

AUDIT DOCUMENTALE PRELIMINARE DI SOSTENIBILITÀ

Agriturismo Le Fontanelle - 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; valorizzazione della cucina tipica e delle produzioni locali; relazione con paesaggio e patrimonio rurale; dimensione ambientale; dimensione sociale; 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 o verifica ispettiva, ma una analisi documentale preliminare fondata sulle informazioni disponibili online alla data di redazione.

Data di riferimento delle fonti

20 maggio 2026

Nota interpretativa sul soggetto dell'audit

La presente redazione assume come oggetto dell'audit l'Agriturismo Le Fontanelle di Pontelatone (CE), indicato in apertura della richiesta. L'ulteriore riferimento a Palmieri Domus Vinaria, presente nella formulazione finale dell'istanza, è stato trattato come refuso di copia, anche in coerenza con il contesto operativo del progetto e con la specifica azienda richiamata nel primo periodo della richiesta.

Fonti di inquadramento generale: audit Alois utilizzato come matrice strutturale; ricognizione online su Agriturismo Le Fontanelle e fonti terze qualificate.

PARTE I - INQUADRAMENTO E METODO

1. Premessa metodologica

Il presente documento costituisce un Audit documentale preliminare di sostenibilità riferito all'Agriturismo Le Fontanelle di Pontelatone (CE), realtà rurale multifunzionale che, sulla base delle informazioni pubblicamente disponibili, integra ristorazione agrituristica, valorizzazione della cucina tipica campana, produzione vitivinicola di Casavecchia, realizzazione di eventi e cerimonie, fruizione di spazi interni ed esterni e una comunicazione esplicita di alcune scelte ambientali, tra cui l'impiego di materie prime a km 0 e l'utilizzo di un impianto fotovoltaico per l'alimentazione della struttura. (Agriturismo Le Fontanelle)

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. L'attenzione non si concentra esclusivamente su indicatori ambientali in senso stretto, ma considera il ruolo dell'azienda nel mantenimento della vitalità territoriale, nella trasmissione della cultura gastronomica locale, nella promozione del Casavecchia, nella presenza di servizi inclusivi e familiari e nella capacità di trasformare un insediamento rurale in un presidio di ospitalità, ristorazione e racconto del territorio.

La scelta di sviluppare un audit approfondito su Le Fontanelle deriva dalla disponibilità di un patrimonio informativo digitale sufficientemente ricco e variegato. Il sito ufficiale aziendale presenta sezioni dedicate alla storia, alla struttura, alla cucina, alla produzione vitivinicola, ai menù per eventi, ai servizi, al territorio e ai contatti; a queste si affiancano fonti terze di natura gastronomica, turistica e giornalistica, utili a integrare la lettura del posizionamento dell'azienda e della sua partecipazione a iniziative di valorizzazione territoriale. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno; Accademia Italiana della Cucina)

L'analisi non si configura come un audit certificativo né come una verifica diretta delle performance ESG. Essa rappresenta una verifica desk-based, utile a distinguere: ciò che l'impresa documenta in modo forte; ciò che dichiara ma non rende misurabile; ciò che risulta confermato da fonti terze; ciò che rimane non valutabile in assenza di dati interni, evidenze quantitative, sopralluoghi o interlocuzione diretta con l'organizzazione.

1.1. Finalità dell'audit

La finalità generale dell'audit è valutare in che misura l'Agriturismo Le Fontanelle presenti, alla luce delle evidenze online disponibili, un profilo coerente con la sostenibilità territoriale e con i principi della Green Community Monte Maggiore. In questa prospettiva, sostenibilità significa capacità di tenere insieme qualità economica, radicamento locale, tutela del paesaggio, riduzione o attenzione agli impatti, accessibilità dei servizi, promozione delle produzioni identitarie e riconoscibilità culturale dell'offerta.

Nel caso specifico dell'azienda, l'audit mira a indagare la coerenza tra il modello imprenditoriale comunicato e alcuni temi-chiave particolarmente rilevanti per un agriturismo dell'Alto Casertano:

1. Valorizzazione della cucina contadina e dei prodotti locali, con particolare riferimento alla dichiarata attenzione alle materie prime a km 0, alla stagionalità e al rapporto con fornitori e produzioni territoriali.
2. Relazione tra ospitalità rurale, paesaggio e patrimonio costruito, considerando il riferimento all'adiacente masseria ottocentesca di famiglia, agli spazi verdi e all'inserimento nel contesto dei Monti Trebulani e del Medio Volturno.

3. Contributo alla promozione del Casavecchia e delle filiere enogastronomiche locali, attraverso la produzione di Petronilla e San Laro, la partecipazione a iniziative dedicate al vino e il ruolo dell'azienda nei festival territoriali.
4. Presenza di pratiche ambientali dichiarate, in particolare il fotovoltaico e l'orientamento a una "ristorazione green", senza sovrainterpretare tali elementi in assenza di dati quantitativi.
5. Capacità di generare valore sociale, culturale ed economico attraverso accoglienza, cerimonie, eventi, servizi per bambini, attenzione all'accessibilità e ospitalità di iniziative benefiche o di promozione collettiva.
6. Individuazione dei limiti conoscitivi che impediscono il passaggio da un audit documentale preliminare a una valutazione prestazionale completa.

L'audit non nasce quindi come descrizione celebrativa dell'azienda, ma come lettura critica e ordinata del suo profilo documentale, utile a evidenziare insieme qualità, limiti, opportunità di approfondimento e possibili traiettorie di rafforzamento della trasparenza di sostenibilità.

1.2. Perimetro dell'analisi

L'analisi riguarda il sistema di attività riconducibile all'Agriturismo Le Fontanelle per come esso emerge dalle fonti pubbliche disponibili alla data del 20 maggio 2026. Il perimetro osservato comprende: l'identità aziendale; la localizzazione territoriale; l'offerta di ristorazione agrituristica; la produzione di vino Casavecchia; le altre produzioni agricole citate online; gli spazi e i servizi della struttura; gli eventi e le cerimonie; la comunicazione ambientale; il contributo alla promozione del territorio e della cultura gastronomica locale. (Agriturismo Le Fontanelle)

L'audit prende in considerazione quattro macro-dimensioni della sostenibilità, adattate alla natura agrituristica e multifunzionale dell'impresa:

- Dimensione ambientale: gestione comunicata delle risorse, ristorazione green dichiarata, fotovoltaico, relazione con paesaggio rurale, prodotti locali, dati mancanti su consumi, rifiuti, acqua, energia e filiere.
- Dimensione sociale: accessibilità, attenzione alle famiglie, qualità dell'accoglienza, apertura al pubblico, iniziative benefiche ospitate, ruolo culturale e divulgativo della ristorazione e del vino.
- Dimensione economico-territoriale: capacità di generare valore a partire da prodotti tipici, cerimonie, eventi, vino, cucina territoriale, presenza in circuiti locali e reputazionali.
- Dimensione culturale e identitaria: cucina contadina, masseria familiare, Casavecchia, prodotti tipici, eventi enogastronomici, narrazione dei Monti Trebulani e del Medio Volturno.

Non rientrano invece nel perimetro dell'audit, se non nei limiti in cui siano espressamente documentati online: la verifica contabile o fiscale; la valutazione diretta della conformità normativa; la misurazione dei consumi energetici, idrici e delle emissioni; la verifica dei contratti di lavoro; la valutazione sanitaria o igienico-organizzativa della cucina; la certificazione di sostenibilità dell'impresa o dei prodotti.

1.3. Metodo di lavoro

L'audit è stato impostato secondo una metodologia di ricerca documentale e analisi critica delle fonti digitali, articolata in più fasi. Tale impianto riprende la struttura dell'audit predisposto per Cantine Alois, adattandola alle specificità di un agriturismo con ristorazione, produzione di vino e ospitalità per eventi. Il metodo preserva il carattere desk-based dell'indagine e mantiene costantemente distinto il piano della dichiarazione pubblica da quello della verifica tecnico-prestazionale.

Fase 1 - Identificazione delle fonti primarie

Sono state privilegiate le fonti riconducibili direttamente all'impresa: sito ufficiale, pagine "home", "struttura", "cucina", "privacy", sezioni relative alla storia, ai contatti, ai menù eventi, alla ristorazione green, alla produzione di vino e ai servizi. Tali pagine rappresentano la base primaria dell'audit, poiché consentono di ricostruire il modo in cui l'azienda descrive se stessa e la propria offerta. (Agriturismo Le Fontanelle)

Fase 2 - Ricerca di fonti integrative

Alle fonti ufficiali sono state affiancate fonti terze: schede gastronomiche e turistiche, articoli di settore, materiali relativi a manifestazioni territoriali, pagine di eventi, comunicazioni su iniziative benefiche e contenuti social dell'azienda laddove utili a documentare attività recenti. Tra le fonti più rilevanti figurano la Guida Slow del Medio Volturno, la scheda dell'Accademia Italiana della Cucina, contributi di Campania Stories, articoli di Luciano Pignataro Wine Blog e notizie locali sulla serata benefica "Un sorriso sotto le stelle". (Guida Slow Medio Volturno; Accademia Italiana della Cucina; Campania Stories; Luciano Pignataro Wine Blog; TuttoSanità)

Fase 3 - Selezione delle informazioni pertinenti

Le informazioni raccolte sono state filtrate in base alla loro utilità per l'audit di sostenibilità. Sono state considerate rilevanti le evidenze che permettono di leggere: rapporto con il territorio; ingredienti e produzioni tipiche; identità rurale; servizi di inclusione e fruibilità; impiego del fotovoltaico; produzione vitivinicola; eventi identitari; responsabilità sociale esterna; capacità di auditabilità online. Sono state invece utilizzate con cautela le informazioni meramente reputazionali, promozionali o basate su recensioni individuali.

Fase 4 - Classificazione delle evidenze

Ogni informazione è stata ricondotta a un livello di affidabilità: evidenza ufficiale, dichiarazione aziendale qualificata, fonte terza qualificata, informazione debole o promozionale, dato assente. Questa classificazione consente di evitare una lettura acritica della comunicazione e di esplicitare il grado di solidità dei giudizi formulati.

Fase 5 - Valutazione ragionata e individuazione dei gap

L'ultima fase consiste nella formulazione di un giudizio preliminare non certificativo sul profilo di sostenibilità dell'impresa e nella individuazione dei principali gap informativi. Nel caso di Le Fontanelle, la documentazione online consente una lettura molto articolata del radicamento territoriale, della cucina identitaria, della produzione di Casavecchia, della multifunzionalità e di alcune pratiche ambientali dichiarate. Restano invece fortemente carenti i dati numerici su energia, acqua, emissioni, rifiuti, occupazione, forniture e impatti economici sul territorio.

1.4. Livelli di affidabilità delle informazioni

Per garantire rigore interpretativo, l'audit adotta una scala di affidabilità delle informazioni articolata in cinque livelli. La scala è coerente con quella utilizzata nel precedente audit Alois ed è stata applicata in modo specifico alle evidenze riguardanti l'Agriturismo Le Fontanelle.

Livello	Definizione	Utilizzo nell'audit
A - Evidenza documentale forte	Informazione pubblicata in modo chiaro e specifico su fonte ufficiale aziendale o su documentazione terza qualificata e puntuale.	Utilizzabile come base solida dell'analisi.
B - Dichiarazione aziendale qualificata	Informazione proveniente dall'impresa, coerente e dettagliata, ma non accompagnata da dati verificativi esterni o indicatori quantitativi.	Utilizzabile con esplicita attribuzione alla fonte.
C - Fonte terza qualificata	Informazione riportata da enti, guide, testate o soggetti terzi riconoscibili e pertinenti.	Utilizzabile come riscontro o integrazione.
D - Informazione debole o promozionale	Contenuto generico, reputazionale, pubblicitario 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 per alcuni aspetti del caso Le Fontanelle. Ad esempio, l'impiego di un impianto fotovoltaico e la scelta di materie prime a km 0 sono dichiarati in modo chiaro sul sito ufficiale e possono essere registrati come evidenze positive; tuttavia, in assenza di potenza installata, produzione annua, quota di autoconsumo e criteri di definizione del km 0, tali elementi non possono diventare automaticamente indicatori completi di performance ambientale. (Agriturismo Le Fontanelle)

1.5. Limiti dell'audit

Il presente audit presenta limiti strutturali che devono essere esplicitati per evitare interpretazioni improprie dei risultati. Tali limiti non coincidono con valutazioni negative sull'impresa: delimitano semplicemente il campo conoscitivo di un lavoro svolto esclusivamente da remoto.

1.5.1. Assenza di verifica diretta

- Nessun sopralluogo presso la struttura, i vigneti o gli spazi esterni.
- Nessuna osservazione diretta della cucina, della cantina o delle pratiche di accoglienza.
- Nessuna verifica fisica dell'impianto fotovoltaico, dei sistemi impiantistici o dell'accessibilità.
- Nessuna raccolta di evidenze fotografiche originali.

1.5.2. Assenza di interlocuzione con l'impresa

- Non sono state realizzate interviste con titolari, gestori, chef o collaboratori.
- Non sono state effettuate richieste di chiarimento sui dati ambientali, sociali o produttivi.
- Non sono stati acquisiti documenti interni, schede tecniche, bollette, certificazioni o report gestionali.

1.5.3. Mancanza di indicatori quantitativi

Non risultano pubblicamente disponibili, in forma organica, dati su consumi energetici e idrici, quota di energia rinnovabile autoconsumata, emissioni, rifiuti, scarti alimentari, sottoprodotti agricoli e vinicoli,

quantità di materie prime locali acquistate, occupazione generata, visitatori annui, eventi ospitati e valore economico distribuito sul territorio. Questa assenza limita fortemente la possibilità di esprimere un giudizio prestazionale pienamente misurabile.

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. La presenza di espressioni quali "materie prime a km 0", "ristorazione green" o "energia del sole" deve essere letta come dichiarazione aziendale pubblica, da valutare positivamente in termini di orientamento e trasparenza narrativa, ma non come certificazione tecnica autonoma.

1.5.5. Volatilità delle fonti online

I contenuti digitali possono essere aggiornati, rimossi, ampliati o riformulati. L'audit fotografa pertanto lo stato delle informazioni disponibili alla data del 20 maggio 2026. In caso di successivi aggiornamenti del sito, della comunicazione social o della documentazione relativa a eventi e produzioni, alcune valutazioni potrebbero richiedere revisione.

2. Profilo identificativo dell'azienda

L'Agriturismo Le Fontanelle rappresenta, sulla base delle fonti disponibili, una realtà agrituristica radicata nel territorio di Pontelatone e inserita nel paesaggio rurale del Medio Volturno e dei Monti Trebulani. La proposta aziendale si fonda su una cucina tipica campana, su una narrazione esplicita della cultura contadina, sull'impiego dichiarato di materie prime locali e stagionali, sulla produzione di vino Casavecchia e sulla capacità della struttura di ospitare pranzi, cene, eventi familiari, cerimonie e iniziative collettive. (Agriturismo Le Fontanelle)

L'azienda appare particolarmente significativa in un audit documentale di sostenibilità perché presenta una combinazione di aspetti rilevanti: forte territorialità gastronomica; rapporto con un contesto rurale riconoscibile; produzioni agricole e vitivinicole proprie; servizi di accoglienza rivolti a un pubblico diversificato; elementi dichiarati di attenzione ambientale; partecipazione, documentata da fonti terze, a processi di promozione del Casavecchia e del patrimonio enogastronomico locale.

2.1. Denominazione e identità aziendale

L'azienda opera con il nome commerciale "Agriturismo Le Fontanelle". Il sito ufficiale riporta la Partita IVA 04230230619 e identifica la struttura come agriturismo in Pontelatone, produttore di vino Casavecchia e luogo dedicato alla cucina tipica campana. I recapiti telefonici comunicati sul sito sono 347 292 6204 e 347 710 5566; la pagina dedicata alla struttura riporta anche il numero 0823 659263. (Agriturismo Le Fontanelle)

La localizzazione principale indicata è Via Salomoni Acquasanta, 81040 Pontelatone (CE); fonti terze riportano la variante "via Salomoni, 14" o "Via Acquasanta Salomoni", riconducibile al medesimo contesto territoriale. Questa differenza di formulazione dell'indirizzo è stata registrata come variazione lessicale delle fonti e non come elemento di incoerenza sostanziale. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno; Accademia Italiana della Cucina)

2.1.1. Identità imprenditoriale e marchio

L'identità di Le Fontanelle si fonda su quattro componenti intrecciate: agriturismo come luogo di accoglienza rurale; ristorante come interprete della cucina tipica campana; azienda agricola e vitivinicola

come produttrice di Casavecchia e di piccole quantità di olio, mele e ciliegie; location per eventi e cerimonie. Questa pluralità di funzioni rende il marchio non riconducibile a una sola categoria commerciale, ma a un sistema di ospitalità territoriale integrata. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno)

Il posizionamento del marchio è coerentemente sintetizzato da alcuni elementi ricorrenti della comunicazione ufficiale: "cucina tipica campana", "agriturismo in Pontelatone", "produttori di vino Casavecchia", "materie prime a km 0", "tradizione e originalità". Tali formule non costituiscono prova di performance, ma descrivono con chiarezza l'architettura valoriale con cui l'azienda si presenta al pubblico. (Agriturismo Le Fontanelle)

2.1.2. Localizzazione e contesto territoriale

Il sito ufficiale colloca l'agriturismo nel cuore della valle del Medio Volturno, ai piedi dei Monti Trebulani, nel territorio comunale di Pontelatone. La struttura viene descritta come inserita in un'area rurale verde e lussureggiante, tra il Monte Maggiore e il fiume Volturno, caratterizzata da valenze agricole, paesaggistiche e turistiche. (Agriturismo Le Fontanelle)

Questa collocazione è rilevante per l'audit perché l'impresa non presenta il territorio come semplice sfondo scenografico, ma come matrice della propria proposta. La cucina, il vino, l'estetica rurale della struttura, le cerimonie e gli eventi sono comunicati come parti di un'esperienza radicata in una geografia specifica. La sostenibilità territoriale dell'azienda emerge, già a livello identificativo, dalla stretta saldatura tra luogo fisico e contenuto dell'offerta.

2.2. Settore e attività prevalenti

Le Fontanelle opera principalmente nel comparto agrituristico e della ristorazione territoriale, ma affianca a tale attività una piccola produzione vitivinicola e agricola, nonché servizi per eventi e cerimonie. In termini di modello di business, la struttura appare costruita su una multifunzionalità intenzionale: il pasto non è separato dal paesaggio; il vino non è separato dal racconto del territorio; l'evento non è separato dalla cucina tipica; l'accoglienza familiare non è separata dalla fruizione degli spazi verdi e dei servizi accessori. (Agriturismo Le Fontanelle)

2.2.1. Ristorazione agrituristica e cucina tipica

La ristorazione costituisce il cuore dell'offerta. Il sito aziendale dichiara una cucina che affonda le proprie radici nella cultura contadina locale, combinando tradizione e innovazione, primizie di stagione e materie prime a km 0. Tra i prodotti tipici richiamati figurano fagioli cerati di Alife, lardo di maiale nero casertano, torzella, olio extravergine di oliva di varietà Corniola e Caiazzana. (Agriturismo Le Fontanelle)

La Guida Slow del Medio Volturno rafforza questa lettura, segnalando che il menù dell'agriturismo riporta anche il nome del fornitore per favorire una maggiore consapevolezza e garanzia sui prodotti usati; la stessa fonte qualifica l'offerta come esclusivamente ancorata a piatti della tradizione locale, rispettosi della stagionalità. (Guida Slow Medio Volturno)

2.2.2. Produzione vitivinicola e agricola

Dai vigneti aziendali vengono prodotti due vini Casavecchia: Petronilla e San Laro. Il sito ufficiale descrive il San Laro come vino D.O.C. a produzione limitata, inferiore a mille bottiglie l'anno, con fermentazione di 10-12 giorni in tini di legno di castagno, follature manuali e affinamento da 15 a 18 mesi in piccole botti di rovere. Il Petronilla viene presentato come rosso più giovane, fruttato e immediato. (Agriturismo Le Fontanelle)

La stessa sezione aziendale segnala inoltre la produzione, in quantità limitata, di ciliegie, mele e olio extravergine di oliva. Tali informazioni non permettono di ricostruire la scala dell'azienda agricola, ma sono rilevanti perché mostrano che il modello non è esclusivamente ristorativo: esiste una componente produttiva propria, con un ruolo identitario e potenzialmente didattico nella relazione con gli ospiti.

2.2.3. Eventi, cerimonie e occasioni di relazione

La struttura propone servizi per battesimi, comunioni, matrimoni, lauree, compleanni, meeting aziendali e ulteriori tipologie di eventi. I menù per cerimonie sono esplicitamente presentati come rivolti a un pubblico che apprezza la cucina tipica e tradizionale territoriale; il sito dichiara l'esclusione di portate a base di pesce e crostacei, fatta eccezione per il baccalà, ritenuto parte della tradizione gastronomica locale. (Agriturismo Le Fontanelle)

Questa scelta contribuisce a definire un posizionamento distinto rispetto a una ristorazione da evento genericamente standardizzata. Le Fontanelle comunica l'evento come occasione per restare coerenti con la propria identità territoriale, mantenendo al centro stagionalità, tradizione e qualità dei prodotti.

2.2.4. Servizi di accoglienza, accessibilità e famiglie

Il sito ufficiale documenta alcuni servizi rilevanti sotto il profilo sociale: parcheggio custodito interno, ampia rampa di accesso alla struttura, servizi igienici specifici per ospiti con mobilità ridotta, fasciatoio, seggioloni, campo da calcio e area giochi con altalena. Tali elementi segnalano una attenzione alla fruibilità dell'esperienza da parte di famiglie e persone con esigenze diversificate. (Agriturismo Le Fontanelle)

L'audit non può verificare direttamente standard, dimensioni o piena conformità di tali dotazioni; tuttavia, la loro presenza nella comunicazione ufficiale è significativa, perché l'azienda esplicita un orientamento all'accoglienza inclusiva e alla permanenza prolungata degli ospiti, non limitata alla semplice consumazione del pasto.

2.3. Evoluzione e storia aziendale

Le fonti ufficiali collocano la nascita dell'Agriturismo Le Fontanelle nel 2002, per iniziativa dei fratelli Pasquale e Francesco Izzo. L'origine del progetto viene descritta come esito della passione per l'arte culinaria e del desiderio di favorire lo sviluppo locale attraverso la valorizzazione dei prodotti tipici del territorio. (Agriturismo Le Fontanelle)

La storia aziendale, pur non essendo documentata in modo esteso quanto quella di alcune realtà vitivinicole strutturate, è sufficientemente chiara da mettere in evidenza una continuità imprenditoriale ventennale e una progressiva articolazione dell'offerta, sviluppatasi tra ristorazione, cerimonie, produzione vinicola, presenza in eventi identitari e comunicazione digitale.

2.3.1. La fondazione del progetto agrituristico

Il 2002 rappresenta il punto di avvio del progetto. La scelta di fondare un agriturismo in un'area rurale di Pontelatone, con una proposta esplicitamente legata alla cucina del territorio, indica una precisa lettura delle potenzialità locali: cibo, paesaggio, memoria contadina e ospitalità vengono integrati in un unico format imprenditoriale.

2.3.2. Il ruolo dei fratelli Izzo

Pasquale e Francesco Izzo sono indicati dal sito come fondatori dell'agriturismo e sono richiamati anche da fonti terze quale elemento centrale dell'identità culinaria di Le Fontanelle. La Guida Slow del Medio

Volturmo attribuisce alla loro ricerca culinaria una funzione significativa nel racconto del territorio; altri contributi di settore confermano la riconoscibilità del loro lavoro nel circuito gastronomico locale. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno)

2.3.3. Evoluzione dell'offerta gastronomica ed esperienziale

Dopo oltre vent'anni di attività, l'azienda dichiara di proporre una cucina che unisce antichi sapori e sperimentazioni innovative. Questa affermazione segnala una evoluzione non meramente conservativa della tradizione: il patrimonio gastronomico viene assunto come base, ma rielaborato entro un'offerta contemporanea, capace di dialogare con il pubblico delle cerimonie, degli appassionati di cucina territoriale e dei visitatori interessati al vino Casavecchia. (Agriturismo Le Fontanelle)

2.3.4. La masseria ottocentesca e la costruzione di un ambiente identitario

La struttura attuale viene descritta come rustica e calorosa, con caratteristiche ereditate, insieme al nome, dall'adiacente masseria ottocentesca di famiglia. Gli interni sono presentati attraverso mura in pietra di tufo, foto d'epoca, soffitti in legno a vista e oggetti della cultura contadina distribuiti negli ambienti. (Agriturismo Le Fontanelle)

Questa configurazione è rilevante per la dimensione culturale dell'audit: Le Fontanelle non comunica un semplice ristorante in area rurale, ma un luogo costruito per generare continuità sensibile tra spazio, memoria e cucina. La materialità dell'ambiente è parte della proposta di valore e partecipa alla percezione di autenticità.

2.3.5. Continuità tra tradizione e innovazione

L'azienda usa frequentemente un lessico che unisce "tradizione" e "originalità", "cultura contadina" e "sperimentazioni innovative". In termini auditivi, questa dualità merita attenzione: è un tratto distintivo del posizionamento, ma non deve essere trasformato in giudizio qualitativo assoluto senza dati di confronto. Ciò che può essere affermato con sicurezza è che Le Fontanelle intende presentarsi come realtà capace di preservare la memoria gastronomica locale senza rinunciare a una reinterpretazione creativa della stessa. (Agriturismo Le Fontanelle)

2.4. Posizionamento e proposta di valore

La proposta di valore di Le Fontanelle può essere ricondotta a cinque assi principali: cucina tipica e prodotti locali; produzione di vino Casavecchia; esperienza rurale e paesaggistica; eventi coerenti con l'identità gastronomica; accoglienza familiare e fruibilità degli spazi. Questa combinazione rende il caso particolarmente interessante in ottica di sostenibilità territoriale, perché l'impresa genera attrattività a partire da risorse radicate nel luogo e difficilmente delocalizzabili.

2.4.1. Distintività fondata sulla cucina contadina e sul km 0

La cucina è il primo vettore di identità. La scelta di richiamare esplicitamente prodotti locali, stagionalità, materie prime a km 0 e piatti della tradizione conferisce all'offerta una forte caratterizzazione territoriale. Tale identità non è descritta solo dal sito aziendale, ma è ripresa anche dalla Guida Slow del Medio Volturno, che sottolinea la presenza di piatti semplici della tradizione locale e di informazioni sui fornitori riportate in menù. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno)

2.4.2. Centralità del Casavecchia e delle produzioni proprie

La produzione di Petronilla e San Laro colloca l'agriturismo entro il più ampio discorso territoriale sul Casavecchia. Il vino non è semplice complemento alla ristorazione, ma elemento identitario che rafforza

la connessione tra tavola, vigneto e cultura enologica di Pontelatone. La presenza di Le Fontanelle in eventi dedicati al Casavecchia e al Pallagrello conferma questo radicamento nel sistema locale del vino. (Agriturismo Le Fontanelle; Campania Stories; Casavecchia & Pallagrello Wine Festival 2024)

2.4.3. Eventi e cerimonie come estensione dell'identità aziendale

L'organizzazione di cerimonie e ricorrenze costituisce una linea di attività importante, ma viene incardinata nel medesimo racconto territoriale della cucina. I menù cerimonie, la scelta di escludere pesce e crostacei salvo il baccalà, l'attenzione alla stagionalità e la presenza di spazi interni ed esterni indicano una volontà di distinguersi da formule genericamente standardizzate. (Agriturismo Le Fontanelle)

2.4.4. Esperienza rurale, relax e paesaggio

Giardini, quercia, ulivi, pergolati, area relax, spazi per bambini e collocazione tra Monte Maggiore e Volturno costruiscono una promessa di esperienza lenta e immersiva. L'audit non valuta il grado effettivo di fruizione, ma riconosce che la proposta commerciale dell'azienda è fortemente legata alla qualità percepita del contesto rurale e alla permanenza dell'ospite oltre il tempo strettamente necessario alla ristorazione. (Agriturismo Le Fontanelle)

2.4.5. Reputazione e riconoscibilità

La presenza dell'agriturismo nella guida dell'Accademia Italiana della Cucina, nella Guida Slow del Medio Volturno e in contributi di settore dedicati alla cucina casertana e ai vini Casavecchia testimonia una riconoscibilità esterna significativa. Tali fonti non costituiscono indicatori di sostenibilità in senso stretto, ma contribuiscono a inquadrare la reputazione dell'azienda e la sua capacità di rappresentare il territorio in contesti selezionati. (Accademia Italiana della Cucina; Guida Slow Medio Volturno; Luciano Pignataro Wine Blog)

3. Mappatura delle fonti informative disponibili

La possibilità di redigere un audit documentale approfondito per Agriturismo Le Fontanelle dipende dalla consistenza, varietà e affidabilità delle informazioni reperibili online. Nel caso dell'azienda di Pontelatone, il patrimonio informativo disponibile risulta sufficiente per una lettura articolata del modello agrituristico, della relazione con il territorio, della cucina, del vino, degli spazi, dei servizi e di alcune pratiche ambientali dichiarate. Al tempo stesso, esso mostra limiti evidenti quando l'analisi richiede dati quantitativi o informazioni interne di gestione.

