



AUDIT DOCUMENTALE PRELIMINARE DI SOSTENIBILITÀ

Agriturismo Casale Don Alfonso - 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;
- relazione con il paesaggio rurale e con la memoria agricola del luogo;
- recupero del patrimonio edilizio rurale;
- multifunzionalità agrituristica, ristorazione ed eventi;
- dimensione ambientale, nei limiti delle informazioni reperibili;
- dimensione sociale e relazionale;
- dimensione economico-territoriale;
- dimensione culturale e identitaria;
- grado di auditabilità documentale dell'impresa.

Natura del documento

Audit desk-based non certificativo

Il presente elaborato non costituisce certificazione di sostenibilità, rating ESG, verifica ispettiva, audit di conformità normativa o giudizio sulla qualità commerciale dell'offerta. Esso è 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 all'**Agriturismo Casale Don Alfonso**, realtà di ristorazione agrituristica e ospitalità per eventi situata in **Via Forelle, Località Casalicchio, 81040 Pontelatone (CE)**. Le fonti ufficiali dell'impresa presentano il Casale come un luogo di accoglienza e convivialità inserito nella campagna di Pontelatone, nato dal recupero di un antico fienile e della relativa stalla e oggi articolato in una proposta che combina ristorazione, eventi e cerimonie, fruizione del paesaggio e valorizzazione di prodotti di propria produzione, in particolare vino e olio. (Agriturismo Casale Don Alfonso, sito ufficiale)

L'audit è concepito come uno strumento di analisi conoscitiva e valutativa, finalizzato a ricostruire, sulla base delle sole informazioni pubblicamente accessibili, il profilo di sostenibilità dell'impresa. Nel caso di Casale Don Alfonso, la sostenibilità non può essere letta esclusivamente in termini ambientali quantitativi, poiché le fonti disponibili non offrono dati sistematici su consumi energetici, acqua, rifiuti, emissioni, approvvigionamenti o indicatori sociali interni. Essa può però essere valutata, con buona profondità, lungo altri assi altrettanto rilevanti per un'impresa agrituristica del Monte Maggiore:

- il **recupero e riuso di un manufatto rurale** preesistente;
- il **rapporto tra impresa, paesaggio e identità territoriale**;
- la **diversificazione dell'impresa agricola** attraverso attività ricettivo-ristorative e di evento;
- la **funzione sociale dell'accoglienza**, della convivialità e della fruizione familiare;
- la **connessione tra cucina, prodotti aziendali e narrazione del territorio**;
- la **capacità di rendere online auditabili i principali aspetti della propria proposta di valore**.

L'analisi è stata sviluppata in modo analogo all'audit già predisposto per Cantine Alois, utilizzando lo stesso impianto logico: inquadramento metodologico, ricostruzione del profilo aziendale, mappatura delle fonti, analisi per dimensioni di sostenibilità, valutazione auditiva, individuazione dei gap informativi, raccomandazioni, apparato delle fonti e allegati operativi. La trasposizione del modello al caso di un agriturismo richiede tuttavia un adattamento dei temi: al posto della centralità vitivinicola tipica di Alois, l'audit di Casale Don Alfonso assume come nuclei qualificanti la multifunzionalità agrituristica, il recupero del patrimonio rurale, la ristorazione, la gestione di eventi, la produzione aziendale di olio e vino dichiarata dal sito e il ruolo del Casale come luogo di esperienza nel paesaggio di Pontelatone.

L'audit non mira a dimostrare che l'azienda sia "sostenibile" in senso pieno e certificativo. Mira piuttosto a stabilire:

- quali aspetti della sostenibilità e del radicamento territoriale risultino già documentabili online;
- quali elementi siano dichiarati dall'azienda ma non ulteriormente verificabili;
- quali dati siano presenti su fonti terze qualificate o su piattaforme di prenotazione e recensione;
- quali dimensioni risultino non valutabili in assenza di indicatori, documenti tecnici o informazioni direttamente fornite dall'impresa.

1.1. Finalità dell'audit

La finalità generale dell'audit è valutare in che misura Casale Don Alfonso presenti, sulla base delle informazioni reperibili online, un profilo coerente con i principi della **sostenibilità territoriale** applicata alle attività agrituristiche e di ristorazione rurale. In questo contesto,

sostenibilità territoriale significa capacità dell'impresa di mantenere una relazione riconoscibile e non puramente decorativa con:

- il paesaggio e la campagna in cui opera;
- il patrimonio rurale recuperato;
- la memoria agricola del sito;
- la produzione aziendale e le risorse locali;
- le famiglie, gli ospiti e la comunità di visitatori;
- la vitalità economica del contesto comunale e dell'Alto Casertano.

Nel caso specifico di Casale Don Alfonso, l'audit mira a indagare la coerenza tra il modello aziendale comunicato e alcuni temi-chiave.

1. Recupero e rifunzionalizzazione di un edificio rurale

Il sito ufficiale presenta il Casale come esito della trasformazione di un antico fienile e della sua stalla in uno spazio dedicato all'accoglienza. Una pagina del sito pubblicata nel 2023 colloca l'avvio dei lavori di ristrutturazione nel 2008 e collega il progetto alla volontà di Marisa e Ciro di dare forma a un luogo radicato nella memoria agricola e familiare. (Agriturismo Casale Don Alfonso, sito ufficiale - Home e pagina "Location")

2. Inserimento nel paesaggio rurale di Pontelatone

Le fonti ufficiali insistono sulla quiete, sui paesaggi della campagna di Pontelatone e sulla vocazione del Casale a offrire un'esperienza immersa nella natura. Il rapporto con il territorio non appare accessorio, ma costitutivo del posizionamento aziendale. (Agriturismo Casale Don Alfonso, pagina "Il Casale")

3. Multifunzionalità agrituristica e diversificazione

L'offerta documentata comprende ristorazione nel fine settimana, eventi su prenotazione, feste e cerimonie, tre diverse sale, aree esterne e playground. Inoltre, il sito riporta il riferimento alla **misura 6.4.1 del PSR Campania 2014-2020**, dedicata alla creazione e allo sviluppo della diversificazione delle imprese agricole, quadro che rafforza la lettura dell'iniziativa come attività di sviluppo multifunzionale dell'impresa agricola. (Agriturismo Casale Don Alfonso, sito ufficiale; Regione Campania - PSR, Tipologia 6.4.1)

4. Connessione tra cucina, stagionalità e prodotti di propria produzione

La pagina "Il Casale" afferma che i menù del fine settimana sono ispirati alla stagionalità e alla tradizione e che vino e olio sono prodotti di "nostra produzione". Tali dichiarazioni, pur non accompagnate da schede tecniche, certificazioni o quantitativi, costituiscono un asse significativo di interpretazione del modello aziendale. (Agriturismo Casale Don Alfonso, pagina "Il Casale")

5. Qualità dell'informazione pubblica e auditabilità online

L'audit valuta non solo cosa l'azienda comunichi, ma anche quanto tale comunicazione permetta a un osservatore esterno di ricostruire il profilo di sostenibilità e il ruolo territoriale dell'impresa. Casale Don Alfonso dispone di un sito ufficiale, di pagine storiche e nuove, di presenze social collegate, di una scheda comunale, di profili su piattaforme di recensione e prenotazione; ciò rende il caso sufficientemente ricco per un audit desk-based articolato.

1.2. Perimetro dell'analisi

L'analisi riguarda il sistema di attività riconducibile all'**Agriturismo Casale Don Alfonso**, per come esso emerge dalle fonti pubbliche disponibili alla data del 20 maggio 2026. Il perimetro considerato comprende:

- l'identità dell'attività e la localizzazione a Pontelatone;

- la struttura agrituristica e le sale dedicate alla ristorazione e agli eventi;
- il recupero edilizio narrato dalle fonti ufficiali;
- la proposta gastronomica comunicata dal sito e dalle piattaforme esterne;
- la dimensione di eventi, feste e cerimonie;
- i servizi accessori documentati da fonti istituzionali e terze, quali parcheggio, accessibilità, Wi-Fi e area giochi;
- il riferimento a prodotti aziendali di propria produzione, con particolare riguardo a vino e olio;
- il posizionamento nel paesaggio rurale di Pontelatone e nella cornice culturale di Trebula Balliensis;
- la reputazione online e la visibilità sulle piattaforme di recensione, da utilizzare esclusivamente come indicatore reputazionale e non come misura diretta di sostenibilità.

L'audit prende in considerazione quattro dimensioni della sostenibilità:

a) Dimensione ambientale

Riguarda le informazioni disponibili su:

- recupero e riuso di strutture rurali preesistenti;
- inserimento paesaggistico e rapporto con la campagna;
- stagionalità dichiarata dei menù;
- prodotti di produzione aziendale citati dal sito;
- eventuali elementi ambientali comunicati, se presenti;
- principali ambiti non documentati: energia, acqua, rifiuti, packaging, approvvigionamenti, impronta ambientale.

b) Dimensione sociale

Riguarda:

- funzione di accoglienza e convivialità;
- accessibilità, servizi per le famiglie e playground;
- uso del Casale per eventi e cerimonie;
- reputazione relazionale e qualità percepita da utenti delle piattaforme, utilizzata con prudenza;
- limiti informativi su occupazione, sicurezza, formazione, welfare e inclusione interna.

c) Dimensione economico-territoriale

Riguarda:

- diversificazione dell'attività agricola in senso agrituristico;
- ristorazione, eventi, cerimonie e pranzi/cene settimanali;
- ruolo dell'impresa nell'attrattività di Pontelatone;
- contributo della domanda turistica e gastronomica alla vitalità locale;
- riferimento al finanziamento PSR come supporto alla diversificazione, senza formulare valutazioni economiche non documentate.

d) Dimensione culturale e identitaria

Riguarda:

- recupero della memoria agricola del fienile e della stalla;
- narrazione del paesaggio e dell'autenticità rurale;
- richiamo all'antica Trebula Balliensis e al patrimonio storico del territorio;
- costruzione di una proposta di ristorazione che si presenta come incontro tra tradizione e ricerca contemporanea;
- coerenza comunicativa tra luogo, cucina, evento e immagine aziendale.

Non rientrano invece nel perimetro dell'audit, salvo i limiti in cui siano espressamente documentati online:

- verifica contabile, fiscale e societaria;
- analisi dei bilanci;
- valutazione diretta della conformità normativa dell'attività agrituristica;
- sopralluoghi e ispezioni;
- verifica delle autorizzazioni edilizie o sanitarie;
- misurazione delle emissioni;
- calcolo dell'impronta carbonica o idrica;
- certificazione di provenienza dei prodotti impiegati in cucina;
- verifica delle condizioni di lavoro o delle politiche interne del personale.

1.3. Metodo di lavoro

L'audit è stato impostato secondo una metodologia di **ricerca documentale**, **analisi critica delle fonti digitali** e **valutazione ragionata del grado di auditabilità online**, articolata in più fasi.

1.3.1. Fase 1 - Identificazione delle fonti primarie

Sono state privilegiate le fonti riconducibili direttamente all'impresa:

- sito ufficiale dell'Agriturismo Casale Don Alfonso;
- pagine "Home", "Il Casale" e "Contatti" della versione attuale del sito;
- pagine storiche o legacy del sito, in particolare "Location" e "Prenotazioni", utili a ricostruire il racconto del progetto e l'evoluzione della comunicazione online;
- collegamenti ufficiali ai profili Facebook e Instagram dell'attività.

Queste fonti rappresentano il nucleo principale dell'audit, perché permettono di comprendere come l'azienda descriva se stessa, quale immagine proponga, quali servizi renda espliciti e quali aspetti della propria identità territoriale scelga di valorizzare.

1.3.2. Fase 2 - Ricerca di fonti istituzionali

Alle fonti aziendali sono state affiancate fonti istituzionali e pubbliche:

- scheda "Casale Don Alfonso" sul portale del Comune di Pontelatone, che conferma localizzazione, tipologia di attività e alcuni servizi dichiarati;
- pagina comunale dedicata a **Trebula Balliensis**, utile per contestualizzare il richiamo al patrimonio archeologico presente nella narrazione aziendale;
- pagina della Regione Campania dedicata alla **Tipologia di Intervento 6.4.1** del PSR Campania 2014-2020, necessaria a interpretare il riferimento al contributo pubblico riportato nel footer del sito aziendale.

1.3.3. Fase 3 - Ricerca di fonti terze reputazionali e commerciali

Sono state considerate, con funzione integrativa e prudentiale:

- scheda Tripadvisor dell'Agriturismo Casale Don Alfonso, comprensiva di descrizione, rating, fotografie, attribuzione del riconoscimento Travellers' Choice 2025 e informazioni sintetiche sulle caratteristiche del locale;
- profilo TheFork, comprensivo di indicazioni sul tipo di cucina, menù, disponibilità di prenotazione, prezzo medio e opzioni vegetariane comunicate dalla piattaforma;
- profilo Restaurant Guru, utilizzato solo come ulteriore segnale reputazionale e non come fonte primaria;
- contenuti indicizzati dei profili social dell'agriturismo, utili a comprendere la continuità della programmazione di menù, aperture, feste, eventi e comunicazione dell'esperienza.

Le piattaforme di recensione non vengono assunte come prova della sostenibilità dell'impresa. Sono utilizzate esclusivamente per leggere:

- la visibilità della struttura;
- la percezione esterna ricorrente di elementi quali accoglienza, paesaggio, eventi, tradizione culinaria;
- la presenza di riconoscimenti reputazionali, quando documentati dalla piattaforma stessa.

1.3.4. Fase 4 - Selezione delle informazioni rilevanti

Le informazioni raccolte sono state filtrate in base alla loro pertinenza rispetto agli obiettivi dell'audit. Sono state considerate rilevanti le evidenze che consentono di ricostruire:

- la relazione tra impresa e territorio;
- la storia del recupero del Casale;
- la struttura dell'offerta agrituristica;
- il ruolo della cucina e dei prodotti aziendali;
- la dimensione di accoglienza, eventi e famiglie;
- il rapporto con il paesaggio e con la memoria locale;
- la qualità e l'ampiezza del patrimonio informativo online;
- i principali vuoti informativi che ostacolano una valutazione ESG più completa.

Sono state invece utilizzate con prudenza, o escluse dall'argomentazione sostanziale, le affermazioni di puro carattere promozionale e le recensioni individuali non corroborate da evidenze ulteriori.

1.3.5. Fase 5 - Classificazione delle evidenze

Ogni informazione utilizzata nell'audit viene ricondotta a uno specifico livello di affidabilità, distinguendo tra:

- dato ufficiale direttamente pubblicato dall'azienda;
- dato tecnico-descrittivo o informazione istituzionale;
- contenuto reputazionale di fonte terza;
- contenuto promozionale o non verificabile;
- dato assente.

Questa classificazione consente di evitare una lettura acritica della comunicazione aziendale e di mantenere distinto il piano delle evidenze documentabili dal piano delle interpretazioni e delle inferenze.

1.3.6. Fase 6 - Valutazione ragionata e individuazione dei gap

L'ultima fase consiste nella restituzione di:

- un giudizio preliminare, non certificativo, sul profilo di sostenibilità dell'impresa;
- una griglia sintetica di valutazione;
- una classificazione del grado di auditabilità online;
- l'individuazione dei principali gap informativi;
- raccomandazioni operative per rafforzare la trasparenza documentale e la comunicazione di sostenibilità.

1.4. Livelli di affidabilità delle informazioni

Per garantire rigore interpretativo, l'audit adotta una scala di affidabilità delle informazioni articolata in cinque livelli.

Livello	Definizione	Utilizzo nell'audit
A - Evidenza documentale forte	Informazione pubblicata in modo chiaro e specifico su fonte ufficiale aziendale o istituzionale	Utilizzabile come base solida dell'analisi
B - Dichiarazione aziendale qualificata	Informazione proveniente dall'azienda, coerente e dettagliata, ma non accompagnata da dati verificativi esterni	Utilizzabile con esplicita attribuzione alla fonte
C - Fonte terza qualificata	Informazione riportata da enti pubblici, piattaforme strutturate o soggetti terzi riconoscibili	Utilizzabile come riscontro e contestualizzazione
D - Informazione debole o promozionale	Contenuto generico, enfatico o non sufficientemente circostanziato	Da usare con cautela, senza fondare su di esso giudizi sostanziali
E - Dato assente	Informazione rilevante per la sostenibilità non rintracciata nelle fonti disponibili	Da evidenziare come gap informativo

Questa impostazione è particolarmente importante nel caso di Casale Don Alfonso. Sono evidenze solide, ad esempio, la localizzazione dell'attività, l'esistenza delle sale, l'offerta di ristorazione ed eventi, il riferimento al recupero del fienile e della stalla, il collegamento istituzionale al Comune di Pontelatone e la presenza del richiamo PSR. Risultano invece da trattare con maggiore prudenza temi quali la qualità complessiva della filiera alimentare, la sostenibilità dei prodotti utilizzati, l'impatto ambientale della struttura e gli effetti occupazionali, poiché non accompagnati da dati pubblici sistematici.

1.5. Limiti dell'audit

Il presente audit presenta limiti strutturali che devono essere esplicitati fin dall'inizio per evitare interpretazioni improprie dei risultati.

1.5.1. Assenza di verifica diretta

L'analisi non prevede:

- sopralluoghi presso il Casale;
- osservazione diretta della struttura, delle cucine, delle aree esterne o degli spazi evento;
- verifica delle caratteristiche dei locali;
- raccolta di evidenze fotografiche originali;
- valutazione diretta della gestione operativa.

1.5.2. Assenza di interlocuzione con l'impresa

Non sono state condotte:

- interviste con titolari, gestori o personale;
- richieste di chiarimento;
- questionari;
- acquisizioni di documentazione non pubblica;
- verifiche sulla filiera dei prodotti di cucina, del vino o dell'olio.

1.5.3. Mancanza di indicatori quantitativi

Non risultano pubblicamente disponibili, o comunque non sono stati acquisiti in questa fase, dati puntuali su:

- consumi energetici;
- fonti rinnovabili eventualmente utilizzate;
- consumi idrici;
- gestione dei rifiuti;
- raccolta differenziata e recuperi;
- emissioni climalteranti;
- packaging o materiali monouso;
- approvvigionamenti locali e incidenza dei fornitori territoriali;
- numero di addetti e modalità occupazionali;
- numero di visitatori, coperti, eventi annui o presenze.

1.5.4. Impossibilità di certificare le dichiarazioni

L'audit può registrare e analizzare ciò che l'azienda dichiara o rende visibile, ma non può trasformare tali informazioni in attestazioni di conformità, né validare l'effettiva applicazione continuativa delle pratiche eventualmente comunicate.

1.5.5. Volatilità delle fonti online

I contenuti digitali possono essere aggiornati, rimossi o riformulati nel tempo. Il sito di Casale Don Alfonso presenta, alla data dell'analisi, sia pagine di impostazione più recente sia pagine legacy del 2023. Questa coesistenza arricchisce il patrimonio informativo, ma richiede attenzione nel distinguere tra elementi attuali e contenuti storici. L'audit fotografa lo stato delle informazioni disponibili alla data del 20 maggio 2026.

1.5.6. Limiti delle piattaforme di recensione

Rating, riconoscimenti e recensioni online sono segnali reputazionali e non equivalgono a indicatori di sostenibilità. Essi possono offrire informazioni su percezione esterna, continuità di presenza e qualità dell'esperienza percepita, ma non sostituiscono evidenze tecniche o gestionali.

2. Profilo identificativo dell'azienda

Casale Don Alfonso rappresenta una realtà agrituristica di Pontelatone che, sulla base delle fonti disponibili, unisce ristorazione, accoglienza per eventi e valorizzazione del paesaggio rurale. L'impresa costruisce la propria comunicazione attorno a un'immagine di luogo immerso nella natura, pensato per pranzi, cene, feste e cerimonie, e caratterizzato dal recupero di un fabbricato agricolo preesistente. La descrizione ufficiale enfatizza il rapporto tra "passato agricolo" ed "eleganza della cucina contemporanea", mentre la pagina "Il Casale" insiste su semplicità, contatto con la natura, sapori genuini e convivialità. (Agriturismo Casale Don Alfonso, sito ufficiale)

La struttura appare particolarmente significativa nell'ambito di un audit documentale di sostenibilità per quattro motivi:

- è situata in un comune rurale del Monte Maggiore e contribuisce alla fruizione del territorio;
- nasce da un intervento di recupero e diversificazione collegato a una misura di sviluppo rurale;
- integra cucina, eventi e prodotti di produzione aziendale dichiarata;
- dispone di un patrimonio informativo online più ricco di molte microattività locali, grazie a sito, social, scheda comunale e piattaforme di recensione.

2.1. Denominazione e identità aziendale

L'attività è presentata online con la denominazione:

Agriturismo Casale Don Alfonso

La sede indicata nelle fonti ufficiali è:

Via Forelle, Località Casalicchio - 81040 Pontelatone (CE), Italia

Le fonti ufficiali riportano recapiti telefonici e un indirizzo e-mail dedicato alle prenotazioni e alle informazioni. Nelle diverse pagine del sito sono presenti più riferimenti di contatto, tra cui i numeri **329 912 8911** e **392 222 6379**, nonché l'indirizzo

casaledonalfonsoagriturismo@gmail.com; alcune pagine legacy riportano inoltre un indirizzo "info@" collegato al dominio del sito. Questo aspetto non compromette

l'identificazione dell'attività, ma rappresenta un piccolo elemento di disallineamento informativo che potrebbe essere uniformato per rafforzare la chiarezza digitale. (Agriturismo Casale Don Alfonso, pagine "Home", "Contatti", "Prenotazioni")

2.1.1. Identità imprenditoriale e posizionamento

L'identità del Casale si fonda su una combinazione di elementi:

- matrice agrituristica e rurale;
- recupero di un bene edilizio legato alla storia agricola del luogo;
- proposta gastronomica orientata a tradizione, stagionalità e cura della presentazione;
- capacità di ospitare eventi, feste e cerimonie;
- valorizzazione del paesaggio e dell'esperienza conviviale.

Il Casale non viene comunicato come semplice ristorante, ma come **luogo da vivere**, nel quale l'esperienza del pasto, dell'evento o della cerimonia è connessa al contesto naturale e all'atmosfera della campagna pontelatone. (Agriturismo Casale Don Alfonso, sito ufficiale)

2.1.2. Localizzazione e contesto territoriale

La struttura è collocata in Località Casalicchio, lungo Via Forelle, nel territorio comunale di Pontelatone. La scheda del Comune di Pontelatone conferma la natura agrituristica dell'attività, la sua collocazione e alcuni servizi offerti, tra cui posti a sedere interni ed esterni, parcheggio gratuito fuori strada, accessibilità per disabili, connessione Wi-Fi gratuita, pagamenti digitali e aree gioco per bambini. (Comune di Pontelatone)

La localizzazione assume valore nell'audit per almeno tre ragioni:

1. inserisce l'attività in un contesto rurale e collinare che costituisce parte esplicita della sua proposta;
2. la rende potenzialmente complementare ad altri attrattori territoriali del comune, tra cui il sito archeologico di Trebula Balliensis;
3. rafforza il profilo di un'economia locale che può integrare agricoltura, ristorazione, eventi e turismo di prossimità.

2.2. Settore e attività prevalenti

Casale Don Alfonso opera prevalentemente nei seguenti ambiti:

- ristorazione agrituristica;
- organizzazione di feste, eventi e cerimonie;
- accoglienza conviviale nel fine settimana;
- valorizzazione di prodotti aziendali, con riferimento esplicito a vino e olio;
- esperienza in ambiente rurale e panoramico.

2.2.1. Ristorazione agrituristica

La pagina "Il Casale" comunica che, oltre agli eventi su prenotazione, l'agriturismo apre nel fine settimana per **pranzi e cene conviviali**, con menù settimanali ispirati alla **stagionalità** e alla **tradizione** e pubblicati regolarmente sulle pagine social. (Agriturismo Casale Don Alfonso, pagina "Il Casale")

Le piattaforme esterne rafforzano la riconoscibilità di questa funzione ristorativa. Tripadvisor descrive l'attività come agriturismo con ristorante, parco giochi per bambini ed eventi e cerimonie; TheFork la identifica come struttura prenotabile online e riporta informazioni sul menù e sulla presenza di opzioni vegetariane. Tali fonti sono utili a documentare la visibilità pubblica della proposta, ma non sostituiscono le fonti aziendali nella ricostruzione del modello. (Tripadvisor; TheFork)

2.2.2. Eventi, feste e cerimonie

La struttura dispone di **tre sale**, tutte dichiarate idonee ad accogliere feste, eventi e cerimonie:

- Sala Panoramica;
- Sala Principale;
- Sala delle Feste e Cerimonie.

La descrizione ufficiale delle sale evidenzia una pluralità di ambienti e un'offerta pensata per occasioni differenziate: la Sala Panoramica è descritta come spazio aperto sul paesaggio nella bella stagione e protetto da tende trasparenti in inverno; la Sala Principale è presentata come ambiente interno elegante e rustico; la Sala delle Feste e Cerimonie viene caratterizzata da una struttura in legno massiccio e da un inserimento nel verde. (Agriturismo Casale Don Alfonso, pagina "Il Casale")

2.2.3. Prodotti di produzione aziendale

Un dato significativo della comunicazione aziendale è il riferimento a **vino e olio di nostra produzione**, presentati come espressione del lavoro nei campi e come elementi capaci di accompagnare l'esperienza a tavola. (Agriturismo Casale Don Alfonso, pagina "Il Casale")

L'audit considera questo elemento rilevante perché:

- rafforza la coerenza agrituristica del modello;
- collega l'offerta gastronomica a una base agricola dichiarata;
- apre un potenziale spazio di valorizzazione della filiera corta e dell'identità territoriale.

