non valuta la qualità organolettica dei vini

Le informazioni sui prodotti sono utilizzate solo per comprendere identità e posizionamento. L'audit non esprime giudizi enologici, non assegna punteggi, non confronta le bottiglie con prodotti concorrenti e non valuta l'esperienza sensoriale.

AF.4. Il documento non stima la performance economica

La presenza di una microproduzione e di canali commerciali non consente di dedurre fatturato, redditività o solidità finanziaria. Ogni riferimento economico-territoriale va inteso in senso qualitativo, come capacità potenziale di valorizzare risorse locali.

AF.5. Il documento è aggiornabile

La struttura dell'audit è pensata per accogliere integrazioni. Qualora l'impresa rendesse disponibili certificazioni, schede tecniche, dati ambientali o informazioni sociali, il documento potrebbe essere aggiornato in modo puntuale, con un significativo innalzamento del grado di auditabilità.

AF.6. Uso consigliato

Il documento è particolarmente adatto a tre usi: base conoscitiva per programmi territoriali; strumento di confronto con l'impresa; traccia per costruire una comunicazione di sostenibilità più robusta e proporzionata. È invece sconsigliato utilizzarlo come prova definitiva di conformità, come rating comparativo o come documento promozionale decontestualizzato.

APPENDICE AG - Conclusione estesa e criterio di aggiornamento periodico

La conclusione dell'audit merita un'ulteriore riflessione perché il caso di A Masseria i Monaci è emblematico di una categoria di imprese che, pur non disponendo di apparati formali di rendicontazione, esprimono una qualità progettuale rilevante per i territori rurali. L'identità dell'azienda, così come emerge dalle fonti pubbliche, non è costruita su un linguaggio impersonale di sostenibilità, ma su scelte narrative e produttive che convergono verso alcuni valori chiaramente riconoscibili: famiglia, radicamento locale, uve autoctone, accettazione della stagionalità, piccola scala e attenzione dichiarata alla natura.

L'audit ha scelto di non ridurre questa complessità a un punteggio, perché un rating sintetico avrebbe rischiato di impoverire la lettura. Ha invece adottato una logica più utile: riconoscere dove il profilo è forte, chiarire dove la prova è parziale, indicare quali dati potrebbero rendere il giudizio più robusto. In tal modo, il documento si colloca in una posizione intermedia tra analisi descrittiva e strumento di accompagnamento, offrendo una base seria sia per l'ente promotore sia per l'impresa.

L'elemento più importante emerso è che A Masseria i Monaci possiede già una "sostenibilità di orientamento": la direzione del progetto, per come viene comunicata, appare coerente con la valorizzazione delle risorse locali e con un modello non standardizzato di produzione. Ciò che manca è una "sostenibilità di rendicontazione", ossia un insieme di informazioni pubbliche capaci di dimostrare in modo più oggettivo come tale orientamento si traduca nella gestione di vigneto, cantina, materiali e relazioni sociali. La distanza tra queste due forme di sostenibilità non è una contraddizione insanabile, ma lo spazio concreto entro cui può svilupparsi un percorso di miglioramento.

Per questa ragione, l'audit suggerisce un aggiornamento periodico, anche biennale, del profilo aziendale. Un documento di follow-up potrebbe verificare se siano state rese disponibili schede tecniche, certificazioni, dati sui rifiuti, informazioni sul packaging o elementi sociali. Il confronto tra la versione iniziale e le successive consentirebbe di leggere l'evoluzione dell'impresa e di misurare non solo il livello di trasparenza raggiunto, ma anche la capacità del progetto territoriale di maturare senza perdere la propria autenticità.

AG.1. Schema di aggiornamento annuale o biennale

Area da aggiornare	Domanda di verifica	Esito possibile
Identità e governance	Sono stati pubblicati dati societari o ruoli interni più chiari?	Nessun aggiornamento / Aggiornamento parziale / Aggiornamento completo
Metodo agricolo	Sono state chiarite certificazioni o pratiche biologiche e biodinamiche?	Non chiarito / Chiarito in parte / Documentato
Piede franco	È stata pubblicata una scheda specifica?	No / Sì in forma narrativa / Sì con evidenze tecniche
Schede vino	Esistono schede ufficiali per tutte le referenze?	No / Alcune / Tutte
Rifiuti e sottoprodotti	È stata resa disponibile una prima mappa dei flussi?	No / Schema qualitativo / Dati quantitativi
Acqua ed energia	Sono presenti indicatori di base?	No / Stime / Dati misurati
Persone e territorio	Sono documentate relazioni, eventi o informazioni sul lavoro?	No / Parzialmente / Sì

Obiettivi futuri	L'azienda ha dichiarato obiettivi di miglioramento?	No / Generici / Specifici e aggiornabili
------------------	---	--

AG.2. Valore dell'aggiornamento

L'aggiornamento periodico avrebbe tre vantaggi. Primo, consentirebbe all'impresa di mostrare progressi anche piccoli ma concreti, evitando che la sostenibilità resti confinata a un messaggio statico. Secondo, renderebbe il progetto più leggibile a istituzioni, consumatori e reti territoriali, favorendo una relazione fondata su informazioni verificabili. Terzo, permetterebbe alla Green Community di monitorare non soltanto la presenza di imprese sensibili al tema, ma anche la loro capacità di evolvere nel tempo.

AG.3. Formula finale di lettura

Alla luce delle evidenze raccolte, A Masseria i Monaci può essere descritta come una microcantina territoriale a elevata densità identitaria, con un profilo di sostenibilità culturalmente forte e ambientalmente promettente, ma ancora solo parzialmente documentato nelle sue componenti misurabili. L'audit non chiude il discorso: lo apre, individuando un percorso di consolidamento che appare realistico, proporzionato e coerente con la natura dell'impresa.

APPENDICE AH - Nota finale sulla proporzionalità dell'audit

La proporzionalità è il criterio che ha guidato l'intero lavoro. Un audit rivolto a una microimpresa vitivinicola non deve replicare meccanicamente l'impianto di una rendicontazione propria di aziende di maggiore dimensione; deve piuttosto individuare gli elementi davvero decisivi per comprendere il rapporto tra progetto imprenditoriale, risorse naturali, identità territoriale e capacità di trasparenza. Nel caso di A Masseria i Monaci, questo criterio ha consentito di valorizzare la densità del racconto aziendale e, insieme, di evidenziare con precisione le informazioni mancanti.

La scelta di sviluppare un documento esteso non risponde a un'esigenza meramente quantitativa, ma alla volontà di offrire uno strumento realmente utilizzabile: per leggere l'impresa, per confrontarla con i temi della Green Community, per trasformare i gap in domande e le domande in possibili azioni di miglioramento. L'ampiezza del dossier rispecchia quindi la pluralità delle dimensioni considerate e non deve essere interpretata come attribuzione di complessità organizzativa non dimostrata all'azienda.

Il principio conclusivo è semplice: quando una microimpresa dispone di una identità forte, la documentazione di sostenibilità non deve sovrapporsi ad essa, ma sostenerla. Rendere più verificabili il biologico, il biodinamico, il piede franco, i flussi zero waste e la gestione delle risorse significherebbe proteggere e rafforzare ciò che già distingue A Masseria i Monaci nel panorama vitivinicolo locale.