Il presente capitolo non entra ancora nel merito della valutazione di sostenibilità, che sarà sviluppata nella Parte II e nella Parte III, ma chiarisce il fondamento documentale dell'analisi e il grado di utilizzabilità delle diverse categorie di fonti.

3.1. Fonti ufficiali aziendali

Le fonti ufficiali dell'Agriturismo Le Fontanelle costituiscono il nucleo principale dell'audit. Il sito aziendale presenta un'architettura informativa relativamente essenziale, ma densa di contenuti utili, articolata in quattro grandi aree: identità e contatti; storia e posizione; struttura, servizi ed eventi; cucina, prodotti e vini. (Agriturismo Le Fontanelle)

3.1.1. Fonti anagrafiche e identificative

Il sito ufficiale fornisce i principali elementi di identificazione: nome commerciale, Partita IVA 04230230619, localizzazione a Pontelatone, numeri telefonici, presentazione della struttura come agriturismo, ristorante tipico e produttore di vino Casavecchia. Queste informazioni rappresentano evidenze di livello A per l'inquadramento del soggetto oggetto di audit. (Agriturismo Le Fontanelle)

3.1.2. Fonti relative alla storia e alla configurazione dell'impresa

La home page consente di ricostruire la nascita dell'agriturismo nel 2002 per iniziativa dei fratelli Pasquale e Francesco Izzo e descrive la vocazione originaria dell'impresa: favorire lo sviluppo locale attraverso la valorizzazione dei prodotti tipici del territorio. La pagina dedicata alla struttura completa il quadro, richiamando la masseria ottocentesca di famiglia, i caratteri rustici degli spazi e l'ambientazione rurale. (Agriturismo Le Fontanelle)

3.1.3. Fonti sulla cucina e sulle materie prime

La pagina "Cucina" è centrale per la lettura della sostenibilità territoriale. Essa descrive una proposta gastronomica fondata su cultura contadina locale, stagionalità, materie prime a km 0 e utilizzo di prodotti tipici come fagioli cerati di Alife, lardo di maiale nero casertano, torzella e oli di varietà locali. Tali contenuti sono particolarmente utili per valutare il posizionamento dell'impresa e il grado di coerenza tra ristorazione e territorio. (Agriturismo Le Fontanelle)

3.1.4. Fonti sulla produzione vitivinicola e agricola

La stessa pagina descrive i due vini Casavecchia Petronilla e San Laro, fornendo informazioni tecniche sul secondo: produzione limitata, fermentazione in tini di castagno, follature manuali, affinamento in rovere. Viene inoltre segnalata la produzione limitata di ciliegie, mele e olio extravergine di oliva. Si tratta di dati ufficiali utili a riconoscere la componente agricola e vitivinicola del modello d'impresa. (Agriturismo Le Fontanelle)

3.1.5. Fonti su eventi, servizi e inclusione

La pagina "Struttura" documenta l'offerta per cerimonie, compleanni, lauree, meeting aziendali e altri eventi, nonché la presenza di parcheggio custodito, rampa e servizi per persone con mobilità ridotta, dotazioni per bambini, sale interne ed esterni attrezzati. Queste fonti risultano rilevanti per la dimensione sociale e per l'analisi della multifunzionalità aziendale. (Agriturismo Le Fontanelle)

3.1.6. Fonti su ristorazione green e comunicazione ambientale

La sezione "Ristorazione Green" dichiara che Le Fontanelle utilizza per la cucina materie prime a km 0, provenienti per lo più dalle terre locali, e sfrutta l'energia del sole attraverso un impianto fotovoltaico esteso nella struttura dal tetto al parcheggio. Questa è una delle evidenze ambientali più importanti emerse dall'analisi, sebbene il sito non fornisca dati di potenza, produzione, autoconsumo o riduzione delle emissioni. (Agriturismo Le Fontanelle)

3.2. Fonti terze qualificate e materiali di contesto

3.2.1. Accademia Italiana della Cucina

La scheda dell'Accademia Italiana della Cucina inserisce Le Fontanelle tra i ristoranti in agriturismo di Pontelatone, riportando indirizzo, contatti, servizi, capienza indicativa, apertura, parcheggio e riferimenti a gestione e cucina. La fonte è stata utilizzata con funzione integrativa e di riscontro, tenendo conto della possibilità che alcuni dati operativi possano evolvere nel tempo. (Accademia Italiana della Cucina)

3.2.2. Guida Slow del Medio Volturno

La Guida Slow del Medio Volturno fornisce un profilo particolarmente utile per l'audit: descrive la ricerca culinaria dei fratelli Izzo, la presenza del nome dei fornitori nel menù, la centralità della tradizione locale, la stagionalità delle ricette, i vini Casavecchia Petronilla e San Laro e la produzione limitata di olio, mele e ciliegie. È stata considerata fonte terza qualificata di livello C. (Guida Slow Medio Volturno)

3.2.3. Fonti di settore e giornalistiche

Tra le fonti di settore assumono rilievo i contributi dedicati a Le Fontanelle da Luciano Pignataro Wine Blog e da altri osservatori gastronomici locali, utilizzati in modo selettivo per integrare la lettura del posizionamento enogastronomico dell'azienda. Tali fonti confermano, in particolare, il nesso tra agriturismo e produzione di Casavecchia, ma non sono state utilizzate come base esclusiva di giudizi di sostenibilità. (Luciano Pignataro Wine Blog)

3.2.4. Fonti su eventi territoriali e promozione collettiva

Campania Stories e ulteriori materiali relativi al Casavecchia Wine Festival documentano la partecipazione di Le Fontanelle a iniziative di valorizzazione dei vitigni e della gastronomia casertana. La pagina dedicata al Casavecchia & Pallagrello Wine Festival 2024 elenca l'agriturismo tra le cantine e i soggetti presenti nei punti food e degustazione dell'evento. Queste fonti sono utili per valutare il contributo dell'impresa alla reputazione collettiva del territorio. (Campania Stories; Casavecchia & Pallagrello Wine Festival 2024)

3.2.5. Fonti su iniziative sociali esterne

La notizia pubblicata nel giugno 2025 da TuttoSanità documenta una serata di beneficenza, "Un sorriso sotto le stelle", ospitata presso l'Agriturismo Le Fontanelle e finalizzata alla raccolta fondi per consentire ai minori accolti dalla Casa famiglia "Il Sorriso dei Bambini" di Bellona di trascorrere un periodo di

vacanza al mare. La fonte è utilizzata per riconoscere una evidenza puntuale di apertura dell'azienda a iniziative di solidarietà esterna. (TuttoSanità)

3.3. Social media, materiali dinamici e prudenza metodologica

I canali social aziendali, in particolare Facebook e Instagram, documentano la continuità della comunicazione, la promozione di menù stagionali, aperture straordinarie, eventi e, in alcuni contenuti del 2026, la presenza dell'Azienda Agricola Le Fontanelle a Vinitaly. Tali materiali sono stati considerati fonti utili a registrare la vivacità comunicativa e alcune iniziative recenti, ma sono stati trattati con prudenza, in quanto contenuti dinamici, promozionali e potenzialmente soggetti a rimozione o modifica. (Facebook e Instagram Agriturismo Le Fontanelle)

In termini di auditabilità online, la presenza social migliora la leggibilità dell'attività corrente, ma non sostituisce fonti ufficiali stabili o documenti strutturati. I post sono particolarmente utili per aggiornare il quadro degli eventi, mentre risultano meno adatti a sostenere valutazioni su performance ambientali, sociali o gestionali.

3.4. Valutazione della qualità del patrimonio informativo

Il patrimonio informativo disponibile su Le Fontanelle può essere giudicato buono per un audit documentale di sostenibilità territoriale e culturale. La presenza di un sito ufficiale sufficientemente articolato e di fonti terze coerenti consente di analizzare in modo robusto il posizionamento dell'azienda, il legame con cucina e vino locale, la multifunzionalità della struttura e alcune pratiche ambientali dichiarate. Restano invece carenti le informazioni numeriche e gestionali indispensabili per una valutazione ESG pienamente misurabile.

Ambito informativo	Disponibilità	Qualità delle evidenze	Utilità per l'audit
Identità e dati di base	Alta	Alta	Fondamentale
Localizzazione e contesto territoriale	Alta	Alta	Fondamentale
Storia aziendale	Media-alta	Alta	Elevata
Cucina e materie prime	Alta	Alta	Molto elevata
Produzione vitivinicola	Alta	Media-alta	Elevata
Altre produzioni agricole	Media	Media	Buona
Servizi, accessibilità, famiglie	Alta	Alta	Elevata
Eventi e cerimonie	Alta	Alta	Elevata
Pratiche ambientali dichiarate	Media	Media	Buona
Dati energetici e idrici quantitativi	Bassa assente	/	Insufficiente
Dati sociali interni	Bassa assente	/	Insufficiente

Ambito informativo	Disponibilità	Qualità delle evidenze	Utilità per l'audit
Ricadute economiche territoriali	Bassa / assente	Bassa	Insufficiente

3.4.1. Punti di forza del patrimonio informativo

- Presenza di un sito ufficiale che esplicita storia, struttura, cucina, territorio, servizi e produzione vinicola.
- Chiarezza del posizionamento territoriale: Pontelatone, Medio Volturno, Monti Trebulani, Casavecchia.
- Evidenze specifiche sulla ristorazione green dichiarata, sul fotovoltaico e sul km 0.
- Fonti terze qualificate che confermano il ruolo gastronomico e culturale dell'azienda.
- Documentazione della partecipazione a eventi identitari e dell'ospitalità di una iniziativa benefica.

3.4.2. Limiti del patrimonio informativo

- Assenza di dati quantitativi su energia, acqua, rifiuti, emissioni e quota di approvvigionamento locale.
- Mancanza di informazioni strutturate su occupazione, formazione, sicurezza e welfare.
- Limitata documentazione sulle pratiche agricole e viticole, oltre alle informazioni su vini e produzioni.
- Assenza di un documento unitario di sostenibilità o di una sezione ESG strutturata.
- Dipendenza, per alcuni aggiornamenti, da contenuti social o giornalistici dinamici.

3.5. Classificazione complessiva delle fonti disponibili

Tipologia di fonte	Esempi	Grado di affidabilità	Funzione nell'audit
Fonti ufficiali aziendali	Sito, pagine struttura, cucina, home, privacy, sezioni su servizi e territorio	Alto	Fonte primaria dell'analisi
Guide e repertori qualificati	Guida Slow Medio Volturno; Accademia Italiana della Cucina	Medio-alto	Riscontro su posizionamento, offerta e servizi
Fonti di settore	Luciano Pignataro Wine Blog; Campania Stories	Medio	Contestualizzazione e reputazione
Fonti su eventi	Casavecchia & Pallagrello Wine Festival; materiali su concorsi gastronomici	Medio	Partecipazione a reti e iniziative territoriali
Fonti sociali e solidali	TuttoSanità sulla serata benefica del 2025	Medio	Responsabilità sociale esterna puntuale
Social media aziendali	Facebook e Instagram	Medio-basso	Aggiornamento dinamico su eventi e comunicazione
Dati ESG quantitativi	Non reperiti in forma organica	Assente	Non utilizzabili per valutazioni

Tipologia di fonte	Esempi	Grado di affidabilità	Funzione nell'audit
			prestazionali complete

PARTE II - ANALISI DEL PROFILO DI SOSTENIBILITÀ

4. Modello di business e relazione con il territorio

L'analisi del modello di business di Agriturismo Le Fontanelle evidenzia una impresa rurale multifunzionale che non si limita alla somministrazione di pasti, ma costruisce la propria proposta attorno a un sistema integrato di componenti: cucina tipica campana; prodotti locali e stagionali; produzione di Casavecchia; valorizzazione di spazi rurali interni ed esterni; eventi e cerimonie; partecipazione a iniziative di promozione territoriale; alcuni elementi dichiarati di attenzione ambientale. (Agriturismo Le Fontanelle)

In questa prospettiva, il territorio non appare accessorio o meramente decorativo. Pontelatone, i Monti Trebulani, il Medio Volturno e il Casavecchia sono elementi costitutivi dell'offerta. Il luogo entra nel menù, nel vino, nell'immagine degli ambienti, nella scelta delle materie prime, nella comunicazione della "ristorazione green" e nella capacità dell'agriturismo di ospitare iniziative culturali, enogastronomiche e solidali.

Dal punto di vista dell'audit, ciò rende Le Fontanelle un caso significativo di sostenibilità territoriale: l'impresa genera valore economico e reputazionale a partire da risorse locali, e nel contempo contribuisce a rendere riconoscibile una parte dell'Alto Casertano attraverso la propria narrazione e la propria attività.

4.1. Integrazione con il contesto locale

4.1.1. L'insediamento tra Medio Volturno e Monti Trebulani

La localizzazione dell'agriturismo è descritta dal sito ufficiale con particolare enfasi: Pontelatone viene collocata nel cuore della valle del Medio Volturno, ai piedi dei Monti Trebulani, in un paesaggio agricolo e boschivo che alterna contrafforti montani, aree verdi e pianure coltivate. Le Fontanelle si presenta come struttura "centrata" in un'area rurale incastonata tra il Monte Maggiore e il fiume Volturno. (Agriturismo Le Fontanelle)

Questa rappresentazione territoriale è importante perché definisce il contesto di senso dell'impresa. Non si tratta soltanto di comunicare un'ubicazione geografica, ma di costruire una promessa esperienziale: il pasto, il vino, il giardino, la cerimonia e la permanenza negli spazi esterni sono proposti come parte di un'esperienza rurale e paesaggistica. In chiave di sostenibilità, questa impostazione favorisce una relazione non anonima tra consumo e luogo.

4.1.2. La masseria ottocentesca e la coerenza identitaria degli spazi

La struttura trae, secondo il sito aziendale, stile e nome dall'adiacente masseria ottocentesca di famiglia. Gli ambienti interni sono caratterizzati da muri in pietra di tufo, fotografie d'epoca, soffitti lignei e oggetti della cultura contadina. Gli spazi esterni sono descritti come aree verdi con giardini in fiore, alberi di quercia e ulivi, pergolati e zone relax. (Agriturismo Le Fontanelle)

Tali elementi non consentono di formulare un giudizio tecnico sul recupero architettonico o sull'efficienza energetica del costruito; tuttavia, sono pienamente rilevanti per la sostenibilità culturale e territoriale. Le Fontanelle integra nella propria offerta un'estetica del luogo che richiama il patrimonio rurale e ne fa parte attiva dell'esperienza dell'ospite.

Valutazione auditiva

L'integrazione paesaggistica e simbolica della struttura costituisce un punto di forza qualitativo. L'impresa mostra coerenza tra ambientazione, cucina e narrazione del territorio. Restano non valutabili, sulla base delle sole fonti online, l'entità di eventuali interventi di recupero, la loro sostenibilità edilizia e i dati prestazionali degli impianti.

4.1.3. Pontelatone come asse costante della comunicazione aziendale

Il nome di Pontelatone ricorre stabilmente nella comunicazione dell'impresa, non solo come indicazione di sede, ma come riferimento identitario. Le Fontanelle si definisce agriturismo in Pontelatone, produttore di vino Casavecchia, cucina tipica campana nel cuore delle terre Trebulane. La reiterazione di questi riferimenti consolida un posizionamento fortemente localizzato e rende il territorio parte integrante del marchio. (Agriturismo Le Fontanelle)

Le fonti terze rafforzano tale lettura. La Guida Slow del Medio Volturno colloca l'azienda poco distante dal centro di Pontelatone e ne evidenzia la funzione di racconto di un territorio "che ha molto da raccontare"; Campania Stories la inserisce tra i protagonisti dell'offerta gastronomica e vinicola in occasione del Casavecchia Wine Festival. (Guida Slow Medio Volturno; Campania Stories)

4.2. Filiere produttive e grado di radicamento locale

4.2.1. Cucina, stagionalità e fornitori come elementi di filiera

Le Fontanelle dichiara di impiegare materie prime a km 0, provenienti per lo più dalle terre locali, e di fondare la propria cucina su stagionalità e prodotti tipici. La Guida Slow del Medio Volturno aggiunge un elemento di particolare interesse auditivo: il menù proposto agli ospiti riporterebbe anche il nome del fornitore, per favorire maggiore consapevolezza e garanzia dei prodotti utilizzati. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno)

Questo dettaglio, sebbene non accompagnato da un elenco sistematico di fornitori pubblicato sul sito aziendale, è rilevante perché suggerisce una filiera più leggibile del consueto nella ristorazione locale. L'indicazione dei fornitori può contribuire a rendere visibile il legame tra piatto, prodotto e territorio, rafforzando la dimensione di responsabilità nella selezione delle materie prime.

Valutazione auditiva

L'orientamento alla filiera corta è documentato in forma dichiarativa dall'azienda e sostenuto da una fonte terza qualificata. Il punto di forza è evidente, ma per una valutazione più solida sarebbero necessari dati su quota effettiva di approvvigionamento locale, criteri adottati per definire il km 0 e numero di fornitori coinvolti.

4.2.2. Produzione di Casavecchia e radicamento nella geografia del vino locale

La produzione dei vini Petronilla e San Laro costituisce un asse distintivo del modello Le Fontanelle. Il sito ufficiale li identifica come vini Casavecchia ottenuti dai vigneti dell'azienda; la Guida Slow del Medio Volturno e il contributo pubblicato da Luciano Pignataro Wine Blog confermano il ruolo dei due vini nell'offerta enogastronomica dell'agriturismo. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno; Luciano Pignataro Wine Blog)

Il San Laro, in particolare, è descritto con un livello di dettaglio tecnico superiore alla media delle pagine promozionali: produzione limitata, fermentazione in tini di castagno, follature manuali e affinamento in rovere. Tali elementi non sono di per sé indicatori di sostenibilità ambientale, ma rendono più

trasparente il rapporto tra prodotto e lavorazione, oltre a collocare il vino entro un racconto artigianale e identitario.

La partecipazione dell'azienda a festival e iniziative dedicate al Casavecchia e al Pallagrello mostra inoltre che la produzione vinicola non resta confinata alla ristorazione interna, ma entra in una dinamica di promozione collettiva del territorio vitivinicolo di Pontelatone. (Campania Stories; Casavecchia & Pallagrello Wine Festival 2024)

4.2.3. Altre produzioni agricole e multifunzionalità produttiva

L'azienda dichiara di produrre in quantità limitata anche ciliegie, mele e olio extravergine di oliva. Tali informazioni sono concise e non accompagnate da dati su superfici, metodi agronomici o utilizzo interno dei prodotti, ma risultano rilevanti perché confermano una dimensione agricola non riducibile alla sola vigna. (Agriturismo Le Fontanelle)

In un audit di sostenibilità territoriale, la presenza di più produzioni può essere interpretata come fattore potenzialmente positivo in termini di varietà agricola, integrazione con la cucina e capacità di mantenere un uso produttivo del suolo. Tuttavia, la mancanza di dati quantitativi impedisce di formulare giudizi sulle ricadute ambientali o economiche di tali colture.

4.2.4. Rapporto diretto con l'ospite e integrazione tra filiera e consumo

Le Fontanelle opera in un ambito in cui la relazione con l'ospite è immediata: il prodotto locale viene non solo venduto, ma cucinato e consumato nello stesso contesto esperienziale in cui il territorio viene raccontato. Questa vicinanza tra filiera, piatto, vino e paesaggio costituisce un elemento qualificante della proposta agrituristica. L'ospite non acquista un bene decontestualizzato, ma partecipa a una esperienza che mette in continuità consumo e origine.

Questa struttura relazionale può rafforzare la trasmissione di conoscenze sui prodotti locali, aumentare la percezione del valore delle filiere territoriali e contribuire a una cultura alimentare più consapevole. L'audit registra il potenziale di tale modello, pur non disponendo di dati su numero di visitatori, tasso di fidelizzazione o impatti educativi concreti.

4.3. Valorizzazione delle produzioni tipiche

4.3.1. Cucina campana, memoria contadina e stagionalità

La valorizzazione della cucina tipica è il tratto più evidente della proposta Le Fontanelle. Il sito ufficiale insiste su una cucina che affonda le radici nella cultura contadina locale, mentre la Guida Slow del Medio Volturno richiama piatti quali gnocchi zucca e salsiccia, pappardelle al vino Casavecchia al sugo di maiale nero casertano, Zuppa delle Fontanelle con Cipolla d'Alife e risotto con porcini e castagne. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno)

La cultura gastronomica non viene presentata come repertorio immobile, ma come base di una proposta contemporanea. La stessa azienda dichiara di intrecciare "antichi sapori" e "innovative sperimentazioni", indicando una volontà di conservare senza musealizzare. In termini di sostenibilità culturale, questa postura è rilevante perché consente alla tradizione di restare viva e produttiva.

4.3.2. Il Casavecchia come produzione simbolica e leva di territorialità

Il vino Casavecchia rappresenta un pilastro del posizionamento aziendale. Le Fontanelle lo integra sia nella produzione vinicola sia nella costruzione dei menù, come mostra la presenza di pappardelle al vino Casavecchia e la promozione di eventi quali "Casavecchia e Castagne". Il vino è quindi al tempo stesso

prodotto, ingrediente narrativo e simbolo di appartenenza territoriale. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno; materiale menu "Casavecchia e Castagne" 2023)

La partecipazione ai festival dedicati al Casavecchia e al Pallagrello rafforza questa funzione. L'impresa non appare isolata nella propria comunicazione, ma inserita in un ecosistema locale che vede produttori, ristoratori, enti e associazioni concorrere alla valorizzazione di un patrimonio enogastronomico comune. (Campania Stories; Casavecchia & Pallagrello Wine Festival 2024)

4.3.3. Prodotti identitari e ingredienti del territorio

Tra i prodotti richiamati dal sito e dalle fonti terze figurano maiale nero casertano, Cipolla d'Alife, torzella, oli di varietà locali, castagne, porcini, ricotta di bufala, farine selezionate e ulteriori componenti della gastronomia dell'Alto Casertano. L'elenco non va interpretato come inventario esaustivo dell'approvvigionamento aziendale, ma come indicatore della volontà di costruire una cucina territorialmente leggibile. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno; Campania Stories)

In chiave economico-territoriale, la visibilità di tali ingredienti contribuisce a valorizzare microfilieri e produzioni che rischierebbero di restare marginali nei circuiti alimentari standardizzati. In chiave culturale, tali prodotti consentono di tradurre il territorio in esperienza concreta per l'ospite.

4.3.4. Eventi gastronomici come pratica di trasmissione

Le Fontanelle risulta associata, attraverso fonti pubbliche, a iniziative quali "I Piatti tipici del Medio Volturno", appuntamenti tematici su Casavecchia e castagne, eventi stagionali e manifestazioni pubbliche dedicate alla gastronomia locale. Nel 2017, Campania Stories documentava la presenza dell'agriturismo nell'Area Food del Casavecchia Wine Festival con piatti costruiti su maiale nero casertano, Casavecchia e Cipolla d'Alife. (Campania Stories; materiali su "Piatti tipici del Medio Volturno")

Questi eventi svolgono una funzione di trasmissione culturale: rendono visibili filiere, ricette e abbinamenti; favoriscono la collaborazione tra soggetti locali; creano occasioni di apprendimento informale; associano il cibo a un racconto di territorio. L'audit riconosce questo contributo, pur non potendo misurare numero di partecipanti o impatti economici generati.

4.4. Multifunzionalità dell'impresa

4.4.1. Dal ristorante agrituristico alla piattaforma di esperienza territoriale

Il modello Le Fontanelle integra ristorazione, produzione vitivinicola, attività agricola, eventi, cerimonie, fruizione paesaggistica e comunicazione identitaria. Questa multifunzionalità è particolarmente coerente con la natura dell'agriturismo, che non si esaurisce nel servizio di cucina, ma mette in relazione produzione, accoglienza e valorizzazione del contesto rurale. (Agriturismo Le Fontanelle)

La struttura non è presentata come semplice sala eventi, bensì come luogo nel quale la cerimonia resta associata alla cucina tipica, agli spazi verdi, al vino della casa e alla tradizione locale. Ciò rafforza la coerenza complessiva della proposta e riduce il rischio di disallineamento tra identità dichiarata e attività commerciali accessorie.

4.4.2. Accoglienza, bambini, relax e accessibilità

Gli elementi di fruibilità comunicati dall'azienda — area relax, aree gioco, campetto da calcio, fasciatoio, seggioloni, accesso facilitato, toilette dedicate, parcheggio custodito — mostrano una volontà di rendere l'agriturismo adatto a permanenze familiari e a pubblici diversificati. (Agriturismo Le Fontanelle)

In chiave di sostenibilità sociale, tali dotazioni non sono dettagli quantitativi secondari, ma contribuiscono a definire l'ospitalità come dimensione inclusiva. L'audit non può certificare la qualità tecnica di tali servizi, ma ne riconosce la rilevanza nella costruzione di un'esperienza accessibile e intergenerazionale.

4.4.3. Eventi come strumento di animazione territoriale

La struttura ospita eventi privati, cerimonie e iniziative pubbliche. A questi si aggiungono, sulla base delle fonti reperite, appuntamenti di valorizzazione gastronomica, festival del vino e una serata di beneficenza del 2025. Questa pluralità di occasioni segnala che Le Fontanelle funge non solo da operatore economico, ma anche da contenitore di socialità e animazione territoriale. (Agriturismo Le Fontanelle; Campania Stories; TuttoSanità)

L'impatto di tale funzione non è quantificabile dalle fonti disponibili, ma il contributo reputazionale e relazionale appare significativo, soprattutto in un contesto rurale nel quale la presenza di luoghi capaci di aggregare comunità, visitatori e reti associative può assumere valore strategico.

4.4.4. Integrazione tra produzione, cultura e mercato

Dimensione	Manifestazione nel modello Le Fontanelle
Produzione	Vino Casavecchia Petronilla e San Laro; olio, mele e ciliegie in quantità limitata.
Ristorazione	Cucina tipica campana, prodotti locali, menù stagionali e cerimonie a identità territoriale.
Patrimonio	Riferimento alla masseria ottocentesca di famiglia, ambienti rustici, cultura contadina.
Esperienza	Giardini, relax, spazi per bambini, eventi, cerimonie, accessibilità.
Mercato e reputazione	Presenza in guide, eventi territoriali, comunicazione social, circuiti del Casavecchia.

La tabella evidenzia un modello integrato, nel quale il valore economico deriva dalla capacità di far convergere più funzioni senza disperdere l'identità originaria. Questa coerenza rappresenta una delle principali ragioni per cui l'azienda risulta auditabile e interessante in chiave di sostenibilità territoriale.

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

4.5.1. Punti di forza documentabili

Ambito	Evidenza
Radicamento locale	Sede e posizionamento comunicativo a Pontelatone, nel Medio Volturno e ai piedi dei Monti Trebulani.
Cucina territoriale	Materie prime a km 0 dichiarate, prodotti tipici e stagionalità.
Produzione vinicola	Petronilla e San Laro da uve Casavecchia; dettagli tecnici sul San Laro.
Multifunzionalità	Ristorazione, cerimonie, eventi, spazi verdi, servizi per famiglie.
Inclusione e fruibilità	Rampa di accesso, toilette dedicate, dotazioni per bambini, parcheggio interno.

Ambito	Evidenza
Patrimonio e identità	Richiamo alla masseria ottocentesca e agli elementi della cultura contadina.
Promozione territoriale	Partecipazione a festival del Casavecchia e a iniziative gastronomiche locali.

4.5.2. Elementi non pienamente valutabili

Ambito	Limite informativo
Filiere locali	Mancano quote percentuali di approvvigionamento locale e liste aggiornate dei fornitori.
Produzioni agricole	Non disponibili superfici, quantità, pratiche agronomiche e impiego dei prodotti.
Impatto degli eventi	Non disponibili dati su numero di cerimonie, visitatori o ricadute economiche.
Efficienza ambientale	Mancano dati quantitativi su energia, acqua, scarti, emissioni e rifiuti.
Occupazione	Non pubblicati dati su personale, stagionalità e qualità del lavoro.