Tuttavia, non sono pubblicamente disponibili, nelle fonti esaminate, schede tecniche, quantità prodotte, varietà, regime colturale, certificazioni o dati che consentano di caratterizzare in modo completo tali produzioni.

2.2.4. Playground e servizi per le famiglie

La presenza di un **playground** è esplicitamente richiamata dalla pagina "Il Casale", che dedica una sezione specifica alle immagini dell'area gioco; la scheda comunale menziona aree giochi per bambini. Questa dimensione amplia il profilo del Casale come luogo orientato non soltanto a cerimonie e ristorazione, ma anche a una fruizione familiare del tempo libero. (Agriturismo Casale Don Alfonso, pagina "Il Casale"; Comune di Pontelatone)

2.3. Evoluzione e storia del progetto

Le fonti ufficiali permettono di ricostruire alcuni passaggi della storia del Casale.

2.3.1. Recupero del fienile e della stalla

La homepage del sito attuale afferma che il Casale nasce dal recupero di un antico fienile e della sua stalla, trasformati "con rispetto e passione" in uno spazio dedicato all'accoglienza e alla convivialità. (Agriturismo Casale Don Alfonso, Home)

Una pagina del sito datata 16 gennaio 2023 aggiunge un livello narrativo ulteriore: i lavori di ristrutturazione sarebbero iniziati nel 2008 e, dopo sei anni, i neoproprietari Marisa e Ciro avrebbero visto realizzato il progetto "Casale Don Alfonso". La stessa pagina collega la nascita dell'attività ai sacrifici degli avi e alla volontà di coniugare paesaggio e patrimonio storico del territorio. (Agriturismo Casale Don Alfonso, pagina "Location", 2023)

Dal punto di vista dell'audit, questo racconto è rilevante perché evidenzia:

- riuso di un bene rurale preesistente;
- permanenza di una memoria agricola;
- investimento imprenditoriale di lungo periodo;
- costruzione di un'identità fondata sulla trasformazione, non sulla cancellazione, del passato del luogo.

2.3.2. Evoluzione della comunicazione online

Il sito aziendale, alla data dell'audit, presenta pagine recenti e pagine storiche con struttura grafica e contenuti differenti. Tale coesistenza consente di leggere:

- un'evoluzione della comunicazione digitale dell'impresa;
- la permanenza di temi costanti, quali recupero rurale, eventi, gastronomia e prenotazioni;
- alcuni micro-disallineamenti nei recapiti o nelle informazioni di contatto, che sarebbe utile armonizzare.

Questo aspetto diventa interessante in chiave di auditabilità online: un'impresa con più strati di comunicazione digitale può offrire maggiore ricchezza documentale, ma anche richiedere aggiornamenti e razionalizzazione delle informazioni.

2.4. Posizionamento e proposta di valore

Casale Don Alfonso si posiziona come agriturismo e location di qualità, orientata a coniugare:

- natura e quiete;
- cucina legata a tradizione e stagionalità;
- cura estetica degli ambienti;
- ospitalità per famiglie, gruppi ed eventi;
- memoria rurale e recupero del patrimonio;
- valorizzazione del territorio di Pontelatone.

La proposta di valore dell'azienda può essere letta attraverso sei assi principali.

2.4.1. Autenticità rurale e recupero del luogo

Il recupero di un fienile e di una stalla viene assunto dalla comunicazione aziendale come origine identitaria del Casale. L'autenticità non è soltanto una promessa narrativa: è collegata a una trasformazione fisica del luogo, documentata almeno a livello descrittivo dalle fonti ufficiali. (Agriturismo Casale Don Alfonso, Home e "Location")

2.4.2. Cucina tra tradizione e ricerca

La homepage descrive una cucina frutto di conoscenza delle materie prime, tecniche curate e ricerca dell'equilibrio, nella quale tradizione e libertà creativa convivono. Questa formulazione non consente valutazioni tecniche sulla cucina, ma chiarisce il posizionamento dell'impresa: non

una proposta esclusivamente rustica o standardizzata, bensì un tentativo di elevare la cucina territoriale in una cornice curata. (Agriturismo Casale Don Alfonso, Home)

2.4.3. Esperienza panoramica e ambientazione degli eventi

La Sala Panoramica e la Sala delle Feste e Cerimonie sono descritte in relazione al paesaggio, al verde e alla dimensione scenografica. Il paesaggio diventa quindi una componente dell'offerta economica e simbolica: non solo contesto esterno, ma parte dell'esperienza di evento. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Il Casale")

2.4.4. Prodotti aziendali come elemento di coerenza agrituristica

Il riferimento a vino e olio di produzione propria rafforza l'immagine di un'impresa che non separa del tutto ristorazione e base agricola. Pur in assenza di ulteriori dati, questo richiamo è coerente con la natura agrituristica e costituisce un punto di interesse per la sostenibilità territoriale.

2.4.5. Famiglie, convivialità e occasioni rituali

Il Casale è presentato come luogo per pranzi, cene, feste, battesimi, comunioni, compleanni e cerimonie. La dimensione dell'evento assume un valore sociale: l'impresa si propone come spazio in cui la comunità familiare e amicale celebra ricorrenze e costruisce memoria. (Agriturismo Casale Don Alfonso, pagina "Prenotazioni"; "Il Casale")

2.4.6. Reputazione e riconoscibilità online

Tripadvisor attribuisce alla struttura il riconoscimento **Travellers' Choice 2025** e la colloca, alla data dell'analisi, tra i ristoranti più recensiti di Pontelatone. Secondo Tripadvisor, il riconoscimento Travellers' Choice riguarda le attività che ottengono recensioni positive in modo costante e rientrano nel 10% delle migliori inserzioni della piattaforma. Questo dato non è un indicatore di sostenibilità, ma segnala una buona riconoscibilità dell'esperienza offerta. (Tripadvisor; Tripadvisor, pagina informativa sul Travellers' Choice)

2.5. Sintesi del profilo identificativo

Ambito	Evidenza documentata	Rilevanza per l'audit
Denominazione	Agriturismo Casale Don Alfonso	Identificazione dell'operatore
Localizzazione	Via Forelle, Località Casalicchio, Pontelatone	Radicamento territoriale
Origine del progetto	Recupero di fienile e stalla; pagina storica con lavori dal 2008	Patrimonio rurale e memoria agricola
Attività	Ristorazione, eventi, feste, cerimonie	Multifunzionalità economica
Spazi	Tre sale, aree esterne, playground	Capacità di accoglienza e fruizione
Prodotti aziendali	Vino e olio di produzione propria dichiarata	Coerenza agrituristica e potenziale filiera locale
Riconoscibilità	Sito, social, Comune, Tripadvisor, TheFork	Auditabilità e reputazione online

3. Mappatura delle fonti informative disponibili

La possibilità di redigere un Audit documentale preliminare di sostenibilità per Casale Don Alfonso dipende in misura decisiva dalla consistenza, dalla varietà e dall'affidabilità delle informazioni pubblicamente reperibili. Nel caso dell'agriturismo di Pontelatone, il patrimonio informativo online risulta **discreto e sufficientemente articolato**, soprattutto per quanto riguarda:

- identità e localizzazione;
- racconto del recupero edilizio;
- struttura dell'offerta di ristorazione ed eventi;
- caratteristiche degli spazi;
- collegamento con il paesaggio e la memoria territoriale;
- presenza su canali social e piattaforme reputazionali;
- riferimento a finanziamento pubblico per la diversificazione dell'impresa agricola.

Risulta invece **debole o assente** la documentazione pubblica relativa a:

- gestione delle risorse ambientali;
- indicatori di filiera e approvvigionamento;
- governance della sostenibilità;
- dati sul personale;
- monitoraggio dei visitatori e degli impatti territoriali;
- certificazioni, procedure, obiettivi misurabili.

Il presente capitolo chiarisce quali fonti costituiscono il fondamento dell'analisi e quale sia il loro effettivo grado di utilizzabilità.

3.1. Fonti ufficiali aziendali

Le fonti ufficiali dell'Agriturismo Casale Don Alfonso costituiscono il nucleo primario dell'audit. Esse si articolano in due insiemi principali:

- **sito attuale**, con pagine "Home", "Il Casale" e "Contatti";
- **pagine storiche/legacy** del dominio, in particolare "Location" e "Prenotazioni", ancora indicizzate e consultabili.

Queste fonti sono rilevanti perché permettono di ricostruire:

- la narrazione identitaria dell'impresa;
- le origini del progetto;
- la configurazione degli spazi;
- i servizi offerti;
- il collegamento ai canali social;
- i contatti e la localizzazione;
- il riferimento al contributo PSR 2014-2020.

3.1.1. Home page del sito ufficiale

La homepage presenta l'agriturismo attraverso tre nuclei narrativi:

1. il Casale come luogo in cui passato agricolo e cucina contemporanea si incontrano;
2. le origini legate al recupero di un fienile e della stalla;
3. la visione gastronomica fondata su materie prime, tecnica, equilibrio e attenzione agli eventi.

La pagina include inoltre recensioni aggregate tramite Trustindex, i contatti, i collegamenti ai social e il riferimento al progetto finanziato nell'ambito della misura 6.4.1. (Agriturismo Casale Don Alfonso, Home)

Valore per l'audit

La home page consente di identificare il posizionamento generale dell'impresa e i temi che l'azienda considera più importanti per rappresentarsi: accoglienza, recupero rurale, cucina, evento, territorio.

3.1.2. Pagina "Il Casale"

La pagina "Il Casale" è la fonte aziendale più ricca ai fini dell'audit. Essa documenta:

- collocazione nella campagna di Pontelatone;
- finalità di accoglienza autentica;
- presenza di tre sale dedicate a eventi e cerimonie;
- caratteristiche descrittive della Sala Panoramica, della Sala Principale e della Sala delle Feste e Cerimonie;
- programmazione di pranzi e cene nel fine settimana;
- menù settimanali ispirati a stagionalità e tradizione;
- prodotti di propria produzione, in particolare vino e olio;
- sezione dedicata al playground.

Valore per l'audit

La pagina permette di leggere il modello di business, la multifunzionalità del Casale, la dimensione sociale e familiare, nonché alcuni spunti di sostenibilità territoriale e agroalimentare. (Agriturismo Casale Don Alfonso, pagina "Il Casale")

3.1.3. Pagina "Contatti"

La pagina "Contatti" fornisce:

- indirizzo;
- telefono;
- e-mail;
- disponibilità per informazioni, prenotazioni ed eventi speciali;
- recensioni aggregate tramite Trustindex;
- footer con riferimenti social e richiamo PSR.

Valore per l'audit

La pagina rafforza l'identificazione dell'operatore e la sua reperibilità. La presenza di recapiti differenti in sezioni diverse del sito rappresenta un dettaglio da razionalizzare per migliorare uniformità e auditabilità.

3.1.4. Pagina storica "Location"

La pagina "Location", pubblicata nel 2023, fornisce un racconto esteso delle origini:

- intenti di affermazione delle origini;
- avvio dei lavori nel 2008;
- recupero del vecchio fienile e della stalla;
- riferimento ai neoproprietari Marisa e Ciro;
- collegamento simbolico con il paesaggio e con l'antica Trebula Balliensis.

Valore per l'audit

La pagina è preziosa per la dimensione culturale e identitaria. Poiché si tratta di un contenuto storico, essa va utilizzata con esplicita indicazione del suo carattere narrativo e della sua datazione. (Agriturismo Casale Don Alfonso, pagina "Location", 2023)

3.1.5. Pagina storica "Prenotazioni"

La pagina "Prenotazioni" documenta:

- prenotazioni tavoli e gruppi;

- organizzazione di feste private e cerimonie;
- menù personalizzati;
- consulenza su allestimenti e ambientazione.

Valore per l'audit

La pagina conferma il ruolo degli eventi e delle cerimonie nel modello economico del Casale. Mostra inoltre che la struttura non propone solo ristorazione ordinaria, ma servizi personalizzati e accompagnamento organizzativo.

3.1.6. Riferimento al contributo PSR

Il footer del sito riporta il testo relativo a:

- **PSR14.20;**
- realizzazione di un agriturismo attraverso il contributo della misura **6.4.1;**
- decreto di concessione dell'aiuto n. **2019.0163607 del 13.03.2019;**
- CUP **B63F17000100007;**
- riferimenti a Ministero, Regione Campania e Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale.

La Regione Campania descrive la Tipologia di Intervento 6.4.1 come sostegno alle imprese agricole per investimenti finalizzati alla diversificazione delle attività e delle funzioni in attività extra-agricole. (Agriturismo Casale Don Alfonso, sito ufficiale; Regione Campania, PSR 2014-2020 - 6.4.1)

Valore per l'audit

Il dato costituisce una evidenza significativa di inserimento dell'iniziativa in una politica di sviluppo rurale e diversificazione. Non deve però essere interpretato come prova automatica di sostenibilità ambientale o sociale.

3.2. Fonti istituzionali e pubbliche

3.2.1. Comune di Pontelatone - Scheda attività

Il portale del Comune di Pontelatone dedica una scheda a **Casale Don Alfonso**, qualificandolo come "Agriturismo del Comune di Pontelatone". La pagina conferma:

- indirizzo;
- natura dell'attività;
- ambiente immerso nella natura;
- presenza di posti a sedere interni ed esterni;
- parcheggio gratuito fuori strada;
- accessibilità per disabili;
- Wi-Fi gratuito;
- accettazione dei pagamenti digitali;
- selezione di vini e birre;
- presenza di aree gioco per bambini.

Valore per l'audit

La fonte comunale è utile perché fornisce una conferma istituzionale del radicamento territoriale e di alcuni servizi. Si tratta di una fonte di livello C - fonte terza qualificata. (Comune di Pontelatone)

3.2.2. Comune di Pontelatone - Trebula Balliensis

La pagina comunale dedicata a Trebula Balliensis descrive il sito archeologico come luogo di patrimonio culturale del territorio pontelatone, legato a una storia che affonda nell'età osca e sannitica. (Comune di Pontelatone, Trebula Balliensis)

Valore per l'audit

Questa fonte serve a contestualizzare il richiamo, contenuto nella pagina "Location" del Casale, al rapporto tra il progetto agriturismo e lo splendore archeologico dell'antica Trebula Balliensis. L'audit non sostiene che il Casale abbia un rapporto operativo diretto con il sito archeologico, ma osserva che la sua narrazione identitaria si colloca in un territorio dotato di una rilevante stratificazione culturale.

3.2.3. Regione Campania - Tipologia di Intervento 6.4.1

La pagina regionale dedicata alla misura 6.4.1 spiega che il sostegno è finalizzato alla diversificazione delle attività delle imprese agricole in attività extra-agricole, con l'obiettivo di salvaguardare e incrementare reddito e impiego di manodopera aziendale e/o occupazione. (Regione Campania)

Valore per l'audit

Il collegamento tra Casale Don Alfonso e questa misura conferma che l'iniziativa si inserisce nella logica della multifunzionalità rurale, tema centrale della sostenibilità economico-territoriale.

3.3. Fonti di prenotazione, recensione e reputazione

3.3.1. Tripadvisor

La scheda Tripadvisor dedicata all'Agriturismo Casale Don Alfonso riporta:

- profilo richiesto e gestito da un rappresentante della struttura;
- valutazione aggregata;
- numero di recensioni;
- collocazione nella classifica locale dei ristoranti di Pontelatone;
- riconoscimento Travellers' Choice 2025;
- descrizione della struttura come agriturismo con ristorante, parco giochi, eventi e cerimonie;
- caratteristiche quali accessibilità, parcheggio, tavoli all'esterno, stile familiare e prenotazioni.

Valore per l'audit

Tripadvisor è utile per la dimensione reputazionale, per la visibilità esterna e per il riconoscimento pubblico dell'attività. Non viene utilizzato per derivare giudizi sulla sostenibilità operativa. (Tripadvisor)

3.3.2. TheFork

TheFork dedica un profilo a Casale Don Alfonso e fornisce:

- possibilità di prenotazione;
- classificazione della cucina;
- recensioni di utenti della piattaforma;
- una pagina menù con prezzo medio indicativo e presenza di opzioni vegetariane.

Valore per l'audit

TheFork contribuisce a documentare la strutturazione dell'offerta ristorativa e la sua accessibilità commerciale. Anche in questo caso, le informazioni sono reputazionali e commerciali, non indicatori ESG. (TheFork)

3.3.3. Restaurant Guru e altri aggregatori

Restaurant Guru presenta una scheda dell'attività con classificazioni e recensioni aggregate. L'audit utilizza questo tipo di fonte esclusivamente come segnale secondario di visibilità digitale, senza fondare su di essa valutazioni sostanziali.

3.4. Canali social e comunicazione dinamica

Il sito ufficiale collega i profili Facebook e Instagram dell'agriturismo. I contenuti indicizzati dei canali social mostrano, con elevata ricorrenza:

- pubblicazione di menù del fine settimana;
- promozione di pranzi festivi e ricorrenze;
- comunicazione di eventi e cerimonie;
- valorizzazione della location e dell'atmosfera;
- inviti alla prenotazione.

Valore per l'audit

I social dimostrano continuità di presidio comunicativo e confermano la centralità del calendario di aperture, eventi e menu. Tuttavia, i social non sempre risultano agevolmente consultabili in modo completo e sistematico; per questo motivo, vengono utilizzati come fonte integrativa e non come pilastro esclusivo dell'analisi.

3.5. Valutazione della qualità del patrimonio informativo

Sulla base della ricognizione svolta, il patrimonio informativo disponibile su Casale Don Alfonso può essere giudicato:

- **buono** per identità, localizzazione, posizionamento e offerta;
- **discreto** per storia del progetto e recupero del patrimonio rurale;
- **discreto** per fruizione familiare, eventi e reputazione esterna;
- **debole** per indicatori ESG quantitativi, governance della sostenibilità, lavoro interno, approvvigionamenti e prestazioni ambientali.

3.5.1. Matrice sintetica della qualità informativa

Ambito informativo	Disponibilità delle fonti	Qualità delle evidenze	Utilità per l'audit
Identità e localizzazione	Alta	Alta	Fondamentale
Origini del progetto	Media-alta	Media-alta	Elevata
Recupero del fienile e della stalla	Alta	Media-alta	Molto elevata
Offerta ristorativa	Alta	Media-alta	Elevata
Eventi e cerimonie	Alta	Alta	Molto elevata
Spazi e sale	Alta	Alta	Molto elevata
Prodotti aziendali dichiarati	Media	Media	Buona
Servizi per famiglie e accessibilità	Media-alta	Media-alta	Buona
Reputazione online	Alta	Media	Integrativa
Fonti istituzionali	Media	Alta	Buona
Dati ambientali quantitativi	Bassa / assente	Bassa	Insufficiente

Ambito informativo	Disponibilità delle fonti	Qualità delle evidenze	Utilità per l'audit
Dati sociali e occupazionali	Bassa / assente	Bassa	Insufficiente
Certificazioni e standard	Non rilevati	Assente	Non valutabile

3.5.2. Punti di forza del patrimonio informativo

a) Identificazione certa dell'attività

Sito, Comune e piattaforme terze convergono su denominazione, luogo e natura del Casale.

b) Buona documentazione del modello di offerta

Tre sale, eventi, ristorazione nel fine settimana, menù personalizzati e prenotazioni sono aspetti chiaramente ricostruibili.

c) Presenza di una narrazione sulle origini

Il recupero del fienile e della stalla e la pagina storica del 2023 offrono materiale rilevante per la lettura culturale.

d) Collegamento alla diversificazione rurale

Il riferimento al PSR 6.4.1 consente di inquadrare l'impresa in una logica di multifunzionalità agricola.

e) Presidio della reputazione online

La presenza su Tripadvisor, TheFork e social rende l'attività visibile e documentabile anche nella sua relazione con il pubblico.

3.5.3. Limiti del patrimonio informativo

Non risultano pubblicamente disponibili, in forma organica e verificabile:

- consumi energetici e idrici;
- fonti rinnovabili;
- gestione di rifiuti e materiali;
- pratiche di prevenzione dello spreco alimentare;
- origine e percentuale dei prodotti locali utilizzati in cucina;
- dati su vino e olio di produzione aziendale;
- personale, formazione, sicurezza e welfare;
- numero di eventi, visitatori e ricadute territoriali;
- policy o obiettivi di sostenibilità.

3.6. Classificazione complessiva delle fonti disponibili

Tipologia di fonte	Esempi	Grado di affidabilità	Funzione nell'audit
Fonti ufficiali aziendali	Home, Il Casale, Contatti, Location, Prenotazioni	Alto	Fonte primaria dell'analisi
Fonti istituzionali	Comune di Pontelatone, Regione Campania	Medio-alto / alto	Contestualizzazione e conferma

Tipologia di fonte	Esempi	Grado di affidabilità	Funzione nell'audit
Piattaforme reputazionali	Tripadvisor, TheFork	Medio	Reputazione e accessibilità commerciale
Aggregatori	Restaurant Guru	Medio-basso	Segnale secondario di visibilità
Social media	Facebook, Instagram	Medio	Comunicazione dinamica e calendario eventi
Dati ESG quantitativi	Non reperiti in modo organico	Assente	Non utilizzabili

3.7. Giudizio sintetico del Capitolo 3

Il corpus documentale disponibile per Casale Don Alfonso è sufficientemente ricco da consentire un audit desk-based approfondito sulle dimensioni **territoriale, culturale, relazionale ed economico-funzionale**. L'azienda dispone di un sito ufficiale utile, di contenuti narrativi sulle origini, di una comunicazione social attiva e di riscontri istituzionali e reputazionali. Il principale limite non riguarda la mancanza di informazioni di base, ma la carenza di dati operativi e misurabili su ambiente, lavoro, filiere e impatti. Proprio per questo, l'audit deve mantenere un giudizio equilibrato: Casale Don Alfonso risulta **ben leggibile come impresa agrituristica radicata nel territorio**, ma **solo parzialmente valutabile come organizzazione sostenibile in senso ESG pienamente documentato**.

PARTE II - ANALISI DEL PROFILO DI SOSTENIBILITÀ

4. Modello di business e relazione con il territorio

L'analisi del modello di business di Casale Don Alfonso evidenzia un'impresa che non si limita a offrire un servizio di ristorazione, ma costruisce la propria identità attorno a un sistema integrato di funzioni:

- recupero di un fabbricato rurale preesistente;
- inserimento paesaggistico nel contesto della campagna di Pontelatone;
- proposta di ristorazione agrituristica con menù ispirati a stagionalità e tradizione;
- ospitalità di eventi, feste e cerimonie;
- disponibilità di più ambienti funzionali alle diverse occasioni;
- valorizzazione di vino e olio dichiarati come prodotti di propria produzione;
- fruizione familiare, anche grazie alla presenza del playground;
- presenza digitale e reputazionale su canali ufficiali e piattaforme di prenotazione.

In questa prospettiva, il rapporto tra Casale Don Alfonso e il territorio non appare accessorio. Il territorio entra nella **nascita del progetto**, nel **racconto del recupero**, nella **scelta di un'esperienza immersa nel verde**, nel **richiamo alla memoria agricola**, nella **narrazione di Trebula Balliensis**, nella **valorizzazione dei prodotti aziendali** e nella **funzione di attrazione per visitatori e famiglie**. (Agriturismo Casale Don Alfonso, Home, "Il Casale" e "Location")

Dal punto di vista dell'audit di sostenibilità, il caso è interessante perché consente di osservare un modello di **multifunzionalità rurale** in cui la sostenibilità territoriale non dipende solo da prestazioni ambientali misurate, ma anche dalla capacità dell'impresa di:

- riattivare un luogo agricolo preesistente;
- trasformare il paesaggio in valore esperienziale senza ridurlo a mero elemento scenografico;
- offrire servizi che alimentano la permanenza di attività economiche in aree rurali;
- costruire occasioni di socialità e ritualità collettiva;
- raccontare un'identità locale riconoscibile.

4.1. Integrazione con il contesto locale

4.1.1. Località Casalicchio e campagna di Pontelatone come matrice del progetto

Le fonti ufficiali collocano Casale Don Alfonso in una posizione fortemente connotata dalla campagna di Pontelatone. La pagina "Il Casale" descrive l'agriturismo come luogo circondato dalla quiete e dai paesaggi rurali, destinato a un'accoglienza autentica e a momenti da ricordare in un contesto armonioso e rilassante. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Il Casale")

Questo posizionamento è rilevante perché:

- conferisce alla struttura una identità spaziale precisa;
- differenzia l'offerta rispetto alla ristorazione urbana o standardizzata;
- rende la componente paesaggistica parte della proposta di valore;
- permette di leggere l'attività come tassello dell'economia del paesaggio rurale.

La scheda comunale rafforza questa lettura, presentando il Casale come agriturismo "immerso nella natura" e ideale per un'esperienza culinaria autentica. (Comune di Pontelatone)

4.1.2. Il territorio non come sfondo, ma come contenuto dell'esperienza

Nel discorso aziendale il paesaggio non svolge una funzione meramente ornamentale. Esso appare integrato in più livelli:

- nella descrizione della **Sala Panoramica**, aperta sull'esterno nella bella stagione e protetta ma trasparente in inverno;

- nella definizione della Sala delle Feste e Cerimonie come spazio "immerso nel verde";
- nella narrazione della pagina "Location", che lega il Casale al fascino del paesaggio e al patrimonio archeologico del territorio;
- nelle immagini ufficiali e social, che enfatizzano gli ambienti esterni e il rapporto visivo con le colline.