4.5.3. Giudizio sintetico del Capitolo 4

Agriturismo Le Fontanelle presenta un modello di business fortemente radicato nel territorio, capace di integrare cucina tipica, produzione vinicola identitaria, ospitalità, eventi e alcuni elementi dichiarati di attenzione ambientale. La relazione con Pontelatone e con l'area del Medio Volturno non appare marginale, ma costituisce la matrice stessa dell'offerta. La sostenibilità territoriale del modello è pertanto elevata e ben documentata; restano invece non misurabili, allo stato delle fonti online, gli impatti ambientali quantitativi e le ricadute economico-sociali interne ed esterne.

5. Dimensione ambientale

L'analisi della dimensione ambientale di Agriturismo Le Fontanelle deve essere svolta con particolare attenzione metodologica. Le fonti pubbliche consentono di individuare alcuni elementi positivi e distintivi: dichiarazione di utilizzo di materie prime a km 0, valorizzazione di produzioni locali, presenza di impianto fotovoltaico, inserimento della struttura in un contesto rurale e verde, relazione con produzioni agricole e vitivinicole proprie. (Agriturismo Le Fontanelle)

Non risultano invece disponibili in forma pubblica dati indispensabili per una valutazione ambientale pienamente prestazionale: consumi energetici, produzione del fotovoltaico, consumi idrici, gestione degli scarti alimentari, rifiuti, reflui, packaging, pratiche agronomiche, fertilizzanti, trattamenti, impronta carbonica. Ne deriva che il profilo ambientale di Le Fontanelle è analizzabile sul piano qualitativo e dichiarativo, ma non pienamente misurabile.

5.1. Uso del suolo, paesaggio e inserimento rurale

5.1.1. La struttura come presidio di un contesto agricolo e paesaggistico

Il sito ufficiale descrive Le Fontanelle come immerso in un'area rurale verde e lussureggiante, tra il Monte Maggiore e il fiume Volturno. Gli esterni sono connotati da giardini, quercia, ulivi, pergolati e zone relax, e la comunicazione insiste sulla fruizione di una giornata all'insegna del gusto e del relax in contatto con la natura casertana. (Agriturismo Le Fontanelle)

Dal punto di vista della sostenibilità territoriale, questa relazione con il paesaggio costituisce un elemento positivo: l'agriturismo trae valore dalla permanenza di un contesto rurale riconoscibile e, di conseguenza, ha interesse a conservarne l'attrattività. Tuttavia, non sono disponibili dati sull'estensione delle superfici, sulla gestione ecologica degli spazi verdi o sull'eventuale ruolo dell'azienda nel presidio di aree agricole più ampie.

5.1.2. Masseria, materiali e identità del costruito

Il richiamo alla masseria ottocentesca di famiglia e agli elementi architettonici interni — tufo, legno, foto d'epoca, oggetti della cultura contadina — ha un valore principalmente culturale, ma può essere letto anche come orientamento a valorizzare il patrimonio esistente anziché costruire un'immagine aziendale del tutto decontestualizzata. (Agriturismo Le Fontanelle)

L'audit non dispone di dati che consentano di valutare materiali di restauro, isolamento, efficienza energetica o gestione del costruito. Pertanto, l'elemento può essere considerato positivo sul piano della coerenza paesaggistica e culturale, ma non può essere trasformato in giudizio di edilizia sostenibile.

5.1.3. Produzioni agricole proprie e mantenimento di usi produttivi locali

La presenza di vigneti e la dichiarata produzione limitata di olio extravergine, mele e ciliegie indicano che il modello Le Fontanelle mantiene un rapporto attivo con la produzione agricola. Tali colture contribuiscono a evitare che l'identità agrituristica resti puramente nominale o decorativa. (Agriturismo Le Fontanelle)

Resta però non documentata la modalità di gestione di queste produzioni: non sono disponibili informazioni su superfici, rese, irrigazione, fertilità del suolo, difesa fitosanitaria, raccolta o utilizzo diretto nei menù. L'audit può quindi riconoscere la dimensione agricola, ma non valutarne pienamente la sostenibilità ambientale.

5.2. Biodiversità agricola e tutela delle produzioni locali

5.2.1. Casavecchia come risorsa identitaria e agro-biodiversa

La produzione di due vini Casavecchia, Petronilla e San Laro, costituisce un elemento di forte interesse. Il Casavecchia è un vitigno strettamente legato al territorio di Pontelatone e alle produzioni vitivinicole dell'Alto Casertano; Le Fontanelle lo utilizza come asse di riconoscibilità della propria offerta e come componente della propria identità territoriale. (Agriturismo Le Fontanelle; Campania Stories)

In chiave ambientale e culturale, la coltivazione di una varietà autoctona contribuisce alla permanenza di una biodiversità agricola non standardizzata. Tale aspetto va valorizzato senza sovrainterpretazioni: la tutela varietale è un indicatore positivo di radicamento e diversità colturale, ma non sostituisce dati sulle pratiche agronomiche effettivamente adottate.

5.2.2. Materie prime locali e diversificazione della base alimentare

La cucina di Le Fontanelle richiama prodotti tipici del territorio e stagionalità. L'impiego dichiarato di materie prime a km 0 e la presenza di ingredienti locali distintivi possono contribuire a sostenere una base alimentare più diversificata e connessa alle microfiliera dell'area. (Agriturismo Le Fontanelle)

La Guida Slow del Medio Volturno rafforza questa lettura, evidenziando la presenza di fornitori in menù e l'attenzione a piatti della tradizione. Per una valutazione ambientale più robusta, sarebbe però necessario conoscere: distanze effettive di approvvigionamento, stagionalità reale degli acquisti, eventuale quota di prodotti biologici, modalità di trasporto e criteri di selezione dei fornitori. (Guida Slow Medio Volturno)

5.2.3. Produzioni arboree e olivicole

La produzione limitata di mele, ciliegie e olio extravergine di oliva segnala una diversificazione produttiva interessante. Dal punto di vista della sostenibilità agricola, la presenza di più specie e filiere può contribuire a preservare una relazione più articolata con il suolo e con il paesaggio. (Agriturismo Le Fontanelle)

Tuttavia, l'informazione disponibile è troppo sintetica per consentire valutazioni specifiche sulla biodiversità colturale, sull'età degli impianti, sui sistemi di gestione e sulla destinazione economica delle produzioni. Si tratta quindi di una evidenza positiva, ma ancora debolmente sviluppata in termini di trasparenza pubblica.

5.3. Pratiche ambientali dichiarate

5.3.1. Ristorazione green e materie prime a km 0

La sezione "Ristorazione Green" del sito afferma che Le Fontanelle si impegna nei confronti dell'ambiente utilizzando per la cucina materie prime a km 0, provenienti per lo più dalle terre locali. Questa è una dichiarazione esplicita di orientamento ambientale e territoriale, importante perché collega la sostenibilità al cuore dell'attività ristorativa, cioè all'approvvigionamento alimentare. (Agriturismo Le Fontanelle)

Il dato è rilevante ma richiede una lettura prudente. Il sito non definisce in modo operativo il raggio del km 0, non esplicita percentuali, non pubblica una lista aggiornata dei fornitori e non distingue tra ingredienti autoprodotti, acquistati localmente o acquisiti da filiere più lunghe. L'audit attribuisce pertanto alla dichiarazione un valore positivo di orientamento e trasparenza comunicativa, ma non un valore di misurazione conclusiva.

5.3.2. Impianto fotovoltaico e uso dell'energia solare

La stessa sezione comunica che l'agriturismo sfrutta l'energia del sole per alimentare la struttura grazie a un impianto fotovoltaico esteso dal tetto al parcheggio. Questa informazione rappresenta una delle evidenze ambientali più solide del caso Le Fontanelle, perché individua una tecnologia specifica di generazione da fonte rinnovabile. (Agriturismo Le Fontanelle)

Mancano però dati quantitativi essenziali: potenza installata, produzione annua, quota di fabbisogno coperta, eventuale autoconsumo, accumulo, riduzione delle emissioni e data di entrata in funzione. In assenza di tali informazioni, il fotovoltaico costituisce un punto di forza documentato ma non ancora convertibile in indicatori ambientali comparabili.

Valutazione auditiva

L'orientamento alla ristorazione green e la presenza di fotovoltaico sono elementi positivi e distintivi del profilo ambientale dell'azienda. La trasparenza comunicativa è apprezzabile. Il limite principale riguarda la mancanza di dati misurabili, che impedisce di valutare l'effettiva incidenza delle scelte energetiche e di approvvigionamento.

5.3.3. Riscaldamento con camino e climatizzazione

Il sito segnala che le sale sono riscaldate d'inverno dal fuoco di un grande camino e rinfrescate d'estate da condizionatori d'aria. L'informazione è utile per ricostruire il profilo impiantistico di base, ma non consente una valutazione ambientale complessiva. Non sono noti combustibili utilizzati, efficienza dei sistemi, classi energetiche, consumi stagionali o politiche di riduzione della domanda termica. (Agriturismo Le Fontanelle)

Ai fini dell'audit, tale elemento viene registrato in modo neutro: è un dato di contesto, non un indicatore positivo o negativo in sé. L'eventuale integrazione tra camino, fotovoltaico e sistemi di climatizzazione richiederebbe chiarimenti tecnici non disponibili online.

5.4. Gestione delle risorse naturali

5.4.1. Energia

L'energia è l'ambito ambientale meglio documentato solo in termini qualitativi, grazie al riferimento al fotovoltaico. Non sono disponibili però consumi annui di energia elettrica, eventuali consumi di gas o biomassa, caratteristiche dell'impianto, modalità di monitoraggio, obiettivi di riduzione o rapporti tra consumi della cucina, della climatizzazione e dell'illuminazione.

Giudizio: gestione energetica parzialmente valutabile. Presenza di elemento positivo specifico, ma mancanza di dati prestazionali.

5.4.2. Acqua

Nelle fonti consultate non emergono informazioni sulla gestione della risorsa idrica: consumi annui, sistemi di risparmio, irrigazione dei vigneti e delle produzioni agricole, recupero di acque meteoriche, monitoraggio dei fabbisogni in cucina e nei servizi igienici. L'ambito è quindi non valutabile in modo compiuto.

5.4.3. Suolo e pratiche agronomiche

La presenza di vigneti, olivi, mele e ciliegie rende rilevante la valutazione delle pratiche agronomiche, ma il sito non fornisce informazioni su lavorazioni del suolo, fertilizzazione, difesa fitosanitaria, diserbo, gestione dell'inerbimento, impiego di compost o pratiche di conservazione della fertilità. L'audit registra la mancanza di dati senza attribuire valutazioni negative non dimostrabili.

5.4.4. Rifiuti, sottoprodotti e scarti alimentari

Non risultano pubblicamente disponibili informazioni su raccolta differenziata, riduzione degli scarti, gestione dell'organico, valorizzazione di vinacce o residui agricoli, rifiuti da imballaggio, oli esausti, reflui di cucina o cantina. Questo rappresenta uno dei principali gap ambientali del documento.

5.5. Packaging, materiali e comunicazione ambientale

Le fonti consultate non contengono informazioni specifiche su packaging dei vini, materiali utilizzati per eventuali confezioni regalo, stoviglie monouso in occasione di eventi, riduzione della plastica o criteri di approvvigionamento dei materiali di servizio. La dimensione packaging è pertanto non valutabile. In un'azienda che combina ristorazione, cerimonie e vino, tale tema potrebbe assumere rilevanza crescente anche in chiave di comunicazione di sostenibilità.

5.6. Edifici, esterni e relazione ambientale della struttura

5.6.1. Spazi esterni e fruizione del verde

La comunicazione ufficiale dedica ampio spazio agli esterni dell'agriturismo: giardini, alberi, pergolati, tendostrutture, area relax e spazi destinati ai più piccoli. Tali elementi contribuiscono a costruire un'esperienza in cui l'ospite percepisce la permanenza all'aria aperta come parte integrante dell'offerta. (Agriturismo Le Fontanelle)

Il valore ambientale di tali spazi resta tuttavia indiretto. Non sono disponibili informazioni sulla gestione del verde, sull'uso di irrigazione, sulla presenza di specie autoctone, sulla manutenzione ecologica o sull'illuminazione esterna. L'audit riconosce l'importanza paesaggistica degli esterni, ma non può valutarne il profilo ecologico.

5.6.2. Impianto fotovoltaico integrato nella struttura

La descrizione dell'impianto fotovoltaico "dal tetto al parcheggio" suggerisce una estensione non marginale della tecnologia rinnovabile nell'assetto complessivo dell'agriturismo. Questa informazione può essere letta come tentativo di integrare la produzione energetica nella struttura fisica dell'azienda. (Agriturismo Le Fontanelle)

Resta però necessario evitare sovrainterpretazioni: senza fotografie tecniche, schede impiantistiche, potenza installata e produzione annua, l'audit non può qualificare il grado di autosufficienza energetica né il reale contributo del fotovoltaico alla riduzione dell'impatto.

5.7. Aspetti ambientali non valutabili dalle fonti pubbliche

Ambito	Stato delle informazioni disponibili	Valutabilità
Consumi energetici complessivi	Nessun dato numerico pubblico	Non valutabile
Fotovoltaico	Presenza dichiarata, assenza di potenza e produzione	Parzialmente valutabile

Ambito	Stato delle informazioni disponibili	Valutabilità
Consumi idrici	Nessun dato pubblico	Non valutabile
Irrigazione	Nessun dato pubblico	Non valutabile
Pratiche agronomiche	Nessun quadro sistematico	Non valutabile
Fertilizzanti e trattamenti	Nessun dato pubblico	Non valutabile
Rifiuti e scarti alimentari	Nessun dato pubblico	Non valutabile
Sottoprodotti agricoli e vinicoli	Nessun dato pubblico	Non valutabile
Packaging e materiali	Nessuna informazione specifica	Non valutabile
Emissioni climalteranti	Nessun dato pubblico	Non valutabile

5.8. Valutazione complessiva della dimensione ambientale

5.8.1. Punti di forza documentabili

Area	Evidenza documentata
Energia rinnovabile	Impianto fotovoltaico dichiarato come fonte per alimentare la struttura.
Approccio alla ristorazione	Materie prime a km 0 e provenienza per lo più locale dichiarate dal sito.
Agrobiodiversità territoriale	Produzione di Casavecchia e valorizzazione di prodotti tipici locali.
Presidio rurale	Inserimento in area verde e rapporto con paesaggio del Medio Volturno.
Produzioni agricole proprie	Olio, mele e ciliegie in quantità limitata.

5.8.2. Principali limiti valutativi

Area	Limite
Energia	Assenza di consumi, potenza dell'impianto fotovoltaico e quota di autoconsumo.
Acqua	Assenza totale di dati su fabbisogni e risparmio idrico.
Agricoltura	Mancanza di informazioni su suolo, difesa, fertilità e irrigazione.
Economia circolare	Nessun dato su scarti, rifiuti, sottoprodotti e recuperi.
Packaging	Assenza di informazioni su vetro, cartoni, materiali e riduzione della plastica.
Certificazioni	Non emerse certificazioni ambientali o standard di sostenibilità documentati.

5.8.3. Giudizio sintetico del Capitolo 5

Agriturismo Le Fontanelle presenta un profilo ambientale documentale interessante e più ricco della media delle realtà ristorative di piccola scala, soprattutto per la presenza dichiarata di fotovoltaico e per l'orientamento comunicato alla ristorazione green con materie prime a km 0. La valorizzazione di Casavecchia e di produzioni locali rafforza la dimensione ambientale-territoriale. Tuttavia, il giudizio resta prevalentemente qualitativo: mancano i dati necessari a misurare l'efficienza energetica, l'uso dell'acqua, la gestione dei rifiuti, gli impatti agricoli e l'effettiva incidenza delle filiere locali.

6. Dimensione sociale

La dimensione sociale dell'audit di Agriturismo Le Fontanelle può essere analizzata, sulla base delle fonti disponibili, attraverso cinque prospettive: continuità imprenditoriale e radicamento familiare; accessibilità e fruibilità per famiglie e persone con mobilità ridotta; relazione con ospiti e comunità; funzione culturale e divulgativa della cucina e del vino; apertura a reti territoriali e iniziative di solidarietà esterna. (Agriturismo Le Fontanelle)

Diversamente, la dimensione sociale interna dell'impresa resta poco documentata. Non emergono dati su numero di addetti, composizione del personale, stagionalità del lavoro, formazione, sicurezza, welfare, parità di genere o politiche di inclusione del personale. L'audit può pertanto esprimere valutazioni positive sulla funzione sociale esterna e sull'accessibilità comunicata, mantenendo prudenza sugli aspetti organizzativi interni.

6.1. Valore imprenditoriale e continuità

6.1.1. La continuità del progetto fondato dai fratelli Izzo

La nascita dell'agriturismo nel 2002 per iniziativa dei fratelli Pasquale e Francesco Izzo evidenzia una continuità imprenditoriale ormai superiore ai vent'anni. Il sito aziendale presenta la loro scelta come frutto di passione per l'arte culinaria e volontà di favorire lo sviluppo locale mediante la valorizzazione dei prodotti tipici del territorio. (Agriturismo Le Fontanelle)

In un contesto rurale, la permanenza di un'attività di questo tipo può essere letta come segnale di resilienza sociale e territoriale: l'impresa contribuisce a mantenere viva una economia di prossimità, a creare occasioni di lavoro e a rendere attrattivo un ambito geografico che rischierebbe altrimenti di essere percepito come marginale. L'audit può formulare questa valutazione come inferenza ragionata, non come misura quantitativa dell'impatto occupazionale.

6.1.2. Governance visibile e figure richiamate da fonti terze

La comunicazione ufficiale attribuisce la fondazione e la visione imprenditoriale ai fratelli Izzo. La scheda dell'Accademia Italiana della Cucina riporta ulteriori dati su gestione e cucina, menzionando Carmela Bencivenga e lo chef Roberto Scirocco. Tali informazioni sono state registrate come fonte terza qualificata, ma richiederebbero eventuale verifica diretta o aggiornamento per essere assunte come quadro organizzativo definitivo. (Accademia Italiana della Cucina)

L'audit riconosce la presenza di una governance e di figure professionali sufficientemente visibili nella documentazione esterna, ma evita di trarre conclusioni non supportate sulla struttura occupazionale complessiva dell'impresa.

6.2. Relazione con comunità, ospiti e famiglie

6.2.1. Ospitalità e permanenza come dimensione sociale

Le Fontanelle non comunica un'esperienza ristorativa esclusivamente centrata sul consumo del pasto. La presenza di aree relax, giardini, spazi per bambini, cerimonie e possibilità di trascorrere una giornata "all'insegna del gusto e del relax" mostra una proposta orientata alla permanenza e alla socialità. (Agriturismo Le Fontanelle)

Questa impostazione può favorire una fruizione più lenta del territorio, relazioni intergenerazionali e occasioni di incontro in contesti non urbani. In assenza di dati su flussi e partecipazione, l'audit ne riconosce il valore potenziale e documentale, senza quantificarlo.

6.2.2. Accessibilità e servizi per persone con esigenze differenziate

Il sito ufficiale segnala una ampia rampa di accesso alla struttura e toilette specifiche per ospiti con mobilità ridotta. Tali informazioni rappresentano un elemento di rilievo sociale, poiché rendono esplicita una attenzione alla fruibilità degli spazi. (Agriturismo Le Fontanelle)

Il tema dell'accessibilità è centrale nelle politiche di ospitalità, ma l'audit non può verificarne la conformità tecnica né la completezza funzionale. La valutazione è quindi positiva sul piano della trasparenza e dell'orientamento, ma non sostitutiva di una verifica specialistica.

6.2.3. Bambini, infanti e famiglie

Le dotazioni per i più piccoli — fasciatoio, seggioloni, campetto da calcio e area giochi con altalena — mostrano un posizionamento family-friendly esplicito. In termini sociali, ciò amplia l'accessibilità dell'esperienza agrituristica e rende la struttura compatibile con momenti di socialità familiare, cerimonie e giornate all'aperto. (Agriturismo Le Fontanelle)

Anche in questo caso, il valore sociale dell'evidenza è qualitativo: non sono disponibili dati su numero di famiglie servite, utilizzo delle aree gioco o programmazione di attività specifiche per minori.

6.3. Accessibilità culturale e funzione divulgativa

6.3.1. La cucina come veicolo di trasmissione culturale

La proposta gastronomica di Le Fontanelle svolge una funzione culturale evidente. Piatti, ingredienti, vini e scelte di menù comunicano un'idea di territorio non astratta, ma esperibile. La cucina contadina locale viene resa accessibile a ospiti e visitatori attraverso una proposta che combina memoria, riconoscibilità e adattamento contemporaneo. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno)

La presenza di ingredienti quali Cipolla d'Alife, maiale nero casertano, torzella e oli locali rende la ristorazione un dispositivo di divulgazione informale. L'ospite apprende il territorio attraverso il gusto, e questa dinamica costituisce una forma di sostenibilità culturale e sociale rilevante.

6.3.2. Il vino Casavecchia come strumento di racconto

Petronilla e San Laro non sono semplici accompagnamenti della cucina, ma parte di un racconto identitario più ampio. Il Casavecchia collega il pasto alla viticoltura di Pontelatone e consente all'agriturismo di partecipare a manifestazioni che non sono soltanto commerciali, ma anche culturali e divulgative. (Agriturismo Le Fontanelle; Campania Stories)

La valorizzazione del vino autoctono può contribuire a rafforzare la consapevolezza del pubblico verso il patrimonio vitivinicolo dell’Alto Casertano. Anche questo impatto, tuttavia, resta non misurabile in termini quantitativi dalle fonti disponibili.

6.3.3. Eventi enogastronomici e reti di conoscenza

La partecipazione dell’agriturismo a eventi quali il Casavecchia Wine Festival e il Casavecchia & Pallagrello Wine Festival, nonché l’ospitalità di appuntamenti connessi ai “Piatti tipici del Medio Volturno”, indica un inserimento in reti di promozione collettiva. (Campania Stories; Casavecchia & Pallagrello Wine Festival 2024; materiali su Piatti tipici del Medio Volturno)

Tali reti generano valore sociale perché mettono in relazione produttori, ristoratori, associazioni, enti e pubblico. Le Fontanelle appare, in questo quadro, come soggetto che contribuisce alla circolazione di conoscenza, alla visibilità delle filiere e alla costruzione di un’immagine territoriale condivisa.

6.4. Sicurezza, benessere e condizioni di lavoro

La verifica delle fonti pubbliche non consente di valutare in modo affidabile la sostenibilità sociale interna dell’impresa. Non risultano dati verificabili su salute e sicurezza dei lavoratori, formazione obbligatoria e specialistica, organizzazione dei turni, contratti, stagionalità, welfare, inclusione, parità di genere o sistemi di ascolto del personale.

Ambito	Disponibilità informativa			Valutazione
Continuità imprenditoriale	Alta			Positivamente documentata
Accessibilità per ospiti	Alta			Positivamente documentata
Servizi per famiglie	Alta			Positivamente documentata
Organizzazione del lavoro	Bassa			Non valutabile
Sicurezza sul lavoro	Assente	nelle	fonti	Non valutabile
	esaminate			
Formazione del personale	Assente	nelle	fonti	Non valutabile
	esaminate			
Inclusione e pari opportunità	Assente	nelle	fonti	Non valutabile
	esaminate			
Welfare aziendale	Assente	nelle	fonti	Non valutabile
	esaminate			

6.5. Inclusione, relazioni di rete e responsabilità sociale esterna

6.5.1. Partecipazione a reti territoriali e gastronomiche

Le Fontanelle partecipa, sulla base delle fonti analizzate, a iniziative dedicate al Casavecchia, alla gastronomia del Medio Volturno e alla promozione di prodotti identitari. Queste presenze segnalano un capitale relazionale non trascurabile: l’azienda non opera in isolamento, ma interagisce con reti di produttori, ristoratori, associazioni e soggetti promotori del territorio. (Campania Stories; Casavecchia & Pallagrello Wine Festival 2024; materiali su Piatti tipici del Medio Volturno)

In chiave di sostenibilità sociale, tale capitale relazionale può favorire collaborazione, apprendimento, reputazione collettiva e capacità di attivare eventi condivisi. L’audit registra l’evidenza, ma non dispone di informazioni sufficienti per mappare in modo completo tutte le reti formali o informali dell’impresa.

6.5.2. Ospitalità di iniziative benefiche

Nel giugno 2025 è stata annunciata una serata di beneficenza, "Un sorriso sotto le stelle", presso l'Agriturismo Le Fontanelle, organizzata dalla Casa famiglia "Il Sorriso dei Bambini" di Bellona con l'obiettivo di raccogliere fondi per vacanze estive destinate ai minori accolti. (TuttoSanità)

Questa informazione costituisce una evidenza puntuale di responsabilità sociale esterna. Non permette di definire una politica CSR formalizzata dell'azienda, ma segnala disponibilità ad accogliere iniziative di utilità collettiva e a mettere la struttura al servizio di un obiettivo solidaristico.

6.6. Valutazione complessiva della dimensione sociale

6.6.1. Punti di forza documentabili

Ambito	Evidenza
Continuità imprenditoriale	Attività avviata nel 2002 e tuttora comunicata come progetto radicato nel territorio.
Accessibilità	Rampa e toilette dedicate a ospiti con mobilità ridotta.
Famiglie	Fasciatoio, seggioloni, area giochi e campetto.
Socialità	Spazi interni ed esterni per cerimonie, relax e incontri.
Funzione culturale	Cucina tipica, valorizzazione di prodotti locali e vino Casavecchia.
Capitale relazionale	Partecipazione a festival e iniziative territoriali.
Responsabilità sociale esterna	Ospitalità della serata benefica "Un sorriso sotto le stelle" nel 2025.

6.6.2. Principali limiti valutativi

Ambito	Limite
Occupazione	Non disponibili dati sul numero di addetti e sulla struttura del personale.
Qualità del lavoro	Non disponibili informazioni su contratti, stagionalità e stabilità.
Formazione	Non documentata nelle fonti esaminate.
Sicurezza	Non documentata nelle fonti esaminate.
Inclusione interna	Non documentate politiche specifiche.
Impatto sociale quantitativo	Non misurabili visitatori, beneficiari, partecipanti ed effetti indotti.

6.6.3. Giudizio sintetico del Capitolo 6

Agriturismo Le Fontanelle presenta un profilo sociale documentale positivo sul piano dell'ospitalità, dell'accessibilità dichiarata, dell'attenzione alle famiglie, della funzione culturale della cucina e della partecipazione a reti territoriali. L'ospitalità di una iniziativa benefica nel 2025 rafforza la presenza di un orientamento alla responsabilità sociale esterna. Restano invece non valutabili gli aspetti sociali interni relativi a occupazione, sicurezza, formazione, inclusione e welfare.

7. Dimensione economico-territoriale

La dimensione economico-territoriale dell'audit riguarda la capacità dell'impresa di generare valore non in modo astratto o separato dal contesto, ma attraverso una proposta strettamente connessa a risorse locali: cucina tipica, produzioni agricole e vinicole, cerimonie, eventi, paesaggio, reputazione del Casavecchia e circuiti di promozione dell'Alto Casertano. (Agriturismo Le Fontanelle)

Non sono stati acquisiti bilanci, dati di fatturato, margini, investimenti o indicatori economico-patrimoniali. L'audit valuta quindi la qualità e l'articolazione del modello economico, non la sua performance finanziaria. Sulla base delle fonti disponibili, Le Fontanelle mostra un sistema di ricavi potenzialmente diversificato e un forte legame tra successo dell'impresa e valorizzazione del territorio.

7.1. Creazione di valore locale

7.1.1. Valore economico generato a partire da prodotti e identità territoriali

La cucina di Le Fontanelle costruisce valore economico attorno a ingredienti e piatti che richiamano la produzione locale e la memoria gastronomica del Medio Volturno. L'impresa dichiara materie prime a km 0 e valorizza prodotti tipici; la Guida Slow del Medio Volturno conferma un'impostazione culinaria orientata alla tradizione e alla stagionalità. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno)

Questo modello è rilevante perché l'attrattività commerciale dell'agriturismo dipende da risorse non facilmente replicabili altrove: la specificità del territorio, il Casavecchia, la cucina contadina locale, la masseria e il paesaggio. In termini di sostenibilità economico-territoriale, tale radicamento può favorire la permanenza di valore nel comprensorio, pur non essendo possibile quantificarlo con le sole fonti online.

7.1.2. Ricadute potenziali sulle microfiliere

Il richiamo a prodotti quali Cipolla d'Alife, maiale nero casertano, torzella, oli locali e ingredienti provenienti da fornitori territoriali suggerisce un rapporto con microfiliere agricole e alimentari. La Guida Slow del Medio Volturno sottolinea che il menù riporta il nome del fornitore, contribuendo a rendere più visibile la catena di valore. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno)

La valorizzazione economica delle microfiliere è una delle ricadute territoriali più interessanti del modello. Tuttavia, mancano dati su quantità acquistate, continuità delle relazioni commerciali, numero di fornitori e valore economico distribuito localmente.

7.1.3. Vino Casavecchia e reputazione produttiva

La produzione dei vini Petronilla e San Laro consente all'azienda di partecipare a un mercato e a un racconto territoriale ulteriori rispetto alla ristorazione. Il San Laro, con la sua produzione limitata e il processo descritto sul sito, si colloca in una fascia di offerta caratterizzata da artigianalità e identità; il Petronilla interpreta una proposta più immediata. (Agriturismo Le Fontanelle)

Questa distinzione di gamma, sebbene non supportata da dati di vendita, suggerisce una capacità di differenziare l'offerta vinicola. La presenza dell'azienda in festival e articoli di settore rafforza l'idea che il vino concorra alla reputazione economica del brand e del territorio. (Campania Stories; Luciano Pignataro Wine Blog)

7.2. Diversificazione delle entrate

7.2.1. Ristorazione ordinaria e menù per eventi

La ristorazione rappresenta la base del modello economico, ma il sito documenta una articolazione dell'offerta tra menù ordinari, menù domenicali, menù serali da concordare e menù per cerimonie. Questa flessibilità consente all'azienda di intercettare pubblici e occasioni di consumo differenti. (Agriturismo Le Fontanelle)

La presenza di menù speciali e tematici, come quello "Casavecchia e Castagne" del 2023, segnala inoltre una capacità di costruire appuntamenti stagionali a forte richiamo identitario, potenzialmente utili a distribuire la domanda lungo l'anno e a rafforzare l'immagine dell'impresa. (Materiale menu "Casavecchia e Castagne" 2023)

7.2.2. Cerimonie, ricorrenze e meeting

Matrimoni, battesimi, comunioni, lauree, compleanni e meeting aziendali costituiscono una seconda linea di attività esplicitamente comunicata. Gli spazi interni ed esterni e la proposta di menù coerenti con la cucina territoriale consentono a Le Fontanelle di posizionarsi come location per eventi senza rinunciare alla propria identità agrituristica. (Agriturismo Le Fontanelle)

Sotto il profilo economico, la diversificazione verso gli eventi può aumentare la resilienza del modello; sotto il profilo della sostenibilità territoriale, la coerenza dei menù con la cucina locale evita almeno sul piano comunicativo una completa standardizzazione dell'offerta da cerimonia.

7.2.3. Produzione vitivinicola e vendite connesse

I vini Petronilla e San Laro costituiscono prodotti propri che possono essere consumati nell'agriturismo, promossi in eventi territoriali e valorizzati nei percorsi enogastronomici. Alcune fonti esterne e materiali sociali richiamano la partecipazione dell'Azienda Agricola Le Fontanelle a occasioni di visibilità del comparto vino, compresa la comunicazione relativa a Vinitaly 2026; tali informazioni sono state utilizzate con prudenza come segnale di apertura del prodotto oltre la sola ristorazione interna. (Facebook e Instagram Agriturismo Le Fontanelle; Luciano Pignataro Wine Blog)

Non sono disponibili dati su canali di vendita, quantità commercializzate, presenza all'estero o ricavi della linea vinicola. L'audit riconosce quindi il ruolo economico potenziale del vino, ma non lo quantifica.

7.2.4. Eventi culturali, gastronomici e solidaristici

La partecipazione e l'ospitalità di eventi possono contribuire alla diversificazione reputazionale dell'impresa. Festival del Casavecchia, appuntamenti sui piatti tipici del Medio Volturno, eventi stagionali e serate benefiche aumentano la visibilità dell'agriturismo e rafforzano la sua funzione di luogo di incontro. (Campania Stories; materiali su Piatti tipici del Medio Volturno; TuttoSanità)

Il valore economico di tali eventi non è documentato, ma la loro presenza segnala una strategia di animazione del brand e del territorio che può produrre benefici indiretti in termini di notorietà, relazioni e attrattività.

7.3. Resilienza del modello aziendale

7.3.1. Resilienza fondata su identità e pluralità dell'offerta

In assenza di dati finanziari, la resilienza può essere letta attraverso la capacità di un'impresa di non dipendere da un'unica leva. Le Fontanelle combina ristorazione, cerimonie, vini, eventi tematici, spazi

esterni e reputazione gastronomica locale. Questa pluralità suggerisce un modello più articolato rispetto a una ristorazione monofunzionale. (Agriturismo Le Fontanelle)

L'identità territoriale costituisce un ulteriore fattore di differenziazione: cucina contadina, Casavecchia e paesaggio rurale rendono l'offerta meno facilmente sostituibile da format standardizzati. Si tratta di una inferenza ragionata sulla base delle fonti disponibili, non di una misurazione della redditività.

7.3.2. Reputazione esterna come fattore di tenuta

La presenza in guide e contributi di settore, nonché la continuità di recensioni e materiali editoriali nel tempo, segnala che Le Fontanelle ha costruito un grado di riconoscibilità esterna significativo. L'Accademia Italiana della Cucina e la Guida Slow del Medio Volturno costituiscono le fonti più qualificate in questo senso. (Accademia Italiana della Cucina; Guida Slow Medio Volturno)

La reputazione non equivale a sostenibilità, ma può rafforzare la capacità di un'impresa territoriale di mantenere domanda, visibilità e relazioni. L'audit la considera pertanto un elemento integrativo della dimensione economico-territoriale.

7.3.3. Rischi e limiti della resilienza desumibile

Non sono disponibili dati che permettano di valutare margini, dipendenza da specifiche stagioni, incidenza delle cerimonie sui ricavi, andamento della domanda, struttura dei costi, investimenti in sostenibilità o esposizione a shock economici. Di conseguenza, il giudizio sulla resilienza resta di natura qualitativa e inferenziale.

7.4. Contributo alla reputazione del territorio

7.4.1. L'agriturismo come veicolo di promozione dell'Alto Casertano

Le Fontanelle promuove l'immagine di Pontelatone e del Medio Volturno attraverso cucina, vino e location. L'azienda non utilizza il territorio soltanto come indicazione geografica, ma lo trasforma in contenuto: i prodotti tipici, il Casavecchia, la masseria, i paesaggi e gli eventi pubblici compongono una narrazione coerente. (Agriturismo Le Fontanelle)

Questa capacità di tradurre il territorio in proposta esperienziale contribuisce alla sua reputazione turistica ed enogastronomica, soprattutto laddove l'agriturismo partecipa a iniziative collettive di promozione dei vitigni e della gastronomia locale. (Campania Stories; Casavecchia & Pallagrello Wine Festival 2024)

7.4.2. Eventi di sistema e reputazione collettiva

Il Casavecchia Wine Festival e il più recente Casavecchia & Pallagrello Wine Festival rappresentano spazi di reputazione collettiva, nei quali il ruolo delle singole aziende si intreccia con la valorizzazione di un'intera area. La presenza di Le Fontanelle in tali contesti rafforza il nesso tra impresa e identità territoriale. (Campania Stories; Casavecchia & Pallagrello Wine Festival 2024)

La partecipazione dell'agriturismo all'Area Food del festival 2017, documentata da Campania Stories, è particolarmente significativa perché associa la produzione vinicola del territorio a piatti preparati con ingredienti identitari, creando un'esperienza integrata di promozione locale.

7.5. Valutazione complessiva della dimensione economico-territoriale

7.5.1. Punti di forza documentabili

Ambito	Evidenza
Valore locale	Cucina fondata su prodotti tipici, stagionalità e km 0 dichiarato.
Produzione identitaria	Vini Petronilla e San Laro da Casavecchia.
Diversificazione	Ristorazione, eventi, cerimonie, vini, appuntamenti tematici.
Reputazione	Presenza in guide e fonti di settore qualificate.
Reti territoriali	Partecipazione a festival e iniziative gastronomiche locali.
Promozione del territorio	Racconto di Pontelatone, Medio Volturno e Monti Trebulani.

7.5.2. Principali limiti valutativi

Ambito	Limite
Fatturato e redditività	Non disponibili nelle fonti utilizzate.
Ricavi per linea di attività	Non documentata l'incidenza di ristorazione, cerimonie e vino.
Impatto economico locale	Non quantificabile.
Forniture territoriali	Non disponibili quote, volumi e numero di fornitori.
Occupazione generata	Non documentata.
Ricadute turistiche	Non misurabili con le sole fonti online.

7.5.3. Giudizio sintetico del Capitolo 7

Agriturismo Le Fontanelle presenta un profilo economico-territoriale solido sul piano qualitativo. L'impresa appare capace di trasformare cucina tipica, prodotti locali, vino Casavecchia, spazi rurali ed eventi in una proposta articolata e coerente con il territorio. La diversificazione dell'offerta e la presenza in reti di promozione collettiva rafforzano la sua tenuta reputazionale. Restano però non valutabili, per assenza di dati pubblici, la redditività del modello, l'effettivo valore redistribuito localmente e le ricadute economiche dirette su occupazione e indotto.

8. Dimensione culturale e identitaria

La dimensione culturale e identitaria rappresenta uno degli assi più forti del profilo di sostenibilità di Agriturismo Le Fontanelle. Dalle fonti pubbliche emerge un modello nel quale cucina, vino, paesaggio, masseria, prodotti tipici ed eventi si integrano in una narrazione coerente della ruralità di Pontelatone e dell'Alto Casertano. (Agriturismo Le Fontanelle)

In questo capitolo, la sostenibilità viene letta anche come capacità di conservare e trasmettere significati, non solo come riduzione di impatti. Le Fontanelle contribuisce a mantenere riconoscibili piatti, ingredienti, varietà viticole e ambientazioni che appartengono a un patrimonio locale. La forza del caso non risiede soltanto nella qualità dell'offerta, ma nella coerenza con cui il territorio viene reso visibile e comunicabile.

8.1. Tutela e trasmissione del patrimonio rurale

8.1.1. La masseria familiare come elemento identitario

Il sito aziendale collega lo stile dell'agriturismo e il nome "Le Fontanelle" all'adiacente masseria ottocentesca di famiglia. Questa relazione consente di leggere l'impresa come realtà che non costruisce il proprio immaginario in modo artificiale o decontestualizzato, ma lo ancora a una presenza rurale storica. (Agriturismo Le Fontanelle)

Il riferimento alla masseria non è sufficiente a descrivere una politica di conservazione del patrimonio edilizio, ma ha un valore culturale chiaro: la memoria del luogo entra nella comunicazione aziendale e contribuisce alla percezione di autenticità della struttura.

8.1.2. Arredi, materiali e oggetti della cultura contadina

Mura in pietra di tufo, foto d'epoca, soffitti in legno a vista e oggetti della cultura contadina sono elementi richiamati dal sito per descrivere l'atmosfera interna. Tali dettagli concorrono a trasformare lo spazio della ristorazione in uno spazio di memoria e racconto. (Agriturismo Le Fontanelle)

L'audit non assume tali componenti come prova di conservazione museale o di autenticità storica verificata, ma ne riconosce il ruolo nella costruzione di un ambiente coerente con la narrazione dell'azienda e con la cucina che vi viene proposta.

8.1.3. Patrimonio rurale vissuto, non esposto

Uno dei tratti culturalmente più interessanti è che la memoria rurale non viene presentata come semplice decorazione, ma come parte di un luogo vissuto: si mangia, si festeggia, si degustano vini e si trascorre tempo in una struttura che richiama il mondo contadino locale. Questa "attivazione" del patrimonio produce una forma di trasmissione culturale più efficace della mera esposizione.

Valutazione auditiva

La tutela e trasmissione del patrimonio rurale costituiscono un punto di forza molto elevato del profilo culturale di Le Fontanelle, soprattutto in termini di coerenza narrativa e di relazione tra ambiente, cucina e identità locale.

8.2. Narrazione del paesaggio e della memoria locale

8.2.1. Medio Volturmo, Monti Trebulani e paesaggio di Pontelatone

La descrizione del territorio sul sito aziendale è particolarmente ampia: il comune viene collocato tra paesaggi boschivi, seminativi, aree rurali e vocazione agricola e turistica. L'agriturismo si inserisce in questa narrazione come luogo di sintesi tra natura, opera dell'uomo, tradizione e modernità. (Agriturismo Le Fontanelle)

L'azienda non si limita a indicare un indirizzo, ma propone un'immagine di territorio. In chiave culturale, ciò contribuisce a far percepire Pontelatone come destinazione, non solo come localizzazione secondaria rispetto ai poli urbani della provincia.

8.2.2. Cucina del territorio come memoria praticata

La cucina tipica campana, nella comunicazione di Le Fontanelle, è presentata come eredità della cultura contadina e al tempo stesso come campo di ricerca. Piatti, ingredienti e abbinamenti con il Casavecchia

danno forma a una memoria praticata, cioè continuamente rinnovata attraverso il servizio di ristorazione. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno)

Questa impostazione contribuisce alla sostenibilità culturale perché evita la scomparsa silenziosa di ricette, prodotti e associazioni gastronomiche che potrebbero perdere visibilità in un mercato orientato alla standardizzazione.

8.2.3. Eventi tematici e ritualizzazione della memoria

Iniziative come “Casavecchia e Castagne” o la partecipazione a rassegne sui piatti tipici del Medio Volturno trasformano alcuni elementi del patrimonio locale in appuntamenti ricorrenti. Il menù “Casavecchia e Castagne” del 2023, ad esempio, combina ingredienti stagionali, vino del territorio e una programmazione concentrata nei sabati di novembre. (Materiale menu “Casavecchia e Castagne” 2023)

Questi eventi possono essere letti come momenti di ritualizzazione della memoria gastronomica, in cui la stagionalità e il territorio diventano occasioni di incontro e riconoscimento collettivo.

8.3. Produzioni simboliche del territorio

8.3.1. Petronilla e San Laro come vini identitari

Petronilla e San Laro svolgono una funzione simbolica nel racconto aziendale. Essi collegano l’agriturismo al Casavecchia, uno dei vitigni più riconoscibili dell’area di Pontelatone, e consentono di costruire un’offerta in cui il vino non è semplice complemento ma elemento di identità. (Agriturismo Le Fontanelle)

Il San Laro, descritto con lavorazioni tradizionali e produzione limitata, contribuisce a rafforzare l’immagine di un prodotto artigianale e territoriale. Il Petronilla, più giovane e immediato, amplia la leggibilità della gamma. L’audit registra questa coerenza tra denominazioni, vino e territorio come punto di forza culturale.

8.3.2. Piatti simbolici e ingredienti locali

La Zuppa delle Fontanelle con Cipolla d’Alife, le pappardelle al Casavecchia con sugo di maiale nero, i menù con castagne e ingredienti autunnali sono esempi di come Le Fontanelle costruisca piatti capaci di rappresentare il territorio. (Guida Slow Medio Volturno; materiale menu “Casavecchia e Castagne” 2023)

In termini culturali, tali piatti svolgono una funzione analoga ai vini: rendono riconoscibile un patrimonio locale attraverso forme accessibili al pubblico. Il valore non è soltanto gastronomico, ma anche narrativo.

8.3.3. Il cibo come linguaggio della Green Community

Nel quadro della Green Community Monte Maggiore, un’impresa come Le Fontanelle mostra come la sostenibilità possa essere tradotta in un linguaggio vicino alla vita quotidiana: un menù, una materia prima, un vino, un evento. L’azienda contribuisce a rendere tangibili concetti spesso astratti — filiera corta, biodiversità, paesaggio, identità — attraverso un’esperienza concreta.

Questa considerazione costituisce una inferenza interpretativa dell’audit, fondata sulla coerenza tra le fonti disponibili e il modello di impresa osservato.

8.4. Coerenza tra comunicazione e identità

8.4.1. Una narrazione aziendale unitaria

Le diverse pagine del sito aziendale — storia, cucina, struttura, posizione, menù eventi — convergono su un medesimo asse: territorio, tradizione gastronomica, Casavecchia, ospitalità rurale e attenzione ambientale dichiarata. Questa coerenza comunicativa rappresenta un punto di forza dell'auditabilità online dell'impresa. (Agriturismo Le Fontanelle)

Continuità	Evidenza
Storia ↔ Territorio	Nascita del progetto nel 2002 con l'obiettivo di valorizzare i prodotti tipici locali.
Cucina ↔ Filiere	Materie prime a km 0 e prodotti identitari.
Vino ↔ Paesaggio	Petronilla e San Laro come espressioni del Casavecchia.
Spazi ↔ Memoria	Masseria ottocentesca, materiali rustici e oggetti della cultura contadina.
Eventi ↔ Identità	Cerimonie e appuntamenti tematici coerenti con cucina territoriale e stagionalità.

8.4.2. Autenticità percepita e limiti della verifica

La comunicazione di Le Fontanelle appare credibile perché ancorata a contenuti specifici: luogo, prodotti, vini, ricette, spazi, pratiche dichiarate. Tuttavia, l'autenticità percepita non deve essere confusa con una verifica certificativa. L'audit riconosce la qualità della coerenza narrativa, ma mantiene distinta la comunicazione identitaria dalla misurazione di impatti ambientali e sociali.

8.4.3. Rischi di comunicazione e cautele interpretative

1. Territorio e sostenibilità non sono sinonimi: una forte identità locale non sostituisce la rendicontazione delle performance ambientali.
2. Km 0 e ristorazione green richiedono chiarimenti operativi se utilizzati come argomenti di sostenibilità.
3. Il fotovoltaico rappresenta una evidenza positiva, ma senza dati tecnici non può essere trasformato in claim quantitativo.
4. La reputazione gastronomica rafforza il brand, ma non equivale a rating ESG.

8.5. Valutazione complessiva della dimensione culturale e identitaria

8.5.1. Punti di forza documentabili

Ambito	Evidenza
Patrimonio rurale	Richiamo alla masseria ottocentesca di famiglia e ambienti coerenti con la cultura contadina.
Memoria del luogo	Riferimenti costanti a Pontelatone, Medio Volturno e Monti Trebulani.
Produzioni simboliche	Casavecchia Petronilla e San Laro.
Cucina identitaria	Piatti tradizionali, ingredienti locali e stagionalità.
Eventi culturali	Festival del vino, rassegne gastronomiche, appuntamenti tematici.

Ambito	Evidenza
Coerenza comunicativa	Convergenza tra storia, spazi, piatti, vino e territorio.

8.5.2. Principali limiti valutativi

Ambito	Limite
Verifica storica del patrimonio	Non disponibili fonti tecniche sul manufatto e sui restauri.
Impatto culturale	Non disponibili dati su visitatori, partecipazione e ritorno territoriale.
Effetti sulla comunità	Non quantificati.
Connessione tra cultura e performance ESG	Non automaticamente dimostrabile.

8.5.3. Giudizio sintetico del Capitolo 8

Agriturismo Le Fontanelle presenta una dimensione culturale e identitaria molto sviluppata, fondata sulla coerenza tra paesaggio, cucina, vino, memoria rurale e narrazione del territorio. La struttura non utilizza Pontelatone come semplice riferimento geografico, ma lo integra stabilmente nella propria proposta di valore. La dimensione culturale costituisce pertanto uno dei principali punti di forza dell'audit documentale, pur dovendo essere mantenuta distinta dalla misurazione delle performance ambientali e sociali in senso stretto.

PARTE III - VALUTAZIONE AUDITIVA

9. Elementi di sostenibilit  distintivi dell'azienda

L'analisi condotta nei capitoli precedenti consente di individuare gli elementi di sostenibilit  distintivi di Agriturismo Le Fontanelle, vale a dire quei caratteri che, sulla base delle informazioni pubblicamente disponibili, qualificano in modo particolare il profilo dell'impresa rispetto ai temi della sostenibilit  territoriale, ambientale, sociale, economico-territoriale e culturale.

La forza principale di Le Fontanelle non risiede, allo stato delle fonti accessibili, in una rendicontazione ESG formalizzata o in un set di indicatori quantitativi pubblicati, bens  in un modello aziendale coerente e riconoscibile, nel quale ospitalit  rurale, cucina del territorio, Casavecchia, paesaggio, masseria, eventi e alcune scelte ambientali dichiarate si integrano in un'unica proposta di valore. (Agriturismo Le Fontanelle)

In questa prospettiva, l'azienda presenta un profilo particolarmente robusto nella dimensione territoriale e culturale, positivamente leggibile nella dimensione economico-relazionale, promettente ma solo parzialmente verificabile nella dimensione ambientale operativa e incompleto per quanto riguarda la dimensione sociale interna e la misurazione degli impatti.

9.1. Punti di forza documentabili

9.1.1. Cucina territoriale, filiera corta dichiarata e valorizzazione delle produzioni tipiche

Il primo elemento distintivo di Le Fontanelle   rappresentato dalla centralit  attribuita alla cucina territoriale. Il sito aziendale esplicita il ricorso a materie prime a km 0 e la scelta di lavorare su prodotti tipici, stagionalit  e rilettura della cultura contadina. Fonti terze qualificate confermano la presenza di menu impostati su ingredienti locali e la pratica di indicare i fornitori nel menu, a beneficio della consapevolezza del cliente. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno)

Ai fini dell'audit, questo tratto   rilevante per almeno quattro ragioni: favorisce la leggibilit  territoriale dell'offerta; sostiene la reputazione di prodotti identitari; rende la ristorazione un veicolo di educazione alimentare implicita; permette di associare il valore economico dell'impresa a risorse locali non delocalizzabili.

Valutazione

Punto di forza molto elevato. La cucina territoriale costituisce l'asse pi  evidente e meglio documentato della sostenibilit  di Le Fontanelle.

9.1.2. Valorizzazione del Casavecchia attraverso vini aziendali e abbinamenti gastronomici

Il secondo punto di forza   la presenza di una componente vitivinicola fortemente identitaria. Il sito aziendale presenta i vini Petronilla e San Laro come prodotti ottenuti da Casavecchia, mentre le fonti terze richiamano tali etichette all'interno della proposta gastronomica dell'agriturismo. Il San Laro viene descritto con lavorazioni articolate e con una produzione limitata inferiore alle mille bottiglie annue. (Agriturismo Le Fontanelle; Guida Slow Medio Volturno; Luciano Pignataro Wine Blog)

La valorizzazione del Casavecchia assume un rilievo superiore alla mera vendita del vino, poiché il vitigno viene integrato nel menu, negli eventi tematici e nella partecipazione a iniziative collettive dedicate ai vini identitari di Pontelatone. (Campania Stories; Casavecchia & Pallagrello Wine Festival 2024)

Valutazione

Punto di forza molto elevato. Il Casavecchia rappresenta un dispositivo di connessione tra impresa, territorio e cultura enogastronomica.

9.1.3. Coerenza tra struttura rurale, paesaggio e proposta di ospitalità

La comunicazione aziendale collega l'agriturismo alla masseria ottocentesca di famiglia e descrive ambienti interni ed esterni coerenti con una fruizione rurale: muri in pietra di tufo, soffitti in legno, oggetti della cultura contadina, giardini, querce, ulivi, pergolati e spazi all'aperto. (Agriturismo Le Fontanelle)

Questo insieme di elementi non consente, da solo, di attribuire all'azienda un giudizio tecnico sulla conservazione del patrimonio o sulla sostenibilità edilizia, ma rappresenta una evidenza molto forte di coerenza tra luogo, racconto e posizionamento. Il territorio non è semplice sfondo, ma parte dell'esperienza offerta.

Valutazione

Punto di forza alto. La coerenza paesaggistica e narrativa del complesso aziendale rafforza la sostenibilità territoriale e culturale.

9.1.4. Evidenza ambientale specifica: impianto fotovoltaico e comunicazione di "ristorazione green"

Il sito aziendale dedica un paragrafo alla "ristorazione green", indicando sia l'uso di materie prime a km 0 sia il ricorso all'energia solare tramite un impianto fotovoltaico esteso "dal tetto al parcheggio". (Agriturismo Le Fontanelle)

Questa è una delle poche informazioni ambientali operative chiaramente esplicitate online. La sua importanza è duplice: da un lato documenta l'adozione di una soluzione energetica rinnovabile; dall'altro mostra che l'azienda intende collocare alcune proprie scelte all'interno di una cornice di responsabilità ambientale. Mancano tuttavia dati su potenza, produzione annua, autoconsumo e benefici emissivi.

Valutazione

Punto di forza significativo ma circoscritto. Il fotovoltaico è una evidenza ambientale concreta, ma non consente di misurare l'intero profilo energetico dell'impresa.

9.1.5. Multifunzionalità: ristorazione, cerimonie, eventi e fruizione lenta del territorio

Le Fontanelle non opera come semplice ristorante. La struttura offre ristorazione, eventi privati, cerimonie, spazi esterni, accoglienza per famiglie, menù tematici e partecipazione a rassegne territoriali. Tale multifunzionalità amplia la capacità dell'impresa di generare valore, distribuendolo tra esperienza gastronomica, socialità, promozione territoriale e servizi per la comunità locale. (Agriturismo Le Fontanelle)

La documentazione relativa a festival del Casavecchia, eventi gastronomici e serate di beneficenza mostra inoltre che la struttura è capace di porsi come luogo di incontro, non soltanto come esercizio commerciale. (Campania Stories; TuttoSanita)

Valutazione

Punto di forza alto. La multifunzionalità appare ben radicata nel modello e coerente con un approccio di sostenibilità territoriale allargata.

9.1.6. Accessibilità e attenzione alle esigenze dei visitatori

Tra le informazioni più rilevanti sotto il profilo sociale vi sono la rampa e i servizi igienici riservati alle persone con ridotta mobilità, il parcheggio interno, la presenza di spazi per bambini, il fasciatoio, i seggioloni e l'area gioco. (Agriturismo Le Fontanelle)

Questi elementi non costituiscono, da soli, una politica di inclusione formalizzata, ma rendono l'offerta più fruibile da parte di famiglie e categorie di visitatori con esigenze differenti. In un audit desk-based, tali evidenze meritano di essere rilevate come segni concreti di attenzione all'accessibilità del servizio.

Valutazione

Punto di forza positivo. L'accessibilità fisica e la fruibilità familiare sono documentate in modo specifico e contribuiscono alla dimensione sociale esterna.

9.1.7. Responsabilità sociale esterna e apertura alla comunità

La serata di beneficenza "Un sorriso sotto le stelle", prevista il 20 giugno 2025 presso Agriturismo Le Fontanelle a sostegno della Casa famiglia "Il Sorriso dei Bambini" di Bellona, costituisce una evidenza puntuale di apertura a finalità sociali esterne alla normale attività commerciale. (TuttoSanita)

L'audit non desume da questo singolo evento l'esistenza di una strategia CSR strutturata, ma riconosce il valore di una iniziativa pubblicamente documentata che collega la struttura ad azioni di utilità collettiva.

Valutazione

Punto di forza positivo e concreto. L'evento solidale documenta una disponibilità della struttura a ospitare iniziative di responsabilità sociale esterna.

9.2. Punti di attenzione

9.2.1. Insufficiente disponibilità di dati ambientali quantitativi

Le Fontanelle comunica l'uso di energia solare e una ristorazione orientata a materie prime a km 0. Non emergono però dati pubblici sistematici su consumi energetici complessivi, acqua, rifiuti, reflui, scarti alimentari, packaging, emissioni, mobilità dei clienti o prestazioni del fotovoltaico. (Agriturismo Le Fontanelle)

Questo limita la possibilità di passare da una valutazione di coerenza ambientale a una valutazione di performance misurabile. L'azienda appare orientata a temi ambientali rilevanti, ma il profilo operativo resta ancora poco quantificato.

Valutazione

Punto di attenzione rilevante. La dimensione ambientale è presente, ma necessita di indicatori e dati di supporto.

9.2.2. Assenza di una rendicontazione pubblica su lavoro, formazione e sicurezza

Le fonti consultate non permettono di valutare il numero di addetti, la presenza di personale stabile o stagionale, le politiche di formazione, la sicurezza sul lavoro, le misure di welfare o le pari opportunità. Le informazioni sociali disponibili riguardano soprattutto la relazione con clienti, famiglie, eventi e comunità esterna.

Valutazione

Punto di attenzione medio-alto. La sostenibilità sociale esterna è leggibile; quella interna resta scarsamente documentata.

9.2.3. Necessità di qualificare meglio i claim “km 0” e “ristorazione green”

I riferimenti a materie prime a km 0 e a ristorazione green sono coerenti con il posizionamento aziendale, ma il loro valore documentale aumenterebbe se accompagnato da esempi sistematici di fornitori, quota di acquisti locali, criteri di selezione, pratiche di riduzione degli sprechi e indicatori ambientali di base.