Valutazione auditiva: la relazione tra attività e paesaggio costituisce un punto di forza del modello Casale Don Alfonso. Il limite è che le fonti non permettono di valutare se e come l'azienda attui pratiche specifiche di tutela ecologica del contesto, manutenzione del verde, riduzione dell'impatto visivo o gestione sostenibile degli spazi esterni.

4.2. Recupero del patrimonio rurale e rifunzionalizzazione

4.2.1. Dal fienile e dalla stalla a un luogo di accoglienza

La homepage del sito ufficiale identifica nel recupero di un antico fienile e della sua stalla l'origine del Casale. La pagina "Location" aggiunge che i lavori sarebbero iniziati nel 2008 e che, dopo sei anni, il progetto avrebbe preso forma come "Casale Don Alfonso". (Agriturismo Casale Don Alfonso, Home e "Location")

Il riuso di una struttura agricola preesistente è un elemento centrale per l'audit perché:

- mantiene viva una traccia della precedente destinazione rurale;
- limita, almeno sul piano del principio di progetto, la sostituzione totale del patrimonio esistente con nuove volumetrie;
- consente di trasformare una memoria produttiva in spazio di fruizione sociale ed economica;
- permette all'impresa di costruire un racconto di continuità tra agricoltura, ospitalità e convivialità.

4.2.2. Recupero materiale e recupero simbolico

L'audit distingue tra due piani:

1. **recupero materiale**, cioè la trasformazione fisica di fienile e stalla in ambienti per ristorazione ed eventi;
2. **recupero simbolico**, cioè la costruzione di una narrazione che ricollega l'attività contemporanea alla memoria agricola e familiare.

Le fonti pubbliche consentono di documentare chiaramente il secondo piano e, in termini generali, anche il primo. Non permettono invece di valutare:

- criteri tecnici del restauro;
- materiali utilizzati;
- eventuale riuso di elementi originari;
- prestazioni energetiche dell'edificio;
- efficienza degli impianti;
- eventuali autorizzazioni o vincoli.

Valutazione auditiva: il recupero del patrimonio rurale è un punto di forza **territoriale e culturale**. Esso non può essere automaticamente tradotto in una valutazione positiva di **sostenibilità edilizia tecnica**, poiché mancano dati specifici.

4.3. Diversificazione dell'impresa agricola e sostegno PSR

4.3.1. Il riferimento alla misura 6.4.1

Il sito ufficiale di Casale Don Alfonso riporta in modo visibile il riferimento al contributo ottenuto nell'ambito della misura 6.4.1 del PSR Campania 2014-2020 per la "creazione e sviluppo della diversificazione delle imprese agricole". La Regione Campania descrive tale tipologia di

intervento come strumento di sostegno alle imprese agricole che investono in attività extra-agricole, con l'obiettivo di rafforzare reddito e occupazione. (Agriturismo Casale Don Alfonso, sito ufficiale; Regione Campania)

4.3.2. *Significato economico-territoriale del finanziamento*

Ai fini dell'audit, il riferimento al PSR è rilevante perché consente di interpretare la struttura come espressione di una strategia di **multifunzionalità rurale**. In altri termini, Casale Don Alfonso non si presenta soltanto come attività di ristorazione nata in un contesto agricolo, ma come progetto coerente con una politica pubblica di:

- diversificazione delle imprese agricole;
- ampliamento delle funzioni economiche delle aziende rurali;
- integrazione tra agricoltura, turismo, servizi e ospitalità;
- rafforzamento delle opportunità nelle aree interne e rurali.

L'audit deve tuttavia evitare una sovrainterpretazione: il fatto di avere beneficiato di un contributo pubblico non dimostra di per sé la sostenibilità ambientale o sociale dell'impresa, né consente di valutare l'efficacia economica del progetto. Esso rappresenta una **evidenza di contesto e di traiettoria progettuale**, non una certificazione di risultato.

4.4. **Articolazione dell'offerta: ristorazione, eventi e sale**

4.4.1. *Una proposta non monofunzionale*

Casale Don Alfonso sviluppa un modello economico che combina:

- ristorazione del fine settimana;
- eventi su prenotazione;
- feste private;
- cerimonie;
- menù personalizzati;
- consulenza su allestimenti e ambientazione, come indicato dalla pagina storica "Prenotazioni".

Questa pluralità di funzioni è importante perché rende il modello più articolato rispetto a un locale che vive esclusivamente di servizio ordinario. In chiave di sostenibilità economico-territoriale, la diversificazione può:

- distribuire le entrate su più segmenti di domanda;
- favorire la permanenza dell'attività nel tempo;
- aumentare la capacità di attrazione del territorio;
- creare connessioni con fornitori, artigiani e operatori dell'evento, anche se tali ricadute non sono quantificate dalle fonti disponibili.

4.4.2. *Le tre sale come infrastruttura di accoglienza*

La pagina "Il Casale" consente di attribuire alla struttura un sistema di spazi differenziati:

Sala	Descrizione sintetica	Rilevanza per il modello
Sala Panoramica	Spazio aperto sul paesaggio, fruibile anche in inverno grazie a tende trasparenti	Integra evento e paesaggio
Sala Principale	Ambiente interno elegante e rustico	Accoglienza stabile e flessibile
Sala delle Feste e Cerimonie	Spazio in legno massiccio immerso nel verde	Eventi importanti e posizionamento scenografico

Questa articolazione segnala una capacità di modulare l'esperienza e di rivolgersi a pubblici differenti: famiglie, coppie, gruppi, eventi privati e celebrazioni.

4.4.3. Fine settimana, stagionalità e menù social

Il sito ufficiale afferma che ogni fine settimana il Casale apre per pranzi e cene conviviali e propone menù settimanali ispirati alla stagionalità e alla tradizione, pubblicati sui canali social. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Il Casale")

Dal punto di vista della sostenibilità territoriale, questo dato è interessante perché:

- suggerisce una programmazione non completamente standardizzata;
- valorizza la temporalità dell'offerta alimentare;
- favorisce una comunicazione dinamica con il pubblico;
- consente di leggere i social non solo come vetrina commerciale, ma come strumento di costruzione della relazione con la clientela.

Non sono però disponibili informazioni sufficienti per stabilire:

- se la stagionalità riguardi realmente l'origine delle materie prime o solo l'ispirazione dei menù;
- quale quota degli ingredienti sia locale;
- come venga gestito l'eventuale surplus o spreco alimentare.

4.5. Prodotti di propria produzione e coerenza agrituristica

4.5.1. Vino e olio come elementi identitari

La pagina "Il Casale" dichiara che a rendere l'esperienza più autentica sono i prodotti di propria produzione, "il vino e l'olio", descritti come frutto del lavoro nei campi e della cura per la qualità. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Il Casale")

Questa informazione consente di individuare una componente importante del modello:

- il legame tra servizio ristorativo e attività agricola;
- l'uso di prodotti che l'azienda presenta come propri;
- la possibilità di raccontare il territorio attraverso ingredienti o abbinamenti.

4.5.2. Limiti di verificabilità

L'audit non ha rintracciato, nelle fonti online consultate:

- descrizione dei vigneti o degli oliveti;
- varietà coltivate;
- superfici;
- metodi di coltivazione;
- quantità prodotte;
- eventuali certificazioni;
- packaging o canali di vendita del vino e dell'olio.

Per questa ragione, il riferimento a vino e olio è da considerare una **dichiarazione aziendale qualificata** e non un dato tecnico pienamente approfondibile.

4.6. Relazione con Trebula Balliensis e patrimonio culturale

4.6.1. Il richiamo narrativo alla città sannita

La pagina "Location" collega il sogno del Casale al "fascino del paesaggio" e allo "splendore archeologico dell'antica Trebula Balliensis, città sannita". Il Comune di Pontelatone descrive Trebula Balliensis come sito archeologico del territorio, legato a una storia osca e sannitica di

grande profondità. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Location"; Comune di Pontelatone, Trebula Balliensis)

L'audit interpreta questo richiamo come una scelta di **posizionamento culturale**: l'impresa non si limita a raccontare la natura circostante, ma inserisce il proprio progetto in un territorio dotato di memoria storica e archeologica.

4.6.2. Cautela interpretativa

È necessario chiarire che le fonti non documentano:

- collaborazioni formalizzate tra Casale Don Alfonso e il sito archeologico;
- pacchetti turistici integrati;
- visite organizzate;
- attività culturali connesse direttamente a Trebula.

Il legame è quindi **narrativo e identitario**, non operativo o progettuale, almeno sulla base delle evidenze pubblicamente reperite.

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

4.7.1. Punti di forza documentabili

Ambito	Evidenza
Radicamento territoriale	Sede in Località Casalicchio, Pontelatone; comunicazione centrata sulla campagna e sul paesaggio
Recupero patrimonio rurale	Trasformazione di fienile e stalla in struttura di accoglienza
Multifunzionalità	Ristorazione, eventi, feste, cerimonie, menù personalizzati
Spazi differenziati	Tre sale con caratteristiche specifiche
Coerenza agrituristica	Riferimento a vino e olio di produzione propria
Fruizione familiare	Playground e servizi per famiglie
Diversificazione rurale	Riferimento al PSR 6.4.1
Narrazione culturale	Richiamo a Trebula Balliensis e alla memoria del luogo

4.7.2. Elementi non pienamente valutabili

Ambito	Limite informativo
Impatto ambientale delle strutture	Mancano dati su energia, materiali, efficienza, manutenzione verde
Effettiva filiera locale degli alimenti	Non disponibili percentuali o fornitori
Produzione aziendale di vino e olio	Non disponibili dati tecnici
Ricadute economiche sul territorio	Non quantificate

Ambito	Limite informativo
Governance e proprietà attuale	Le informazioni storiche non bastano a ricostruire l'assetto aggiornato
Rapporto operativo con Trebula	Non documentato

4.7.3. Giudizio sintetico del Capitolo 4

Casale Don Alfonso presenta un modello di business fortemente coerente con la **multifunzionalità agrituristica** e con la valorizzazione del contesto rurale di Pontelatone. Il recupero di un edificio agricolo, la presenza di spazi per eventi, la ristorazione del fine settimana, il riferimento a prodotti aziendali e l'inserimento in una misura di sviluppo rurale delineano un'impresa ben leggibile come presidio economico e relazionale del territorio. La valutazione è molto positiva sotto il profilo **territoriale, culturale e funzionale**; resta invece parziale sul piano della **misurazione degli impatti ambientali e sociali**.

5. Dimensione ambientale

L'analisi della dimensione ambientale di Casale Don Alfonso richiede particolare rigore. Le fonti pubblicamente disponibili consentono infatti di documentare in modo abbastanza solido alcuni aspetti qualitativi:

- recupero di un manufatto rurale preesistente;
- inserimento paesaggistico e valorizzazione del contesto naturale;
- stagionalità dichiarata dei menù;
- riferimento a vino e olio di produzione aziendale;
- presenza di spazi esterni e di una sala panoramica concepita per mantenere un rapporto con il paesaggio.

Non risultano invece disponibili, in forma pubblica e sistematica, dati essenziali per formulare una valutazione completa della performance ambientale:

- consumi energetici;
- impianti rinnovabili;
- gestione dell'acqua;
- rifiuti e raccolta differenziata;
- gestione degli scarti alimentari;
- approvvigionamento delle materie prime;
- packaging e materiali monouso;
- emissioni e mobilità dei clienti;
- criteri di manutenzione del verde.

Ne deriva che il profilo ambientale dell'impresa è **analizzabile in chiave territoriale e qualitativa**, ma **non pienamente misurabile in termini prestazionali**.

5.1. Recupero del costruito e uso del suolo

5.1.1. Riuso di un bene rurale come alternativa alla tabula rasa

Il dato ambientale più rilevante e meglio documentato riguarda il recupero del vecchio fienile e della stalla. L'azienda presenta questo intervento come origine del Casale e come forma di riattivazione di una memoria agricola. (Agriturismo Casale Don Alfonso, Home)

In termini di sostenibilità territoriale, il recupero del costruito può avere valore perché:

- evita la perdita completa di un manufatto rurale;
- restituisce funzione a una struttura non più utilizzata nella sua destinazione originaria;

- mantiene una continuità paesaggistica e narrativa;
- riduce, almeno sul piano concettuale, la pressione verso nuove edificazioni in aree rurali.

L'audit non dispone però di elementi per determinare:

- se il recupero abbia effettivamente comportato minor consumo di suolo rispetto a una nuova costruzione;
- la quantità di materiali recuperati;
- il bilancio energetico dell'intervento;
- l'efficienza della struttura dopo la ristrutturazione.

5.1.2. Inserimento paesaggistico e fruizione visiva

La Sala Panoramica e la Sala delle Feste e Cerimonie vengono descritte come spazi in relazione diretta con il verde e con il panorama. Questo elemento indica una attenzione dell'impresa alla fruizione del paesaggio, che può essere considerata parte della sostenibilità territoriale e della qualità dell'esperienza. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Il Casale")

Tuttavia, la **fruizione del paesaggio** non coincide automaticamente con la **tutela del paesaggio**. Per esprimere un giudizio ambientale più robusto sarebbero necessari dati su:

- gestione del verde;
- illuminazione esterna;
- impermeabilizzazione del suolo;
- sistemazioni paesaggistiche;
- eventuale uso di specie autoctone;
- manutenzione delle aree esterne.

5.2. Stagionalità dei menù e sostenibilità alimentare

5.2.1. Menù ispirati alla stagionalità

La pagina "Il Casale" afferma che i menù settimanali del fine settimana sono ispirati alla **stagionalità** e alla **tradizione**. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Il Casale")

In un'impresa di ristorazione rurale, la stagionalità può rappresentare una leva di sostenibilità perché, se effettivamente collegata agli approvvigionamenti, può:

- valorizzare ingredienti più coerenti con il ciclo agricolo;
- ridurre la dipendenza da prodotti fuori stagione;
- rafforzare l'identità gastronomica locale;
- favorire una comunicazione più consapevole sul rapporto tra cucina e calendario naturale.

5.2.2. Limiti della dichiarazione di stagionalità

Nel caso di Casale Don Alfonso, la stagionalità è una **dichiarazione aziendale qualificata**, ma non è supportata da:

- elenco dei fornitori;
- menù storicizzati in archivio ufficiale sul sito;
- indicazione della provenienza delle materie prime;
- descrizione di un disciplinare interno;
- dati sulla riduzione degli sprechi o sugli acquisti locali.

L'audit può quindi riconoscere il valore dell'impostazione comunicata, senza trasformarla in evidenza di filiera sostenibile pienamente accertata.

5.3. Prodotti di produzione aziendale: vino e olio

5.3.1. Coerenza agrituristica e possibile filiera corta

Il sito ufficiale afferma che vino e olio sono prodotti di "nostra produzione". (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Il Casale")

Questo elemento è importante per la dimensione ambientale e territoriale perché può implicare:

- riduzione delle distanze tra produzione e consumo, almeno per alcune referenze;
- rafforzamento del carattere agrituristico dell'offerta;
- valorizzazione di risorse agricole interne all'impresa;
- potenziale educazione del cliente alla connessione tra campo e tavola.

5.3.2. Informazioni mancanti

Non sono stati rintracciati online:

- dati sui terreni, sulle colture e sulle superfici;
- varietà di olive o vitigni;
- sistemi di raccolta e trasformazione;
- modalità di conservazione;
- certificazioni biologiche o di qualità;
- quantità annue prodotte;
- uso dei prodotti esclusivamente in ristorazione o anche in vendita.

Questa assenza non sminuisce la rilevanza del dato, ma lo colloca correttamente a livello B - dichiarazione aziendale qualificata.

5.4. Risorse naturali: energia, acqua e materie prime

5.4.1. Energia

Nelle fonti consultate non emergono informazioni su:

- consumi elettrici;
- combustibili utilizzati;
- impianti fotovoltaici o altre fonti rinnovabili;
- tecnologie di efficientamento;
- illuminazione a basso consumo;
- gestione energetica di cucine, sale e aree esterne.

Giudizio

La dimensione energetica è non valutabile sulla base delle fonti disponibili.

5.4.2. Acqua

Non risultano pubblicamente documentati:

- consumi idrici;
- sistemi di riduzione dei consumi;
- recupero delle acque piovane;
- irrigazione delle aree verdi o delle eventuali colture;
- gestione dell'acqua in cucina e servizi.

Giudizio

La gestione della risorsa idrica è non valutabile.

5.4.3. Materie prime e approvvigionamenti

Le fonti ufficiali insistono su tradizione, materie prime e genuinità, ma non forniscono informazioni verificabili su:

- quota di ingredienti locali;
- presenza di produttori del territorio;
- criteri di selezione dei fornitori;
- eventuali prodotti biologici;
- menù a filiera corta formalmente descritti.

Giudizio

La sostenibilità degli approvvigionamenti alimentari non è valutabile in modo compiuto.

5.5. Rifiuti, spreco alimentare e materiali

5.5.1. Rifiuti e raccolta differenziata

Nelle fonti online esaminate non sono state individuate informazioni su:

- raccolta differenziata;
- gestione dei rifiuti organici;
- smaltimento degli oli esausti;
- recupero o valorizzazione degli scarti alimentari;
- riduzione degli imballaggi.

5.5.2. Spreco alimentare

Un'impresa di ristorazione che opera su menù settimanali ed eventi può affrontare temi rilevanti di programmazione delle quantità, gestione delle rimanenze e prevenzione dello spreco. Tuttavia, nessuna fonte pubblica consente di ricostruire l'eventuale presenza di pratiche specifiche in materia.

5.5.3. Packaging e materiali monouso

Non risultano informazioni su:

- packaging utilizzato per eventuale asporto;
- materiali compostabili o riciclabili;
- uso di stoviglie riutilizzabili negli eventi;
- riduzione della plastica.

Valutazione auditiva

Rifiuti, sprechi e materiali rappresentano un importante gap informativo del profilo ambientale.

5.6. Mobilità e accessibilità ambientale

La localizzazione rurale del Casale, la presenza di parcheggio e la funzione di location per eventi suggeriscono che la mobilità degli ospiti costituisca un tema potenzialmente rilevante per l'impatto complessivo dell'attività. Tuttavia, le fonti non documentano:

- servizi di trasporto collettivo;
- convenzioni con navette;
- indicazioni per mobilità dolce;
- colonnine di ricarica;
- misure per ottimizzare i flussi di veicoli durante eventi.

La scheda comunale e Tripadvisor riportano la disponibilità di parcheggio, dato utile dal punto di vista del servizio ma non sufficiente per una valutazione ambientale della mobilità.

5.7. Quadro riepilogativo degli aspetti ambientali

Ambito	Stato delle informazioni disponibili	Valutabilità
Recupero del costruito	Ben documentato a livello descrittivo	Positivamente valutabile sul piano territoriale
Inserimento paesaggistico	Ben comunicato	Positivamente valutabile in modo qualitativo
Stagionalità dei menù	Dichiarata	Parzialmente valutabile
Vino e olio di produzione aziendale	Dichiarati	Parzialmente valutabili
Energia	Nessun dato pubblico organico	Non valutabile
Acqua	Nessun dato pubblico organico	Non valutabile
Materie prime locali	Non documentate in modo sistematico	Non valutabile
Rifiuti e sprechi	Nessuna informazione pubblica	Non valutabile
Packaging	Nessuna informazione pubblica	Non valutabile
Mobilità degli ospiti	Solo disponibilità di parcheggio	Debolmente valutabile

5.8. Valutazione complessiva della dimensione ambientale

5.8.1. Punti di forza documentabili

Area	Evidenza documentata
Recupero rurale	Fienile e stalla trasformati in luogo di accoglienza
Paesaggio	Comunicazione centrata su campagna, verde e panorama
Spazi aperti	Sala panoramica e ambienti immersi nel verde
Alimentazione e temporalità	Menù ispirati alla stagionalità
Coerenza agrituristica	Vino e olio dichiarati di produzione aziendale

5.8.2. Principali limiti valutativi

Area	Limite
Prestazioni ambientali	Mancanza di indicatori quantitativi
Energia e acqua	Nessun dato pubblico

Area	Limite
Filiera alimentare	Provenienza degli ingredienti non documentata
Rifiuti e sprechi	Assenza di disclosure
Mobilità	Nessuna strategia ambientale comunicata
Certificazioni	Non risultano evidenze pubbliche

5.8.3. Giudizio sintetico del Capitolo 5

Casale Don Alfonso presenta un profilo ambientale documentale **positivo sul piano qualitativo-territoriale**, soprattutto per il recupero del costruito rurale, il rapporto con il paesaggio e la dichiarata attenzione alla stagionalità dei menù e ai prodotti aziendali. Restano tuttavia non disponibili le informazioni necessarie per esprimere un giudizio compiuto sulla sostenibilità ambientale operativa dell'impresa. La dimensione ambientale è quindi **promettente ma parzialmente auditabile**, con ampi margini di rafforzamento della trasparenza.

6. Dimensione sociale

La dimensione sociale dell'audit di Casale Don Alfonso può essere letta attraverso cinque prospettive principali:

1. funzione di accoglienza e convivialità;
2. fruizione familiare e intergenerazionale;
3. accessibilità e servizi al pubblico;
4. ruolo del Casale come luogo di eventi e ritualità collettiva;
5. reputazione relazionale e interazione digitale con la clientela.

Diversamente, la dimensione sociale interna dell'impresa risulta scarsamente documentata. Le fonti online non consentono di ricostruire con precisione:

- numero di addetti;
- ruoli e organizzazione del lavoro;
- formazione;
- sicurezza;
- welfare;
- inclusione;
- stabilità occupazionale.

Ne deriva che l'audit può esprimere una valutazione positiva e fondata sul valore **relazionale, comunitario e di accessibilità dell'esperienza**, mentre deve mantenere una posizione prudente sugli aspetti sociali interni all'organizzazione.

6.1. Accoglienza e convivialità come funzione sociale

6.1.1. Un luogo progettato per lo stare insieme

Le fonti ufficiali descrivono il Casale come spazio dedicato all'accoglienza, alla convivialità e alla creazione di ricordi condivisi. La homepage e la pagina "Il Casale" insistono su espressioni quali "momenti da ricordare", "accoglienza autentica", "piacere dello stare insieme". (Agriturismo Casale Don Alfonso, Home e "Il Casale")

Questa impostazione assume rilievo sociale perché:

- colloca l'impresa nel campo delle relazioni e non soltanto dei consumi;
- valorizza il pasto come occasione di incontro;
- attribuisce agli eventi una funzione di costruzione di memoria familiare e comunitaria;
- sostiene una forma di socialità radicata nei luoghi del territorio.

6.1.2. Ospitalità percepita e reputazione relazionale

Le recensioni aggregate ospitate sul sito tramite Trustindex e le piattaforme esterne mostrano che gli utenti richiamano spesso elementi quali accoglienza, disponibilità del personale, attenzione ai dettagli e atmosfera. Queste osservazioni non possono essere assunte come dati certificati, ma contribuiscono a delineare una reputazione coerente con la narrazione aziendale. (Agriturismo Casale Don Alfonso, sito ufficiale; Tripadvisor; TheFork)

Valutazione auditiva: la coerenza tra proposta comunicata e percezione ricorrente dell'accoglienza rappresenta un elemento positivo della dimensione sociale esterna.

6.2. Famiglie, bambini e fruizione intergenerazionale

6.2.1. Playground e aree gioco

La pagina "Il Casale" dedica una sezione specifica al **Playground**, mentre la scheda del Comune di Pontelatone evidenzia la presenza di aree gioco per bambini. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Il Casale"; Comune di Pontelatone)

Questa dotazione è rilevante perché:

- rende l'esperienza più accessibile alle famiglie;
- amplia il pubblico potenziale;
- favorisce la permanenza in struttura durante pranzi ed eventi;
- segnala attenzione alla dimensione intergenerazionale della socialità.

6.2.2. Famiglie ed eventi della vita

La struttura si propone per battesimi, comunioni, compleanni, feste private e cerimonie. In termini sociali, queste funzioni intercettano momenti centrali della vita familiare e comunitaria, offrendo al territorio un luogo organizzato per la celebrazione di riti sociali. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Prenotazioni" e "Il Casale")

6.3. Accessibilità e servizi al pubblico

6.3.1. Accessibilità per disabili

La scheda comunale riporta l'accessibilità per disabili tra le caratteristiche dell'attività. (Comune di Pontelatone)

Ai fini dell'audit, questo dato è importante perché introduce un elemento positivo di inclusione dell'esperienza. Tuttavia, non sono disponibili informazioni dettagliate su:

- percorsi accessibili;
- servizi igienici attrezzati;
- dislivelli;
- parcheggi riservati;
- accessibilità delle singole sale.

Il dato va quindi interpretato come **evidenza istituzionale di servizio**, non come analisi tecnica completa dell'accessibilità universale.

6.3.2. Wi-Fi, parcheggio e pagamenti digitali

Il Comune segnala Wi-Fi gratuito, parcheggio gratuito fuori strada e accettazione dei pagamenti digitali. Questi servizi migliorano la fruibilità della struttura e contribuiscono alla qualità dell'esperienza dell'utente. (Comune di Pontelatone)

6.4. Eventi e ritualità collettiva

6.4.1. Il Casale come spazio di cerimonie

La centralità di eventi e cerimonie è documentata in più fonti:

- pagina "Il Casale";
- pagina "Prenotazioni";
- profili social indicizzati;
- scheda Tripadvisor.

Questa funzione sociale è importante perché:

- crea occasioni di incontro e aggregazione;
- alimenta l'economia delle ricorrenze locali;
- può attivare relazioni con fornitori esterni, fotografi, allestitori, musicisti e operatori dell'evento, anche se tali connessioni non sono documentate in modo specifico.

6.4.2. Personalizzazione dei menù e degli allestimenti

La pagina "Prenotazioni" menziona la possibilità di menù personalizzati e consulenza su allestimenti e ambientazione. Questo elemento segnala un livello di servizio che va oltre l'erogazione standard e si avvicina a una funzione di accompagnamento nella progettazione dell'evento.

6.5. Comunicazione digitale e relazione con la clientela

6.5.1. Social media come presidio della comunità di clienti

Il sito ufficiale rimanda ai canali Facebook e Instagram dell'impresa. I contenuti indicizzati mostrano una comunicazione ricorrente su:

- aperture del fine settimana;
- menù speciali;
- feste e ricorrenze;
- promozione della location per eventi;
- inviti alla prenotazione.

In chiave sociale, ciò suggerisce una relazione continuativa con la clientela e una capacità di mantenere viva una comunità digitale di riferimento.

6.5.2. Reputazione online e responsabilità nella lettura dei dati

Tripadvisor attribuisce al Casale il riconoscimento Travellers' Choice 2025; TheFork e altri aggregatori riportano recensioni e indicatori reputazionali. Questi elementi indicano visibilità e gradimento, ma non vanno utilizzati per dedurre automaticamente qualità del lavoro interno, sostenibilità dei processi o impatti sociali complessivi.

6.6. Continuità imprenditoriale e governance narrata

La pagina "Location" del 2023 collega la nascita del progetto ai neoproprietari Marisa e Ciro e ai sacrifici degli avi. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Location")

Questo riferimento è importante sotto il profilo della continuità imprenditoriale e della memoria familiare. Tuttavia, l'audit non dispone di informazioni ufficiali aggiornate sulla governance attuale, sull'assetto proprietario o sulla struttura organizzativa. Perciò, il dato viene utilizzato

come elemento di narrazione storica del progetto e non come fotografia aggiornata della direzione aziendale.

6.7. Lavoro, sicurezza, inclusione e welfare: ambiti non documentati

Non emergono, nelle fonti pubblicamente consultate, dati specifici su:

- numero di lavoratori;
- impiego di personale stagionale;
- formazione;
- salute e sicurezza;
- welfare aziendale;
- inclusione e pari opportunità;
- misure di conciliazione vita-lavoro;
- percorsi di crescita professionale.

Questa assenza rappresenta uno dei principali gap della dimensione sociale. Non consente di formulare un giudizio attendibile sulla sostenibilità sociale interna dell'impresa.

6.8. Valutazione complessiva della dimensione sociale

6.8.1. Punti di forza documentabili

Ambito	Evidenza
Accoglienza	Narrazione aziendale centrata su convivialità e autenticità
Famiglie	Playground e aree gioco
Accessibilità	Indicazione comunale di accessibilità per disabili
Eventi	Sale dedicate, cerimonie, feste private
Personalizzazione	Menù e allestimenti personalizzati citati dalla pagina Prenotazioni
Relazione digitale	Social e pubblicazione di menù/eventi
Reputazione	Travellers' Choice 2025 e presenza su piattaforme

6.8.2. Principali limiti valutativi

Ambito	Limite
Occupazione	Non disponibili dati sugli addetti
Qualità del lavoro	Non documentata
Sicurezza	Non documentata
Formazione	Non documentata
Welfare	Non documentato
Inclusione	Non documentata oltre al dato sull'accessibilità
Impatto sociale quantitativo	Non misurabile

6.8.3. Giudizio sintetico del Capitolo 6

Casale Don Alfonso presenta un profilo sociale esterno **positivo**, fondato sulla capacità di offrire accoglienza, spazi di socialità, servizi per famiglie, occasioni di evento e un'esperienza leggibile come conviviale e relazionale. Il dato sull'accessibilità, la presenza del playground e la funzione delle cerimonie rafforzano questa valutazione. Restano tuttavia non valutabili, sulla base delle sole fonti pubbliche, gli aspetti sociali interni relativi a lavoro, sicurezza, formazione, inclusione organizzativa e welfare.

7. Dimensione economico-territoriale

La dimensione economico-territoriale dell'audit di Casale Don Alfonso riguarda la capacità dell'impresa di generare valore non in modo separato dal contesto locale, ma attraverso un modello che integra:

- attività agricola e diversificazione;
- ristorazione agrituristica;
- eventi e cerimonie;
- valorizzazione del paesaggio;
- prodotti aziendali dichiarati;
- attrazione di visitatori verso Pontelatone;
- presenza in reti digitali di prenotazione e reputazione.

L'audit non dispone di bilanci, dati di fatturato, margini, numero di coperti, investimenti o indicatori economico-patrimoniali. Tuttavia, le fonti disponibili consentono di analizzare in modo significativo la **qualità del modello economico**, la sua articolazione e la sua connessione con la funzione di presidio del territorio.

7.1. Diversificazione dell'impresa agricola

7.1.1. Dal patrimonio rurale al servizio economico

Il progetto Casale Don Alfonso nasce, secondo la narrazione ufficiale, dal recupero di un manufatto agricolo preesistente e dalla sua trasformazione in luogo di accoglienza. Questa operazione genera valore economico a partire da una risorsa territoriale già esistente: il patrimonio edilizio rurale. (Agriturismo Casale Don Alfonso, Home e "Location")

7.1.2. Coerenza con la misura 6.4.1

Il riferimento alla misura 6.4.1 del PSR Campania rafforza l'interpretazione del Casale come esempio di **diversificazione dell'impresa agricola**. La Regione Campania esplicita che tale misura intende sostenere attività extra-agricole capaci di salvaguardare e incrementare il reddito e l'impiego della manodopera aziendale e/o l'occupazione. (Regione Campania)

Valutazione auditiva: il modello di Casale Don Alfonso appare coerente con un'economia rurale non monoculturale, nella quale la base agricola viene integrata da servizi di ristorazione e ospitalità.

7.2. Pluralità dei canali di ricavo

7.2.1. Ristorazione nel fine settimana

La ristorazione del weekend, con menù comunicati via social, costituisce un canale ricorrente di domanda. La struttura non appare orientata solo a eventi occasionali, ma anche a una programmazione ordinaria di pranzi e cene. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Il Casale")

7.2.2. Eventi e cerimonie

Le sale dedicate, la consulenza su allestimenti e la personalizzazione dei menù indicano una componente di business rivolta a:

- feste private;
- compleanni;
- battesimi;
- comunioni;
- cerimonie;
- eventi di gruppo.

Questa diversificazione è economicamente rilevante perché amplia i segmenti serviti e può distribuire la domanda su occasioni differenti nel corso dell'anno.

7.2.3. Prenotazione digitale

La presenza su TheFork e il richiamo alla prenotazione tramite il sito o i canali di contatto mostrano un livello di accessibilità commerciale utile alla sostenibilità economica. L'impresa presidia sia la relazione diretta sia piattaforme di intermediazione digitale.

7.3. Valorizzazione dei prodotti aziendali

7.3.1. Vino e olio come risorse distintive

Il riferimento a vino e olio di produzione aziendale consente di leggere il Casale come attività che integra almeno in parte la dimensione agricola con quella ristorativa. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Il Casale")

Sul piano economico-territoriale, ciò può generare valore in più modi:

- differenziazione dell'offerta;
- riduzione della distanza tra produzione e consumo per alcune referenze;
- maggiore autenticità percepita dell'esperienza;
- opportunità di narrazione delle risorse agricole aziendali.

7.3.2. Gap informativi sulla valorizzazione economica delle produzioni

Non è possibile stabilire:

- quanto il vino e l'olio incidano sull'offerta;
- se siano venduti anche separatamente;
- se rappresentino un elemento marginale o centrale del modello;
- quali colture o processi produttivi vi siano alla base.

7.4. Attrattività turistica e reputazione del territorio

7.4.1. Il Casale come destinazione gastronomica locale

La presenza su Tripadvisor, TheFork e altre piattaforme rende Casale Don Alfonso visibile a un pubblico potenzialmente più ampio rispetto alla sola domanda di prossimità. La classificazione su Tripadvisor e l'attribuzione del Travellers' Choice 2025 indicano una riconoscibilità reputazionale significativa. (Tripadvisor)

Questa visibilità può contribuire a:

- attrarre visitatori a Pontelatone;
- rafforzare l'immagine del territorio come luogo di ristorazione rurale ed eventi;
- integrare l'offerta gastronomica con il paesaggio e il patrimonio culturale locale.

7.4.2. Valore reputazionale e cautela metodologica

La reputazione online è una dimensione importante ma non coincide con la sostenibilità economica o sociale. Le recensioni non consentono di misurare:

- impatto sul reddito locale;
- occupazione;
- filiere di fornitura;
- stabilità finanziaria dell'impresa.

7.5. Potenziale indotto locale

Un'attività che ospita eventi e cerimonie può generare interazioni con:

- fioristi;
- fotografi;
- musicisti;
- allestitori;
- fornitori alimentari;
- servizi di trasporto;
- operatori del turismo locale.

Tuttavia, le fonti pubbliche non documentano il grado effettivo di attivazione di tali reti. L'audit può segnalare il **potenziale indotto**, ma non quantificarlo né attribuirlo con certezza.

7.6. Resilienza del modello aziendale

7.6.1. Differenziazione dell'offerta

In assenza di dati economico-finanziari, la resilienza può essere valutata in modo indiretto osservando la pluralità dei segmenti serviti:

- ristorazione ordinaria del fine settimana;
- eventi e cerimonie;
- prenotazioni dirette e tramite piattaforma;
- fruizione familiare;
- posizionamento gastronomico e territoriale.

Questa articolazione suggerisce un modello meno dipendente da una singola fonte di domanda.

7.6.2. Rischi e limiti

Non è possibile verificare:

- incidenza relativa dei vari flussi di ricavo;
- stagionalità effettiva della domanda;
- costi di gestione degli eventi;
- sostenibilità economica del personale;
- dinamiche di mercato.

7.7. Valutazione complessiva della dimensione economico-territoriale

7.7.1. Punti di forza documentabili

Ambito	Evidenza
Diversificazione	Agriturismo nato con contributo PSR 6.4.1
Ricavi plurali	Ristorazione, eventi, cerimonie
Offerta modulare	Tre sale e spazi differenziati

Ambito	Evidenza
Accessibilità commerciale	Prenotazioni dirette e presenza su TheFork
Valorizzazione prodotti aziendali	Vino e olio dichiarati di produzione propria
Attrattività	Visibilità su Tripadvisor e Travellers' Choice 2025
Potenziale indotto	Eventi e cerimonie possono attivare servizi locali, pur non documentati

7.7.2. Principali limiti valutativi

Ambito	Limite
Fatturato e redditività	Non disponibili
Occupazione generata	Non documentata
Ricadute territoriali	Non quantificabili
Fornitori locali	Non documentati
Valore delle produzioni aziendali	Non quantificato
Stagionalità economica	Non misurabile

7.7.3. Giudizio sintetico del Capitolo 7

Casale Don Alfonso presenta un profilo economico-territoriale **positivo**, caratterizzato da un modello di diversificazione coerente con la multifunzionalità agricola, da una pluralità di canali di offerta e da una buona capacità di attrazione reputazionale. L'impresa appare capace di trasformare un bene rurale e un contesto paesaggistico in un'esperienza economica articolata, che integra ristorazione, eventi e prodotti aziendali dichiarati. Restano tuttavia non misurabili, per assenza di dati pubblici, le ricadute economiche concrete sul territorio, la stabilità finanziaria, l'occupazione e l'indotto.

8. Dimensione culturale e identitaria

La dimensione culturale e identitaria costituisce uno degli assi più forti del profilo di Casale Don Alfonso. Dalle fonti pubbliche emerge un modello aziendale nel quale l'esperienza agrituristica è messa in relazione con:

- la memoria del passato agricolo;
- il recupero del fienile e della stalla;
- il paesaggio della campagna di Pontelatone;
- il riferimento a Trebula Balliensis;
- la convivialità come forma di cultura sociale;
- una cucina che l'impresa descrive come incontro tra tradizione e libertà creativa;
- la valorizzazione di vino e olio come elementi che "raccontano il territorio".

In questo capitolo, la sostenibilità viene letta non soltanto come gestione efficiente delle risorse, ma come capacità dell'impresa di:

- conservare significati;
- restituire valore a un luogo recuperato;
- costruire un racconto territoriale coerente;

- evitare la riduzione del paesaggio a sfondo anonimo;
- tradurre cucina, ospitalità ed eventi in esperienza culturale del luogo.

8.1. Recupero della memoria agricola

8.1.1. Il fienile e la stalla come origine simbolica

Il recupero di un antico fienile e della sua stalla costituisce il nucleo più evidente della memoria agricola del Casale. La scelta di raccontare il progetto a partire da questi elementi suggerisce che l'azienda intenda costruire la propria identità non su una novità priva di radici, ma sulla **trasformazione rispettosa di un'eredità rurale**. (Agriturismo Casale Don Alfonso, Home)

8.1.2. Memoria del lavoro e narrazione degli avi

La pagina "Location" del 2023 richiama i sacrifici degli avi e presenta il progetto come esito di un percorso che incrocia desideri, speranze e dedizione. Pur trattandosi di una narrazione aziendale, essa è significativa perché attribuisce all'attività una genealogia simbolica e familiare. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Location")

8.2. Paesaggio e identità del luogo

8.2.1. La campagna di Pontelatone come parte del brand

La pagina "Il Casale" descrive l'agriturismo come immerso nei paesaggi della campagna di Pontelatone. La comunicazione aziendale, attraverso testi e immagini, rende il panorama parte dell'identità della struttura. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Il Casale")

Il paesaggio è presente:

- nella definizione della Sala Panoramica;
- nella descrizione degli spazi immersi nel verde;
- nelle immagini ufficiali della location;
- nel posizionamento complessivo dell'offerta.

8.2.2. Natura e convivialità

Il Casale costruisce un immaginario nel quale natura, cucina e convivialità si sostengono reciprocamente. Questa triangolazione è rilevante perché restituisce una idea di agriturismo come **esperienza complessa**, non riducibile al solo consumo di un pasto.

8.3. Trebula Balliensis e profondità storica del territorio

8.3.1. Il richiamo alla città sannita

La pagina "Location" collega il progetto del Casale allo splendore archeologico dell'antica Trebula Balliensis. Il Comune di Pontelatone conferma la rilevanza del sito archeologico nel patrimonio culturale locale. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Location"; Comune di Pontelatone)

Ai fini dell'audit, il richiamo è culturalmente significativo perché:

- amplia il racconto dell'impresa oltre il perimetro immediato della struttura;
- colloca il Casale in un paesaggio storico, non soltanto naturale;
- contribuisce a rafforzare la riconoscibilità del territorio di Pontelatone.

8.3.2. Distinzione tra narrazione e progetto culturale

Le fonti non documentano, allo stato attuale:

- visite guidate integrate;
- pacchetti enogastronomici-archeologici;

- partnership con la Pro Loco o con il sito;
- iniziative divulgative formalizzate.

Il valore culturale del richiamo resta quindi narrativo e identitario, ma costituisce comunque un elemento distintivo.

8.4. Cucina, tradizione e creatività

8.4.1. La cucina come dispositivo identitario

La homepage presenta la cucina del Casale come esito di conoscenza delle materie prime, tecniche curate e ricerca dell'equilibrio, in cui "tradizione" e "libertà creativa" convivono. (Agriturismo Casale Don Alfonso, Home)

Questa formulazione è interessante perché segnala un posizionamento non banalmente folkloristico. L'impresa non comunica una tradizione immobile, ma una tradizione reinterpretata in chiave contemporanea.

8.4.2. Stagionalità e racconto del territorio

I menù settimanali ispirati a stagionalità e tradizione rafforzano l'idea di una cucina che si vuole sensibile ai tempi agricoli e alla memoria gastronomica. Il riferimento a vino e olio di produzione aziendale completa questa narrazione. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Il Casale")

8.5. Eventi e ritualità come cultura sociale

8.5.1. Cerimonie e vita comunitaria

Battesimi, comunioni, compleanni, feste private e cerimonie non sono soltanto opportunità economiche, ma anche momenti di riproduzione della socialità locale. Il Casale si inserisce in questa dimensione come luogo di rappresentazione e condivisione. (Agriturismo Casale Don Alfonso, "Prenotazioni")

8.5.2. Atmosfera e identità degli spazi

La descrizione delle sale, la cura dell'allestimento e la comunicazione della location mostrano che il Casale lavora su una componente estetica ed emotiva dell'esperienza. Questa dimensione non è marginale: in molte imprese di ospitalità rurale, la qualità percepita dell'atmosfera contribuisce alla costruzione di reputazione e memoria.

8.6. Coerenza tra comunicazione e identità

8.6.1. Una narrazione complessivamente unitaria

Le diverse fonti ufficiali convergono su un nucleo coerente:

- passato agricolo;
- recupero;
- accoglienza;
- paesaggio;
- cucina;
- eventi;
- prodotti aziendali;
- memoria locale.

Questa coerenza rende la comunicazione dell'impresa relativamente credibile e riconoscibile. L'identità non è costruita su un solo slogan, ma su una pluralità di elementi che ricorrono in pagine differenti.

8.6.2. Micro-disallineamenti informativi

Accanto alla coerenza di fondo, l'audit rileva piccoli elementi di disallineamento:

- recapiti telefonici non sempre uniformi;
- e-mail diverse tra pagine recenti e pagine storiche;
- coesistenza di versioni del sito con strutture differenti.

Questi aspetti non indeboliscono il posizionamento culturale, ma rappresentano opportunità di miglioramento della trasparenza digitale.

8.7. Valutazione complessiva della dimensione culturale e identitaria

8.7.1. Punti di forza documentabili

Ambito	Evidenza
Memoria agricola	Recupero del fienile e della stalla
Narrazione familiare	Richiamo ai sacrifici degli avi e ai protagonisti storici del progetto
Paesaggio	Campagna di Pontelatone, sale immerse nel verde, panorama
Patrimonio storico	Richiamo a Trebula Balliensis
Cultura gastronomica	Tradizione, creatività, stagionalità
Prodotti identitari	Vino e olio dichiarati di produzione propria
Eventi	Cerimonie come momenti di socialità e memoria condivisa
Coerenza comunicativa	Ripetizione costante dei temi identitari principali

8.7.2. Principali limiti valutativi

Ambito	Limite
Verifica storica interna	La governance attuale non è pienamente documentata
Rapporto operativo con il patrimonio archeologico	Non documentato
Misurazione dell'impatto culturale	Non disponibili dati su eventi, visitatori o iniziative formative
Prodotti aziendali	Non corredati da schede tecniche o dati di filiera
Evoluzione della comunicazione	Richiede armonizzazione tra pagine recenti e legacy

8.7.3. Giudizio sintetico del Capitolo 8

Casale Don Alfonso presenta una dimensione culturale e identitaria **molto significativa**, fondata su un racconto coerente tra recupero della memoria agricola, paesaggio, convivialità, cucina e radicamento nel territorio di Pontelatone. Il richiamo a Trebula Balliensis conferisce

profondità al posizionamento culturale, pur restando, allo stato delle fonti, un elemento narrativo e non un progetto operativo documentato. La dimensione culturale costituisce uno dei principali punti di forza dell'auditabilità dell'impresa.

PARTE III - VALUTAZIONE AUDITIVA

9. Elementi di sostenibilità distintivi dell'azienda

L'analisi sviluppata nelle parti precedenti consente di individuare gli elementi che, sulla base delle fonti pubblicamente disponibili alla data del **20 maggio 2026**, qualificano in modo maggiormente distintivo il profilo documentale di sostenibilità di **Agriturismo Casale Don Alfonso**.

Nel caso dell'impresa di Pontelatone, la sostenibilità non emerge da un sistema formalizzato di indicatori ESG, da una certificazione ambientale pubblicamente documentata o da una rendicontazione quantitativa degli impatti. Essa si rende visibile, piuttosto, attraverso un insieme di evidenze qualitative che riguardano:

- il recupero e la rifunzionalizzazione di un preesistente patrimonio rurale;
- l'inserimento dell'attività in un contesto agricolo e paesaggistico riconoscibile;
- la presenza di una proposta agrituristica multifunzionale, capace di integrare ristorazione, convivialità, cerimonie e fruizione familiare;
- la dichiarazione di utilizzo di **vino e olio di produzione propria**, elemento potenzialmente rilevante per il radicamento agricolo dell'offerta;
- l'attenzione all'accessibilità e alla fruizione allargata, almeno per quanto documentato dal portale istituzionale comunale;
- la qualità della reputazione digitale costruita su piattaforme di intermediazione e recensione;
- la presenza di un investimento sostenuto attraverso il **PSR Campania – Misura 6.4.1**, coerente con la diversificazione delle attività agricole verso servizi extra-agricoli.

L'audit evidenzia pertanto un'impresa che appare **forte nella sostenibilità territoriale, culturale e relazionale**, con elementi positivi nella sostenibilità sociale esterna e nella capacità di generare attrattività locale. Rimangono invece **debolmente documentate** le dimensioni prestazionali della sostenibilità ambientale, della sostenibilità sociale interna e della governance strutturata.

9.1. Punti di forza documentabili

9.1.1. Recupero del patrimonio rurale e riattivazione di funzioni produttive e sociali

Uno degli elementi più significativi del profilo di Casale Don Alfonso è la trasformazione di antichi manufatti agricoli – descritti dalla pagina storica del sito come **fienile e stalla** – in una struttura agrituristica destinata alla ristorazione, agli eventi e all'accoglienza conviviale. La comunicazione aziendale colloca l'avvio del progetto nel 2008 e ne racconta la progressiva evoluzione fino alla realizzazione del Casale.

Dal punto di vista della sostenibilità territoriale, questo dato è rilevante perché il recupero del costruito rurale:

- limita, almeno in termini qualitativi, il ricorso a nuove costruzioni avulse dal contesto;
- conserva una memoria materiale dell'economia agricola locale;
- restituisce funzionalità economica e sociale a spazi dismessi o sottoutilizzati;
- offre al visitatore un'esperienza coerente con la vocazione rurale dell'impresa.

Valutazione auditiva

Punto di forza **molto elevato** per la sostenibilità territoriale e culturale.

L'evidenza è solida sul piano narrativo e descrittivo; restano non disponibili dati tecnici su materiali, efficienza energetica e criteri ambientali del recupero edilizio.

9.1.2. Collocazione nel paesaggio di Pontelatone e integrazione con la ruralità locale

Le fonti ufficiali e istituzionali presentano l'agriturismo come una struttura immersa nel verde della campagna di Pontelatone, in **località Casalicchio / Via Forelle**, con ambienti interni ed esterni orientati alla fruizione del paesaggio. La presenza della **Sala Panoramica**, della **Sala Principale** e della **Sala delle Feste e Cerimonie**, unitamente agli spazi esterni, conferma un modello di offerta fortemente legato alla location.

Tale radicamento paesaggistico è rilevante non solo per la qualità commerciale della proposta, ma anche perché:

- rafforza la riconoscibilità del territorio;
- rende la ruralità un elemento costitutivo dell'esperienza;
- contribuisce a distinguere l'impresa da una ristorazione urbana o decontestualizzata;
- inserisce la fruizione gastronomica all'interno di una percezione più ampia del paesaggio locale.

Valutazione auditiva

Punto di forza **alto**.

Il nesso con il paesaggio è ben documentato, ma non risultano dati pubblici sulle azioni di manutenzione ambientale, sulla gestione del verde, sull'uso del suolo o su eventuali interventi di tutela paesaggistica.

9.1.3. Multifunzionalità dell'offerta: ristorazione, eventi, cerimonie e socialità familiare

Casale Don Alfonso appare strutturato come un'impresa multifunzionale. Le fonti ufficiali mostrano un'offerta che comprende:

- ristorazione nei fine settimana;
- pubblicazione di menù settimanali;
- organizzazione di pranzi, cene e ricorrenze;
- feste private e cerimonie;
- personalizzazione dei menù;
- supporto agli allestimenti;
- area giochi per bambini;
- sale differenti per capienza, atmosfera e finalità d'uso.

Questa articolazione rappresenta un elemento di resilienza e di capacità adattiva. L'impresa non dipende da un'unica occasione di consumo, ma opera su più dimensioni:

1. domanda gastronomica ordinaria;
2. domanda celebrativa e familiare;
3. domanda esperienziale di fruizione rurale;
4. domanda di servizi per eventi.

Valutazione auditiva

Punto di forza **molto elevato** nella dimensione economico-territoriale e sociale esterna.

La multifunzionalità è una delle evidenze meglio documentate dell'impresa.

9.1.4. Ruolo sociale della struttura come luogo di convivialità e cerimonie

La funzione sociale dell'agriturismo emerge in modo particolarmente evidente dalla centralità delle cerimonie, delle feste private e dei momenti di condivisione. In un contesto territoriale

caratterizzato da comuni di piccola dimensione e da una forte rilevanza delle relazioni familiari e comunitarie, una struttura capace di ospitare:

- compleanni;
- comunioni;
- battesimi;
- anniversari;
- ricorrenze;
- eventi privati;

svolge una funzione che non è esclusivamente commerciale.