La Guida Slow Medio Volturno segnala che il menu riporta i nominativi dei fornitori, elemento molto interessante in chiave di trasparenza; tuttavia l'audit non dispone di un repertorio organico di tali fornitori né di dati quantitativi sulla filiera. (Guida Slow Medio Volturno)

Valutazione

Punto di attenzione strategico. La comunicazione ha buone basi, ma potrebbe essere resa più verificabile.

9.2.4. Assenza di una sezione organica di sostenibilità sul sito

Molti contenuti rilevanti ai fini dell'audit sono presenti, ma dispersi tra le sezioni dedicate alla cucina, alla struttura, alla posizione e alle informazioni utili. Non emerge una pagina unitaria che raccolga obiettivi, pratiche e risultati di sostenibilità.

Una sezione dedicata potrebbe valorizzare in modo più ordinato il fotovoltaico, la filiera locale, le pratiche anti-spreco, l'accessibilità, gli eventi solidali e gli eventuali dati di monitoraggio disponibili.

Valutazione

Punto di attenzione strategico. La sistematizzazione della comunicazione aumenterebbe l'auditabilità online dell'impresa.

9.3. Rischi di sovrainterpretazione

9.3.1. Km 0 e sostenibilità ambientale non coincidono automaticamente

Il ricorso dichiarato a materie prime a km 0 costituisce un'indicazione favorevole in termini di prossimità territoriale e valorizzazione locale. Non consente tuttavia di quantificare automaticamente l'impatto

ambientale complessivo della cucina, che dipende anche da volumi, stagionalità effettiva, trasporti, conservazione, energia e gestione degli scarti.

9.3.2. Fotovoltaico e decarbonizzazione completa non sono sinonimi

La presenza di impianto fotovoltaico e una evidenza positiva. Tuttavia, senza dati su dimensionamento, produzione, autoconsumo e rapporto con il fabbisogno totale, non è corretto dedurre che l'azienda sia energeticamente autosufficiente o a basse emissioni.

9.3.3. Autenticità della cucina e sostenibilità sociale interna sono piani diversi

La qualità del racconto gastronomico e la reputazione positiva dell'agriturismo non permettono di valutare condizioni di lavoro, formazione, sicurezza e welfare. La sostenibilità del servizio al pubblico non esaurisce la sostenibilità organizzativa interna.

9.3.4. Eventi territoriali e impatto locale non sono automaticamente misurabili

La partecipazione a festival, rassegne e iniziative benefiche dimostra apertura verso il territorio. Resta però necessario distinguere l'evidenza dell'attività dall'impatto effettivo prodotto in termini di visitatori, indotto, fondi raccolti, reti attivate e continuità nel tempo.

9.4. Quadro riepilogativo degli elementi distintivi

Area	Elemento distintivo	Livello di evidenza	Valutazione auditiva
Filiera gastronomica	Materie prime a km 0 e cucina territoriale	Alta	Molto positiva
Viticultura identitaria	Petronilla e San Laro da Casavecchia	Alta	Molto positiva
Paesaggio e patrimonio	Masseria, ambienti rustici e spazi rurali esterni	Alta	Positiva
Energia rinnovabile	Impianto fotovoltaico dichiarato	Media-alta	Positiva ma non misurata
Multifunzionalità	Ristorazione, cerimonie, eventi e festival	Alta	Molto positiva
Accessibilità	Rampa, servizi dedicati, spazi per famiglie	Alta	Positiva
Responsabilità sociale esterna	Evento solidale 2025	Media-alta	Positiva
Dati ambientali quantitativi	Non disponibili in forma organica	Bassa	Area da rafforzare
Sostenibilità sociale interna	Non documentata in modo sistematico	Bassa	Area da approfondire
Comunicazione ESG unitaria	Non rilevata una sezione dedicata	Media-bassa	Opportunità di miglioramento

9.5. Giudizio sintetico del Capitolo 9

Agriturismo Le Fontanelle presenta un profilo di sostenibilità distintivo, caratterizzato dalla capacità di connettere cucina del territorio, filiera corta dichiarata, vino Casavecchia, ruralità, apertura al pubblico e alcune pratiche ambientali esplicitamente comunicate. Gli elementi di maggiore forza sono la valorizzazione gastronomica dei prodotti locali, la presenza di vini identitari, la coerenza tra struttura e paesaggio, l'impianto fotovoltaico, l'accessibilità di alcuni spazi e il contributo a eventi territoriali e sociali.

Al tempo stesso, l'audit evidenzia che la sostenibilità di Le Fontanelle è oggi molto ben documentata nella sua dimensione territoriale, culturale e relazionale, mentre risulta meno documentata nella sua dimensione misurabile, soprattutto per quanto riguarda consumi, scarti, forniture, indicatori sociali interni e politiche ESG formalizzate.

10. Griglia sintetica di valutazione

Il presente capitolo traduce l'analisi sviluppata nelle Parti precedenti in una griglia sintetica di valutazione, finalizzata a restituire in modo ordinato e comparabile il profilo di sostenibilità documentale di Agriturismo Le Fontanelle.

La griglia non ha funzione certificativa e non attribuisce un rating ESG formalizzato. Essa costituisce uno strumento di sintesi auditiva, utile a condensare le evidenze emerse, distinguere gli ambiti fortemente documentati da quelli più deboli, valutare il grado di auditabilità online dell'azienda e rendere confrontabile il caso con ulteriori audit desk-based elaborati nell'ambito del progetto.

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 articolate, pur non esaustive.
Medio	Informazioni presenti ma parziali o non sistematiche.
Basso	Informazioni marginali, frammentarie o episodiche.
Non rilevato	Nessuna evidenza pubblica utilizzabile.

10.1.2. Valutazione preliminare

Valutazione	Significato
Molto positiva	L'ambito costituisce un punto di forza distintivo dell'azienda.
Positiva	L'ambito presenta evidenze favorevoli e coerenti.
Parzialmente positiva	Sono presenti elementi apprezzabili, ma il quadro è incompleto.
Non valutabile	Le fonti non consentono di formulare un giudizio attendibile.

10.2. Griglia sintetica di valutazione per ambiti

Ambito di valutazione	di	Livello di documentazione	Valutazione preliminare	Sintesi del giudizio
Identità e trasparenza informativa	e	Alto	Positiva	L'azienda è chiaramente identificabile e dispone di un sito articolato su storia, cucina, spazi, eventi e informazioni utili.
Radicamento territoriale		Molto alto	Molto positiva	Pontelatone, Medio Volturno, Monti Trebulani e prodotti locali costituiscono assi costanti del posizionamento.
Valorizzazione delle produzioni tipiche		Molto alto	Molto positiva	Cucina e menu richiamano ingredienti identitari e stagionalità.
Filiera corta dichiarata	corta	Alto	Positiva	Il sito richiama materie prime a km 0; fonti terze segnalano indicazione dei fornitori nel menu.
Viticultura identitaria		Alto	Molto positiva	Petronilla e San Laro da Casavecchia rafforzano il legame tra agriturismo e territorio.
Paesaggio e patrimonio rurale	e	Alto	Positiva	Masseria ottocentesca e ambienti coerenti con la cultura contadina contribuiscono alla narrazione territoriale.
Energia rinnovabile		Medio-alto	Parzialmente positiva	Impianto fotovoltaico dichiarato, ma privo di dati prestazionali pubblici.
Gestione delle risorse naturali		Basso	Non valutabile in modo compiuto	Non disponibili dati sistematici su acqua, energia complessiva, scarti, rifiuti e reflui.
Packaging e materiali		Basso	Non valutabile	Le fonti consultate non consentono di valutare imballaggi, materiali monouso o pratiche di riduzione dei rifiuti.
Accessibilità del servizio	del	Alto	Positiva	Rampa, servizi dedicati e dotazioni per famiglie sono documentati in modo specifico.
Relazione con visitatori e comunità	con	Alto	Molto positiva	Cerimonie, eventi, rassegne e occasioni pubbliche rendono la struttura luogo di socialità territoriale.

Ambito di valutazione	Livello di documentazione	Valutazione preliminare	Sintesi del giudizio
Responsabilità sociale esterna	Medio-alto	Positiva	La serata benefica 2025 costituisce una evidenza puntuale e concreta.
Lavoro, sicurezza, inclusione e welfare	Basso	Non valutabile	Non risultano informazioni pubbliche sufficienti sulla sostenibilità sociale interna.
Creazione di valore economico-territoriale	Alto	Molto positiva	L'impresa genera valore attraverso cucina locale, vino, eventi e reputazione territoriale.
Diversificazione del modello economico	Alto	Positiva	Ristorazione, cerimonie, vini, menu tematici e iniziative territoriali mostrano un modello articolato.
Contributo alla reputazione del territorio	Molto alto	Molto positiva	La struttura partecipa a festival del Casavecchia e contribuisce alla promozione enogastronomica di Pontelatone.
Coerenza tra narrazione, identità e proposta di valore	Molto alto	Molto positiva	Storia, spazi, cucina, vino e territorio convergono in un racconto aziendale unitario.
Disponibilità di dati quantitativi ESG	Basso	Non valutabile	Mancano indicatori ambientali e sociali formalizzati.
Auditabilità complessiva online	Alta	Positiva	L'azienda è ben auditabile per gli aspetti territoriali, culturali, gastronomici e relazionali; meno per le performance misurabili.

10.3. Lettura ragionata della griglia

10.3.1. Ambiti di massima forza

La griglia evidenzia cinque aree nelle quali Le Fontanelle presenta una valutazione molto positiva e un livello di documentazione alto o molto alto: radicamento territoriale; valorizzazione delle produzioni tipiche; viticoltura identitaria; relazione con visitatori e comunità; contributo alla reputazione del territorio.

Questi ambiti risultano fortemente interconnessi. La cucina territoriale si collega ai prodotti locali; il vino Casavecchia amplia la dimensione identitaria; gli eventi rendono il territorio visibile; gli spazi rurali rafforzano la coerenza dell'esperienza complessiva.

10.3.2. Ambiti positivi ma non completamente misurabili

Un secondo gruppo di ambiti mostra una valutazione positiva o parzialmente positiva, ma con un grado di documentazione non sempre tale da permettere conclusioni esaustive: energia rinnovabile;

accessibilità; responsabilità sociale esterna; diversificazione del modello economico; filiera corta dichiarata.

In questi casi l'audit dispone di evidenze concrete, ma non sempre sistematiche. Il fotovoltaico è documentato, ma non quantificato; l'evento benefico è significativo, ma non costituisce una politica CSR formalizzata; il km 0 è dichiarato, ma non accompagnato da indicatori pubblici di approvvigionamento.

10.3.3. Ambiti non valutabili in modo compiuto

La griglia mette in evidenza quattro aree critiche dal punto di vista della disponibilità informativa: gestione delle risorse naturali; packaging e materiali; lavoro, sicurezza, inclusione e welfare; indicatori quantitativi ESG. In assenza di dati pubblici su consumi, rifiuti, scarti alimentari, personale e politiche interne, l'audit non può spingersi oltre una valutazione qualitativa e documentale.

10.4. Classificazione finale dell'azienda

Classe B - Profilo ad alta auditabilità documentale tematico-territoriale, con dati ESG quantitativi ancora limitati

La classificazione deriva dalla presenza di un apparato informativo online sufficiente a costruire una lettura approfondita e non meramente descrittiva dell'identità aziendale, del radicamento territoriale, della proposta gastronomica, della componente vitivinicola, dell'ospitalità e delle relazioni con il sistema locale. Rispetto al caso Cantine Alois, assunto come template metodologico dell'elaborato, Le Fontanelle presenta una minore profondità documentale su dati tecnici e storico-produttivi, ma offre un quadro molto significativo per l'analisi della sostenibilità territoriale nel comparto agriturismo. (Agriturismo Le Fontanelle)

La classificazione non implica certificazione di sostenibilità né giudizio prestazionale complessivo. Significa, più precisamente, che l'azienda dispone di informazioni pubbliche sufficienti a sostenere un audit desk-based ampio, pur con margini di miglioramento sul versante degli indicatori ambientali e sociali misurabili.

10.5. Profilo sintetico finale

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

10.6. Giudizio conclusivo del Capitolo 10

Agriturismo Le Fontanelle ottiene una valutazione complessivamente elevata nella griglia di auditabilità online, distinguendosi in particolare per radicamento territoriale, cucina identitaria, valorizzazione del Casavecchia, coerenza tra spazi rurali e proposta di ospitalità, accessibilità del servizio e partecipazione a iniziative collettive di promozione locale.

L'azienda può essere classificata come profilo ad alta auditabilità documentale tematico-territoriale. La principale area di rafforzamento riguarda la formalizzazione dei dati ESG: consumi, energia prodotta, acqua, rifiuti, scarti alimentari, filiera di fornitura, dati sociali interni e politiche strutturate di sostenibilità. L'emersione pubblica di tali informazioni renderebbe il profilo non solo ben raccontabile, ma anche più compiutamente misurabile.

11. Gap informativi e fabbisogni di approfondimento

L'audit documentale preliminare di Agriturismo Le Fontanelle ha evidenziato un patrimonio informativo online significativo per quanto riguarda identità aziendale, proposta gastronomica, valorizzazione dei prodotti tipici, vino Casavecchia, struttura degli spazi, servizi per il pubblico, partecipazione a eventi territoriali e presenza di alcune pratiche ambientali dichiarate.

Al tempo stesso, l'analisi mostra che il passaggio da un audit documentale approfondito a una valutazione di sostenibilità più robusta richiederebbe l'acquisizione o la pubblicazione di un insieme di dati oggi non emersi in forma sistematica dalle fonti consultate. Tali mancanze non devono essere lette automaticamente come debolezze gestionali dell'azienda: costituiscono, più propriamente, gap di conoscibilità pubblica e limiti dell'audit online-only.

Il presente capitolo persegue tre obiettivi: individuare le informazioni assenti o insufficientemente documentate; suggerire quali dati l'azienda potrebbe rendere pubblici per rafforzare trasparenza e credibilità; definire un set di informazioni acquisibili in una fase successiva tramite questionario standardizzato.

11.1. Informazioni assenti ma rilevanti per un audit completo

11.1.1. Dalla sostenibilità narrata alla sostenibilità misurabile

Le Fontanelle rende molto bene visibile la propria identità territoriale: prodotti locali, Casavecchia, paesaggio rurale, eventi, masseria, accoglienza e green positioning costituiscono un quadro narrativo coerente. Ciò che resta meno leggibile è la sostenibilità operativa dell'impresa, ossia l'insieme delle pratiche, dei dati e degli indicatori che consentirebbero di valutare efficienza nell'uso delle risorse, impatti ambientali, profilo sociale interno e monitoraggio degli obiettivi di miglioramento.

11.1.2. Gap informativi nella dimensione ambientale

a) Energia e decarbonizzazione

Il sito aziendale dichiara l'uso di energia solare attraverso un impianto fotovoltaico esteso dal tetto al parcheggio. Non emergono però, nel corpus documentale esaminato, informazioni su potenza installata, produzione annua, quota di autoconsumo, fabbisogno energetico complessivo, combustibili utilizzati, interventi di efficienza o obiettivi di riduzione delle emissioni. (Agriturismo Le Fontanelle)

Perché il dato è rilevante. La ristorazione e l'organizzazione di eventi richiedono energia per cucina, refrigerazione, climatizzazione, illuminazione e servizi. Senza questi dati, il valore del fotovoltaico resta positivo ma non quantificabile.

b) Acqua e gestione idrica

Non risultano pubblicamente disponibili dati su consumi idrici, approvvigionamento, misure di risparmio, irrigazione eventuale delle aree esterne o delle piccole produzioni agricole, recupero delle acque piovane e monitoraggio della risorsa.

Perché il dato è rilevante. L'acqua è importante sia per la ristorazione sia per la cura degli spazi verdi e delle produzioni agricole collegate all'azienda. La sua conoscibilità migliorerebbe sensibilmente la qualità dell'audit ambientale.

c) Rifiuti, scarti alimentari e sottoprodotti

Le fonti consultate non documentano pratiche di riduzione dello spreco alimentare, gestione degli scarti organici, recupero o compostaggio, raccolta differenziata, eliminazione o riduzione della plastica, gestione dei rifiuti derivanti da eventi e cerimonie.

Perche il dato e rilevante. In un agriturismo con ristorazione ed eventi, la prevenzione degli sprechi e la gestione dei rifiuti costituiscono una delle dimensioni piu sensibili della sostenibilita operativa.

d) Packaging, materiali e acquisti

Non emergono informazioni organiche su tovagliato, stoviglie, materiali monouso, packaging dei vini, eventuali imballi per prodotti aziendali, acquisti di detergenti o criteri ambientali nella selezione delle forniture.

Perche il dato e rilevante. I materiali utilizzati nella ristorazione e negli eventi incidono sul profilo ambientale dell'attivita, soprattutto quando si organizzano cerimonie e ricevimenti.

e) Biodiversita e gestione degli spazi verdi

La presenza di giardini, querce, ulivi e aree esterne e ben comunicata, ma non sono disponibili informazioni su pratiche di tutela della biodiversita, manutenzione a basso impatto, gestione dei suoli, presenza di impollinatori, siepi o aree rifugio. (Agriturismo Le Fontanelle)

Perche il dato e rilevante. Gli spazi verdi possono rappresentare una risorsa ambientale e paesaggistica, ma il loro contributo alla sostenibilita richiede informazioni sulle modalita di cura e gestione.

11.1.3. Gap informativi nella dimensione sociale

a) Occupazione e struttura del personale

Le fonti non consentono di ricostruire il numero complessivo di addetti, la distribuzione tra cucina, sala, accoglienza, eventi, manutenzione e amministrazione, la presenza di personale stagionale o l'incidenza dell'occupazione locale.

Perche il dato e rilevante. La sostenibilita sociale riguarda anche la capacita dell'impresa di generare lavoro, competenze e stabilita nel territorio.

b) Formazione, sicurezza e benessere organizzativo

Non sono state rintracciate informazioni pubbliche su formazione tecnica e sulla sicurezza, procedure per il personale di cucina e sala, prevenzione degli infortuni, welfare aziendale, conciliazione, pari opportunita o inclusione nei ruoli interni.

Perche il dato e rilevante. Un audit di sostenibilita maturo dovrebbe comprendere almeno un quadro essenziale delle politiche sociali interne all'organizzazione.

c) Impatto sociale e culturale misurabile

L'audit ha documentato eventi, rassegne, cerimonie, attenzione alle famiglie e un'iniziativa solidale. Non sono pero disponibili dati quantitativi su numero annuo di eventi, visitatori, partecipanti alle iniziative territoriali, fondi raccolti in occasione della serata benefica o ricadute culturali sul contesto locale.

Perche il dato e rilevante. L'azienda mostra una funzione relazionale importante, ma senza indicatori numerici l'impatto sociale resta descrivibile e non misurabile.

11.1.4. Gap informativi nella dimensione economico-territoriale

a) Indotto locale e forniture territoriali

Il ricorso al km 0 dichiarato e la valorizzazione di prodotti tipici suggeriscono un rapporto significativo con la filiera locale. Tuttavia, non emergono dati su numero di fornitori territoriali, quota di acquisti effettuati nell'area, valore delle forniture, accordi di collaborazione o ricadute sull'indotto.

Perche il dato e rilevante. La dimensione economico-territoriale non riguarda solo la notorieta del brand, ma anche il valore redistribuito nel contesto locale.

b) Dati economici funzionali alla sostenibilita

L'audit documentale non dispone di fatturato, peso economico della ristorazione rispetto alle cerimonie, incidenza dei vini aziendali, investimenti in fotovoltaico o sostenibilita, costi di manutenzione degli spazi rurali e dati sulla stagionalita della domanda.

Perche il dato e rilevante. Pur non essendo necessario pubblicare informazioni sensibili, alcuni dati aggregati o qualitativi aiuterebbero a comprendere meglio la resilienza del modello e l'impatto territoriale.

11.1.5. Gap informativi nella governance della sostenibilita

a) Politiche, obiettivi e impegni formalizzati

Dalle fonti ufficiali emerge un posizionamento coerente con sostenibilita territoriale e ambientale, ma non una policy formalizzata che definisca obiettivi, responsabilita interne, priorita di miglioramento, scadenze e indicatori di monitoraggio.

b) Certificazioni e standard

Nel corpus di fonti consultato non e stata rintracciata una sezione dedicata a certificazioni ambientali, sistemi di gestione, marchi di qualita riferiti alla sostenibilita o adesione a protocolli volontari. L'audit non assume quindi l'esistenza di certificazioni non documentate.

11.2. Dati che l'azienda dovrebbe rendere pubblici

11.2.1. Principio generale

Le Fontanelle dispone gia di una base narrativa e documentale solida. Il passo ulteriore, in ottica di sostenibilita, potrebbe consistere nella pubblicazione di una scheda sintetica di sostenibilita aziendale, integrata nel sito ufficiale e aggiornata periodicamente. Tale scheda consentirebbe di raccogliere in modo ordinato informazioni oggi disperse, qualificare meglio i claim ambientali, rendere piu trasparenti le pratiche aziendali e offrire una base per futuri audit.

11.2.2. Pacchetto minimo di disclosure consigliato

Area	Dato da rendere pubblico	Perche e utile
Identita ESG	Breve dichiarazione di sostenibilita aziendale	Chiarisce la visione complessiva.
Filiera locale	Esempi di fornitori, quota indicativa di acquisti locali, logica del km 0	Rende verificabile il claim di prossimita.

Area	Dato da rendere pubblico	Perche e utile
Energia	Potenza e produzione del fotovoltaico, quota di autoconsumo, interventi di efficienza	Qualifica la ristorazione green.
Acqua	Misure di risparmio, eventuale recupero, gestione delle aree verdi	Rafforza la credibilita ambientale.
Rifiuti e scarti	Pratiche anti-spreco, differenziata, recupero dell'organico	Consente di valutare la circolarita del servizio.
Materiali	Riduzione del monouso, packaging, detergenti e forniture a minore impatto	Colma un gap rilevante per ristorazione ed eventi.
Biodiversita	Cura di giardini, ulivi, eventuali siepi o aree ecologiche	Amplia la lettura ambientale degli spazi.
Lavoro	Numero addetti, formazione, sicurezza, eventuale stagionalita	Completa la dimensione sociale interna.
Comunita	Numero eventi, iniziative culturali e solidali, collaborazioni territoriali	Misura l'impatto relazionale.
Governance	Obiettivi, responsabilita e strumenti di monitoraggio	Struttura la sostenibilita come impegno gestito.

11.2.3. Informazioni ad alta priorita

1. Chiarimento operativo sul km 0: quali prodotti, quali fornitori, con quale incidenza indicativa.
2. Scheda energetica sintetica del fotovoltaico e del fabbisogno della struttura.
3. Dati essenziali su rifiuti, scarti alimentari e pratiche anti-spreco.
4. Scheda sociale sintetica su addetti, sicurezza e formazione.
5. Indicatori minimi su eventi, iniziative territoriali e responsabilita sociale esterna.

11.3. Informazioni da acquisire in una fase successiva tramite questionario standardizzato

11.3.1. Perche un questionario sarebbe coerente con il metodo dell'audit

Poiche l'impostazione dell'audit resta desk-based e non certificativa, il metodo piu coerente per colmare i gap informativi sarebbe l'invio di un questionario standardizzato di autocompilazione. Tale strumento consentirebbe di acquisire dati omogenei per tutte le aziende selezionate, distinguere tra informazioni gia pubbliche e informazioni dichiarate direttamente dall'impresa, rendere confrontabili i diversi audit e preparare eventuali percorsi di accompagnamento.

11.3.2. Modulo A - Dati ambientali essenziali

Tema	Informazione richiesta
Energia	Consumi annui, combustibili, fotovoltaico, quota di autoconsumo, interventi di efficientamento.
Acqua	Consumi, pratiche di risparmio, irrigazione delle aree verdi, eventuale recupero.

Tema	Informazione richiesta
Rifiuti	Tipologie, raccolta differenziata, organico, oli esausti, rifiuti da eventi.
Scarti alimentari	Prevenzione, monitoraggio, recupero o donazione ove applicabile.
Materiali	Stoviglie, tovagliato, monouso, packaging dei vini e forniture.
Biodiversità	Gestione giardini, alberature, eventuali aree naturali, prodotti agricoli aziendali.

11.3.3. Modulo B - Dati sociali essenziali

Tema	Informazione richiesta
Occupazione	Numero addetti, distinzione tra stabili e stagionali.
Territorialità del lavoro	Quota indicativa di lavoratori residenti nell'area.
Formazione	Ore o iniziative formative svolte.
Sicurezza	Procedure, aggiornamenti e presidi principali.
Inclusione	Eventuali prassi o attenzioni organizzative.
Comunità	Collaborazioni con scuole, associazioni, enti culturali e soggetti sociali.

11.3.4. Modulo C - Dati economico-territoriali

Tema	Informazione richiesta
Forniture locali	Quota indicativa di acquisti nel comprensorio, elenco macro-categorie di fornitori.
Ricadute turistiche	Numero di eventi, cerimonie, giornate tematiche, visitatori ove rilevati.
Canali di ricavo	Incidenza indicativa di ristorazione, eventi e produzioni aziendali.
Investimenti recenti	Fotovoltaico, accessibilità, spazi esterni, interventi ambientali.
Reti	Partecipazione a festival, associazioni, percorsi di promozione locale.

11.3.5. Modulo D - Governance e trasparenza

Tema	Informazione richiesta
Responsabilità interna	Chi presidia i temi di sostenibilità.
Obiettivi	Priorità di miglioramento nei prossimi tre anni.
Monitoraggio	Dati già raccolti internamente e frequenza di aggiornamento.
Comunicazione	Disponibilità a pubblicare una scheda di sostenibilità.
Rischi	Principali rischi ambientali, sociali e climatici percepiti.

11.4. Matrice di priorit  dei gap informativi

11.4.1. Gap prioritari

Gap	Motivazione
Dati sul fotovoltaico	Esiste una evidenza positiva che merita quantificazione.
Km 0 e fornitori	Il claim � centrale nel posizionamento e va qualificato.
Rifiuti e scarti alimentari	Tema sensibile per la ristorazione.
Dati su personale e sicurezza	Necessari per la dimensione sociale interna.
Consumi idrici ed energetici complessivi	Indispensabili per una lettura prestazionale.

11.4.2. Gap di secondo livello

Gap	Motivazione
Materiali e packaging	Rilevanti per eventi e vini.
Biodiversit� degli spazi verdi	Integra la narrazione paesaggistica.
Visitatori ed eventi	Misura il ruolo culturale e turistico.
Indotto locale	Rafforza l'analisi economico-territoriale.
Obiettivi ESG	Collega pratiche e miglioramento nel tempo.

11.4.3. Gap avanzati

Gap	Motivazione
Carbon footprint	Indicatore evoluto, utile ma non indispensabile nella prima fase.
Analisi LCA dei servizi o dei vini	Approfondimento complesso, adatto a una fase successiva.
Bilancio di sostenibilit�	Strumento maturo ma impegnativo per una micro-piccola impresa.
Obiettivi quantitativi pluriennali	Utile dopo aver costruito una baseline dati.

11.5. Valutazione complessiva dei gap informativi

I gap rilevati non compromettono la possibilit  di redigere un audit documentale approfondito, ma delimitano il confine tra sostenibilit  ben raccontata e sostenibilit  pienamente misurabile. Le Fontanelle presenta un profilo territoriale e culturale di forte interesse; per aumentare ulteriormente la credibilit  e la comparabilit  del proprio posizionamento, sarebbe particolarmente utile rendere pubblici pochi indicatori essenziali ma ben selezionati.

La priorit  non   produrre una rendicontazione sovradimensionata, ma costruire una scheda trasparente e proporzionata, capace di valorizzare cio che l'impresa gi  comunica e di chiarire con maggiore precisione cio che oggi resta implicito.

12. Conclusioni dell'audit

L'Audit documentale preliminare di sostenibilit  di Agriturismo Le Fontanelle, sviluppato esclusivamente sulla base di informazioni pubblicamente accessibili online alla data del 20 maggio 2026, restituisce il profilo di una impresa agrituristica fortemente radicata nel territorio di Pontelatone e capace di costruire una proposta di valore coerente tra cucina, vino, paesaggio, accoglienza e identit  locale.

Il caso Le Fontanelle   particolarmente significativo nell'ambito della Green Community Monte Maggiore perch  mostra come la sostenibilit  territoriale possa manifestarsi in una impresa di ospitalit  rurale attraverso pratiche e narrazioni tra loro integrate: selezione di materie prime locali, valorizzazione di prodotti identitari, presenza del Casavecchia, fruizione di una struttura legata alla memoria agricola, attenzione ad alcuni aspetti ambientali e apertura a eventi di promozione e solidariet .