Essa diventa uno spazio nel quale si realizzano ritualità collettive, relazioni intergenerazionali e pratiche di socialità locale. Pur non essendo possibile quantificare l'impatto sociale dell'attività, la sua natura relazionale è inequivocabilmente documentata.

Valutazione auditiva

Punto di forza **alto** per la sostenibilità sociale esterna e il capitale relazionale.

Mancano dati su numero di eventi, partecipanti e ricadute sul territorio.

9.1.5. Presenza di servizi che favoriscono accessibilità e inclusione della fruizione

La scheda istituzionale del Comune di Pontelatone attribuisce all'attività alcune caratteristiche di servizio:

- accessibilità per persone con disabilità;
- parcheggio gratuito;
- Wi-Fi;
- pagamenti digitali;
- posti interni ed esterni;
- area giochi per bambini.

Queste informazioni, pur non sostituendo un'analisi tecnica dell'accessibilità, indicano un orientamento alla fruizione allargata e alla riduzione di alcune barriere pratiche. In particolare:

- l'accessibilità dichiarata amplia il perimetro dei potenziali utenti;
- l'area giochi rende più agevole la frequentazione da parte di nuclei familiari;
- la presenza di pagamenti digitali e Wi-Fi segnala attenzione a servizi oggi rilevanti per la clientela.

Valutazione auditiva

Punto di forza **positivo**.

La disponibilità di tali servizi è documentata da fonte terza istituzionale; sarebbero tuttavia utili maggiori dettagli operativi su percorsi accessibili, servizi igienici, assenza di barriere e dotazioni per famiglie.

9.1.6. Dichiarazione di vino e olio di produzione propria

La pagina "Il Casale" del sito ufficiale afferma che l'offerta comprende **prodotti di nostra produzione: vino e olio**. Si tratta di un elemento importante perché rafforza:

- la connessione tra ristorazione e attività agricola;
- il carattere agrituristico dell'impresa;
- la possibilità di valorizzare produzioni locali direttamente all'interno dell'esperienza gastronomica;
- la differenziazione rispetto a una semplice location per eventi.

La rilevanza di questa evidenza è notevole, ma il suo livello di approfondimento risulta ancora limitato. Non sono infatti reperibili, nelle fonti consultate:

- schede tecniche dei prodotti;
- informazioni su varietà, superfici o quantità;
- indicazioni su certificazioni;
- dati sulle modalità di impiego nel menu;
- eventuale commercializzazione diretta.

Valutazione auditiva

Punto di forza **significativo ma da qualificare**.

La dichiarazione è positiva e coerente con l'identità agrituristica, ma necessita di maggiore documentazione.

9.1.7. Presenza di un sostegno PSR coerente con la diversificazione dell'attività agricola

Il footer del sito ufficiale riporta un riferimento al **PSR Campania 2014-2020 – Misura 6.4.1**, con indicazione del decreto di concessione e del CUP. La Regione Campania descrive la Misura 6.4.1 come uno strumento a sostegno degli investimenti delle aziende agricole finalizzati alla diversificazione in attività extra-agricole, alla tutela del reddito e alla valorizzazione di funzioni complementari.

Ai fini dell'audit, questo elemento è rilevante perché:

- inquadra l'attività entro un processo di diversificazione del reddito agricolo;
- collega l'evoluzione dell'impresa a una politica pubblica di sviluppo rurale;
- segnala la presenza di un investimento formalmente sostenuto;
- rafforza la leggibilità del modello agrituristico come estensione della base agricola.

Valutazione auditiva

Punto di forza **alto** sotto il profilo della coerenza con politiche di sviluppo rurale.

Mancano però informazioni pubbliche sugli interventi specificamente finanziati, sui risultati attesi e su eventuali indicatori di attuazione.

9.1.8. Reputazione digitale e riconoscimento dell'esperienza offerta

La presenza su Tripadvisor, TheFork e altri aggregatori mostra che Casale Don Alfonso è inserito in circuiti digitali di valutazione e prenotazione. Tripadvisor, in particolare, restituisce un profilo rivendicato, una valutazione media elevata, numerose recensioni e il riconoscimento **Travellers' Choice 2025**, attribuito alle attività collocate tra il 10% superiore delle esperienze recensite sulla piattaforma.

Tali elementi non costituiscono indicatori ESG, ma sono rilevanti per:

- reputazione;
- affidabilità percepita;
- continuità della relazione con il pubblico;
- capacità di generare una narrazione positiva dell'esperienza.

Valutazione auditiva

Punto di forza **positivo** sul piano reputazionale.

Da non confondere con una certificazione di sostenibilità o qualità ambientale.

9.2. Punti di attenzione

9.2.1. Sostenibilità ambientale operativa poco documentata

L'audit non ha individuato dati pubblici sistematici su:

- consumi energetici;

- fonti rinnovabili;
- consumi idrici;
- gestione dei rifiuti;
- raccolta differenziata;
- uso di stoviglie, packaging o materiali monouso;
- gestione delle eccedenze alimentari;
- manutenzione del verde con criteri ecologici;
- mobilità dei visitatori e logistica degli eventi.

Questa lacuna impedisce di formulare un giudizio prestazionale sulla sostenibilità ambientale dell'impresa.

Valutazione

Punto di attenzione **molto rilevante**.

9.2.2. Prodotti di produzione propria non descritti in modo tecnico

Vino e olio di produzione aziendale sono elementi potenzialmente molto qualificanti, ma il sito non permette di sapere:

- se siano prodotti in quantità continuativa;
- se siano serviti stabilmente;
- se siano venduti;
- quali caratteristiche varietali abbiano;
- se esistano certificazioni, menzioni o disciplinari;
- quale sia il grado di integrazione tra produzione agricola e ristorazione.

Valutazione

Punto di attenzione **medio-alto**.

La comunicazione potrebbe valorizzare molto meglio un elemento già presente.

9.2.3. Informazioni sociali interne assenti

Non risultano pubblicamente disponibili informazioni su:

- numero degli addetti;
- ruoli e competenze;
- formazione;
- sicurezza sul lavoro;
- stagionalità dell'occupazione;
- politiche di inclusione;
- welfare o conciliazione;
- ricorso a fornitori o collaboratori locali.

Valutazione

Punto di attenzione **rilevante**.

9.2.4. Auditabilità digitale migliorabile per armonizzazione dei contatti

Le pagine del sito non risultano perfettamente allineate nelle informazioni di contatto:

- in alcune sezioni compare il numero 392 222 6379;
- nel footer ricorre il numero 329 912 8911;
- pagine storiche presentano una e-mail diversa da quella oggi visibile nel sito corrente.

L'elemento non incide direttamente sulla sostenibilità, ma sulla **qualità dell'informazione pubblica** e sulla semplicità di accesso per utenti e stakeholder.

Valutazione

Punto di attenzione **operativo**.

9.2.5. Relazione con il patrimonio archeologico non trasformata in progetto visibile

La pagina "Location" richiama Trebula Balliensis come riferimento storico e identitario. L'audit non ha però rilevato iniziative concretamente documentate che integrino:

- ristorazione;
- visite culturali;
- promozione del sito archeologico;
- pacchetti esperienziali;
- collaborazione con enti locali o associazioni.

Valutazione

Punto di attenzione **strategico**.

Il patrimonio narrativo esiste; potrebbe divenire una leva più strutturata di valorizzazione territoriale.

9.3. Rischi di sovrainterpretazione

Un audit rigoroso deve distinguere con precisione tra evidenze documentate e inferenze plausibili. Nel caso di Casale Don Alfonso, i principali rischi di sovrainterpretazione riguardano i seguenti aspetti.

9.3.1. Recupero rurale e sostenibilità edilizia non sono equivalenti

Il recupero di un fienile e di una stalla costituisce una evidenza positiva di riuso del patrimonio rurale. Tuttavia, non è corretto dedurre automaticamente:

- efficienza energetica;
- riduzione misurata degli impatti;
- impiego di materiali naturali;
- certificazione edilizia;
- sostenibilità ambientale integrale delle strutture.

9.3.2. Prodotto "di nostra produzione" e filiera corta non coincidono automaticamente

La dichiarazione su vino e olio di produzione propria è molto interessante. Non consente però, da sola, di concludere che:

- l'intera cucina sia a filiera corta;
- la maggioranza delle materie prime provenga dall'azienda;
- i prodotti siano certificati;
- la ristorazione abbia un impatto ambientale ridotto.

9.3.3. Accessibilità dichiarata e accessibilità universale non coincidono integralmente

Il Comune segnala l'accesso per persone con disabilità. Ciò è positivo, ma non autorizza a dedurre:

- piena accessibilità di tutti gli spazi;
- presenza di bagni attrezzati;
- accessibilità di aree esterne e percorsi;
- servizi specifici per persone con disabilità sensoriali o cognitive.

9.3.4. Reputazione online e sostenibilità non sono sinonimi

Recensioni positive e riconoscimenti su piattaforme turistiche riflettono la qualità percepita dell'esperienza. Essi non misurano:

- impatto ambientale;
- responsabilità sociale;
- qualità del lavoro;
- governance;
- contributo economico al territorio.

9.3.5. Richiamo a *Trebula Balliensis* e progetto culturale strutturato sono concetti distinti

Il richiamo al patrimonio archeologico ha valore narrativo. Senza ulteriori evidenze, non può essere interpretato come:

- partenariato culturale;
- attività didattica;
- progetto di valorizzazione integrata;
- programma stabile di turismo culturale.

9.4. Quadro riepilogativo degli elementi distintivi

Area	Elemento distintivo	Livello di evidenza	Valutazione auditiva
Patrimonio rurale	Recupero di fienile e stalla	Alto	Molto positiva
Paesaggio	Inserimento nella campagna di Pontelatone	Alto	Positiva / Molto positiva
Multifunzionalità	Ristorazione, eventi, cerimonie, area giochi	Molto alto	Molto positiva
Socialità	Spazi per ritualità familiari e convivialità	Alto	Positiva
Accessibilità	Servizi segnalati dal Comune, inclusa disabilità	Medio-alto	Positiva
Produzioni aziendali	Vino e olio dichiarati di produzione propria	Medio-alto	Positiva ma da qualificare
Sviluppo rurale	Presenza del riferimento PSR 6.4.1	Alto	Positiva
Reputazione	Tripadvisor, Travellers' Choice 2025, piattaforme	Medio-alto	Positiva
Dati ambientali operativi	Consumi, rifiuti, acqua, energia	Basso	Non valutabile
Dati sociali interni	Addetti, sicurezza, formazione	Basso	Non valutabile

Area	Elemento distintivo	Livello di evidenza	Valutazione auditiva
Governance ESG	Policy, obiettivi, monitoraggio	Basso	Non valutabile
Comunicazione digitale	Presenza ampia ma contatti da armonizzare	Medio	Migliorabile

9.5. Giudizio sintetico del Capitolo 9

Agriturismo Casale Don Alfonso presenta un profilo di sostenibilità distintivo soprattutto per:

- recupero e riuso di patrimonio rurale;
- integrazione con il paesaggio agricolo;
- offerta agrituristica multifunzionale;
- ruolo relazionale e sociale connesso a ristorazione ed eventi;
- dichiarazione di prodotti aziendali propri;
- accessibilità e fruibilità per famiglie;
- coerenza con un percorso di diversificazione sostenuto da politiche di sviluppo rurale.

La sostenibilità dell'impresa risulta quindi **molto ben leggibile nella sua dimensione territoriale, culturale e relazionale**. La trasformazione di tale profilo in una valutazione ESG più completa richiederebbe, invece, dati quantitativi e procedure documentate su ambiente, lavoro, filiere e governance.

10. Griglia sintetica di valutazione

Il presente capitolo traduce le analisi condotte nelle Parti I e II in una griglia sintetica di valutazione, utile a:

- riassumere le evidenze;
- distinguere gli ambiti maggiormente documentati da quelli deboli;
- rendere confrontabile il caso Casale Don Alfonso con gli altri audit della medesima iniziativa;
- proporre una classificazione ragionata dell'auditabilità online dell'impresa.

La griglia non costituisce rating ESG, certificazione o giudizio di conformità normativa. Essa è uno strumento di **valutazione documentale preliminare**, fondato esclusivamente sulle fonti pubbliche disponibili.

10.1. Criteri di lettura della griglia

10.1.1. Livello di documentazione

Livello	Significato
Molto alto	Fonti numerose, coerenti, specifiche e direttamente pertinenti
Alto	Fonti solide e sufficientemente articolate
Medio	Informazioni presenti ma incomplete o frammentarie
Basso	Informazioni marginali, generiche o indirette
Non rilevato	Nessuna evidenza pubblica utilizzabile

10.1.2. Valutazione preliminare

Valutazione	Significato
Molto positiva	L'ambito costituisce un punto di forza distintivo dell'impresa
Positiva	Sono presenti evidenze favorevoli e coerenti
Parzialmente positiva	L'ambito presenta segnali apprezzabili ma non completi
Non valutabile	Le fonti non consentono un giudizio attendibile
Da rafforzare	Il tema è rilevante ma documentato in modo non adeguato

10.2. Griglia sintetica per ambiti

Ambito di valutazione	Livello di documentazione	Valutazione preliminare	Sintesi del giudizio
Identità aziendale e riconoscibilità pubblica	Alto	Positiva	L'impresa è identificabile, ha un sito e pagine tematiche, oltre a scheda istituzionale e profili su piattaforme.
Localizzazione territoriale	Alto	Molto positiva	La collocazione a Pontelatone e il riferimento alla campagna locale sono ricorrenti e coerenti.
Recupero del patrimonio rurale	Alto	Molto positiva	Il racconto del recupero di fienile e stalla è uno dei tratti più distintivi.
Integrazione paesaggistica	Medio-alto	Positiva	La struttura è comunicata come immersa nel verde e dotata di spazi panoramici; mancano dati di gestione ambientale del verde.
Multifunzionalità agrituristica	Molto alto	Molto positiva	Ristorazione, eventi, cerimonie, area giochi, sale differenziate e menù settimanali.

Ambito di valutazione	Livello di documentazione	Valutazione preliminare	Sintesi del giudizio
Ruolo sociale esterno	Alto	Positiva	L'impresa ospita occasioni di convivialità e ricorrenze, contribuendo alla socialità locale.
Accessibilità e servizi alla clientela	Medio-alto	Positiva	Il Comune segnala accesso disabili, parcheggio, Wi-Fi, pagamenti digitali e area giochi.
Produzioni agricole interne	Medio	Parzialmente positiva	Vino e olio di produzione propria sono dichiarati, ma non descritti tecnicamente.
Gastronomia e stagionalità	Medio-alto	Positiva	I menù sono presentati come ispirati a stagionalità e tradizione; mancano dettagli quantitativi o filiere.
Valorizzazione culturale del territorio	Medio-alto	Positiva	Il riferimento a Trebula Balliensis e alla memoria agricola crea profondità narrativa.
Collegamento operativo con beni culturali	Basso	Non valutabile	Non emergono iniziative strutturate o partnership documentate.
Reputazione digitale	Medio-alto	Positiva	Presenza qualificata su piattaforme e riconoscimento Tripadvisor Travellers' Choice 2025.
Diversificazione economica	Alto	Molto positiva	Pluralità di occasioni di ricavo e segmenti di domanda.
Sviluppo rurale e sostegno pubblico	Alto	Positiva	Il sito riporta PSR Campania 6.4.1 e dati formali dell'intervento.
Dati energetici	Basso	Non valutabile	Nessuna disclosure pubblica su consumi o rinnovabili.

Ambito di valutazione	Livello di documentazione	Valutazione preliminare	Sintesi del giudizio
Dati idrici	Basso	Non valutabile	Nessuna informazione sistematica su consumi o recupero acqua.
Rifiuti ed eccedenze alimentari	Basso	Non valutabile	Non documentati.
Packaging e materiali	Basso	Non valutabile	Non documentati.
Mobilità e accessibilità sostenibile	Basso	Non valutabile	Non emergono indicazioni su trasporto pubblico, navette, mobilità dolce.
Occupazione, formazione e sicurezza	Basso	Non valutabile	Assenti dati pubblici su personale e pratiche sociali interne.
Governance della sostenibilità	Basso	Non valutabile	Non rilevate policy, obiettivi o responsabili.
Trasparenza informativa digitale	Medio	Da rafforzare	Buona base di informazioni, ma recapiti e pagine storiche andrebbero armonizzati.
Auditabilità online complessiva	Medio-alto	Positiva	Audit approfondito possibile per aspetti territoriali, culturali e relazionali; limitato sugli impatti misurabili.

10.3. Lettura ragionata della griglia

10.3.1. Ambiti di massima forza

La griglia mostra una particolare solidità in cinque ambiti:

1. recupero del patrimonio rurale;
2. multifunzionalità agrituristica;
3. radicamento paesaggistico e territoriale;
4. ruolo sociale esterno connesso a eventi e convivialità;
5. diversificazione del modello economico.

Questi ambiti costituiscono il cuore del profilo di sostenibilità documentale dell'impresa. Essi dimostrano una coerenza complessiva tra:

- origine del progetto;

- struttura fisica;
- funzioni offerte;
- posizionamento commerciale;
- percezione del pubblico.

10.3.2. Ambiti positivi ma non completamente misurabili

Un secondo gruppo di aree presenta una valutazione positiva, ma richiederebbe un maggiore livello di prova:

- produzioni di vino e olio;
- stagionalità della cucina;
- accessibilità;
- riferimento culturale a Trebula Balliensis;
- reputazione digitale.

In questi casi le fonti consentono una lettura favorevole, ma non un'analisi tecnica compiuta. Ad esempio, sapere che l'azienda dichiara vino e olio propri è significativo; sapere quantitativi, metodi produttivi, utilizzo e eventuali certificazioni renderebbe l'informazione molto più robusta.

10.3.3. Ambiti non valutabili

La griglia evidenzia invece un'area di debolezza informativa concentrata sui dati ESG operativi:

- ambiente;
- lavoro;
- governance;
- filiera;
- risultati di impatto.

Questa carenza non implica automaticamente l'assenza di pratiche virtuose; significa però che, in un audit documentale, esse non possono essere riconosciute come evidenze.

10.4. Classificazione finale dell'azienda

Sulla base della griglia e dell'intera analisi, **Agriturismo Casale Don Alfonso** può essere classificato come:

Classe B - Profilo ad alta auditabilità territoriale e relazionale, con auditabilità ESG prestazionale parziale

Motivazione della classificazione

La classificazione deriva dalla presenza di:

- fonti ufficiali sufficientemente articolate;
- informazioni istituzionali utili a confermare localizzazione e servizi;
- evidenze robuste su recupero rurale, sale, eventi, menù e funzione sociale;
- elementi reputazionali esterni;
- riferimento formale al PSR 6.4.1;
- dichiarazioni significative su prodotti aziendali.

La classificazione non è di livello "A" perché l'impresa, diversamente da realtà con apparati informativi molto più strutturati, non rende oggi pubblici dati sistematici su:

- consumi;
- emissioni;
- rifiuti;
- prodotti agricoli in termini tecnici;
- personale;

- politiche sociali interne;
- indicatori e obiettivi di sostenibilità.

10.5. Profilo sintetico finale

Dimensione	Valutazione sintetica
Sostenibilità territoriale	Alta / Molto alta
Sostenibilità culturale e identitaria	Alta
Sostenibilità economico-territoriale	Alta
Sostenibilità sociale esterna	Alta
Sostenibilità ambientale qualitativa	Parzialmente valutabile
Sostenibilità ambientale prestazionale	Non valutabile
Sostenibilità sociale interna	Non valutabile
Auditabilità online complessiva	Medio-alta

10.6. Giudizio conclusivo del Capitolo 10

Casale Don Alfonso risulta un'impresa **ampiamente auditabile** dal punto di vista della sostenibilità territoriale, dell'identità rurale, della multifunzionalità e della relazione con il pubblico. La documentazione disponibile permette di sviluppare un audit critico e non meramente descrittivo, soprattutto in relazione:

- al recupero del patrimonio agricolo;
- alla capacità di rendere la struttura un luogo di esperienza;
- al ruolo delle cerimonie e della convivialità;
- alla relazione con il paesaggio di Pontelatone.

Il salto di qualità richiesto per una valutazione più avanzata riguarda la **formalizzazione delle evidenze ambientali e sociali**. Una pagina di sostenibilità o una scheda informativa dedicata, accompagnata da indicatori essenziali, consentirebbe di consolidare in modo notevole l'auditabilità online dell'impresa.

11. Gap informativi e fabbisogni di approfondimento

11.1. Premessa

L'audit documentale ha evidenziato una qualità informativa disomogenea. Casale Don Alfonso è ben descritto nella sua identità di luogo, nella relazione con il paesaggio, nella proposta gastronomica generale, nella funzione di location per eventi e nell'orientamento alla convivialità familiare. Al contrario, restano scarsamente documentati gli aspetti più propriamente misurabili della sostenibilità.

Il presente capitolo ha quindi quattro finalità:

1. individuare i dati oggi assenti o insufficienti;
2. comprendere perché tali dati sarebbero rilevanti;
3. suggerire quali informazioni rendere pubbliche;
4. predisporre una base per eventuali futuri questionari o autodiagnosi.

11.2. Gap informativi nella dimensione ambientale

11.2.1. Energia e prestazioni degli edifici

Il recupero del fienile e della stalla è un elemento molto importante, ma le fonti non descrivono:

- consumi elettrici annui;
- consumi termici;
- sistemi di riscaldamento e raffrescamento;
- efficienza degli impianti;
- isolamento;
- illuminazione LED;
- presenza di fotovoltaico o solare termico;
- sistemi di monitoraggio.

Perché il dato è rilevante

Un agriturismo con ristorante, sale eventi e cucina professionale presenta un fabbisogno energetico non marginale. Disporre di informazioni su questi aspetti permetterebbe di capire:

- quanto l'impresa sia efficiente;
- se siano stati realizzati investimenti di contenimento dei consumi;
- se il recupero architettonico si accompagna anche a una riqualificazione ambientale.

11.2.2. Acqua e gestione idrica

Non risultano informazioni pubbliche su:

- consumi idrici complessivi;
- gestione dell'acqua in cucina;
- irrigazione di aree verdi o coltivazioni;
- recupero delle acque meteoriche;
- dispositivi di risparmio idrico;
- sistemi di trattamento o gestione delle acque reflue.

Perché il dato è rilevante

L'acqua è una risorsa centrale per:

- cucina;
- servizi igienici;
- pulizia degli ambienti;
- manutenzione del verde;
- eventuali produzioni agricole.

11.2.3. Rifiuti, raccolta differenziata ed eccedenze alimentari

Le fonti non chiariscono:

- se l'azienda adotti sistemi di raccolta differenziata visibili;
- come gestisca vetro, organico, carta e plastica;
- se vi siano pratiche di riduzione dello spreco alimentare;
- se le eccedenze siano recuperate o donate;
- se siano utilizzati materiali monouso e in quale misura.

Perché il dato è rilevante

Ristorazione ed eventi possono generare flussi significativi di rifiuti. Anche una comunicazione semplice, basata su buone pratiche, aiuterebbe a rendere più trasparente l'impegno ambientale.

11.2.4. Materie prime, filiera e prodotti agricoli

Il sito dichiara vino e olio di produzione propria. Non sono però disponibili dati su:

- quantità prodotte;
- superfici coltivate;
- varietà;
- eventuali certificazioni;
- ruolo dei prodotti nella proposta gastronomica;
- percentuale di ingredienti aziendali;
- acquisti da fornitori locali.

Perché il dato è rilevante

Per un agriturismo, la relazione tra azienda agricola e ristorazione è decisiva. Una maggiore trasparenza permetterebbe di:

- valorizzare meglio l'identità agricola;
- distinguere la proposta da un'attività ristorativa generica;
- rafforzare la credibilità della filiera territoriale.

11.2.5. Packaging, materiali e servizi per asporto

Le fonti consultate non permettono di capire:

- se siano previste attività di asporto o take-away;
- quali materiali siano utilizzati per eventuali confezionamenti;
- se gli imballaggi siano riciclabili o compostabili;
- se esistano scelte di riduzione della plastica.

Perché il dato è rilevante

Anche quando non centrale, il packaging è un tema crescente nella ristorazione e nella comunicazione ambientale.

11.2.6. Mobilità degli ospiti e accesso al sito

La struttura è dotata, secondo il Comune, di parcheggio gratuito fuori strada. Non risultano invece indicazioni su:

- accessibilità con mezzi pubblici;
- collegamenti da aree vicine;
- servizi navetta per eventi;
- punti di ricarica elettrica;
- inviti alla condivisione dell'auto;
- percorsi ciclabili o pedonali.

Perché il dato è rilevante

Per le location extraurbane, la mobilità degli utenti può rappresentare una quota importante degli impatti indiretti.

11.3. Gap informativi nella dimensione sociale

11.3.1. Occupazione e struttura organizzativa

Le fonti non riportano:

- numero di addetti;
- organizzazione della cucina e della sala;
- personale dedicato agli eventi;
- presenza di lavoratori stagionali;
- incidenza dell'occupazione locale;

- figure femminili o giovanili in ruoli di responsabilità.

Perché il dato è rilevante

La sostenibilità sociale di un'impresa di ospitalità passa anche dalla qualità del lavoro generato e dalla stabilità delle competenze.

11.3.2. Formazione, sicurezza e benessere del personale

Non risultano informazioni pubbliche su:

- corsi di sicurezza;
- formazione alimentare e HACCP;
- aggiornamento professionale;
- sviluppo delle competenze;
- gestione dei turni;
- conciliazione vita-lavoro;
- eventuali misure di welfare.

Perché il dato è rilevante

Ristorazione ed eventi sono settori caratterizzati da carichi di lavoro variabili e picchi stagionali. La trasparenza su formazione e organizzazione renderebbe più robusta la valutazione sociale.

11.3.3. Accessibilità effettiva e inclusione

L'accesso per persone con disabilità è indicato dal Comune, ma restano ignoti:

- numero e tipologia di posti accessibili;
- servizi igienici;
- parcheggi riservati;
- rampe o percorsi;
- accessibilità dell'area giochi;
- supporti per persone con esigenze sensoriali o alimentari.

Perché il dato è rilevante

La qualità dell'accessibilità è sempre più centrale nell'ospitalità. Una scheda dedicata migliorerebbe il servizio e la trasparenza.

11.3.4. Relazioni con comunità, scuole e associazioni

Le fonti non documentano:

- progetti con scuole;
- giornate didattiche;
- collaborazioni con associazioni locali;
- iniziative benefiche;
- eventi culturali aperti alla comunità;
- percorsi di promozione del patrimonio locale.

Perché il dato è rilevante

L'impresa ha un'identità territoriale forte; renderne visibili le relazioni comunitarie permetterebbe di valorizzare meglio il capitale sociale eventualmente esistente.

11.4. Gap informativi nella dimensione economico-territoriale

11.4.1. Ricadute locali e forniture territoriali

Non sono disponibili dati su:

- quota di fornitori del territorio;
- utilizzo di prodotti locali oltre vino e olio;

- collaborazioni con produttori agricoli vicini;
- ricadute economiche degli eventi su servizi locali;
- eventuali partnership con fioristi, fotografi, musicisti, artigiani o operatori del comprensorio.

Perché il dato è rilevante

La sostenibilità economico-territoriale non dipende solo dalla sopravvivenza dell'impresa, ma anche dalla capacità di attivare economie di prossimità.

11.4.2. Articolazione delle linee di ricavo

La presenza di ristorazione ordinaria ed eventi è ben documentata, ma non sono disponibili informazioni su:

- incidenza percentuale dei ricavi per linea;
- stagionalità dell'attività;
- peso delle cerimonie;
- rilevanza dei prodotti agricoli;
- eventuali servizi aggiuntivi.

Perché il dato è rilevante

Questi dati aiuterebbero a comprendere la resilienza del modello e la sua dipendenza da specifici segmenti di domanda.

11.4.3. Risultati dell'investimento PSR

Il riferimento al PSR è formalmente chiaro, ma non sono documentati:

- interventi realizzati;
- data di completamento;
- benefici attesi;
- eventuale incremento della capacità ricettiva o dei servizi;
- ricadute occupazionali;
- indicatori di progetto.

Perché il dato è rilevante

La trasparenza sui risultati degli investimenti pubblici rafforza la credibilità del percorso di sviluppo rurale.

11.5. Gap informativi nella governance e nella comunicazione

11.5.1. Assenza di una policy di sostenibilità

Non emerge una pagina o un documento che definisca:

- valori ambientali;
- impegni sociali;
- obiettivi annuali;
- responsabilità interne;
- priorità di miglioramento;
- indicatori.

Perché il dato è rilevante

Anche una piccola impresa può dotarsi di una comunicazione sostenibile ordinata, senza trasformarsi in una grande organizzazione rendicontatrice.

11.5.2. Coerenza dei contatti e manutenzione dell'ecosistema digitale

L'audit ha rilevato dati di contatto non sempre uniformi. Sarebbe opportuno:

- consolidare un numero telefonico principale;

- uniformare la casella e-mail;
- aggiornare le pagine legacy;
- rendere chiari i canali di prenotazione.

Perché il dato è rilevante

La trasparenza informativa è un presupposto di accessibilità per utenti, clienti e stakeholder.

11.5.3. Certificazioni, riconoscimenti e adesioni

Non risultano visibili:

- certificazioni ambientali;
- certificazioni di qualità;
- adesioni a reti agrituristiche o protocolli di sostenibilità;
- marchi di prodotto.

Perché il dato è rilevante

Qualora tali elementi esistano, renderli pubblici migliorerebbe l'affidabilità del profilo aziendale.

11.6. Dati che l'azienda potrebbe rendere pubblici

11.6.1. Pacchetto minimo di disclosure consigliato

Area	Dato da pubblicare	Beneficio per l'auditabilità
Identità	Canali ufficiali, contatti unificati	Maggiore chiarezza
Azienda agricola	Descrizione sintetica di vino e olio	Rafforzamento del profilo agrituristico
Filiera	Quota o esempi di fornitori locali	Migliore lettura territoriale
Energia	Interventi di efficienza, eventuali rinnovabili	Prima base ambientale
Acqua	Pratiche di riduzione dei consumi	Trasparenza su risorsa critica
Rifiuti	Raccolta differenziata, riduzione monouso	Evidenza ambientale concreta
Spreco alimentare	Politiche di prevenzione o recupero	Responsabilità nella ristorazione
Lavoro	Numero addetti, formazione e sicurezza	Migliore profilo sociale
Accessibilità	Scheda dettagliata dei servizi	Inclusione più verificabile
Comunità	Eventi, collaborazioni, iniziative culturali	Valore sociale documentabile
PSR	Sintesi dell'intervento e dei risultati	Trasparenza sullo sviluppo rurale

11.6.2. Informazioni ad alta priorità

Priorità 1 – Prodotti aziendali

Specificare meglio vino e olio:

- origine;
- caratteristiche;
- impiego in cucina;
- eventuale vendita;
- eventuali riconoscimenti o certificazioni.

Priorità 2 – Ambiente operativo

Pubblicare una scheda sintetica su:

- energia;
- acqua;
- rifiuti;
- sprechi;
- packaging.

Priorità 3 – Accessibilità e famiglie

Descrivere in modo più puntuale:

- area giochi;
- servizi per bambini;
- accessibilità disabili;
- spazi esterni;
- parcheggi.

Priorità 4 – Lavoro e formazione

Rendere visibili almeno:

- consistenza indicativa del team;
- impegni sulla sicurezza;
- eventuale formazione.

Priorità 5 – Relazione con il territorio

Esplicitare:

- fornitori locali;
- collaborazioni;
- proposte connesse al patrimonio di Pontelatone.

11.7. Questionario standardizzato per una fase successiva

Per colmare i gap informativi senza trasformare l'audit in una verifica ispettiva, si propone un questionario di autocompilazione. Le risposte dovrebbero essere successivamente classificate per affidabilità come "dichiarazioni aziendali qualificate".

11.7.1. Modulo A - Ambiente e risorse

Tema	Informazione richiesta
Energia	Consumi elettrici annui; presenza di impianti rinnovabili; interventi di efficienza
Climatizzazione	Tipologia degli impianti e gestione delle temperature
Acqua	Consumi, dispositivi di risparmio, recupero acque meteoriche

Tema	Informazione richiesta
Verde	Gestione irrigua e manutenzione delle aree esterne
Rifiuti	Raccolta differenziata, stime di produzione, gestione organico
Spreco alimentare	Procedure di prevenzione, recupero o donazione
Packaging	Materiali usati per eventuale asporto o confezionamento
Pulizia	Prodotti utilizzati, eventuali criteri ecologici
Mobilità	Parcheggi, ricarica elettrica, navette, informazioni su accesso sostenibile

11.7.2. Modulo B - Produzione agricola e filiera alimentare

Tema	Informazione richiesta
Vino	Superfici, quantità, varietà, uso in ristorazione, eventuale vendita
Olio	Superfici, quantità, cultivar, uso in cucina, eventuale vendita
Altre produzioni	Orto, frutta, trasformati, conserve, erbe aromatiche
Fornitori	Percentuale indicativa di acquisti locali
Stagionalità	Criteri di costruzione dei menù
Tracciabilità	Modalità di comunicazione delle materie prime
Certificazioni	Biologico, DOP, IGP, altri marchi se presenti

11.7.3. Modulo C - Persone e comunità

Tema	Informazione richiesta
Occupazione	Numero addetti, stabili e stagionali
Residenza	Quota indicativa di lavoratori locali
Formazione	Ore o iniziative nell'ultimo anno
Sicurezza	Procedure, aggiornamenti e figure responsabili
Inclusione	Pratiche a favore della pari opportunità
Famiglie	Servizi dedicati a bambini e genitori
Accessibilità	Dotazioni e percorso accessibile
Comunità	Collaborazioni con scuole, associazioni, enti

Tema	Informazione richiesta
Solidarietà	Eventuali iniziative benefiche

11.7.4. Modulo D - Economia territoriale e governance

Tema	Informazione richiesta
Linee di attività	Ristorazione, eventi, prodotti agricoli, altri servizi
Stagionalità	Periodi di maggiore domanda
Ricadute locali	Fornitori, operatori eventi, servizi collegati
PSR	Sintesi intervento, risultati conseguiti
Obiettivi	Priorità di miglioramento nei prossimi tre anni
Responsabilità	Chi presidia i temi ambientali e sociali
Comunicazione	Disponibilità a pubblicare una scheda di sostenibilità
Rischi	Principali rischi percepiti: clima, costi, personale, accessibilità

11.8. Matrice di priorità dei gap

11.8.1. Gap prioritari

Gap	Motivazione
Energia e acqua	Essenziali per un'impresa di ristorazione ed eventi
Rifiuti e spreco alimentare	Centrali per la sostenibilità operativa
Prodotti aziendali vino e olio	Elemento identitario da valorizzare meglio
Occupazione e sicurezza	Fondamentali per la dimensione sociale interna
Coerenza dei contatti	Migliora trasparenza e accessibilità

11.8.2. Gap di secondo livello

Gap	Motivazione
Fornitori locali	Rafforza la dimensione economico-territoriale
Accessibilità dettagliata	Passaggio da dichiarazione a informazione verificabile
Relazioni con il patrimonio locale	Valorizza il richiamo a Trebula Balliensis
Packaging	Tema utile, soprattutto se presente take-away
Mobilità	Rilevante per una struttura extraurbana

11.8.3. Gap avanzati

Gap	Motivazione
Carbon footprint	Analisi evoluta non indispensabile nella prima fase
Indicatori annuali di impatto	Utili dopo una baseline iniziale
Report di sostenibilità	Strumento maturo ma impegnativo per una PMI
Obiettivi quantitativi pluriennali	Opportuni dopo raccolta dati stabile

11.9. Giudizio sintetico del Capitolo 11

I gap informativi di Casale Don Alfonso non impediscono la costruzione di un audit approfondito sul piano territoriale e identitario, ma limitano l'estensione della valutazione alla sostenibilità prestazionale.

Il miglioramento più efficace sarebbe la pubblicazione di una **scheda di sostenibilità aziendale**, agile ma ben organizzata, contenente:

- pratiche ambientali essenziali;
- filiera e prodotti aziendali;
- dati minimi sul lavoro;
- accessibilità;
- relazioni con il territorio;
- esiti dell'intervento PSR.

12. Valutazione conclusiva e raccomandazioni operative

12.1. Sintesi integrata del profilo di sostenibilità

L'audit documentale preliminare di **Agriturismo Casale Don Alfonso** restituisce il profilo di un'impresa rurale che ha costruito la propria riconoscibilità su un insieme coerente di elementi:

- riuso del patrimonio agricolo;
- paesaggio e ruralità;
- cucina e convivialità;
- funzione di location per eventi;
- servizi per famiglie;
- richiamo al patrimonio storico del territorio;
- valorizzazione, almeno dichiarata, di vino e olio aziendali.

La sostenibilità, in questo caso, emerge soprattutto come **capacità di attivare valore territoriale**: il Casale non appare come un'attività collocata casualmente in campagna, ma come una struttura che trae significato dal luogo, dalla memoria agricola e dalla trasformazione di spazi rurali in un ambiente di ospitalità.

12.2. Valutazione per macro-dimensioni

Macro-dimensione	Giudizio conclusivo	Motivazione sintetica
Territoriale	Alta / Molto alta	Recupero rurale, localizzazione, paesaggio, identità del luogo
Culturale e identitaria	Alta	Memoria agricola, Trebula Balliensis, cucina tra tradizione e creatività
Economico-territoriale	Alta	Diversificazione ristorazione-eventi, PSR, attrattività
Sociale esterna	Alta	Famiglie, cerimonie, accessibilità dichiarata, convivialità
Ambientale qualitativa	Parzialmente positiva	Recupero del costruito e prodotti aziendali sono segnali positivi
Ambientale prestazionale	Non valutabile	Mancano dati su risorse, rifiuti e sprechi
Sociale interna	Non valutabile	Mancano informazioni su persone, sicurezza e formazione
Governance di sostenibilità	Non valutabile	Assenti policy, target e indicatori

12.3. Principali evidenze positive

12.3.1. Un'impresa che valorizza il riuso anziché l'anonimato edilizio

Il Casale si differenzia perché la propria identità è connessa al recupero di manufatti agricoli preesistenti. Questo elemento:

- rafforza la memoria del paesaggio;
- sostiene una lettura territoriale dell'ospitalità;
- consente di trasformare la struttura stessa in parte del racconto aziendale.

12.3.2. Un modello di impresa multifunzionale

La compresenza di ristorazione, eventi e funzioni familiari genera:

- pluralità di target;
- maggiore resilienza della domanda;
- capacità di animare il territorio in diverse occasioni dell'anno.

12.3.3. Una socialità accessibile e orientata alla famiglia

Area giochi, sale differenziate, eventi, accessibilità dichiarata e servizi di base contribuiscono a una fruizione allargata della struttura.

12.3.4. Una base agricola dichiarata da valorizzare meglio

Il riferimento a vino e olio propri rappresenta una opportunità importante. Se meglio documentato, potrebbe diventare uno dei maggiori punti di forza dell'audit.

12.3.5. Un investimento coerente con lo sviluppo rurale

La presenza del riferimento PSR 6.4.1 colloca l'impresa in una traiettoria riconoscibile di diversificazione agricola e valorizzazione del territorio.

12.4. Principali limiti della valutazione

I limiti dell'audit sono legati soprattutto a ciò che non è disponibile online:

- assenza di dati ambientali;
- assenza di dati sociali interni;
- scarsa qualificazione dei prodotti agricoli propri;
- mancata misurazione delle ricadute territoriali;
- informazioni digitali non sempre perfettamente armonizzate.

È essenziale ribadire che tali limiti non equivalgono a giudizi negativi sulla gestione effettiva dell'impresa. Essi descrivono unicamente ciò che, **alla data del 20 maggio 2026**, è possibile o non possibile valutare attraverso le fonti pubbliche.

12.5. Raccomandazioni operative prioritarie

12.5.1. Raccomandazione 1 - Creare una pagina "Sostenibilità e territorio"

Una sezione dedicata potrebbe presentare:

- storia del recupero rurale;
- prodotti aziendali;
- filiere locali;
- ambiente;
- accessibilità;
- relazioni con la comunità;
- impegni futuri.

12.5.2. Raccomandazione 2 - Qualificare vino e olio di produzione propria

La pagina dovrebbe indicare:

- origine;
- caratteristiche;
- modalità di utilizzo in cucina;

- eventuale disponibilità alla vendita;
- fotografie o schede sintetiche;
- presenza di eventuali certificazioni.

12.5.3. Raccomandazione 3 - Pubblicare buone pratiche ambientali essenziali

Anche in assenza di un report, è utile comunicare:

- raccolta differenziata;
- riduzione dello spreco alimentare;
- interventi di risparmio energetico;
- gestione dell'acqua;
- eventuale riduzione del monouso.

12.5.4. Raccomandazione 4 - Rendere più visibile l'accessibilità

Una scheda pratica per gli ospiti potrebbe specificare:

- accesso carrabile;
- parcheggi;
- barriere architettoniche;
- bagni accessibili;
- area giochi;
- servizi per famiglie.

12.5.5. Raccomandazione 5 - Armonizzare contatti e pagine del sito

Uniformare:

- numeri di telefono;
- indirizzi e-mail;
- canali di prenotazione;
- versioni storiche e correnti delle pagine.

12.5.6. Raccomandazione 6 - Trasformare il richiamo a Trebula Balliensis in opportunità territoriale

Potrebbero essere valutate:

- collaborazioni con soggetti locali;
- menù tematici;
- pacchetti esperienziali;
- comunicazione integrata territorio-cucina;
- piccole schede divulgative per gli ospiti.

12.5.7. Raccomandazione 7 - Rendere trasparenti i risultati del progetto PSR

Una breve nota potrebbe chiarire:

- obiettivo dell'investimento;
- interventi sostenuti;
- valore per l'impresa e il territorio;
- risultati raggiunti.

12.6. Classificazione finale di auditabilità

12.6.1. Valutazione complessiva

Sulla base dell'intero audit, Casale Don Alfonso può essere classificato come:

Azienda ad alta auditabilità territoriale, relazionale e identitaria, con auditabilità ambientale e sociale prestazionale ancora parziale

Motivazione

La classificazione deriva da:

- forte leggibilità dell'identità del luogo;
- coerenza tra ruralità, recupero e ospitalità;
- molte informazioni su servizi ed eventi;
- conferme istituzionali;
- buona presenza reputazionale;
- elemento agricolo dichiarato attraverso vino e olio;
- collegamento a politiche di sviluppo rurale.

Essa resta distinta da una "auditabilità ESG piena", poiché manca un apparato pubblico di dati misurabili.

12.7. Conclusione sintetica dell'audit

Agriturismo Casale Don Alfonso è un caso significativo all'interno del territorio di Pontelatone perché combina:

- recupero del patrimonio rurale;
- produzione di esperienza gastronomica;
- apertura a famiglie, eventi e cerimonie;
- riferimento a beni culturali e memoria locale;
- dichiarazione di una base agricola propria.

L'impresa appare **molto convincente** come soggetto di sostenibilità territoriale e sociale esterna. Il suo ulteriore rafforzamento, in termini di trasparenza e credibilità, dipenderà dalla capacità di rendere pubbliche informazioni più strutturate su:

- ambiente;
- filiere;
- lavoro;
- accessibilità;
- risultati dell'investimento pubblico;
- obiettivi di miglioramento.

PARTE IV - FONTI E ALLEGATI

13. Apparato delle fonti

13.1. Criteri generali di selezione delle fonti

Il presente audit è stato costruito attraverso un corpus di fonti digitali pubblicamente accessibili, selezionate in base a:

- pertinenza rispetto all'impresa oggetto di analisi;
- riconducibilità al soggetto aziendale;
- ruolo istituzionale o qualificato della fonte;
- aggiornamento temporale;
- utilità ai fini della valutazione delle diverse dimensioni di sostenibilità.

La gerarchia metodologica adottata è la seguente:

1. **fonti ufficiali aziendali;**
2. **fonti istituzionali territoriali;**
3. **fonti pubbliche di programma e politica rurale;**
4. **piattaforme reputazionali e di prenotazione;**
5. **fonti social e comunicazione periodica,** utilizzate solo in modo integrativo.

13.2. Fonti ufficiali aziendali

13.2.1. Sito istituzionale dell'impresa

Le pagine del sito ufficiale hanno fornito informazioni su:

- posizionamento generale dell'impresa;
- rapporto tra passato agricolo e cucina contemporanea;
- recupero del fienile e della stalla;
- sale e spazi del Casale;
- proposta gastronomica;
- menù pubblicati sui social;
- prodotti aziendali: vino e olio;
- area giochi;
- contatti;
- riferimento al PSR Campania 6.4.1.

13.2.2. Pagina "Il Casale"

Ha consentito di ricostruire:

- articolazione degli spazi;
- funzione ristorativa e celebrativa;
- offerta del weekend;
- menù settimanali;
- richiamo ai prodotti aziendali;
- servizi per famiglie.

13.2.3. Pagina "Contatti"

Ha consentito di acquisire:

- canali di prenotazione;
- recapiti più recenti;
- coesistenza di più numeri e informazioni digitali da armonizzare.

13.2.4. Pagine legacy "Location" e "Prenotazioni"

Sono state utilizzate con prudenza per:

- storia del progetto;
- avvio nel 2008;
- recupero del fienile e della stalla;
- riferimento ai protagonisti storici Marisa e Ciro;
- richiamo a Trebula Balliensis;
- servizi di prenotazione per eventi e cerimonie.

13.3. Fonti istituzionali territoriali

13.3.1. Comune di Pontelatone – scheda attività

La scheda comunale è stata utilizzata per:

- conferma della localizzazione;
- identificazione dell'attività come agriturismo del territorio;
- indicazione di Via Forelle, località Casalicchio;
- servizi dichiarati: accessibilità, parcheggio, Wi-Fi, pagamenti digitali, posti interni ed esterni, area giochi.

13.3.2. Comune di Pontelatone – pagina su Trebula Balliensis

La pagina ha permesso di contestualizzare il riferimento culturale utilizzato dalla comunicazione aziendale, distinguendo tra:

- valore storico del sito nel patrimonio locale;
- utilizzo narrativo del richiamo da parte dell'impresa.

13.4. Fonti pubbliche di programma e sviluppo rurale

13.4.1. Regione Campania – PSR 2014-2020, Misura 6.4.1

La fonte regionale è stata utilizzata per interpretare il significato del riferimento riportato sul sito aziendale, chiarendo che la misura è rivolta alla diversificazione delle aziende agricole in attività complementari extra-agricole.

13.5. Piattaforme reputazionali e di prenotazione

13.5.1. Tripadvisor

È stata utilizzata per:

- verificare la presenza digitale dell'impresa;
- rilevare l'esistenza di un profilo rivendicato;
- leggere la valutazione media e il numero di recensioni visualizzati;
- registrare il riconoscimento Travellers' Choice 2025;
- individuare attributi di servizio ricorrenti.

13.5.2. TheFork

È stata utilizzata in modo integrativo per:

- confermare la presenza su un canale di prenotazione ristorativa;
- osservare alcune informazioni sintetiche di posizionamento;
- rilevare l'attenzione a un pubblico interessato alla prenotazione digitale.

13.6. Fonti social e contenuti periodici

I canali social sono stati usati esclusivamente come supporto per:

- confermare la pubblicazione periodica dei menù;
- osservare la vitalità della comunicazione;
- verificare la presenza di iniziative e ricorrenze.

Non sono stati utilizzati come base unica di affermazioni sostanziali sulla sostenibilità.

13.7. Valutazione della qualità del corpus documentale

Tipologia di fonte	Qualità	Utilità per l'audit
Sito ufficiale	Alta	Fonte primaria
Pagine legacy	Media-alta	Storia e narrativa, da trattare con prudenza
Comune di Pontelatone	Alta	Riscontro istituzionale
Regione Campania	Alta	Inquadramento PSR
Tripadvisor	Media-alta	Reputazione e servizi percepiti
TheFork	Media	Presenza commerciale
Social	Media-bassa	Continuità comunicativa

13.8. Principali limiti dell'apparato documentale

L'apparato è buono per:

- identità;
- territorio;
- ospitalità;
- servizi;
- reputazione;
- quadro di sviluppo rurale.

È insufficiente per:

- consumi e impatti ambientali;
- dati di lavoro;
- filiera alimentare;
- indicatori economici;
- risultati dell'investimento PSR;
- governance di sostenibilità.

13.9. Data di riferimento

Tutte le fonti sono state considerate con riferimento alla data di redazione del presente audit:
20 maggio 2026.

Poiché i contenuti online sono soggetti ad aggiornamenti, l'audit rappresenta una fotografia documentale valida a tale data.

13.10. Giudizio sintetico del Capitolo 13

Il corpus di fonti disponibile su Casale Don Alfonso è **sufficientemente ampio e variegato** per redigere un audit documentale articolato, soprattutto in relazione alla sostenibilità territoriale, culturale e relazionale.

La presenza di fonti ufficiali, istituzionali e reputazionali consente di evitare una lettura meramente promozionale dell'impresa. Restano però significativi gap di dati quantitativi e di disclosure ESG.

14. Allegati

Gli allegati completano l'audit trasformando l'analisi discorsiva in strumenti operativi. Essi hanno quattro funzioni:

1. ordinare in modo sistematico le evidenze raccolte;
2. rendere trasparente il passaggio dalle fonti alla valutazione;
3. facilitare un eventuale aggiornamento futuro dell'audit;
4. predisporre strumenti di interlocuzione documentale con l'impresa.

Gli allegati sono:

- **Allegato A – Scheda di rilevazione delle evidenze;**
- **Allegato B – Matrice di auditabilità online;**
- **Allegato C – Questionario standardizzato di autodiagnosi e approfondimento;**
- **Allegato D – Repertorio delle evidenze iconografiche e comunicative consultate online.**

Allegato A - Scheda di rilevazione delle evidenze

A.1. Finalità della scheda

La scheda di rilevazione delle evidenze consente di distinguere:

- informazioni documentate in modo forte;
- dichiarazioni aziendali da assumere con attribuzione;
- informazioni confermate da fonti terze;
- elementi solo parzialmente leggibili;
- dati assenti.