12.1. Sintesi finale delle evidenze emerse

Dimensione	Evidenze principali
Territoriale	Pontelatone e Medio Volturno al centro del posizionamento; cucina, vini e spazi coerenti con il contesto locale.
Ambientale	Km 0 dichiarato e fotovoltaico; mancano dati quantitativi su consumi, rifiuti e scarti.
Sociale esterna	Accessibilit�, dotazioni per famiglie, eventi, serata benefica 2025.
Economico-territoriale	Diversificazione tra ristorazione, eventi, vini e promozione territoriale.
Culturale e identitaria	Masseria, cucina contadina, Casavecchia, prodotti simbolici e partecipazione a festival.
Auditabilit� online	Alta per identit�, territorio, cucina e relazioni; media-bassa per dati ESG quantitativi.

12.2. Giudizio complessivo

Sulla base delle fonti analizzate, Agriturismo Le Fontanelle presenta un profilo di sostenibilit  documentale complessivamente positivo e di elevato interesse per un audit desk-based. L'azienda risulta particolarmente forte nella sostenibilit  territoriale, culturale e gastronomica, con evidenze favorevoli anche nella dimensione sociale esterna e in alcuni aspetti ambientali puntuali.

La valutazione   pi  prudente sul piano della sostenibilit  ambientale prestazionale e della sostenibilit  sociale interna, poich  le informazioni pubbliche non consentono di misurare consumi, emissioni, scarti, organizzazione del lavoro o politiche di welfare. Il profilo   quindi convincente nella coerenza di modello, ma ancora migliorabile nella rendicontazione di dati e pratiche operative.

12.3. Classificazione finale di auditabilit 

12.3.1. Valutazione complessiva

Agriturismo Le Fontanelle puo essere classificato come: Azienda ad alta auditabilit  documentale online per la sostenibilit  territoriale e culturale, con ambiti ESG quantitativi ancora da consolidare.

La classificazione deriva dalla presenza di: informazioni ufficiali sufficientemente ampie e coerenti; identit  territoriale chiaramente leggibile; materiali utili all'analisi di cucina, Casavecchia e offerta

esperienziale; evidenze sul posizionamento green dichiarato; informazioni puntuali su accessibilità e servizi; documentazione di eventi, reti e iniziative sociali.

12.3.2. Valutazione sintetica per macro-dimensioni

Macro-dimensione	Giudizio conclusivo
Territoriale	Molto alta
Culturale e identitaria	Molto alta
Economico-territoriale	Alta
Sociale esterna	Alta
Ambientale qualitativa	Media-alta / positiva
Ambientale quantitativa	Non pienamente valutabile
Sociale interna	Non pienamente valutabile
Auditabilità online complessiva	Alta

12.4. Conclusione sintetica dell'audit

Sulla base delle fonti pubblicamente disponibili alla data del 20 maggio 2026, Agriturismo Le Fontanelle presenta un profilo di sostenibilità documentale solido e coerente, fondato su un forte radicamento territoriale, sulla valorizzazione della cucina tipica, su una significativa relazione con il Casavecchia, sulla fruizione di spazi rurali identitari e su una apertura al territorio che si esprime attraverso eventi culturali, gastronomici e sociali.

L'azienda risulta pienamente idonea alla redazione di un audit documentale preliminare di sostenibilità di ampia estensione. La valutazione è particolarmente robusta per gli aspetti territoriali, culturali, gastronomici ed economico-relazionali; resta invece parziale per gli aspetti ambientali e sociali misurabili, a causa dell'assenza di dati pubblici sistematici su consumi, scarti, rifiuti, personale e politiche interne di sostenibilità.

In prospettiva, la pubblicazione di una scheda di sostenibilità aziendale o la compilazione di un questionario standardizzato consentirebbero di trasformare un profilo già convincente in termini documentali in una valutazione ancora più solida e confrontabile sul piano ESG.

PARTE IV - FONTI E ALLEGATI

13. Apparato delle fonti

Il presente capitolo esplicita l'apparato documentale utilizzato per l'Audit di sostenibilit  di Agriturismo Le Fontanelle. Poich  l'elaborato   costruito esclusivamente su fonti pubblicamente accessibili online, la qualita, la varieta e l'affidabilit  del corpus documentale costituiscono parte integrante del metodo e della stessa valutazione di auditabilit .

Le fonti sono state selezionate secondo un principio di pertinenza e gerarchia: in primo luogo fonti ufficiali dell'azienda; in secondo luogo fonti terze qualificate, istituzionali, associative o specialistiche; in terzo luogo materiali di evento e contenuti utili a integrare la lettura del rapporto tra impresa e territorio. Le informazioni reputazionali e promozionali sono state utilizzate con cautela e mai trasformate automaticamente in indicatori di sostenibilit .

13.1. Fonti ufficiali aziendali

13.1.1. Sito web istituzionale

Il sito ufficiale di Agriturismo Le Fontanelle costituisce la fonte primaria dell'audit. Esso consente di ricostruire: storia dell'azienda; identit  territoriale; proposta gastronomica; vini prodotti; spazi interni ed esterni; servizi per eventi; dotazioni di accessibilit ; scelte ambientali dichiarate; dati di contatto e localizzazione. (Agriturismo Le Fontanelle)

Sezione / tema	Informazioni utilizzate nell'audit
Home e storia	Nascita nel 2002, fondatori Pasquale e Francesco Izzo, finalit� di valorizzazione dei prodotti tipici locali.
Cucina	Cultura contadina, sperimentazione, km 0, prodotti tipici, Petronilla e San Laro, piccole produzioni di frutta e olio.
Struttura	Masseria, ambienti interni, spazi esterni, cerimonie, famiglie, accessibilit�, fotovoltaico.
Posizione e contatti	Collocazione a Pontelatone, Via Salomoni Acquasanta, recapiti, partita IVA.
Menu ed eventi	Materiali tematici come "Casavecchia e Castagne".

13.1.2. Materiali ufficiali di menu e iniziative

Tra i materiali aziendali consultati rientra il menu dedicato alla XII edizione di "Casavecchia e Castagne", riferito ai sabati 4, 11 e 18 novembre 2023. Il documento   stato utilizzato come evidenza della capacit  dell'agriturismo di costruire eventi gastronomici tematici coerenti con stagionalit , vino locale e identit  territoriale.

Il materiale consente di osservare un menu esplicitamente centrato su castagne, prodotti autunnali, Casavecchia e piatti riconducibili alla cucina del territorio. Ai fini dell'audit, tale fonte non ha valore sistemico ma integra positivamente la lettura della dimensione culturale ed esperienziale.

13.2. Fonti terze qualificate

13.2.1. Guide gastronomiche e repertori territoriali

La Guida Slow Medio Volturno fornisce elementi di particolare interesse sul posizionamento gastronomico dell'azienda: ricerca culinaria dei fratelli Izzo, menu impostato su prodotti locali, indicazione dei fornitori, piatti tipici e descrizione dei vini Petronilla e San Laro. (Guida Slow Medio Volturno)

Il repertorio dell'Accademia Italiana della Cucina offre ulteriori informazioni anagrafiche e di servizio, tra cui gestione, posti a sedere, presenza di spazi all'aperto e servizi accessori. Tali dati sono stati trattati con prudenza, perché potenzialmente soggetti ad aggiornamento, ma risultano utili come fonte integrativa. (Accademia Italiana della Cucina)

13.2.2. Stampa di settore e approfondimenti enogastronomici

Un profilo pubblicato nel 2026 da Luciano Pignataro Wine Blog conferma la nascita dell'agriturismo nel 2002, la centralità della cucina locale e la presenza dei vini aziendali Petronilla e San Laro. La fonte è stata utilizzata come riscontro esterno qualificato alla narrazione ufficiale. (Luciano Pignataro Wine Blog)

La fonte non è stata impiegata per attribuire performance ESG, ma per consolidare l'inquadramento dell'impresa all'interno del panorama enogastronomico territoriale.

13.2.3. Eventi territoriali e reti di promozione

Campania Stories documenta la presenza di Le Fontanelle nell'Area Food del Casavecchia Wine Festival 2017, con piatti costruiti su ingredienti tipici e abbinamenti con il vino del territorio. Materiali relativi al Casavecchia & Pallagrello Wine Festival 2024 confermano inoltre il coinvolgimento dell'agriturismo in una iniziativa identitaria di Pontelatone. (Campania Stories; Casavecchia & Pallagrello Wine Festival 2024)

Queste fonti hanno sostenuto l'analisi del capitale relazionale dell'impresa e del suo contributo alla reputazione collettiva dell'area.

13.2.4. Fonti su responsabilità sociale esterna

La testata TuttoSanita ha documentato la serata benefica "Un sorriso sotto le stelle", prevista il 20 giugno 2025 presso Agriturismo Le Fontanelle a sostegno della Casa famiglia "Il Sorriso dei Bambini" di Bellona. La fonte è stata utilizzata per qualificare una evidenza puntuale di apertura dell'impresa a finalità sociali esterne. (TuttoSanita)

13.3. Data di consultazione, volatilità e cautele interpretative

La data di riferimento dell'audit è il 20 maggio 2026. I contenuti digitali possono essere aggiornati, rimossi o riformulati nel tempo; per questo motivo, l'elaborato fotografa lo stato delle informazioni reperibili alla data indicata.

Particolare cautela è stata adottata per: dati di servizio potenzialmente variabili; eventi già trascorsi; contenuti promozionali; claim quali km 0 e ristorazione green, utilizzati come dichiarazioni aziendali qualificate e non come certificazioni automatiche; informazioni quantitative non supportate da documenti primari.

13.4. Valutazione della qualità dell'apparato documentale

13.4.1. Matrice sintetica delle fonti

Tipologia di fonte	Esempi	Grado di affidabilità	Funzione nell'audit
Fonti ufficiali aziendali	Sito, cucina, struttura, informazioni utili, contatti, menu evento	Alto	Fonte primaria dell'analisi.
Guide e repertori qualificati	Guida Slow Medio Volturno, Accademia Italiana della Cucina	Medio-alto	Integrazione su cucina, servizi e reputazione.
Stampa specializzata	Luciano Pignataro Wine Blog	Medio-alto	Riscontro esterno su storia e posizionamento.
Fonti su eventi territoriali	Campania Stories, Casavecchia & Pallagrello Wine Festival	Medio	Valutazione delle reti e del contributo reputazionale.
Fonti su iniziative sociali	TuttoSanita	Medio	Evidenza puntuale di responsabilità sociale esterna.
Dati quantitativi ESG	Non reperiti in forma organica	Assente	Non utilizzabili per valutazioni prestazionali.

13.4.2. Punti di forza del patrimonio informativo

- Identità aziendale chiaramente riconoscibile e localizzazione definita.
- Sito ufficiale sufficientemente ricco per ricostruire storia, cucina, struttura e servizi.
- Buona documentazione del legame tra impresa e territorio.
- Presenza di fonti terze qualificate sul posizionamento gastronomico.
- Evidenze specifiche su Casavecchia, eventi territoriali e iniziativa solidale.
- Possibilità di distinguere in modo abbastanza chiaro i dati solidi dalle dichiarazioni qualificabili ma non misurate.

13.4.3. Limiti del patrimonio informativo

- Assenza di indicatori ambientali quantitativi.
- Assenza di dati sociali interni e occupazionali.
- Mancanza di un documento o di una pagina unitaria di sostenibilità.
- Claim di prossimità e green positioning non accompagnati da disclosure strutturate.
- Limitata disponibilità di dati su filiera, fornitori, rifiuti e scarti alimentari.
- Possibile variabilità nel tempo di dati di servizio e componenti del menu.

13.5. Giudizio sintetico del Capitolo 13

Il corpus documentale utilizzato per l'audit di Agriturismo Le Fontanelle risulta di buona qualità e adeguato alla costruzione di una analisi desk-based ampia e ragionata. La prevalenza di fonti ufficiali aziendali, integrate da guide, repertori e materiali di evento qualificati, consente di fondare l'audit su un apparato informativo complessivamente affidabile per gli aspetti territoriali, gastronomici, culturali e relazionali.

Il principale limite non riguarda la possibilità di descrivere l'identità dell'impresa, ma la tipologia dei dati disponibili: ricchi e convincenti per posizionamento, cucina, eventi e struttura; ancora insufficienti per una valutazione quantitativa e pienamente misurabile della sostenibilità ambientale e sociale. La data di consultazione del 20 maggio 2026 deve pertanto essere considerata parte integrante del metodo.

14. Allegati

Gli allegati al presente Audit documentale preliminare di sostenibilit  di Agriturismo Le Fontanelle hanno una funzione operativa e metodologica. Essi traducono l'analisi svolta nei capitoli precedenti in strumenti utili a rendere trasparente il percorso valutativo, ordinare le evidenze raccolte, esplicitare il grado di affidabilit  delle informazioni, sintetizzare il livello di auditabilit  online dell'azienda e mettere a fuoco i dati mancanti per una valutazione ESG pi  completa.

Gli allegati proposti sono quattro: Allegato A - Scheda di rilevazione delle evidenze; Allegato B - Matrice di auditabilit  online; Allegato C - Quadro dei dati mancanti e delle disclosure consigliate; Allegato D - Repertorio iconografico e documentale utile a una eventuale versione impaginata o divulgativa dell'audit.

14.1. Allegato A - Scheda di rilevazione delle evidenze

N.	Ambito	Evidenza rilevata	Fonte prevalente	Affidabilit�
1	Identit�	Agriturismo Le Fontanelle, Pontelatone (CE).	Sito ufficiale	A
2	Storia	Nascita nel 2002 per iniziativa di Pasquale e Francesco Izzo.	Sito ufficiale	A/B
3	Missione	Valorizzazione dei prodotti tipici locali.	Sito ufficiale	B
4	Cucina	Cucina tradizionale con attenzione alla cultura contadina e sperimentazione.	Sito ufficiale	B
5	Filiera	Ricorso dichiarato a materie prime a km 0.	Sito ufficiale	B
6	Trasparenza menu	Indicazione dei fornitori nei menu, secondo fonte terza.	Guida Slow Medio Volturno	C
7	Prodotti tipici	Fagioli cerati di Alife, Maiale Nero Casertano, Torzella, oli locali.	Sito ufficiale	B
8	Vino	Petronilla e San Laro da Casavecchia.	Sito ufficiale	A/B
9	Vino	San Laro in produzione limitata inferiore alle 1000 bottiglie annue.	Sito ufficiale	B
10	Processi	Fermentazione del San Laro in tini di castagno, follature manuali, affinamento in botti.	Sito ufficiale	B
11	Piccole produzioni	Ciliegie, mele e olio extravergine in quantit� limitate.	Sito ufficiale	B
12	Spazi	Tre sale interne e spazi esterni con giardini, alberature e zone relax.	Sito ufficiale	A/B
13	Patrimonio	Richiamo alla masseria ottocentesca di famiglia.	Sito ufficiale	B
14	Eventi	Cerimonie, battesimi, comunioni, matrimoni, lauree, meeting e compleanni.	Sito ufficiale	A/B
15	Cucina eventi	Menu di cerimonia centrati su prodotti tipici e stagionalit�.	Sito ufficiale	B

N.	Ambito	Evidenza rilevata	Fonte prevalente	Affidabilit�
16	Accessibilit�	Rampa e servizi igienici riservati a persone con ridotta mobilit�.	Sito ufficiale	A/B
17	Famiglie	Fasciatoio, seggioloni, campo calcetto, area gioco.	Sito ufficiale	A/B
18	Energia	Impianto fotovoltaico esteso dal tetto al parcheggio.	Sito ufficiale	B
19	Reti territoriali	Presenza nell'Area Food del Casavecchia Wine Festival 2017.	Campania Stories	C
20	Reti territoriali	Partecipazione al Casavecchia & Pallagrello Wine Festival 2024.	Materiali evento	C
21	Responsabilit� sociale	Ospitalit� della serata benefica "Un sorriso sotto le stelle" nel 2025.	TuttoSanita	C
22	Reputazione gastronomica	Presenza in Guida Slow Medio Volturno.	Guida Slow Medio Volturno	C
23	Repertori qualificati	Scheda in Accademia Italiana della Cucina.	Accademia Italiana della Cucina	C
24	Stampa di settore	Profilo aziendale su Luciano Pignataro Wine Blog nel 2026.	Luciano Pignataro Wine Blog	C
25	Dati ambientali quantitativi	Non reperiti in forma organica.	Ricognizione audit	E
26	Dati sociali interni	Non reperiti in forma organica.	Ricognizione audit	E

14.2. Allegato B - Matrice di auditabilit  online

La matrice seguente sintetizza il grado di auditabilit  online dell'impresa su una scala qualitativa da 1 a 5, dove 1 indica assenza quasi totale di informazioni e 5 indica disponibilit  molto elevata di evidenze coerenti e utilizzabili.

Area	Punteggio qualitativo	Motivazione
Identificazione dell'azienda	5/5	Dati e contatti ben reperibili.
Storia e missione	4/5	Informazioni ufficiali sufficientemente chiare.
Cucina e prodotti tipici	5/5	Patrimonio informativo ricco e coerente.
Vini e Casavecchia	4/5	Buone informazioni su Petronilla e San Laro.
Struttura e ospitalit�	5/5	Spazi, servizi ed eventi descritti in modo articolato.
Accessibilit�	4/5	Evidenze specifiche ma non configurate in una policy.
Energia e pratiche ambientali	3/5	Fotovoltaico e km 0 dichiarati, ma pochi dati quantitativi.

Area	Punteggio qualitativo	Motivazione
Rifiuti e scarti	1/5	Informazioni non reperite.
Dati sociali interni	1/5	Informazioni non reperite.
Reti ed eventi territoriali	4/5	Presenza in festival e iniziative rilevanti.
Responsabilità sociale esterna	3/5	Evidenza puntuale della serata solidale 2025.
Auditabilità complessiva	4/5	Alta per sostenibilità territoriale e culturale, minore per dimensioni ESG misurabili.

14.3. Allegato C - Quadro dei dati mancanti e delle disclosure consigliate

Area	Dato mancante	Priorità	Proposta di disclosure
Energia	Potenza e resa dell'impianto fotovoltaico; consumi complessivi.	Alta	Scheda energetica annuale sintetica.
Acqua	Consumi e pratiche di riduzione.	Alta	Breve quadro di monitoraggio e interventi.
Rifiuti	Differenziata, organico, oli esausti, rifiuti da eventi.	Alta	Politica anti-spreco e dati essenziali.
Filiera	Quota di forniture locali e principali categorie di fornitori.	Alta	Scheda fornitori / filiera corta.
Lavoro	Addetti, stagionalità, formazione e sicurezza.	Alta	Scheda sociale di base.
Materiali	Monouso, stoviglie, packaging, detergenti.	Media	Criteri di acquisto e riduzione.
Biodiversità	Gestione di giardini e spazi verdi.	Media	Nota descrittiva su cura e manutenzione.
Eventi	Numero annuo e partecipanti.	Media	Indicatori di impatto culturale e relazionale.
Governance	Obiettivi e responsabilità interne.	Media	Mini-policy di sostenibilità.

14.4. Allegato D - Repertorio iconografico e documentale utile

Il presente audit è stato redatto in formato analitico-documentale. In una eventuale versione impaginata o divulgativa, sarebbe possibile affiancare all'analisi un repertorio iconografico selezionato, nel rispetto dei diritti di utilizzo delle immagini e privilegiando materiali ufficiali dell'azienda o esplicitamente autorizzati.

Categoria di immagine / documento	Utilità nell'audit	Cautela d'uso
Esterni dell'agriturismo e paesaggio	Illustrare l'inserimento nel contesto rurale di Pontelatone.	Usare immagini ufficiali o autorizzate.
Sale interne e ambienti rustici	Rendere visibile la coerenza tra struttura e memoria contadina.	Evitare sovraccarico decorativo.
Spazi esterni, giardini, ulivi, pergole	Supportare l'analisi della fruizione lenta e dell'accoglienza.	Non dedurre pratiche ambientali non documentate.
Piatti simbolici e ingredienti locali	Collegare cucina, prodotti tipici e identità territoriale.	Indicare con precisione la fonte.
Bottiglie Petronilla e San Laro	Illustrare la componente vitivinicola e il legame con il Casavecchia.	Non trasformare l'immagine in prova tecnica.
Menu "Casavecchia e Castagne"	Documentare eventi tematici e stagionalità.	Inserire come documento di contesto.
Materiali dei festival territoriali	Mostrare la partecipazione a reti di promozione.	Verificare diritti e data dell'evento.

14.5. Sintesi conclusiva degli allegati

Gli allegati confermano che Agriturismo Le Fontanelle dispone di una base documentale pubblica sufficiente a sostenere un audit desk-based di ampia estensione. Le evidenze risultano particolarmente solide su cucina, territorio, spazi, Casavecchia, relazioni con il pubblico e reti di promozione locale. I dati mancanti riguardano soprattutto la misurazione delle prestazioni ambientali e sociali, non la leggibilità del modello aziendale.

La matrice di auditabilità e il quadro delle disclosure consigliate possono essere utilizzati come strumenti operativi per un eventuale confronto con l'azienda o per la predisposizione di un questionario standardizzato nell'ambito dell'Iniziativa n. 7.

14.6. Chiusura del documento

Il presente audit documentale preliminare di sostenibilità di Agriturismo Le Fontanelle conclude la propria analisi ribadendo il valore di una impresa capace di fare del territorio non un semplice elemento scenografico, ma il principio ordinatore della proposta gastronomica, vitivinicola, culturale e relazionale. La sostenibilità risulta qui soprattutto come coerenza tra luogo, prodotti, ospitalità e racconto; il suo ulteriore consolidamento passa dalla capacità di rendere pubblici, in modo proporzionato e trasparente, gli indicatori che oggi restano fuori dal perimetro dell'audit online.

14.7. Allegato E - Questionario standardizzato di autodiagnosi per approfondimenti futuri

Il questionario seguente è costruito come strumento di approfondimento coerente con il metodo dell'audit documentale preliminare. Non sostituisce una verifica ispettiva, ma permette di acquisire, in modo ordinato e comparabile, informazioni non emerse dalle fonti pubbliche. Le domande sono formulate in maniera proporzionata alla natura di una impresa agrituristica e sono suddivise per aree: identità e governance, ambiente, filiera alimentare, sociale, territorio, dati economico-relazionali e comunicazione della sostenibilità.

Il questionario può essere utilizzato in una fase successiva del progetto sia come autodiagnosi dell'impresa sia come traccia per un aggiornamento dell'audit. Le risposte dovrebbero essere accompagnate, ove possibile, da evidenze documentali essenziali: bollette aggregate, schede tecniche, fotografie di impianti, elenchi fornitori, estratti di menu, procedure interne, report eventi, certificazioni o dichiarazioni sostitutive.

A. Identità, perimetro e governance

Codice	Domanda	Finalità auditiva
A1	Qual è la forma giuridica attuale dell'attività e quale perimetro operativo ricomprende esattamente il marchio Agriturismo Le Fontanelle?	Chiarire il soggetto e le attività effettivamente incluse nell'audit.
A2	Sono presenti un organigramma o una ripartizione formalizzata delle responsabilità tra ristorazione, eventi, produzioni agricole, accoglienza e amministrazione?	Comprendere la governance operativa.
A3	Esiste una persona incaricata, anche informalmente, di presidiare i temi ambientali, sociali o di sostenibilità?	Valutare la presenza di responsabilità interne.
A4	L'azienda ha definito obiettivi di miglioramento per i prossimi tre anni in materia di energia, filiera, rifiuti, accessibilità o comunicazione?	Verificare la presenza di una programmazione.
A5	Sono presenti policy, procedure o documenti interni relativi a sostenibilità, acquisti, qualità, sicurezza alimentare o gestione degli eventi?	Rilevare strumenti di gestione formalizzati.
A6	L'azienda aderisce a reti, consorzi, associazioni o progetti territoriali continuativi oltre agli eventi episodici già documentati?	Misurare il capitale relazionale stabile.
A7	Quali sono le principali categorie di stakeholder considerate dall'impresa: clienti, fornitori, comunità locale, associazioni, amministrazioni, dipendenti?	Comprendere la mappa relazionale.
A8	Esistono indicatori interni già monitorati, anche se non pubblicati, utili a una rendicontazione di sostenibilità?	Preparare una eventuale disclosure futura.
A9	L'azienda intende pubblicare una breve scheda annuale di sostenibilità o una pagina dedicata sul sito?	Valutare la disponibilità alla trasparenza.
A10	Sono state effettuate in passato valutazioni o consulenze specifiche in materia di efficientamento energetico, rifiuti, accessibilità o filiera corta?	Rilevare precedenti azioni di miglioramento.

B. Energia, clima e infrastrutture

Codice	Domanda	Finalita auditiva
B1	Qual e la potenza nominale dell'impianto fotovoltaico e in quale anno e entrato in funzione?	Quantificare l'evidenza ambientale gia comunicata.
B2	Qual e la produzione annua media dell'impianto fotovoltaico negli ultimi tre anni?	Valutare il contributo energetico reale.
B3	Quale quota dell'energia prodotta viene autoconsumata e quale eventualmente immessa in rete?	Comprendere il beneficio operativo.
B4	Quali sono i consumi annui complessivi di energia elettrica della struttura?	Costruire una baseline energetica.
B5	Sono utilizzati combustibili per cucina, riscaldamento o altre funzioni? Quali e in che quantita indicativa?	Completare il profilo energetico.
B6	Sono presenti interventi di efficienza energetica: LED, elettrodomestici efficienti, isolamento, pompe di calore, sistemi di controllo?	Rilevare pratiche di riduzione dei consumi.
B7	Le sale climatizzate e riscaldate sono gestite con procedure di contenimento dei consumi durante eventi e giornate di bassa affluenza?	Valutare la gestione operativa.
B8	La struttura ha effettuato analisi dei costi energetici e individuato obiettivi di riduzione?	Verificare la gestione economico-ambientale dell'energia.
B9	Sono disponibili fotografie, schede tecniche o altra documentazione dell'impianto fotovoltaico?	Acquisire evidenze documentali.
B10	L'azienda ha preso in considerazione ulteriori interventi di decarbonizzazione o autoconsumo energetico?	Rilevare progettualita future.

C. Acqua, suolo, verde e biodiversita

Codice	Domanda	Finalita auditiva
C1	Qual e il consumo idrico annuo della struttura, ove disponibile?	Costruire una baseline della risorsa acqua.
C2	Sono presenti sistemi di riduzione dei consumi idrici nei servizi igienici, nelle cucine o nelle aree di lavaggio?	Valutare l'efficienza della risorsa.
C3	Esistono sistemi di raccolta, accumulo o riuso delle acque meteoriche per le aree verdi?	Rilevare pratiche di recupero.
C4	Le aree verdi sono irrigate? Con quale frequenza e con quali criteri?	Comprendere l'impatto degli spazi esterni.
C5	La manutenzione dei giardini, degli ulivi e delle alberature utilizza pratiche a basso impatto?	Valutare la gestione del verde.

Codice	Domanda	Finalita auditiva
C6	Sono presenti siepi, fasce ecologiche, aree rifugio per fauna utile o altre pratiche a favore della biodiversita?	Ampliare la lettura ambientale oltre il paesaggio.
C7	Le eventuali produzioni di ciliegie, mele e olio seguono pratiche specifiche di gestione del suolo o di difesa fitosanitaria?	Qualificare le piccole produzioni aziendali.
C8	Sono state adottate misure di riduzione dell'uso di prodotti chimici nella manutenzione esterna?	Rilevare elementi di prevenzione ambientale.
C9	La presenza di spazi esterni determina picchi di consumo idrico o esigenze particolari durante cerimonie ed eventi?	Connettere servizi e risorse.
C10	Sono disponibili mappe, fotografie o descrizioni sintetiche delle aree verdi e delle eventuali produzioni agricole?	Acquisire evidenze di contesto.

D. Filiera alimentare, menu, prodotti e fornitori

Codice	Domanda	Finalita auditiva
D1	Quale definizione operativa di "km 0" utilizza l'azienda?	Chiarire il perimetro del claim.
D2	Quale quota indicativa delle materie prime proviene dal comune, dal comprensorio, dalla provincia o dalla regione?	Misurare la prossimita delle forniture.
D3	Quanti fornitori locali sono stabilmente coinvolti nella costruzione dei menu?	Valutare la rete economica territoriale.
D4	I nominativi dei fornitori sono indicati nei menu in modo continuativo o solo in alcune occasioni?	Verificare la sistematicita della trasparenza.
D5	Sono presenti criteri formali per la selezione dei fornitori: stagionalita, prossimita, qualita, presidi, produzioni tipiche?	Comprendere la governance degli acquisti.
D6	I menu vengono modificati in funzione della stagionalita delle materie prime?	Qualificare la coerenza con la cucina del territorio.
D7	Quali prodotti o piatti sono considerati rappresentativi dell'identita aziendale?	Mappare i beni simbolici dell'offerta.
D8	L'azienda valorizza prodotti a rischio di marginalizzazione o filiere particolarmente rappresentative del Medio Volturno?	Rilevare il contributo culturale e agricolo.
D9	Sono attuate pratiche per evitare l'eccesso di menu standardizzati durante grandi eventi?	Valutare la coerenza qualitativa della multifunzionalita.
D10	Esistono collaborazioni continuative con produttori, aziende agricole o consorzi locali?	Confermare la stabilita delle reti.

E. Vino Casavecchia e produzioni aziendali

Codice	Domanda	Finalita' auditiva
E1	Quali superfici o vigneti sono destinati alle uve utilizzate per Petronilla e San Laro?	Approfondire il legame tra vino e territorio.
E2	La produzione dei vini avviene interamente in azienda o tramite collaborazioni esterne?	Chiarire il perimetro della trasformazione.
E3	Quali annate e volumi medi annui caratterizzano Petronilla e San Laro?	Costruire un quadro produttivo essenziale.
E4	La produzione annua del San Laro resta inferiore alle mille bottiglie? Il dato e costante nel tempo?	Verificare l'attualita' dell'informazione pubblica.
E5	Sono adottate pratiche agronomiche specifiche nei vigneti di Casavecchia?	Ampliare la lettura ambientale.
E6	Esistono schede tecniche, etichette o documenti descrittivi dei vini aziendali?	Acquisire evidenze tecniche.
E7	I vini vengono proposti principalmente in ristorazione interna o anche attraverso vendita diretta?	Comprendere il modello economico.
E8	Le iniziative dedicate al Casavecchia e alle castagne sono ricorrenti? Con quale periodicit�?	Valutare la continuit� degli eventi identitari.
E9	L'azienda partecipa stabilmente a rassegne o festival dedicati ai vitigni di Pontelatone?	Misurare l'integrazione nella rete territoriale.
E10	Esistono prospettive di sviluppo della comunicazione o della visita legata ai vini aziendali?	Rilevare possibili evoluzioni del modello.

F. Rifiuti, scarti, materiali e circolarita

Codice	Domanda	Finalita' auditiva
F1	L'azienda misura o stima gli scarti alimentari generati dalla ristorazione ordinaria e dagli eventi?	Valutare la prevenzione degli sprechi.
F2	Sono attive pratiche di riduzione degli avanzi in fase di progettazione dei menu?	Rilevare azioni ex ante.
F3	Gli scarti organici vengono conferiti a filiere di recupero, compostaggio o altre forme di valorizzazione?	Indagare la circolarita.
F4	Come vengono gestiti oli esausti, vetro, carta, plastica e rifiuti speciali eventualmente prodotti?	Verificare la gestione rifiuti.
F5	Durante cerimonie ed eventi vengono adottate misure per ridurre il monouso?	Connettere eventi e sostenibilit�.
F6	Quali materiali sono utilizzati per eventuali confezioni regalo, bottiglie e prodotti aziendali?	Approfondire il packaging.
F7	Sono presenti accordi con fornitori per ridurre imballaggi o consegne frazionate?	Valutare la filiera in ottica ambientale.

Codice	Domanda	Finalita auditiva
F8	Sono utilizzati detergenti o prodotti di pulizia con caratteristiche ambientali specifiche?	Rilevare acquisti sostenibili.
F9	Esistono procedure interne per il corretto conferimento dei rifiuti durante i picchi di attivita?	Valutare l'organizzazione operativa.
F10	L'azienda ha obiettivi di riduzione degli sprechi o dei materiali monouso?	Verificare la pianificazione.

G. Lavoro, sicurezza, welfare e competenze

Codice	Domanda	Finalita auditiva
G1	Quanti addetti operano stabilmente nell'azienda e quanti sono eventualmente stagionali?	Costruire una base occupazionale.
G2	Quali funzioni sono presidiate internamente: cucina, sala, eventi, amministrazione, manutenzione, produzioni?	Comprendere l'organizzazione.
G3	Qual e l'incidenza indicativa del personale residente nel territorio circostante?	Valutare il contributo occupazionale locale.
G4	Sono svolte attivita formative periodiche su sicurezza, HACCP, servizio, accoglienza o sostenibilita?	Rilevare il capitale umano.
G5	Sono presenti procedure strutturate di salute e sicurezza sul lavoro?	Acquisire elementi sociali interni.
G6	L'azienda adotta pratiche per conciliazione, flessibilita organizzativa o benessere del personale?	Valutare il welfare.
G7	Esistono opportunita di crescita professionale o di trasmissione di competenze tra generazioni?	Rilevare apprendimento e continuita.
G8	Sono presenti prassi di inclusione o attenzione alla parita nei ruoli e nell'organizzazione del lavoro?	Approfondire l'equita interna.
G9	Durante eventi di grande afflusso, come viene gestita la sicurezza di personale e clienti?	Connettere organizzazione e servizio.
G10	L'azienda e disponibile a pubblicare una sintesi sociale annuale con dati aggregati?	Valutare la trasparenza futura.

H. Accessibilita, clienti e qualita dell'esperienza

Codice	Domanda	Finalita auditiva
H1	Le informazioni su rampa e servizi accessibili sono aggiornate e riferite a tutti gli spazi principali?	Verificare il perimetro dell'accessibilita.
H2	Sono presenti ulteriori servizi per persone con esigenze specifiche non riportati online?	Integrare la lettura sociale.
H3	L'area gioco, il fasciatoio e i seggioloni sono sempre disponibili o attivati su richiesta?	Chiarire il servizio alle famiglie.

Codice	Domanda	Finalita auditiva
H4	Esistono menu o attenzioni specifiche per esigenze alimentari particolari, nel rispetto della normativa?	Valutare l'inclusione del servizio.
H5	Come viene raccolto il feedback dei clienti?	Rilevare strumenti di miglioramento.
H6	Sono monitorati reclami, suggerimenti o indicatori di soddisfazione?	Misurare la qualità percepita.
H7	Le cerimonie vengono progettate con attenzione alla stagionalità e alla sostenibilità degli allestimenti?	Connettere eventi e responsabilità.
H8	La struttura ospita scuole, associazioni o visite con finalità educative?	Valutare la funzione divulgativa.
H9	Esistono iniziative dedicate alla conoscenza dei prodotti del territorio?	Approfondire la missione culturale.
H10	L'azienda ha in programma di migliorare ulteriormente accessibilità e comunicazione dei servizi?	Rilevare obiettivi futuri.

I. Territorio, reti, eventi e responsabilità sociale

Codice	Domanda	Finalita auditiva
I1	Quali eventi territoriali vengono considerati strategici per l'identità dell'azienda?	Mappare la presenza nella rete locale.
I2	La partecipazione ai festival dedicati a Casavecchia e Pallagrello è continuativa?	Valutare la stabilità del contributo reputazionale.
I3	Sono attive collaborazioni con Pro Loco, Strade del Vino, comuni, associazioni o istituzioni scolastiche?	Approfondire le reti.
I4	Quanti eventi culturali o gastronomici tematici vengono organizzati mediamente ogni anno?	Misurare la vivacità dell'offerta.
I5	L'evento solidale del 2025 si inserisce in una tradizione di iniziative benefiche o è stato episodico?	Qualificare la responsabilità sociale esterna.
I6	Sono disponibili dati su partecipazione o risultati delle iniziative sociali ospitate?	Misurare l'impatto.
I7	L'azienda partecipa a iniziative di promozione del Medio Volturno o dei Monti Trebulani?	Confermare il radicamento territoriale.
I8	Sono stati ospitati eventi che promuovono prodotti o produttori locali?	Valutare il ruolo di vetrina territoriale.
I9	Esistono materiali fotografici o comunicativi che documentano le reti e le collaborazioni?	Acquisire evidenze.
I10	Quali temi territoriali l'azienda vorrebbe comunicare meglio in futuro?	Rilevare potenziale evoluzione della narrazione.

L. Comunicazione, trasparenza e aggiornamento dell'audit

Codice	Domanda	Finalita auditiva
L1	L'azienda e disponibile a pubblicare una pagina "Sostenibilita" che raccolga in modo ordinato pratiche e dati essenziali?	Rafforzare la trasparenza.
L2	Quali informazioni gia disponibili internamente potrebbero essere rese pubbliche senza appesantire la comunicazione?	Definire disclosure proporzionate.
L3	La comunicazione di km 0 e ristorazione green e accompagnata da criteri esplicativi condivisi?	Ridurre il rischio di ambiguita.
L4	Sono previste revisioni periodiche dei contenuti del sito relativi a servizi, accessibilita, eventi e sostenibilita?	Valutare la manutenzione informativa.
L5	L'azienda conserva un archivio ordinato di menu tematici, eventi, rassegne e iniziative sociali?	Supportare aggiornamenti futuri.
L6	Esiste una raccolta fotografica ufficiale utilizzabile per materiali progettuali e istituzionali?	Preparare versioni divulgative dell'audit.
L7	Quali claim ambientali l'azienda ritiene piu rappresentativi della propria identita?	Comprendere la strategia comunicativa.
L8	Quali aspetti della sostenibilita risultano oggi piu difficili da misurare?	Rilevare criticita percepite.
L9	L'azienda potrebbe aggiornare annualmente alcune metriche chiave?	Valutare la fattibilita della rendicontazione.
L10	Quali informazioni dovrebbero essere corrette o integrate nell'audit documentale preliminare?	Consentire un confronto trasparente.

14.8. Allegato F - Piano di miglioramento raccomandato

Il piano di miglioramento seguente non è prescrittivo e non presuppone criticità gestionali non dimostrate. Esso traduce i principali gap informativi dell'audit in possibili azioni proporzionate, utili a rafforzare trasparenza, misurabilità e capacità comunicativa dell'impresa. Le azioni sono organizzate in tre orizzonti temporali: breve periodo, medio periodo e sviluppo avanzato.

14.8.1. Azioni a breve periodo - 0/6 mesi

Azione	Contenuto operativo	Beneficio atteso	Evidenza producibile
Scheda di sostenibilità sintetica	Redigere una pagina di due/tre sezioni su energia, filiera, accessibilità, eventi e impegni.	Rendere leggibile in modo unitario ciò che oggi è disperso.	Pagina web o PDF breve.
Chiarimento sul km 0	Definire in modo semplice il perimetro territoriale e le categorie di prodotti locali utilizzate.	Aumentare credibilità del claim.	Nota sul sito o nei menu.
Dati essenziali sul fotovoltaico	Pubblicare anno di installazione, potenza e una stima della produzione annua ove disponibile.	Qualificare la "ristorazione green".	Scheda impianto sintetica.
Mappa fornitori	Elencare almeno le principali tipologie di produttori locali coinvolti.	Rendere visibile l'indotto.	Tabella sintetica.
Aggiornamento accessibilità	Precisare il perimetro di rampa, servizi e spazi fruibili.	Migliorare utilità informativa per il pubblico.	Scheda servizi accessibili.
Archivio eventi	Ordinare menu tematici, festival e iniziative solidali per anno.	Rafforzare la documentazione culturale.	Pagina cronologica o album ufficiale.

14.8.2. Azioni a medio periodo - 6/18 mesi

Azione	Contenuto operativo	Beneficio atteso	Evidenza producibile
Monitoraggio consumi	Raccogliere annualmente energia elettrica, gas e acqua in forma aggregata.	Costruire baseline ambientale.	Tabella annuale.
Registro scarti e rifiuti	Definire almeno macro-categorie e pratiche di gestione durante ristorazione ordinaria ed eventi.	Rafforzare la circolarità.	Procedura interna o report breve.
Questionario personale	Acquisire dati aggregati su addetti, formazione e sicurezza.	Colmare il gap sociale interno.	Scheda sociale.
Indicatori eventi e visitatori	Conteggiare eventi tematici, iniziative solidali e partecipanti ove possibile.	Misurare l'impatto relazionale.	Cruscotto annuale.

Azione	Contenuto operativo	Beneficio atteso	Evidenza producibile
Linee guida per cerimonie sostenibili	Integrare stagionalità, riduzione materiali monouso e comunicazione dei prodotti locali.	Allineare la multifunzionalità al posizionamento green.	Documento operativo.
Repertorio fotografico autorizzato	Selezionare immagini ufficiali di struttura, piatti, vini, eventi e fotovoltaico.	Supportare la comunicazione e audit futuri.	Archivio immagini.

14.8.3. Azioni di sviluppo avanzato - 18/36 mesi

Azione	Contenuto operativo	Beneficio atteso	Evidenza producibile
Mini-report annuale	Pubblicare una scheda annuale con 10-15 indicatori chiave.	Trasformare la sostenibilità in processo monitorato.	Report annuale.
Obiettivi quantitativi	Definire target realistici su energia, rifiuti, forniture locali, eventi e accessibilità.	Passare da disclosure a miglioramento.	Piano triennale.
Analisi opportunità ambientali	Valutare ulteriori interventi su acqua, efficienza della cucina, materiali e gestione del verde.	Ridurre impatti e costi.	Studio interno o consulenza.
Valutazione impatto territoriale	Stimare ricadute su fornitori locali, eventi e attrattività del territorio.	Qualificare la dimensione economico-territoriale.	Nota metodologica.
Progetto educativo	Strutturare visite o laboratori su prodotti locali, Casavecchia e sostenibilità alimentare.	Rafforzare la funzione culturale.	Programma didattico.
Verifica esterna mirata	Valutare certificazioni o audit volontari proporzionati alla struttura.	Accrescere l'affidabilità delle evidenze.	Attestazione o piano di conformità.

14.8.4. Roadmap ragionata delle priorità

La sequenza consigliata privilegia dapprima la trasparenza, poi la misurazione, infine la strutturazione di obiettivi. In termini pratici, la fase iniziale dovrebbe concentrarsi sulla raccolta delle informazioni già disponibili e sulla loro pubblicazione in forma ordinata. Una seconda fase potrebbe introdurre il monitoraggio di pochi indicatori essenziali. Solo in un terzo momento avrebbe senso definire target quantitativi, progettualità avanzate o strumenti di verifica esterna.

Fase	Priorita	Risultato atteso
1. Emersione	Rendere pubblici claim qualificati, fonti, fotovoltaico, filiera e accessibilita.	Profilo piu trasparente e coerente.
2. Baseline	Misurare consumi, scarti, personale, eventi e fornitori locali.	Audit futuro piu robusto.
3. Miglioramento	Definire target, piani di azione e progetti educativi o territoriali.	Sostenibilita gestita e monitorata.

14.9. Allegato G - Registro analitico delle evidenze e verifica di qualita

Il registro seguente scompone le principali evidenze utilizzate nell'audit, indicando per ciascuna il tipo di fonte, il valore analitico e la cautela interpretativa. L'obiettivo e rendere verificabile il processo di passaggio dall'informazione grezza alla valutazione auditiva.

ID	Evidenza	Fonte	Uso nell'audit	Cautela
E01	Nascita dell'agriturismo nel 2002	Sito ufficiale	Inquadramento storico	Trattare come dato aziendale ufficiale.
E02	Fondatori Pasquale e Francesco Izzo	Sito ufficiale	Identita imprenditoriale	Non dedurre ruoli attuali non esplicitati.
E03	Finalita di valorizzazione dei prodotti tipici locali	Sito ufficiale	Missione territoriale	Claim coerente ma non misurato.
E04	Materie prime a km 0	Sito ufficiale	Filiera e prossimita	Richiede definizione operativa.
E05	Prodotti tipici elencati nella cucina	Sito ufficiale	Identita gastronomica	Dato descrittivo forte.
E06	Menu con indicazione dei fornitori	Guida Slow Medio Volturno	Trasparenza della filiera	Fonte terza qualificata.
E07	Petronilla e San Laro da Casavecchia	Sito ufficiale	Viticultura identitaria	Buona evidenza di posizionamento.
E08	San Laro sotto 1000 bottiglie	Sito ufficiale	Scala artigianale dichiarata	Verificare aggiornamento in eventuale questionario.
E09	Fermentazione in castagno e affinamento in rovere	Sito ufficiale	Descrizione tecnico-produttiva	Non tradurre automaticamente in sostenibilita.
E10	Piccole produzioni di frutta e olio	Sito ufficiale	Diversificazione agricola	Volumi non noti.
E11	Tre sale interne	Sito ufficiale	Capacita di accoglienza	Dato descrittivo.

ID	Evidenza	Fonte	Uso nell'audit	Cautela
E12	Masseria ottocentesca di famiglia	Sito ufficiale	Patrimonio rurale	Non disponibile documentazione tecnica esterna.
E13	Giardini, querce, ulivi e pergole	Sito ufficiale	Paesaggio e fruizione	Non dedurre gestione ecologica non documentata.
E14	Cerimonie e meeting	Sito ufficiale	Diversificazione dei servizi	Ricavi e impatti non disponibili.
E15	Menu di cerimonia legati a tipicità e stagionalità	Sito ufficiale	Coerenza gastronomica	Mancano esempi sistematici.
E16	Parcheggio interno	Sito ufficiale	Accessibilità logistica	Dato di servizio.
E17	Rampa e servizi per disabili	Sito ufficiale	Accessibilità	Perimetro da chiarire in futuro.
E18	Fasciatoio, seggioloni e area bambini	Sito ufficiale	Fruibilità familiare	Dato di servizio.
E19	Impianto fotovoltaico	Sito ufficiale	Energia rinnovabile	Mancano dati prestazionali.
E20	Casavecchia Wine Festival 2017	Campania Stories	Reti territoriali	Fonte evento; dato puntuale.
E21	Casavecchia & Pallagrello Wine Festival 2024	Materiali evento	Promozione identitaria	Verificare ruolo specifico dell'azienda.
E22	Evento benefico 2025	TuttoSanita	Responsabilità sociale esterna	Evidenza episodica ma significativa.
E23	Profilo 2026 su Luciano Pignataro Wine Blog	Stampa di settore	Riscontro reputazionale	Non usare come fonte primaria di dati ESG.
E24	Scheda Accademia Italiana della Cucina	Repertorio qualificato	Servizi e posizionamento	Alcuni dati possono mutare nel tempo.
E25	Menu Casavecchia e Castagne 2023	Materiale aziendale	Evento tematico	Evidenza di programmazione stagionale.
E26	Assenza di dati su consumi energetici	Ricognizione audit	Gap ambientale	Non interpretare come assenza di monitoraggio interno.

ID	Evidenza	Fonte	Uso nell'audit	Cautela
E27	Assenza di dati su acqua	Ricognizione audit	Gap ambientale	Non interpretare come criticita gestionale certa.
E28	Assenza di dati su rifiuti e scarti	Ricognizione audit	Gap ambientale	Rilevare come limite di conoscibilita.
E29	Assenza di dati sul personale	Ricognizione audit	Gap sociale	Rilevare come limite di auditabilita.
E30	Assenza di sezione ESG unitaria	Ricognizione audit	Gap di governance	Opportunita di miglioramento comunicativo.
E31	Coerenza tra cucina e territorio	Analisi integrata	Valutazione interpretativa	Inferenza supportata da piu fonti.
E32	Contributo alla reputazione di Pontelatone	Analisi integrata	Valutazione interpretativa	Inferenza da eventi e posizionamento.
E33	Sostenibilita culturale elevata	Analisi integrata	Valutazione finale	Giudizio desk-based non certificativo.
E34	Auditabilita online alta	Analisi integrata	Classificazione finale	Valutazione metodologica dell'elaborato.
E35	Classe B di auditabilita	Analisi integrata	Sintesi comparativa	Categoria interna dell'audit, non standard esterno.

14.10. Allegato H - Glossario operativo di sostenibilit  applicato al caso Le Fontanelle

Il glossario seguente traduce in forma accessibile alcuni termini ricorrenti nell'audit. L'obiettivo   favorire una lettura condivisa del documento da parte di soggetti con competenze differenti: amministratori locali, operatori economici, tecnici, imprese e cittadini interessati ai temi della Green Community.

Termine	Definizione operativa
Audit documentale preliminare	Analisi fondata su informazioni pubbliche, finalizzata a ricostruire un profilo di sostenibilit� senza verifica ispettiva.
Auditabilit� online	Grado con cui un'impresa rende pubblicamente accessibili informazioni utilizzabili per una valutazione ragionata.
Biodiversita	Varieta di organismi, habitat e relazioni ecologiche presenti in un territorio.
Agrobiodiversita	Diversita di specie, razze, variaeta e saperi legati all'agricoltura e all'alimentazione.
Casavecchia	Vitigno autoctono dell'area casertana e di Pontelatone, elemento identitario del territorio.
Filiera corta	Sistema di approvvigionamento con numero ridotto di passaggi tra produttore e consumatore.
Km 0	Espressione utilizzata per indicare prodotti provenienti da aree territorialmente prossime; richiede sempre una definizione operativa.
Stagionalita	Scelta di ingredienti coerenti con i cicli naturali di produzione nelle diverse fasi dell'anno.
Ristorazione green	Formula comunicativa che richiama pratiche ambientali nel servizio di ristorazione; necessita di contenuti concreti e verificabili.
Fotovoltaico	Tecnologia che converte l'energia solare in energia elettrica.
Autoconsumo energetico	Quota di energia prodotta e utilizzata direttamente dalla struttura.
Baseline	Valore iniziale di riferimento utile a monitorare miglioramenti nel tempo.
Indicatore	Dato sintetico utilizzato per descrivere o misurare un fenomeno.
Disclosure	Informazione resa pubblica in modo strutturato e comprensibile.
Sostenibilit� territoriale	Capacita di un'impresa di generare valore mantenendo e rafforzando risorse, identita e relazioni del luogo.
Sostenibilit� culturale	Tutela e trasmissione di memoria, pratiche, prodotti, paesaggi e significati condivisi.
Sostenibilit� sociale esterna	Rapporto dell'impresa con comunit�, visitatori, reti e iniziative di utilita collettiva.
Sostenibilit� sociale interna	Condizioni di lavoro, sicurezza, formazione, inclusione e benessere del personale.
Economia circolare	Approccio orientato a prevenire rifiuti, recuperare risorse e valorizzare scarti e sottoprodotti.
Scarto alimentare	Alimento o porzione di alimento non utilizzato o non consumato durante la preparazione e il servizio.

Termine	Definizione operativa
Spreco alimentare	Perdita evitabile di alimenti ancora potenzialmente utilizzabili.
Packaging sostenibile	Imballaggio progettato per ridurre materiali, aumentare riciclabilità e contenere impatti.
Materiali monouso	Materiali destinati a essere utilizzati una sola volta; il loro impiego richiede attenzione ambientale.
Accessibilità	Possibilità di fruire di spazi e servizi da parte di persone con esigenze differenti.
Inclusione	Condizione per cui persone diverse possono partecipare e beneficiare dei servizi senza barriere indebite.
Stakeholder	Soggetti interessati o influenzati dalle attività dell'impresa.
Capitale relazionale	Rete di rapporti e collaborazioni che rafforza la capacità di un'impresa di agire nel territorio.
Responsabilità sociale esterna	Partecipazione a iniziative di utilità collettiva o sostegno alla comunità.
Rete territoriale	Insieme di soggetti locali che collaborano per promuovere prodotti, cultura, turismo o sviluppo.
Prodotto identitario	Bene o servizio fortemente associato alla storia e alla riconoscibilità di un territorio.
Menu tematico	Proposta gastronomica costruita attorno a un ingrediente, una stagione o un elemento culturale specifico.
Valore economico-territoriale	Capacità di generare ricchezza mantenendo una relazione diretta con le risorse del territorio.
Indotto locale	Effetti economici generati dall'impresa su fornitori, servizi e attività del contesto vicino.
Masseria	Complesso rurale storicamente connesso ad attività agricole e abitative, spesso elemento di identità paesaggistica.
Paesaggio rurale	Insieme di forme territoriali, colture, edifici e usi del suolo legati alla vita agricola.
Patrimonio immateriale	Saperi, pratiche, ricette, tradizioni e memorie non riducibili a beni fisici.
Verifica di coerenza	Controllo della corrispondenza tra dichiarazioni, evidenze e giudizi formulati nell'audit.
Fonte primaria	Informazione direttamente prodotta dal soggetto analizzato o da documentazione ufficiale.
Fonte terza qualificata	Informazione proveniente da soggetto esterno riconoscibile e pertinente.
Informazione promozionale	Contenuto comunicativo da utilizzare con cautela se non supportato da dati o riscontri.
Dato non valutabile	Informazione mancante o insufficiente per formulare un giudizio attendibile.
Claim ambientale	Affermazione relativa a benefici o pratiche ambientali, da qualificare con precisione.

Termine	Definizione operativa
Greenwashing	Rischio di comunicare un profilo ambientale più avanzato di quanto dimostrato dalle evidenze.
Questionario standardizzato	Strumento uniforme per acquisire dati comparabili da più imprese.
Piano di miglioramento	Sequenza di azioni ordinate per rafforzare prestazioni o trasparenza.
Obiettivo triennale	Risultato di miglioramento previsto su un orizzonte di medio periodo.
Monitoraggio	Raccolta periodica di dati per verificare andamenti e risultati.
Comunicazione di sostenibilità	Insieme di contenuti con cui un'impresa spiega impegni, pratiche e risultati.
Green Community	Comunità locale orientata alla valorizzazione integrata delle risorse naturali, economiche e sociali in chiave sostenibile.
Audit desk-based	Audit svolto da remoto, senza sopralluoghi né acquisizione diretta di documenti non pubblici.
Evidenza documentale forte	Informazione specifica, chiara e proveniente da fonte ufficiale o tecnica affidabile.
Dichiarazione aziendale qualificata	Informazione resa dall'impresa, coerente e utile, ma non accompagnata da verifica esterna.
Gap informativo	Dato assente o insufficiente che limita la valutazione dell'audit.
Rendicontazione proporzionata	Comunicazione di dati e pratiche calibrata sulla dimensione e sulla natura dell'impresa.
Servizio esperienziale	Offerta che unisce consumo, visita, racconto e relazione con il luogo.
Tradizione gastronomica	Patrimonio di ricette, ingredienti e pratiche culinarie trasmesse nel tempo.
Prodotto tipico	Prodotto riconosciuto o percepito come caratteristico di uno specifico territorio.
Filiera enogastronomica	Sistema di produttori, trasformatori, ristoratori e reti di promozione del cibo e del vino.
Attrattività territoriale	Capacità di un luogo di richiamare visitatori, investimenti, attenzione e reputazione.
Impatto reputazionale	Effetto della visibilità di un'impresa sulla percezione esterna del territorio.
Indicatore sociale	Dato utile a descrivere lavoro, accessibilità, formazione, eventi o relazioni con la comunità.

14.11. Allegato I - Modello di scheda sintetica di sostenibilit  da pubblicare sul sito

La seguente traccia rappresenta un possibile modello di pagina o scheda PDF che l'azienda potrebbe rendere pubblica. Il contenuto   volutamente proporzionato: non presuppone un bilancio di sostenibilit , ma organizza in modo trasparente le informazioni essenziali per un agriturismo con ristorazione, eventi e produzioni identitarie.

Sezione	Contenuto suggerito	Esempio di formulazione
1. Chi siamo	Breve richiamo a storia, territorio e missione.	"Le Fontanelle nasce a Pontelatone nel 2002 con l'obiettivo di valorizzare prodotti, cucina e accoglienza del territorio."
2. La nostra cucina	Principi di stagionalit�, prodotti tipici, selezione dei fornitori.	"Privilegiamo ingredienti legati al territorio e menu coerenti con le stagioni."
3. Filiera locale	Definizione operativa di km 0 e categorie di fornitori.	"Per km 0 intendiamo prioritariamente forniture provenienti dal comprensorio e dalla Campania, con indicazione dei produttori quando possibile."
4. Vini aziendali	Petronilla, San Laro e legame con il Casavecchia.	"Il Casavecchia rappresenta una componente distintiva della nostra proposta enogastronomica."
5. Energia	Informazioni di base sul fotovoltaico.	"La struttura utilizza energia solare tramite un impianto fotovoltaico; pubblichiamo annualmente i dati essenziali di produzione."
6. Acqua e risorse	Pratiche di risparmio e gestione del verde.	"Monitoriamo progressivamente i consumi e valorizziamo interventi di uso efficiente delle risorse."
7. Rifiuti e scarti	Raccolta differenziata, prevenzione sprechi, eventuale recupero organico.	"Stiamo strutturando un percorso di monitoraggio degli scarti alimentari e dei rifiuti generati dagli eventi."
8. Accessibilit�	Rampa, servizi e dotazioni per famiglie.	"La struttura dispone di servizi per favorire la fruizione da parte di persone con esigenze differenti e di famiglie con bambini."
9. Comunit�	Eventi, festival, iniziative solidali.	"Partecipiamo a iniziative che promuovono il Casavecchia e il territorio e ospitiamo, quando possibile, iniziative sociali."
10. Obiettivi	Tre priorit� annuali di miglioramento.	"I nostri obiettivi sono migliorare la trasparenza della filiera, monitorare i consumi e rafforzare la comunicazione dei servizi accessibili."