A.2. Legenda di affidabilità

Codice	Significato
A	Evidenza documentale forte
B	Dichiarazione aziendale qualificata
C	Fonte terza qualificata
D	Informazione debole o promozionale
E	Dato assente

A.3. Tabella delle evidenze principali

N.	Ambito	Evidenza rilevata	Fonte prevalente	Affidabilità	Utilizzo nell'audit
1	Identità	Denominazione commerciale Agriturismo Casale Don Alfonso	Sito ufficiale	A	Identificazione dell'impresa

N.	Ambito	Evidenza rilevata	Fonte prevalente	Affidabilità	Utilizzo nell'audit
2	Localizzazione	Pontelatone, Via Forelle / Località Casalicchio	Comune di Pontelatone	C	Collocazione territoriale
3	Contatti	Presenza di numero telefonico e indirizzo e-mail	Sito ufficiale	A	Accessibilità informativa
4	Comunicazione	Titolo di posizionamento "Dove i sogni diventano realtà"	Home	B	Lettura del tono comunicativo
5	Recupero rurale	Recupero di antico fienile	Pagina Location	B	Sostenibilità territoriale
6	Recupero rurale	Recupero di antica stalla	Pagina Location	B	Sostenibilità territoriale
7	Cronologia	Avvio del progetto nel 2008	Pagina Location	B	Evoluzione storica
8	Governance storica	Riferimento a Marisa e Ciro come neoproprietari nella narrazione 2023	Pagina Location	B	Ricostruzione storica prudente
9	Sale	Sala Panoramica	Pagina Il Casale	A	Multifunzionalità
10	Sale	Sala Principale	Pagina Il Casale	A	Multifunzionalità
11	Sale	Sala delle Feste e Cerimonie	Pagina Il Casale	A	Eventi e cerimonie
12	Ristorazione	Pranzi e cene nel fine settimana	Pagina Il Casale	A	Modello economico
13	Menù	Pubblicazione di menù settimanali sui social	Pagina Il Casale	A	Dinamica comunicativa
14	Cucina	Richiamo a stagionalità e tradizione	Pagina Il Casale	B	Dimensione gastronomica
15	Produzioni	Vino di produzione propria	Pagina Il Casale	B	Radicalamento agricolo
16	Produzioni	Olio di produzione propria	Pagina Il Casale	B	Radicalamento agricolo
17	Famiglie	Area giochi	Pagina Il Casale; Comune	A/C	Socialità e inclusione

N.	Ambito	Evidenza rilevata	Fonte prevalente	Affidabilità	Utilizzo nell'audit
18	Cerimonie	Feste private e cerimonie	Pagina Prenotazioni	B	Multifunzionalità
19	Cerimonie	Menù personalizzati	Pagina Prenotazioni	B	Servizi eventi
20	Cerimonie	Supporto agli allestimenti	Pagina Prenotazioni	B	Servizi eventi
21	Accessibilità	Accesso disabili	Comune di Pontelatone	C	Inclusione
22	Servizi	Parcheggio gratuito fuori strada	Comune di Pontelatone	C	Fruizione
23	Servizi	Wi-Fi	Comune di Pontelatone	C	Fruizione
24	Servizi	Pagamenti digitali	Comune di Pontelatone	C	Fruizione
25	Servizi	Posti interni ed esterni	Comune di Pontelatone	C	Caratteristiche dell'offerta
26	Patrimonio locale	Richiamo a Trebula Balliensis	Pagina Location	B	Dimensione culturale
27	Patrimonio locale	Contestualizzazione storica di Trebula	Comune di Pontelatone	C	Verifica del contesto culturale
28	PSR	Richiamo a PSR Campania 2014-2020 Misura 6.4.1	Footer sito	A	Sviluppo rurale
29	PSR	Decreto n. 2019.0163607 del 13.03.2019	Footer sito	A	Identificazione intervento
30	PSR	CUP B63F17000100007	Footer sito	A	Identificazione intervento
31	Reputazione	Profilo Tripadvisor rivendicato	Tripadvisor	C	Reputazione digitale
32	Reputazione	Valutazione media elevata e recensioni numerose	Tripadvisor	C	Reputazione digitale
33	Reputazione	Travellers' Choice 2025	Tripadvisor	C	Riconoscimento esterno
34	Reputazione	Presenza su TheFork	TheFork	C	Canale digitale

N.	Ambito	Evidenza rilevata	Fonte prevalente	Affidabilità	Utilizzo nell'audit
35	Social	Presenza Facebook e Instagram	Social ufficiali	B	Comunicazione
36	Menù	Continuità della pubblicazione di proposte gastronomiche	Social, integrativo	D/B	Vitalità comunicativa
37	Energia	Dati su consumi elettrici	Non reperiti	E	Gap informativo
38	Energia	Fonti rinnovabili	Non reperite	E	Gap informativo
39	Acqua	Dati su consumi idrici	Non reperiti	E	Gap informativo
40	Rifiuti	Politiche di raccolta differenziata	Non reperite	E	Gap informativo
41	Sprechi	Gestione eccedenze alimentari	Non reperita	E	Gap informativo
42	Packaging	Materiali utilizzati	Non reperiti	E	Gap informativo
43	Lavoro	Numero addetti	Non reperito	E	Gap informativo
44	Lavoro	Formazione del personale	Non reperita	E	Gap informativo
45	Lavoro	Sicurezza sul lavoro	Non documentata online	E	Gap informativo
46	Filiera	Percentuale fornitori locali	Non reperita	E	Gap informativo
47	Produzioni	Schede tecniche vino e olio	Non reperite	E	Gap informativo
48	Accessibilità	Dettaglio percorsi e servizi attrezzati	Non reperito	E	Gap informativo
49	Comunità	Collaborazioni con scuole o associazioni	Non reperite	E	Gap informativo
50	Governance	Policy di sostenibilità	Non reperita	E	Gap informativo
51	Governance	Obiettivi ambientali e sociali	Non reperiti	E	Gap informativo
52	Mobilità	Informazioni su trasporto sostenibile	Non reperite	E	Gap informativo

N.	Ambito	Evidenza rilevata	Fonte prevalente	Affidabilità	Utilizzo nell'audit
53	PSR	Descrizione pubblica degli interventi finanziati	Non reperita	E	Gap informativo
54	PSR	Indicatori di risultato dell'investimento	Non reperiti	E	Gap informativo
55	Cultura	Eventuali pacchetti legati a Trebula Balliensis	Non reperiti	E	Gap informativo
56	Cultura	Attività divulgative strutturate	Non reperite	E	Gap informativo

A.4. Evidenze a maggiore valore auditivo

Le evidenze più forti ai fini dell'audit sono:

1. recupero del fienile e della stalla;
2. articolazione delle sale e delle funzioni;
3. ristorazione e servizi per cerimonie;
4. area giochi e apertura alle famiglie;
5. dichiarazione di vino e olio propri;
6. dati istituzionali comunali su accessibilità e servizi;
7. riferimento al PSR 6.4.1;
8. reputazione digitale qualificata.

A.5. Evidenze da approfondire prioritariamente

Gli approfondimenti più utili riguarderebbero:

- prodotti di produzione propria;
- ambiente operativo;
- persone e lavoro;
- relazioni di filiera;
- risultati del progetto PSR;
- accessibilità dettagliata;
- eventuale valorizzazione del patrimonio storico locale.

Allegato B - Matrice di auditabilità online

B.1. Finalità della matrice

La matrice misura la possibilità di valutare l'impresa attraverso fonti pubbliche, distinguendo:

- **disponibilità delle informazioni;**
- **qualità delle evidenze;**
- **rilevanza per la sostenibilità;**
- **grado complessivo di auditabilità.**

B.2. Scala di auditabilità

Livello	Descrizione
5 - Molto alto	Fonti ampie, dettagliate e aggiornate; valutazione robusta
4 - Alto	Fonti sufficienti e coerenti; valutazione ben argomentabile
3 - Medio	Informazioni presenti ma incomplete
2 - Basso	Evidenze frammentarie o indirette
1 - Molto basso	Informazioni quasi assenti
0 - Non auditabile	Nessuna evidenza significativa

B.3. Matrice per macro-temi

Macro-tema	Disponibilità info	Qualità info	Rilevanza	Auditabilità	Nota
Identità e contatti	4	3	4	4	Buona presenza, ma contatti da armonizzare
Localizzazione	5	5	5	5	Confermata da fonti ufficiali e istituzionali
Storia del progetto	4	3	4	4	Buona narrazione, ma alcune parti sono legacy
Recupero del patrimonio rurale	4	4	5	4	Evidenza distintiva
Spazi e sale	5	5	4	5	Molto ben documentati
Ristorazione ordinaria	4	4	4	4	Weekend e menù comunicati
Cerimonie ed eventi	5	4	5	5	Area molto forte
Famiglie e bambini	4	4	4	4	Area giochi documentata
Accessibilità	3	3	5	3	Indicazione istituzionale da approfondire

Macro-tema	Disponibilità info	Qualità info	Rilevanza	Auditabilità	Nota
Prodotti aziendali	3	2	5	3	Vino e olio dichiarati, ma poco qualificati
Filiera alimentare	1	1	5	1	Quasi non auditabile
Energia	0	0	5	0	Dati assenti
Acqua	0	0	5	0	Dati assenti
Rifiuti	0	0	5	0	Dati assenti
Spreco alimentare	0	0	5	0	Dati assenti
Packaging	0	0	3	0	Dati assenti
Mobilità	1	1	3	1	Solo parcheggio
Occupazione	0	0	5	0	Dati assenti
Formazione e sicurezza	0	0	5	0	Dati assenti
Comunità e associazioni	1	1	4	1	Non documentate iniziative
Cultura e Trebula Balliensis	3	3	4	3	Valore narrativo presente
PSR e sviluppo rurale	4	4	4	4	Informazioni formali presenti
Risultati PSR	0	0	4	0	Dati assenti
Reputazione digitale	4	4	3	4	Buona documentazione esterna
Governance sostenibilità	0	0	5	0	Non rilevata
Auditabilità complessiva	4	3	5	4	Buona, ma sbilanciata su aspetti qualitativi

B.4. Matrice ragionata per dimensioni di sostenibilità

Dimensione	Elementi valutabili	Elementi non valutabili	Giudizio
Territoriale	Localizzazione, recupero rurale, paesaggio, PSR	Ricadute economiche misurate	Alta
Ambientale	Recupero del costruito come segnale qualitativo	Energia, acqua, rifiuti, emissioni	Parziale
Sociale esterna	Eventi, famiglie, accessibilità dichiarata	Impatto sociale misurato	Alta
Sociale interna	Non emergono dati sufficienti	Addetti, sicurezza, welfare, formazione	Non valutabile
Economico-territoriale	Diversificazione, eventi, ristorazione	Ricavi, indotto, forniture locali	Alta qualitativamente
Culturale	Memoria agricola, Trebula, convivialità	Partnership culturali	Alta / Media
Governance	PSR come informazione formale	Policy, obiettivi, responsabili	Non valutabile

B.5. Indicatori sintetici di auditabilità

Indicatore	Valore qualitativo
Trasparenza identitaria	Buona
Trasparenza dell'offerta	Molto buona
Trasparenza territoriale	Alta
Trasparenza ambientale	Bassa
Trasparenza sociale interna	Bassa
Trasparenza economico-territoriale	Media
Trasparenza culturale	Media-alta
Trasparenza di governance	Bassa
Aggiornabilità futura dell'audit	Alta

B.6. Azioni che aumenterebbero rapidamente l'auditabilità

Azione	Effetto atteso
Pagina "Sostenibilità e territorio"	Migliora la lettura integrata
Schede su vino e olio	Rafforza identità agricola
Pubblicazione dati minimi su energia e rifiuti	Aumenta auditabilità ambientale

Azione	Effetto atteso
Scheda accessibilità	Rende più robusta l'inclusione
Informazioni su team e sicurezza	Rafforza sostenibilità sociale
Sintesi risultati PSR	Migliora trasparenza su sviluppo rurale
Elenco collaborazioni locali	Rafforza dimensione economico-territoriale

Allegato C - Questionario standardizzato di autodiagnosi e approfondimento

C.1. Istruzioni generali

Il questionario è pensato per essere compilato dall'impresa in una fase successiva dell'audit.

Le risposte dovrebbero essere:

- sintetiche;
- accompagnate, ove possibile, da documenti o riferimenti;
- riferite all'ultimo anno disponibile;
- distinte tra dati quantitativi e dichiarazioni qualitative.

C.2. Sezione 1 - Identità, storia e governance

N.	Domanda
1	Qual è la denominazione societaria completa dell'impresa?
2	Quali sono i riferimenti di contatto ufficiali da utilizzare?
3	Qual è la data di avvio dell'attività agrituristica?
4	Il recupero di fienile e stalla è stato completato in quali fasi?
5	Esistono documenti o materiali che descrivono il progetto di recupero?
6	Chi presidia oggi la direzione strategica dell'impresa?
7	Esiste una missione aziendale formalizzata?
8	Esistono obiettivi ambientali o sociali definiti?
9	L'impresa dispone di certificazioni o attestazioni di qualità?
10	Sono presenti sistemi interni di raccolta dati su consumi, rifiuti o personale?

C.3. Sezione 2 - Struttura, spazi e accessibilità

N.	Domanda
11	Qual è la capienza delle diverse sale?
12	Quali spazi esterni sono destinati agli ospiti?
13	L'area giochi è fruibile tutto l'anno?
14	Sono disponibili servizi specifici per bambini?
15	Quali spazi sono accessibili alle persone con disabilità?
16	Sono presenti parcheggi riservati?
17	I servizi igienici sono accessibili?
18	Sono disponibili menù o servizi per esigenze alimentari specifiche?
19	Sono previste modalità di prenotazione accessibili anche a utenti non digitali?
20	Sono disponibili informazioni pratiche sull'accessibilità nel sito?

C.4. Sezione 3 - Attività di ristorazione

N.	Domanda
21	In quali giorni della settimana è attiva la ristorazione ordinaria?
22	I menù cambiano con frequenza settimanale o stagionale?
23	Quali criteri guidano la costruzione dei menù?
24	Quale peso hanno i prodotti stagionali?
25	Sono previsti piatti della tradizione locale?
26	Sono previsti percorsi gastronomici tematici?
27	Vino e olio di produzione propria sono serviti regolarmente?
28	Sono indicati nel menù?
29	Sono venduti direttamente agli ospiti?
30	Sono disponibili schede o racconti dedicati ai prodotti?

C.5. Sezione 4 - Produzione agricola

N.	Domanda
31	Quali produzioni agricole sono effettivamente presenti?

N.	Domanda
32	Quali superfici sono destinate a oliveto?
33	Quali superfici sono destinate a vigneto?
34	Quali cultivar di olivo vengono coltivate?
35	Quali vitigni vengono coltivati?
36	Qual è la quantità indicativa annua di olio prodotta?
37	Qual è la quantità indicativa annua di vino prodotta?
38	L'impresa possiede certificazioni biologiche o altre certificazioni?
39	I prodotti vengono trasformati internamente o tramite terzi?
40	Esiste un racconto di filiera pubblicato o pubblicabile?

C.6. Sezione 5 - Fornitori e filiera territoriale

N.	Domanda
41	Quale quota indicativa delle materie prime proviene dal territorio?
42	Quali prodotti vengono acquistati da aziende locali?
43	Esistono fornitori ricorrenti del comprensorio di Pontelatone o dell'Alto Casertano?
44	L'impresa comunica l'origine locale delle materie prime?
45	Sono presenti accordi stabili con produttori locali?
46	La scelta dei fornitori considera criteri ambientali o sociali?
47	Sono utilizzati prodotti DOP, IGP o PAT del territorio?
48	Sono valorizzati prodotti tipici in occasione di eventi?
49	È possibile redigere una mappa dei fornitori territoriali?
50	Esistono collaborazioni con artigiani o operatori locali per le cerimonie?

C.7. Sezione 6 - Eventi, cerimonie e ricadute

N.	Domanda
51	Quanti eventi o cerimonie vengono ospitati mediamente in un anno?
52	Quali tipologie di evento sono più frequenti?
53	Sono previsti pacchetti personalizzati?
54	Quali servizi vengono gestiti internamente?
55	Quali servizi sono affidati a partner esterni?
56	I partner esterni sono prevalentemente locali?
57	Sono ospitati eventi culturali o di promozione territoriale?
58	Sono state organizzate iniziative con enti, associazioni o scuole?
59	Il Casale promuove elementi del patrimonio storico di Pontelatone?
60	Sarebbe possibile integrare il richiamo a Trebula Balliensis in attività esperienziali?

C.8. Sezione 7 - Energia e clima

N.	Domanda
61	Qual è il consumo annuo di energia elettrica?
62	Quali combustibili vengono utilizzati?
63	Sono presenti impianti da fonti rinnovabili?
64	Sono stati realizzati interventi di efficientamento energetico?
65	Gli impianti di illuminazione sono a LED?
66	Sono presenti sistemi di controllo o programmazione dei consumi?
67	La cucina dispone di apparecchiature ad alta efficienza?
68	Sono monitorate le temperature degli ambienti in modo ottimizzato?
69	Sono previsti ulteriori investimenti in efficienza nei prossimi tre anni?
70	Sono state valutate misure di adattamento al caldo estivo negli spazi esterni?

C.9. Sezione 8 - Acqua e verde

N.	Domanda
71	Qual è il consumo idrico annuo, se monitorato?
72	Sono presenti dispositivi di riduzione dei consumi nei bagni?
73	L'irrigazione delle aree verdi è automatizzata o programmata?
74	Sono utilizzate acque meteoriche recuperate?
75	Sono presenti colture o superfici agricole irrigue?
76	Sono adottate tecniche di risparmio idrico?
77	L'impresa ha rilevato criticità legate alla siccità?
78	Sono presenti piani di manutenzione del verde?
79	Sono valorizzate specie vegetali locali o resistenti?
80	Sono previste iniziative di miglioramento del paesaggio o della biodiversità?

C.10. Sezione 9 - Rifiuti, materiali e spreco alimentare

N.	Domanda
81	È attiva la raccolta differenziata in tutte le aree operative?
82	È possibile stimare le principali tipologie di rifiuto prodotte?
83	Come viene gestito l'organico?
84	Sono adottate politiche di riduzione del vetro usa e getta?
85	Sono utilizzate stoviglie monouso?
86	Sono previsti materiali compostabili in alcune situazioni?
87	Esistono procedure per ridurre le eccedenze alimentari?
88	Le eccedenze sono donate, trasformate o non recuperabili?
89	Sono monitorati gli sprechi in cucina?
90	Sono previsti obiettivi di miglioramento?

C.11. Sezione 10 - Persone, lavoro e sicurezza

N.	Domanda
91	Quanti addetti opera stabilmente nell'impresa?
92	Quanti lavoratori stagionali o a chiamata vengono coinvolti mediamente?
93	Quali ruoli sono presenti?
94	Quale quota indicativa del personale risiede nel territorio?
95	Sono previsti percorsi di formazione annuali?
96	Sono erogate attività di formazione sulla sicurezza?
97	Sono presenti procedure di onboarding?
98	Sono adottate misure di prevenzione dello stress nei periodi di picco?
99	Sono previste politiche di pari opportunità?
100	Sono presenti iniziative di welfare o flessibilità?

C.12. Sezione 11 - Comunità e comunicazione

N.	Domanda
101	L'impresa collabora con associazioni del territorio?
102	Ha ospitato iniziative culturali o sociali aperte al pubblico?
103	Ha collaborato con scuole o enti formativi?
104	Comunica il valore del patrimonio storico locale?
105	Sarebbe disponibile a pubblicare una pagina di sostenibilità?
106	Quali temi di sostenibilità ritiene più importanti per il futuro?
107	Quali obiettivi di miglioramento considera prioritari?
108	Quali informazioni sarebbe disposta a rendere pubbliche annualmente?
109	È interessata a una scheda di autodiagnosi comparabile con altre imprese?
110	Intende rafforzare il legame tra agriturismo e promozione del territorio?

C.13. Sezione 12 - PSR e investimenti

N.	Domanda
111	Quali opere o servizi sono stati finanziati attraverso il PSR 6.4.1?
112	In quale anno sono stati completati gli interventi?
113	Quale finalità di diversificazione è stata perseguita?
114	L'investimento ha ampliato l'offerta o la capacità della struttura?
115	Ha generato nuove opportunità occupazionali?
116	Ha migliorato accessibilità o servizi?
117	Ha migliorato l'efficienza ambientale?
118	Sono disponibili fotografie o materiali descrittivi del progetto?
119	È possibile pubblicare una sintesi degli impatti del finanziamento?
120	Sono previsti nuovi investimenti collegati allo sviluppo sostenibile?

C.14. Utilizzo del questionario

Il questionario può essere utilizzato:

- integralmente, in una fase di approfondimento;
- in forma ridotta, selezionando le domande prioritarie;
- come strumento standard per confrontare aziende simili del comprensorio.

Allegato D - Repertorio delle evidenze iconografiche e comunicative consultate online

D.1. Finalità

Il repertorio iconografico non sostituisce un sopralluogo né costituisce una verifica tecnica. Esso registra tuttavia le tipologie di materiali visivi reperibili online e il loro possibile contributo all'analisi auditiva.

D.2. Categorie di immagini osservabili

Categoria	Contenuto ricorrente	Utilità nell'audit
Esterni del Casale	Facciata, ambientazione nel verde, accessi	Relazione con il paesaggio
Spazi terrazzati	Aree esterne per ristorazione o eventi	Fruizione del luogo

Categoria	Contenuto ricorrente	Utilità nell'audit
Sale interne	Sale allestite per pranzi e cerimonie	Multifunzionalità
Allestimenti	Tavoli, mise en place, decorazioni	Posizionamento eventi
Area giochi	Spazio per bambini	Inclusione familiare
Piatti e menù	Preparazioni gastronomiche	Comunicazione della cucina
Eventi	Cerimonie, ricorrenze, occasioni conviviali	Ruolo sociale esterno
Social media	Locandine, menu del weekend, ricorrenze	Vitalità comunicativa

D.3. Lettura auditiva delle evidenze visive

Le immagini disponibili online, considerate nel loro insieme, rafforzano alcune valutazioni già emerse dalle fonti testuali:

- il Casale è comunicato come struttura immersa nel paesaggio rurale;
- la componente eventi e cerimonie è centrale;
- gli ambienti interni sono parte rilevante della proposta di valore;
- la convivialità familiare è ricorrente;
- la comunicazione visiva privilegia atmosfera, accoglienza e bellezza del luogo.

D.4. Limiti dell'uso delle immagini

Le immagini:

- non consentono di verificare efficienza energetica;
- non documentano consumi;
- non provano accessibilità tecnica;
- non permettono di valutare condizioni di lavoro;
- non consentono di misurare impatti.

Esse vanno quindi utilizzate solo come supporto contestuale alla lettura dell'identità aziendale.

D.5. Mappa sintetica immagine ↔ tema di sostenibilità

Evidenza visiva	Tema collegato	Livello di rilevanza
Facciata e contesto verde	Paesaggio e recupero	Alto
Terrazza / spazi esterni	Fruizione rurale	Medio-alto
Sala cerimonie	Multifunzionalità economica	Alto
Allestimenti eventi	Servizi e socialità	Medio
Giochi per bambini	Inclusione familiare	Medio-alto
Piatti	Narrazione gastronomica	Medio
Locandine social	Continuità comunicativa	Medio
Foto di eventi	Capitale relazionale	Medio

D.6. Suggerimenti per un futuro repertorio aziendale di sostenibilità

L'azienda potrebbe predisporre immagini mirate a documentare:

- produzione di vino e olio;
- filiera delle materie prime;
- pratiche di gestione ambientale;
- accessibilità degli spazi;
- squadra di lavoro;
- recupero architettonico in chiave "prima/dopo";
- eventuali collaborazioni territoriali;
- attività con scuole o comunità.

14.1. Nota metodologica conclusiva sugli allegati

Gli allegati dimostrano che Casale Don Alfonso possiede una base documentale sufficiente per un audit strutturato, ma anche che la qualità dell'analisi potrebbe crescere sensibilmente attraverso:

- poche informazioni aggiuntive ad alto valore;
- una maggiore sistematizzazione della comunicazione;
- la pubblicazione di una scheda di sostenibilità sintetica;
- la compilazione del questionario proposto.

14.2. Chiusura degli allegati

La funzione degli allegati non è meramente descrittiva. Essi costituiscono:

- una mappa delle evidenze già disponibili;
- una guida ai dati mancanti;
- un ponte tra audit desk-based e possibile autodiagnosi futura;
- uno strumento di confrontabilità con le altre imprese analizzate nel quadro della Green Community Monte Maggiore.

Allegato E - Roadmap di rafforzamento della sostenibilità e dell'auditabilità online

E.1. Funzione della roadmap

La presente roadmap traduce le evidenze e i gap dell'audit in una sequenza ordinata di azioni potenzialmente utili per:

- rafforzare la trasparenza pubblica dell'impresa;
- valorizzare meglio elementi già presenti, come il recupero rurale e i prodotti aziendali;
- costruire una base minima di monitoraggio ambientale e sociale;
- migliorare la coerenza digitale dei canali di informazione;
- rendere più robusto un eventuale aggiornamento futuro dell'audit.

La roadmap non impone obblighi, non sostituisce una pianificazione aziendale e non presuppone l'esistenza di risorse dedicate. Essa costituisce una proposta di **miglioramento progressivo**, graduata in tre orizzonti:

1. **breve periodo** – azioni informative e organizzative attivabili con basso sforzo;
2. **medio periodo** – raccolta e pubblicazione di dati essenziali;
3. **periodo evolutivo** – iniziative più strutturate di misurazione, valorizzazione territoriale e comunicazione integrata.

E.2. Azioni di breve periodo

N.	Azione	Descrizione	Risultato atteso
1	Uniformare i contatti ufficiali	Allineare numeri, e-mail e canali di prenotazione su tutte le pagine	Maggiore chiarezza per utenti e stakeholder
2	Aggiornare le pagine legacy	Verificare la coerenza di "Location" e "Prenotazioni" con il sito corrente	Riduzione dei disallineamenti
3	Creare una breve pagina "Chi siamo oggi"	Explicitare storia del progetto e assetto comunicativo attuale	Maggiore auditabilità identitaria
4	Pubblicare una scheda su vino e olio	Descrivere origine, impiego, caratteristiche e disponibilità	Rafforzamento del profilo agrituristico
5	Descrivere meglio l'area giochi	Età indicativa, collocazione, uso stagionale, sicurezza percepibile	Migliore informazione per famiglie
6	Pubblicare una nota sull'accessibilità	Percorsi, servizi igienici, parcheggi, eventuali limitazioni	Inclusione più verificabile
7	Inserire una nota esplicita sul PSR	Sintesi dell'intervento finanziato e finalità	Trasparenza su sviluppo rurale
8	Creare un box "territorio"	Pontelatone, ruralità, Trebula Balliensis	Rafforzamento identitario

E.3. Azioni di medio periodo

N.	Azione	Descrizione	Risultato atteso
9	Raccogliere dati base sui consumi energetici	Anche solo dati annui aggregati	Prima baseline ambientale
10	Raccogliere dati base sull'acqua	Consumo annuo o indicazioni gestionali	Migliore trasparenza
11	Formalizzare buone pratiche sui rifiuti	Raccolta differenziata, organico, vetro	Evidenza operativa
12	Descrivere la gestione dello spreco alimentare	Procedure interne anche semplici	Responsabilità ristorativa
13	Mappare fornitori locali	Elenco qualitativo o percentuale indicativa	Rafforzamento economico-territoriale
14	Raccogliere dati minimi sul personale	Addetti, ruoli, formazione, sicurezza	Migliore sostenibilità sociale
15	Documentare eventi e visitatori	Numero indicativo annuo	Misurazione dell'impatto relazionale
16	Valutare una pagina "Sostenibilità e territorio"	Integrare dati e narrativa	Migliore coerenza ESG

E.4. Azioni evolutive

N.	Azione	Descrizione	Risultato atteso
17	Definire obiettivi annuali di miglioramento	Esempio: riduzione sprechi, maggiore comunicazione filiera	Passaggio da racconto a gestione
18	Sviluppare un mini-report annuale	2-4 pagine di aggiornamento	Auditabilità comparabile nel tempo
19	Integrare patrimonio culturale e ospitalità	Itinerari, partnership, storytelling territoriale	Valorizzazione di Pontelatone
20	Valutare adesioni a reti o protocolli	Agriturismo, turismo sostenibile, filiere locali	Rafforzamento reputazionale
21	Introdurre indicatori di accessibilità	Servizi, percorsi, soddisfazione utenti	Inclusione più misurabile
22	Costruire un archivio iconografico "prima/dopo"	Recupero del fienile e della stalla	Valorizzazione del patrimonio

N.	Azione	Descrizione	Risultato atteso
23	Definire una politica di acquisti locali	Criteri, esempi, obiettivi	Impatto territoriale più leggibile
24	Monitorare l'impatto degli eventi	Fornitori, presenze, ricadute	Dimensione economico-sociale misurabile

E.5. Roadmap per dimensione di sostenibilità

Dimensione	Priorità 2026	Priorità 2027	Priorità 2028
Territoriale	Pagina territorio e recupero	Rete con operatori locali	Pacchetti esperienziali integrati
Ambientale	Disclosure pratiche esistenti	Baseline consumi e rifiuti	Obiettivi quantitativi
Sociale esterna	Accessibilità e famiglie	Eventi con comunità	Indicatori di impatto
Sociale interna	Dati base su team e sicurezza	Formazione valorizzata	Politiche più strutturate
Economico-territoriale	Mappa fornitori	Stima ricadute indirette	Partnership formalizzate
Governance	Pagina sostenibilità	Mini-report annuale	Sistema interno di monitoraggio

E.6. Priorità suggerite in ordine di efficacia

1. **Scheda su vino e olio** – valorizza immediatamente il carattere agrituristico.
2. **Pagina sostenibilità e territorio** – raccoglie in modo organico contenuti oggi dispersi.
3. **Accessibilità e servizi per famiglie** – rafforza un tratto già distintivo.
4. **Dati minimi su energia, acqua, rifiuti** – colma il principale gap ambientale.
5. **Fornitori locali e personale** – rafforza la dimensione economico-sociale.
6. **Risultati PSR** – migliora trasparenza e accountability.
7. **Patrimonio culturale** – trasforma il richiamo a Trebula Balliensis in una leva più operativa.

E.7. Indicatori "leggeri" consigliati

Area	Indicatore semplice	Frequenza
Energia	kWh annui	Annuale
Acqua	m ³ annui o indicatore qualitativo	Annuale
Rifiuti	Tipologie differenziate gestite	Annuale
Sprechi	Procedura attiva sì/no	Annuale
Filiera	Numero di fornitori locali ricorrenti	Annuale

Area	Indicatore semplice	Frequenza
Lavoro	Numero addetti e ore di formazione	Annuale
Ospiti	Numero indicativo di eventi	Annuale
Comunità	Numero iniziative territoriali	Annuale
Accessibilità	Aggiornamento scheda servizi	Annuale
PSR	Stato e risultati comunicati	Una tantum + aggiornamenti

E.8. Benefici attesi della roadmap

L'adozione anche parziale delle azioni suggerite consentirebbe di:

- trasformare un profilo già forte nella narrazione territoriale in un profilo più misurabile;
- valorizzare gli elementi agricoli distintivi dell'impresa;
- aumentare la qualità della comunicazione digitale;
- facilitare futuri audit;
- migliorare la fruizione da parte di clienti, famiglie e persone con esigenze specifiche;
- dare maggiore evidenza alle ricadute di un investimento di sviluppo rurale.

Allegato F - Modello di scheda di sostenibilità pubblicabile sul sito aziendale

F.1. Premessa

Il seguente modello rappresenta un possibile schema di pagina web o documento sintetico che Casale Don Alfonso potrebbe utilizzare per comunicare in modo chiaro e ordinato il proprio profilo di sostenibilità.

Il testo va inteso come **traccia redazionale**, da adattare con dati veritieri e verificati dall'impresa.

F.2. Titolo proposto

Sostenibilità, territorio e accoglienza – Il nostro impegno al Casale Don Alfonso

F.3. Sezione 1 - Chi siamo

> Il Casale Don Alfonso nasce nel paesaggio rurale di Pontelatone, dal recupero di strutture agricole preesistenti e dalla volontà di offrire un luogo di cucina, accoglienza e convivialità. La nostra identità si fonda sul rapporto con il territorio, sul valore degli spazi recuperati e sull'attenzione alle persone che scelgono il Casale per un pranzo, una cena o un momento importante della propria vita.

F.4. Sezione 2 - Il recupero del patrimonio rurale

> La struttura è stata sviluppata valorizzando un antico fienile e una stalla, oggi trasformati in ambienti dedicati all'ospitalità. Il recupero del patrimonio rurale rappresenta per noi una scelta di continuità con la memoria agricola del luogo e un modo per rendere il paesaggio parte integrante dell'esperienza.

Dati da inserire, ove disponibili

- anno di avvio del recupero;
- principali fasi dell'intervento;
- eventuali materiali o soluzioni coerenti con il contesto;

- fotografie prima/dopo;
- eventuale rapporto con il PSR.

F.5. Sezione 3 - La cucina e i prodotti del territorio

> La nostra cucina ricerca un equilibrio tra tradizione e creatività. I menù sono costruiti valorizzando stagionalità, convivialità e identità del territorio. Tra i prodotti che raccontano la nostra storia figurano il vino e l'olio di produzione aziendale, che desideriamo rendere sempre più riconoscibili all'interno dell'esperienza gastronomica.

Dati da inserire

- origine del vino;
- origine dell'olio;
- modalità di utilizzo nel servizio;
- eventuale vendita diretta;
- eventuali fornitori locali ricorrenti;
- esempi di ingredienti territoriali.

F.6. Sezione 4 - Ambiente e risorse

> Siamo consapevoli che un'attività di ristorazione e ospitalità richiede attenzione nell'uso delle risorse. Per questo intendiamo rendere progressivamente più visibili le nostre pratiche in materia di energia, acqua, rifiuti e riduzione degli sprechi.

Dati possibili

- raccolta differenziata attiva;
- riduzione dei materiali monouso;
- attenzione allo spreco alimentare;
- eventuali impianti efficienti;
- eventuale uso di fonti rinnovabili;
- pratiche di risparmio idrico.

F.7. Sezione 5 - Famiglie, accessibilità e ospitalità

> Il Casale è pensato come luogo di accoglienza. Le sale, gli spazi esterni e l'area giochi consentono alle famiglie di vivere l'esperienza in modo sereno. Vogliamo inoltre rendere sempre più chiara l'accessibilità della struttura, offrendo informazioni pratiche e aggiornate.

Dati possibili

- area giochi;
- parcheggi;
- accesso per persone con disabilità;
- bagni accessibili, se presenti;
- spazi esterni;
- informazioni di prenotazione.

F.8. Sezione 6 - Eventi e comunità

> Ospitiamo pranzi, cene, feste private e cerimonie, contribuendo a creare occasioni di socialità e memoria condivisa. Desideriamo rafforzare il nostro legame con Pontelatone e con il patrimonio culturale del territorio.

Dati possibili

- numero indicativo di eventi ospitati;
- collaborazioni con operatori locali;
- iniziative culturali;

- eventuale legame con Trebula Balliensis;
- eventi di comunità.

F.9. Sezione 7 - Persone e lavoro

> Le persone che lavorano al Casale rappresentano una parte essenziale dell'esperienza offerta. Formazione, sicurezza e professionalità sono temi che intendiamo valorizzare nella nostra comunicazione.

Dati possibili

- numero di addetti;
- formazione svolta;
- attenzione alla sicurezza;
- eventuale occupazione locale;
- eventuali percorsi di crescita professionale.

F.10. Sezione 8 - Sviluppo rurale e progetto PSR

> Il nostro percorso di crescita si inserisce anche nel quadro degli strumenti di sviluppo rurale della Regione Campania. Il riferimento al PSR Campania 2014-2020 – Misura 6.4.1 testimonia l'impegno verso la diversificazione delle attività agricole e la valorizzazione del territorio.

Dati da inserire

- sintesi dell'intervento;
- principali risultati;
- benefici per l'offerta;
- eventuali ricadute occupazionali o di servizio.

F.11. Sezione 9 - Obiettivi futuri

> Nei prossimi anni intendiamo rafforzare la nostra capacità di raccontare e misurare il rapporto tra accoglienza, territorio e sostenibilità. Tra le priorità: maggiore trasparenza sui prodotti aziendali, comunicazione delle pratiche ambientali, valorizzazione dell'accessibilità e consolidamento delle relazioni con il contesto locale.

Possibili obiettivi

- pubblicare dati minimi annuali;
- ampliare la scheda su prodotti e filiera;
- costruire una mappa dei fornitori locali;
- comunicare iniziative sociali e culturali;
- aggiornare la pagina sostenibilità una volta l'anno.

F.12. Struttura grafica consigliata della pagina

Blocco	Contenuto
Hero iniziale	Foto del Casale e claim
1	Recupero rurale
2	Cucina e prodotti
3	Ambiente
4	Famiglie e accessibilità
5	Eventi e comunità
6	Persone

Blocco	Contenuto
7	PSR
8	Obiettivi
Footer	Contatti ufficiali aggiornati

F.13. Lessico consigliato

Il linguaggio della scheda dovrebbe:

- evitare claim assoluti non supportati;
- privilegiare verbi concreti: “adottiamo”, “monitoriamo”, “intendiamo migliorare”;
- distinguere ciò che è già attivo da ciò che è in programma;
- indicare chiaramente eventuali dati riferiti all’anno;
- mantenere il tono coerente con l’identità dell’impresa.

F.14. Formulazioni da evitare

Formulazione problematica	Perché evitarla
“Siamo completamente sostenibili”	Claim assoluto non dimostrabile
“Impatto zero”	Richiede evidenze tecniche molto solide
“100% filiera corta”	Da usare solo se dimostrabile
“Accessibilità totale”	Da specificare con dati concreti
“Prodotti tutti nostri”	Da usare solo se vero e documentato

F.15. Formulazioni più corrette

Formulazione consigliata	Vantaggio
“Valorizziamo il recupero di strutture rurali preesistenti”	Affermazione verificabile
“Comunichiamo vino e olio di produzione aziendale”	Coerente con le fonti
“Stiamo rafforzando la trasparenza sulle nostre pratiche ambientali”	Realistica
“Rendiamo disponibili informazioni pratiche sull’accessibilità”	Utile
“Desideriamo consolidare il legame con il territorio”	Prudente e coerente

Allegato G - Check-list annuale di aggiornamento dell’audit

G.1. Scopo

La check-list consente di aggiornare l’audit in modo rapido a cadenza annuale, verificando:

- se nuove informazioni siano state pubblicate;

- se i gap siano stati colmati;
- se le raccomandazioni siano state attuate;
- se il livello di auditabilità sia migliorato.

G.2. Check-list identità e sito

Verifica	Sì/No	Note
I contatti sono unificati e aggiornati?		
Le pagine legacy sono state riviste?		
È presente una pagina "Chi siamo" coerente?		
È presente una pagina "Sostenibilità e territorio"?		
Sono chiariti i canali di prenotazione?		
È aggiornata la sezione relativa al PSR?		

G.3. Check-list prodotti e filiera

Verifica	Sì/No	Note
Vino di produzione propria descritto?		
Olio di produzione propria descritto?		
Sono indicate caratteristiche o varietà?		
È chiarito se i prodotti sono venduti?		
Sono indicati fornitori locali?		
È comunicata la stagionalità del menu?		

G.4. Check-list ambiente

Verifica	Sì/No	Note
Pubblicati dati o pratiche su energia?		
Pubblicati dati o pratiche su acqua?		
Pubblicate informazioni su rifiuti?		

Verifica	Sì/No	Note
Pubblicate informazioni sullo spreco alimentare?		
Pubblicati dati su packaging o monouso?		
Descritta la gestione del verde?		

G.5. Check-list sociale e accessibilità

Verifica	Sì/No	Note
Pubblicata scheda accessibilità?		
Area giochi descritta in modo pratico?		
Servizi per famiglie comunicati?		
Numero addetti o team descritti?		
Formazione o sicurezza menzionate?		
Iniziative con comunità o scuole pubblicate?		

G.6. Check-list economico-territoriale

Verifica	Sì/No	Note
Indicati eventi annui o attività ricorrenti?		
Descritti servizi per cerimonie?		
Pubblicate partnership con operatori locali?		
Comunicate ricadute o collaborazioni territoriali?		
Evidenziato il legame con Pontelatone?		
Rafforzato il richiamo a Trebula Balliensis?		

G.7. Check-list governance

Verifica	Sì/No	Note
Esistono obiettivi annuali di miglioramento?		
È indicata una responsabilità interna sui temi sostenibili?		
Sono pubblicati indicatori minimi?		
Sono state acquisite certificazioni o adesioni?		
È stato aggiornato l'audit interno o la scheda di sostenibilità?		

G.8. Check-list reputazione digitale

Verifica	Sì/No	Note
Profili su piattaforme aggiornati?		
Dati di contatto coerenti sulle piattaforme?		
Riconoscimenti recenti comunicati correttamente?		
Foto e descrizioni coerenti con il sito?		
Risposte alle recensioni valorizzate?		

G.9. Valutazione annuale sintetica

Dimensione	Stato 2026	Stato aggiornato	Evoluzione
Territoriale	Alta		
Culturale	Alta		
Economico-territoriale	Alta		
Sociale esterna	Alta		
Ambientale qualitativa	Parziale		
Ambientale prestazionale	Non valutabile		
Sociale interna	Non valutabile		
Governance	Non valutabile		

G.10. Chiusura della check-list

La check-list annuale consente di trasformare l'audit da documento statico a base di monitoraggio evolutivo. Essa permette di verificare se:

- i dati prima assenti sono stati pubblicati;
- la comunicazione è diventata più coerente;
- le aree di forza sono state valorizzate;
- i gap si sono ridotti;
- la classificazione di auditabilità può essere aggiornata.

Allegato H - Glossario operativo essenziale per la lettura dell'audit

H.1. Premessa

Il glossario seguente raccoglie alcuni termini ricorrenti nel documento e ne chiarisce l'uso nel contesto specifico dell'audit documentale di sostenibilità di un agriturismo. Le definizioni non hanno valore normativo, ma servono a rendere più uniforme la lettura del testo e a distinguere concetti spesso utilizzati in modo generico nella comunicazione aziendale.

Termine	Definizione operativa nell'audit
Audit documentale preliminare	Analisi basata su fonti pubblicamente accessibili, senza sopralluoghi né verifica ispettiva.
Auditabilità online	Capacità dell'impresa di rendere valutabili, attraverso il web, aspetti significativi del proprio profilo.
Sostenibilità territoriale	Capacità di generare valore mantenendo un rapporto riconoscibile con paesaggio, comunità, risorse e identità locali.
Sostenibilità ambientale prestazionale	Valutazione fondata su dati misurabili, come energia, acqua, rifiuti, emissioni e materiali.
Sostenibilità ambientale qualitativa	Lettura di evidenze non quantitative, come recupero del patrimonio, attenzione al paesaggio e dichiarazioni sulle pratiche.
Sostenibilità sociale esterna	Relazione dell'impresa con clienti, famiglie, visitatori, comunità e territorio.
Sostenibilità sociale interna	Condizioni di lavoro, formazione, sicurezza, inclusione e benessere del personale.
Multifunzionalità agrituristica	Integrazione tra attività agricola, ristorazione, eventi, accoglienza e servizi complementari.
Filiera territoriale	Insieme delle relazioni di approvvigionamento e collaborazione con produttori e operatori del contesto locale.
Prodotto di produzione propria	Bene dichiarato come ottenuto direttamente o attraverso il sistema aziendale; richiede specificazione per essere auditabile.
Recupero del patrimonio rurale	Riattivazione di edifici o manufatti agricoli preesistenti con nuove funzioni compatibili.
Disclosure	Informazione resa pubblica dall'impresa in modo ordinato, verificabile e aggiornato.
Gap informativo	Dato rilevante per l'audit che non è disponibile o risulta insufficiente.
Evidenza documentale forte	Informazione specifica, chiara e rintracciabile in fonte ufficiale o tecnica.

Termine	Definizione operativa nell'audit
Dichiarazione aziendale qualificata	Informazione comunicata dall'impresa, coerente ma non supportata da dati esterni o certificazioni.
Fonte terza qualificata	Soggetto istituzionale, programma pubblico o piattaforma rilevante, utilizzato come riscontro.
Reputazione digitale	Percezione esterna rilevabile attraverso piattaforme e recensioni; non coincide con sostenibilità ESG.
Governance della sostenibilità	Modalità con cui l'impresa assegna responsabilità, definisce obiettivi e monitora risultati.
Indicatore leggero	Dato semplice da raccogliere e utile come prima base di monitoraggio.
Baseline	Primo valore di riferimento da cui misurare evoluzioni successive.
Sviluppo rurale	Politiche e investimenti volti a rafforzare economie, servizi e diversificazione nelle aree rurali.
Accessibilità	Possibilità di fruire della struttura riducendo barriere fisiche, informative e organizzative.
Valorizzazione culturale	Capacità di collegare l'attività economica a patrimonio, storia e memoria del territorio.
Greenwashing	Comunicazione ambientale non proporzionata alle evidenze disponibili; rischio da evitare con claim precisi.
Ricaduta territoriale	Effetto economico, sociale o reputazionale dell'attività sul contesto locale.

H.2. Distinzioni concettuali particolarmente importanti

Territorialità e sostenibilità non sono sinonimi.

Un'impresa può avere un forte radicamento territoriale e, al tempo stesso, non rendere pubblici dati sufficienti a valutare consumi, emissioni o rifiuti.

Recupero edilizio e prestazione ambientale sono concetti diversi.

Il riuso di edifici rurali è una evidenza positiva; la valutazione dell'efficienza energetica richiede dati tecnici ulteriori.

Reputazione e responsabilità non coincidono.

Recensioni positive e premi di piattaforma rafforzano l'immagine dell'impresa, ma non sostituiscono indicatori di sostenibilità.

Prodotti propri e filiera corta non sono automaticamente equivalenti.

La produzione di vino e olio aziendali è rilevante, ma la struttura complessiva degli approvvigionamenti richiede evidenze ulteriori.

Accessibilità dichiarata e accessibilità dettagliata non coincidono.

L'indicazione di accesso per persone con disabilità è positiva; una scheda dedicata permette di renderla più verificabile.

H.3. Utilità del glossario per futuri aggiornamenti

Il glossario può essere:

- riutilizzato negli audit successivi delle imprese del territorio;
- integrato in una griglia comune del progetto;
- utilizzato come base per questionari e momenti di accompagnamento;
- impiegato per migliorare il linguaggio delle schede di sostenibilità aziendale.

Allegato I - Scheda comparativa di auditabilità: stato attuale e stato migliorabile

I.1. Obiettivo

La scheda mette a confronto:

- lo **stato attuale** dell'auditabilità di Casale Don Alfonso;
- lo **stato potenziale** raggiungibile attraverso alcune azioni di disclosure e organizzazione dei dati.

Essa permette di visualizzare come il profilo dell'impresa potrebbe evolvere senza modificare necessariamente la sua attività, ma rendendo più accessibili e ordinate le informazioni già esistenti o facilmente raccogliibili.

I.2. Matrice comparativa

Ambito	Stato attuale	Azione migliorativa	Stato potenziale
Identità e contatti	Buono, con piccoli disallineamenti	Uniformare sito e pagine legacy	Molto buono
Storia del progetto	Presente ma distribuita	Pagina storica aggiornata	Alto
Recupero rurale	Ben raccontato	Foto e sintesi tecnica del recupero	Molto alto
Territorio e paesaggio	Ben comunicati	Box territorio + relazioni locali	Molto alto
Cucina	Posizionamento chiaro	Maggior dettaglio su criteri di menu	Alto
Vino e olio	Dichiarati	Schede dedicate	Molto alto
Filiera locale	Poco visibile	Mappa fornitori / esempi	Alto
Cerimonie	Molto ben documentate	Dati annuali e collaborazioni locali	Molto alto
Famiglie	Ben visibile	Scheda servizi bambini	Alto

Ambito	Stato attuale	Azione migliorativa	Stato potenziale
Accessibilità	Indicata da fonte istituzionale	Pagina pratica dedicata	Alto
Energia	Assente	Dati base o pratiche	Medio
Acqua	Assente	Dati base o pratiche	Medio
Rifiuti	Assenti	Procedure e azioni	Medio
Spreco alimentare	Assente	Policy semplice	Medio
Lavoro	Assente	Dati sul team e formazione	Medio
Sicurezza	Assente	Sintesi delle attenzioni adottate	Medio
PSR	Riferimento formale presente	Scheda intervento e risultati	Alto
Comunità	Poco leggibile	Iniziative o partnership pubblicate	Alto
Patrimonio culturale	Richiamo narrativo	Proposte integrate	Alto
Governance sostenibilità	Assente	Obiettivi e referente	Medio
Auditabilità complessiva	Medio-alta	Pacchetto disclosure minimo	Alta / Molto alta

1.3. Lettura della matrice

La matrice mostra che molte aree di miglioramento non richiederebbero trasformazioni profonde del modello aziendale. In diversi casi, basterebbe:

- raccogliere informazioni già interne;
- organizzarle in modo coerente;
- pubblicarle in un linguaggio preciso;
- aggiornarle con cadenza annuale.

Le aree in cui il salto di qualità sarebbe più evidente sono:

1. prodotti aziendali;
2. filiera locale;
3. ambiente operativo;
4. accessibilità;
5. persone e lavoro;
6. risultati del PSR.

1.4. Possibile evoluzione della classificazione

Scenario	Descrizione	Classe di auditabilità ipotizzabile
Stato attuale	Forte identità territoriale e relazionale, dati ESG limitati	Classe B
Disclosure minima attuata	Prodotti, contatti, accessibilità, pratiche ambientali di base	Classe B+
Disclosure strutturata	Dati ambientali e sociali minimi, PSR, filiera locale	Classe A-
Rendicontazione evoluta	Indicatori annuali e governance di sostenibilità	Classe A

1.5. Nota di cautela

La classificazione evolutiva è solo indicativa. Essa non attribuisce ex ante un giudizio di sostenibilità, ma mostra come la **qualità dell'auditabilità online** potrebbe migliorare se l'impresa rendesse disponibili informazioni più complete e omogenee.

1.6. Conclusione degli allegati integrativi

Gli Allegati H e I completano l'audit con:

- un lessico comune;
- una visione prospettica del miglioramento;
- una distinzione più chiara tra evidenze attuali e potenzialità informative.

Essi rafforzano la funzione operativa del documento, rendendolo non solo un'analisi dello stato presente, ma anche uno strumento di lavoro per future attività di accompagnamento, autodiagnosi e comunicazione della sostenibilità.