14.11.1. Set minimo di indicatori pubblicabili

Indicatore	Unita di misura	Frequenza
Energia elettrica consumata	kWh annui	Annuale
Energia fotovoltaica prodotta	kWh annui	Annuale
Quota di autoconsumo	%	Annuale
Acqua consumata	m3 annui	Annuale
Numero di fornitori locali principali	n.	Annuale
Numero di eventi tematici territoriali	n.	Annuale
Numero di iniziative sociali o solidali ospitate	n.	Annuale
Numero di addetti complessivi	n.	Annuale
Ore di formazione	ore/anno	Annuale
Principali interventi realizzati	descrizione	Annuale

14.12. Allegato L - Protocollo di aggiornamento annuale dell'audit

Per mantenere nel tempo la validità dell'audit, si propone un protocollo di aggiornamento annuale leggero, strutturato in sei passaggi. L'obiettivo non è replicare ogni anno l'intero elaborato, ma verificare le informazioni variabili, acquisire eventuali dati nuovi e aggiornare la griglia di auditabilità.

Passaggio	Attività	Output
1. Verifica fonti ufficiali	Controllare sito, pagine su cucina, struttura, servizi, eventi e contatti.	Aggiornamento dati di base.
2. Ricognizione fonti terze	Rilevare nuovi articoli, guide, festival, iniziative sociali e riconoscimenti.	Registro fonti integrative.
3. Confronto con l'azienda	Inviare il questionario standardizzato o una sua versione ridotta.	Dati integrativi dichiarati.
4. Aggiornamento indicatori	Inserire eventuali valori su energia, acqua, fornitori, eventi, personale.	Cruscotto sintetico.
5. Revisione della griglia	Ricalcolare il livello di documentazione e la valutazione preliminare.	Nuova matrice di auditabilità.
6. Nota di cambiamento	Evidenziare le principali novità rispetto alla versione precedente.	Addendum annuale.

14.12.1. Checklist annuale di controllo

Codice	Controllo
C1	I dati anagrafici e di contatto sono invariati?
C2	La descrizione della storia aziendale è ancora aggiornata?
C3	La comunicazione sul km 0 è stata qualificata?
C4	Sono stati pubblicati dati sul fotovoltaico?
C5	Sono disponibili consumi di energia o acqua?

Codice	Controllo
C6	Sono emerse pratiche di riduzione degli scarti alimentari?
C7	Sono stati aggiornati i servizi di accessibilità?
C8	Sono stati organizzati nuovi eventi identitari o solidali?
C9	Sono presenti nuove fonti terze qualificate?
C10	Sono disponibili dati su personale e formazione?
C11	E' stato pubblicato un repertorio fornitori o una scheda filiera?
C12	La griglia di auditabilità necessita di modifica?
C13	La classificazione finale dell'azienda resta invariata?
C14	Sono emersi elementi che richiedono una cautela interpretativa diversa?
C15	L'azienda ha definito nuovi obiettivi o interventi di miglioramento?

14.13. Chiusura integrativa degli allegati

Gli allegati integrativi rafforzano la funzione operativa dell'audit. Essi non aggiungono giudizi non fondati, ma trasformano l'analisi in una base di lavoro per eventuali fasi successive: confronto con l'impresa, raccolta di dati, aggiornamento annuale, miglioramento della comunicazione e definizione di obiettivi progressivi. In questo modo l'audit non si esaurisce in una fotografia statica, ma diventa uno strumento utile alla crescita della consapevolezza e della trasparenza.

Per Agriturismo Le Fontanelle, la priorità emerge con chiarezza: conservare la forza del racconto territoriale e, parallelamente, rendere più misurabili gli elementi ambientali e sociali che già oggi risultano coerenti con il posizionamento aziendale. La combinazione tra identità e dati rappresenta il passaggio chiave per un ulteriore salto di qualità dell'auditabilità online.

14.14. Allegato M - Schede tematiche di approfondimento

Le schede tematiche che seguono approfondiscono, con taglio ragionato, i principali nuclei interpretativi dell'audit. Esse non introducono fatti nuovi rispetto alle fonti consultate, ma rendono più esplicita la logica valutativa adottata: per ciascun tema vengono richiamati la rilevanza per la sostenibilità, le evidenze disponibili, i limiti della valutazione e le possibili direzioni di miglioramento o di futura disclosure.

M1. Identità territoriale dell'impresa

L'identità territoriale è il primo elemento che rende Le Fontanelle un caso di interesse nell'ambito della Green Community Monte Maggiore. L'azienda si presenta come un agriturismo nato a Pontelatone, sviluppato con l'obiettivo di valorizzare i prodotti tipici locali e inserito in un paesaggio rurale che la comunicazione ufficiale richiama in modo costante. Questa evidenza è rilevante perché la sostenibilità territoriale non coincide soltanto con il rispetto dell'ambiente, ma anche con la capacità di un'impresa di mantenere un rapporto riconoscibile con le risorse e i significati del luogo in cui opera.

Le fonti disponibili supportano in modo coerente tale lettura: il sito ufficiale, la presentazione della struttura, la descrizione dei menu e le fonti terze dedicate alla cucina dell'agriturismo convergono nel rappresentare Le Fontanelle come una realtà non standardizzata. Il territorio non è usato come semplice cornice, ma entra nella proposta gastronomica, nella selezione dei vini, negli eventi e nella valorizzazione della masseria.

Il limite principale riguarda la misurazione delle ricadute territoriali. Non sono disponibili dati su forniture locali, visitatori attratti dall'offerta, indotto generato o collaborazioni economiche continuative. Di conseguenza, l'audit può formulare un giudizio molto positivo sulla coerenza identitaria, ma non può quantificare l'impatto economico o sociale prodotto nel comprensorio.

Una futura scheda di sostenibilità potrebbe rafforzare questo punto attraverso una mappa sintetica delle relazioni territoriali: principali categorie di fornitori, partecipazione a festival, eventi organizzati, collaborazioni con soggetti locali e prodotti simbolici della proposta aziendale.

M2. Cucina del territorio e memoria contadina

La cucina rappresenta il linguaggio più immediato attraverso cui Le Fontanelle traduce la sostenibilità culturale in esperienza concreta. La comunicazione aziendale richiama la cultura contadina, i sapori antichi e la loro rilettura attraverso sperimentazione e attenzione alla stagionalità. In questo quadro, la sostenibilità assume una forma non astratta: si manifesta nella scelta di piatti, ingredienti, ricette e abbinamenti che mantengono visibile una memoria gastronomica locale.

Le evidenze più significative provengono dal sito e dalla Guida Slow Medio Volturno, che richiamano prodotti come Cipolla d'Alife, Maiale Nero Casertano, Torzella, oli locali e piatti divenuti distintivi dell'agriturismo. Tali riferimenti mostrano una coerenza non episodica tra menu e territorio.

Il principale elemento da approfondire riguarda il grado di continuità e la sistematicità della proposta. L'audit non dispone di una serie storica dei menu, non conosce l'incidenza dei prodotti locali sul totale degli acquisti e non può verificare se la stagionalità sia sempre rispettata o solo valorizzata in alcuni periodi.

Una disclosure proporzionata potrebbe consistere nella pubblicazione annuale di una selezione di piatti identitari, dei prodotti locali maggiormente utilizzati e di una breve nota sulle scelte di stagionalità. Ciò rafforzerebbe il legame tra cucina e trasparenza.

M3. Filiera corta e qualificazione del claim "km 0"

Il richiamo alle materie prime a km 0 costituisce una delle affermazioni più rilevanti della comunicazione ambientale e territoriale di Le Fontanelle. Il claim, se ben qualificato, può sostenere una lettura positiva dell'impresa in termini di riduzione delle distanze di approvvigionamento, sostegno ai produttori locali e valorizzazione di filiere di prossimità.

L'audit registra due evidenze convergenti: da un lato la dichiarazione ufficiale dell'azienda; dall'altro il riscontro della Guida Slow Medio Volturno, secondo cui i menu riportano il nome dei fornitori per offrire maggiore consapevolezza e garanzia ai clienti. Questo secondo dato è particolarmente interessante, perché mostra una potenziale pratica di trasparenza della filiera.

Resta tuttavia necessario evitare una sovrainterpretazione. Il termine km 0 può assumere perimetri molto diversi e, senza una definizione esplicita, non permette di capire se la prossimità riguardi il comune, il comprensorio, la provincia o la regione. Inoltre non sono disponibili quote di acquisto, volumi o criteri di selezione dei fornitori.

Una futura integrazione dell'audit dovrebbe chiedere all'azienda di definire operativamente il km 0 e di indicare almeno per macro-categorie la provenienza delle principali materie prime. Anche senza pubblicare dati sensibili, questa scelta aumenterebbe sensibilmente la credibilità del claim.

M4. Casavecchia, Petronilla e San Laro

La presenza di Petronilla e San Laro rende la componente vitivinicola dell'agriturismo particolarmente rilevante per la sostenibilit  identitaria. Il Casavecchia   un vitigno fortemente associato a Pontelatone e all'Alto Casertano; la scelta di integrarlo nella proposta aziendale rafforza la coerenza tra cucina, paesaggio e patrimonio agricolo locale.

Le fonti ufficiali descrivono i due vini, con un maggiore dettaglio tecnico per il San Laro: fermentazione in tini di castagno, follature manuali, affinamento in botti di rovere e produzione limitata. La Guida Slow Medio Volturno e la stampa di settore confermano la presenza dei vini nella narrazione esterna dell'impresa.

Il limite dell'audit riguarda il perimetro produttivo: non sono disponibili superfici vitate, volumi complessivi, annate, modalit  di trasformazione e ruolo dei vini nel modello economico dell'agriturismo. Cio non riduce il valore identitario dell'evidenza, ma ne limita la misurabilit .

Una scheda tecnica sintetica dei vini, con dati aggiornati e indicazione del rapporto con il territorio, sarebbe uno strumento utile non solo per la comunicazione commerciale, ma anche per l'auditabilit  futura.

M5. Menu stagionali ed eventi tematici

I menu tematici costituiscono una forma particolarmente efficace di sostenibilit  culturale applicata. Il materiale relativo a "Casavecchia e Castagne" mostra come l'azienda sappia costruire appuntamenti gastronomici centrati su una stagione, su un prodotto e su un vino identitario. In questo modo la tradizione non viene semplicemente richiamata, ma trasformata in occasione di fruizione.

L'evidenza   significativa perch  lega il calendario dell'offerta alla stagionalit  e rafforza il rapporto tra ristorazione e calendario agricolo. In contesti rurali, tale scelta puo contribuire a rendere percepibile la differenza tra una cucina territoriale e una ristorazione standardizzata.

Il limite consiste nella difficolt  di stabilire la continuit  di tali pratiche. L'audit dispone di materiali puntuali ma non di un archivio completo dei menu tematici organizzati negli anni. Non   quindi possibile valutare il loro peso nella strategia complessiva dell'impresa.

L'azienda potrebbe trarre beneficio dalla creazione di un archivio annuale degli eventi gastronomici identitari, con una breve descrizione dei temi, dei prodotti valorizzati e della partecipazione registrata.

M6. Cerimonie, ricevimenti e coerenza del modello

Le cerimonie e gli eventi privati rappresentano una componente importante della multifunzialit  di Le Fontanelle. La struttura dichiara di ospitare battesimi, comunioni, matrimoni, lauree, meeting aziendali e compleanni, offrendo un servizio che amplia la capacit  economica dell'impresa e ne rafforza la funzione sociale come luogo di incontro.

La comunicazione aziendale sottolinea che i menu di cerimonia restano legati alla tipicit  dei prodotti e alla disponibilit  stagionale delle materie prime. Questo aspetto   essenziale: la diversificazione del business non sembra essere presentata come una rinuncia all'identit , ma come un'estensione della stessa.

L'audit non dispone di dati sul numero di eventi annui, sui picchi di consumo, sui materiali utilizzati, sugli sprechi generati o sull'impatto delle cerimonie sull'organizzazione del lavoro. Tali informazioni sarebbero decisive per valutare la sostenibilit  operativa della componente eventi.

Una linea guida interna per “cerimonie sostenibili” potrebbe essere un’evoluzione coerente del modello: menu stagionali, riduzione dei materiali monouso, valorizzazione di prodotti locali e informazione trasparente agli ospiti.

M7. Impianto fotovoltaico e profilo energetico

Il fotovoltaico costituisce l’evidenza ambientale più concreta emersa dalle fonti ufficiali. La scelta di richiamarlo nella sezione dedicata alla ristorazione green suggerisce che l’azienda lo considera parte integrante del proprio posizionamento sostenibile. In una struttura che svolge attività di cucina, ristorazione e ospitalità, l’energia rappresenta una componente rilevante degli impatti.

L’audit registra favorevolmente l’esistenza dichiarata dell’impianto, esteso dal tetto al parcheggio. Questa formulazione rende il dato chiaramente identificabile e mostra un investimento visibile nella produzione di energia rinnovabile.

Mancano però dati essenziali: potenza, anno di installazione, produzione annua, autoconsumo, quota rispetto al fabbisogno complessivo e riduzione stimata delle emissioni. Senza tali informazioni il fotovoltaico resta una evidenza positiva, ma non diventa indicatore misurabile.

La pubblicazione di una breve scheda energetica, anche con dati approssimati o aggiornati annualmente, permetterebbe di trasformare un elemento comunicativo in una prova di sostenibilità più robusta.

M8. Acqua e gestione delle risorse idriche

La gestione dell’acqua è un tema centrale per ogni struttura ricettivo-ristorativa, tanto più in un contesto rurale dotato di spazi esterni e piccole produzioni agricole. Nonostante la sua importanza, l’audit non ha rintracciato informazioni pubbliche su consumi, risparmio idrico, irrigazione, raccolta delle acque meteoriche o tecnologie di riduzione.

L’assenza di dati non equivale a inefficienza, ma costituisce un limite di conoscibilità. Una struttura con cucina, servizi igienici, aree verdi e potenziali picchi di affluenza durante eventi ha fisiologicamente una relazione significativa con la risorsa idrica.

Sotto il profilo della sostenibilità, il monitoraggio dell’acqua rappresenterebbe un passaggio utile anche per comprendere eventuali rischi futuri connessi a estati più calde e a una maggiore irregolarità climatica.

Una disclosure minimale potrebbe indicare l’esistenza di misure di risparmio, la raccolta o meno delle acque piovane, le modalità di irrigazione e la disponibilità eventuale di un dato annuo aggregato sui consumi.

M9. Rifiuti, scarti alimentari e potenziale economia circolare

La ristorazione genera inevitabilmente scarti alimentari, rifiuti da imballaggio, oli esausti e materiali collegati al servizio. In presenza di cerimonie ed eventi, tali flussi possono aumentare in modo significativo. L’audit non ha individuato informazioni pubbliche sulle pratiche di prevenzione dello spreco o sulla gestione dei rifiuti.

Questo tema è particolarmente importante per un’impresa che comunica attenzione al territorio e green positioning. La riduzione degli scarti e la corretta gestione delle eccedenze rappresentano un’estensione naturale della cura posta nella scelta delle materie prime.

Il limite informativo e significativo, ma facilmente colmabile. Anche poche informazioni descrittive — raccolta differenziata, oli esausti, eventuale compostaggio, progettazione dei menu per ridurre gli avanzi — aumenterebbero la qualità dell'auditabilità online.

In prospettiva, un registro interno degli scarti alimentari, anche semplificato e non necessariamente pubblicato integralmente, potrebbe diventare la base per azioni di miglioramento concrete.

M10. Spazi verdi, paesaggio e biodiversità

Il sito aziendale descrive spazi esterni con giardini, querce, ulivi, pergole e zone relax. Questi elementi rafforzano la qualità dell'accoglienza e la percezione di inserimento rurale. Dal punto di vista della sostenibilità, essi possono avere anche un valore ambientale e microclimatico, ma tale valore deve essere documentato con attenzione.

L'audit riconosce positivamente la presenza di una cornice paesaggistica coerente con il modello agrituristico. Tuttavia, non sono disponibili dati sulle modalità di manutenzione, sull'uso di prodotti chimici, sull'irrigazione, sulla tutela di impollinatori o sulla gestione di eventuali aree di vegetazione spontanea.

La biodiversità non può essere desunta automaticamente dalla presenza di verde. Occorre distinguere tra qualità paesaggistica e gestione ecologica. Questa distinzione è essenziale per evitare sovrainterpretazioni.

Una scheda descrittiva degli spazi verdi e delle pratiche di manutenzione sarebbe sufficiente a rafforzare sensibilmente la valutazione ambientale qualitativa.

M11. Accessibilità e attenzione ai visitatori con esigenze differenziate

Le informazioni su rampa e servizi igienici riservati alle persone con ridotta mobilità costituiscono una evidenza concreta di attenzione all'accessibilità. In un audit di sostenibilità, l'accessibilità è una dimensione sociale importante perché incide sulla possibilità di fruire effettivamente dei servizi offerti.

L'azienda comunica inoltre parcheggio interno, spazi per bambini e dotazioni dedicate alle famiglie. Tali elementi allargano la fruibilità e mostrano una sensibilità verso bisogni diversi da quelli del visitatore standard.

Il limite è che non è possibile comprendere il perimetro completo dell'accessibilità: sale, spazi esterni, servizi, percorsi e modalità di prenotazione. Ne emerge una evidenza positiva ma ancora parziale.

L'azienda potrebbe integrare il sito con una breve pagina di "informazioni per l'accesso", utile tanto in chiave sociale quanto in chiave di servizio.

M12. Servizi per famiglie e sostenibilità della fruizione

Fasciatoio, seggioloni, area gioco e campo da calcetto sono dettagli apparentemente semplici, ma rilevanti per comprendere il modello sociale dell'agriturismo. Essi rendono la struttura più accogliente per nuclei familiari e favoriscono una fruizione del luogo non frettolosa, ma prolungata e intergenerazionale.

Questa componente contribuisce alla sostenibilità sociale esterna perché allarga il pubblico potenziale e rafforza il ruolo dell'agriturismo come spazio di relazione e non solo di consumo. In territori rurali, luoghi capaci di ospitare famiglie possono assumere una funzione di presidio sociale informale.

Non sono disponibili dati su utilizzo, manutenzione, sicurezza o frequenza d'uso delle dotazioni. L'audit puo quindi registrare la presenza dei servizi, ma non valutarne l'impatto.

Una integrazione possibile sarebbe una sezione del sito dedicata alla fruizione familiare, con informazioni aggiornate e indicazioni pratiche.

M13. Festival, rassegne e reputazione collettiva del territorio

La presenza di Le Fontanelle in eventi dedicati al Casavecchia e al Pallagrello rafforza il ruolo dell'azienda all'interno della reputazione collettiva di Pontelatone e dell'Alto Casertano. Tali manifestazioni non sono semplici occasioni promozionali, ma spazi in cui cibo, vino e identita territoriale diventano patrimonio condiviso.

Le fonti documentano la partecipazione all'Area Food del Casavecchia Wine Festival 2017 e la presenza nel Casavecchia & Pallagrello Wine Festival 2024. In entrambi i casi l'impresa appare inserita in un ecosistema di valorizzazione che supera il singolo brand.

L'audit non conosce la continuita annuale della partecipazione, il ruolo organizzativo effettivo dell'azienda o le ricadute economiche degli eventi. E necessario quindi mantenere il giudizio su un piano di contributo reputazionale e non di impatto quantitativo.

Un archivio cronologico delle iniziative territoriali cui l'agriturismo prende parte potrebbe diventare un utile strumento di rendicontazione del capitale relazionale.

M14. Iniziativa solidale 2025 e responsabilita sociale esterna

La serata "Un sorriso sotto le stelle" ospitata nel 2025 costituisce una evidenza importante di apertura dell'azienda alla comunita e a iniziative di utilita sociale. La sua rilevanza non dipende soltanto dall'evento in se, ma dal fatto che la struttura venga utilizzata come luogo a servizio di una finalita esterna alla normale attivita commerciale.

L'audit la interpreta come segnale concreto di responsabilita sociale esterna, documentato da una fonte terza. Si tratta di una evidenza circoscritta ma significativa, che arricchisce la lettura del rapporto tra impresa e territorio.

Non e possibile sapere se l'iniziativa sia isolata o parte di un impegno piu continuativo. Non sono disponibili dati su fondi raccolti, partecipazione o beneficiari effettivamente raggiunti. Pertanto, l'evidenza va valorizzata senza attribuirle un peso superiore a quello documentabile.

Una futura comunicazione aziendale potrebbe raccogliere in modo sobrio le iniziative sociali ospitate o sostenute, indicando anno, obiettivo e soggetto beneficiario.

M15. Valore economico-territoriale e indotto locale

Le Fontanelle appare capace di generare valore economico facendo leva su risorse territoriali: cucina, prodotti locali, vino, eventi e attrattivita del contesto. Questo modello e rilevante perche il vantaggio competitivo dell'impresa non nasce da una standardizzazione esterna, ma dalla valorizzazione di specificita locali.

La coerenza tra menu, prodotti identitari, Casavecchia e partecipazione a festival suggerisce una capacita di contribuire alla reputazione del territorio. Le fonti terze rafforzano tale lettura, inserendo l'agriturismo in circuiti gastronomici e di promozione locale.

L'impatto economico territoriale resta però non quantificato: mancano dati su fatturato, forniture locali, eventi, personale, visitatori e ricadute indirette. Il giudizio deve quindi restare qualitativo.

Sarebbe utile predisporre, anche solo per uso interno, una mappa annuale degli acquisti locali e delle collaborazioni territoriali, da cui eventualmente estrarre una disclosure sintetica.

M16. Trasparenza digitale e qualità dell'informazione

Il sito aziendale offre una base informativa discreta e in alcune parti dettagliata. L'identità della struttura, la storia, la cucina, i vini, la descrizione degli spazi e le informazioni utili risultano sufficientemente accessibili. Questa disponibilità è un punto di forza rispetto alla possibilità di redigere un audit documentale.

Tuttavia, le informazioni rilevanti per la sostenibilità sono distribuite in varie sezioni e non organizzate in modo unitario. Il tema green emerge in una parte specifica, il km 0 in un'altra, l'accessibilità in un elenco di servizi, gli eventi in materiali diversi. Tale frammentazione rende più complessa la lettura integrata.

L'audit non richiede necessariamente un bilancio di sostenibilità, ma evidenzia l'utilità di una pagina dedicata che raccolga in forma ordinata i principali elementi già comunicati.

Una migliore architettura informativa potrebbe aumentare la credibilità dell'impresa e facilitare eventuali percorsi di valutazione, promozione o accompagnamento.

M17. Dati mancanti e principio di proporzionalità

Il fatto che alcuni dati non siano pubblici non deve essere interpretato come prova di assenza di pratiche. In molte micro e piccole imprese rurali esistono attenzioni concrete che non vengono formalizzate o rese visibili online. L'audit deve quindi evitare sia l'entusiasmo acritico sia l'inferenza negativa non giustificata.

Nel caso di Le Fontanelle, i gap più importanti riguardano energia quantificata, acqua, rifiuti, scarti, personale, formazione, fornitori e ricadute economiche. Sono temi centrali per passare da una sostenibilità narrata a una sostenibilità monitorata.

Il principio di proporzionalità suggerisce di non chiedere strumenti eccessivamente onerosi. Una scheda sintetica, un questionario annuale e pochi indicatori chiave sarebbero già sufficienti a rafforzare molto l'auditabilità.

Questa impostazione è coerente con l'obiettivo della Green Community: accompagnare le imprese verso pratiche di trasparenza e miglioramento realistico, non imporre modelli sproporzionati.

M18. Rischio di greenwashing e correttezza comunicativa

Ogni impresa che utilizza espressioni come green, km 0 o sostenibilità deve prestare attenzione a mantenere un rapporto chiaro tra claim ed evidenze. Nel caso di Le Fontanelle, l'audit non rileva comunicazioni aggressive o palesemente sproporzionate, ma segnala l'opportunità di qualificare meglio alcuni passaggi per prevenire ambiguità.

Il fotovoltaico e il km 0 sono elementi positivi; tuttavia, senza dati e definizioni, potrebbero essere letti in modo generico. La trasparenza non richiede necessariamente grandi report, ma richiede precisione. Un claim semplice e ben spiegato vale più di una formula ampia e non verificabile.

La buona notizia è che l'azienda dispone già di contenuti concreti da organizzare meglio: prodotti locali, vini identitari, eventi, accessibilità, fotovoltaico, iniziative sociali. La costruzione di una comunicazione di sostenibilità più robusta non partirebbe da zero.

L'audit raccomanda quindi una evoluzione comunicativa fondata su chiarezza, misura e proporzionalità, preservando la forza del racconto territoriale senza eccedere in formule indimostrate.

14.15. Allegato N - Matrice estesa di criteri e indicatori

La matrice estesa sviluppa in forma analitica i criteri osservati nell'audit. Per ciascun criterio vengono indicati il quesito valutativo, l'evidenza disponibile allo stato delle fonti e lo stato dell'audit. La matrice non produce un punteggio certificativo, ma rende trasparente il passaggio logico tra informazioni raccolte e giudizi formulati.

ID	Area	Quesito	Evidenza disponibile	Stato audit
N01	Identità	L'impresa è chiaramente identificabile?	Sì, tramite sito ufficiale e dati di contatto.	Valutabile positivamente
N02	Storia	La nascita del progetto è documentata?	Sì, 2002 e ruolo dei fratelli Izzo.	Valutabile positivamente
N03	Missione	È esplicitata la valorizzazione dei prodotti locali?	Sì, in forma descrittiva.	Valutabile positivamente
N04	Territorio	Pontelatone e il contesto locale sono parte del posizionamento?	Sì, in modo ricorrente.	Valutabile molto positivamente
N05	Cucina	La proposta gastronomica richiama tradizione e stagionalità?	Sì, con esempi specifici.	Valutabile molto positivamente
N06	Filiera	Il km 0 è dichiarato?	Sì.	Valutabile ma da qualificare
N07	Fornitori	Sono indicati i fornitori?	Fonte terza segnala tale pratica.	Valutabile con cautela
N08	Prodotti tipici	Sono presenti ingredienti identitari?	Sì, numerosi esempi.	Valutabile molto positivamente
N09	Piatti simbolici	Esistono preparazioni distintive?	Sì, zuppe, pappardelle e menu stagionali.	Valutabile positivamente
N10	Vino	La componente vitivinicola è integrata?	Sì, Petronilla e San Laro.	Valutabile molto positivamente
N11	Casavecchia	Il vitigno locale è valorizzato?	Sì.	Valutabile molto positivamente
N12	Produzione vino	Sono noti volumi e perimetro produttivo?	Solo parzialmente.	Parzialmente valutabile
N13	Piccole produzioni	Sono dichiarate altre produzioni aziendali?	Sì, frutta e olio in quantità limitata.	Valutabile positivamente
N14	Spazi interni	La struttura comunica sale e atmosfera rurale?	Sì.	Valutabile positivamente

ID	Area	Quesito	Evidenza disponibile	Stato audit
N15	Spazi esterni	Sono descritti giardini e aree relax?	Si.	Valutabile positivamente
N16	Patrimonio	E richiamata una masseria storica?	Si.	Valutabile con cautela
N17	Eventi	La struttura è multifunzionale?	Si, cerimonie e meeting.	Valutabile positivamente
N18	Coerenza eventi	I menu di cerimonia mantengono il legame col territorio?	Dichiarato dall'azienda.	Valutabile con cautela
N19	Accessibilità	Sono presenti servizi per persone con ridotta mobilità?	Si, rampa e servizi igienici.	Valutabile positivamente
N20	Famiglie	Sono presenti dotazioni dedicate?	Si.	Valutabile positivamente
N21	Parcheggio	La logistica di accesso è descritta?	Si.	Valutabile positivamente
N22	Energia	E presente una fonte rinnovabile?	Si, fotovoltaico.	Valutabile positivamente
N23	Energia dati	Sono pubblicati valori di produzione e consumo?	No.	Non valutabile
N24	Acqua	Sono pubblicati dati o pratiche di risparmio?	No.	Non valutabile
N25	Rifiuti	Sono documentate pratiche di gestione?	No.	Non valutabile
N26	Scarti alimentari	Sono presenti pratiche o indicatori?	No.	Non valutabile
N27	Packaging	Sono disponibili informazioni?	No.	Non valutabile
N28	Biodiversità verde	La gestione ecologica degli spazi è descritta?	No.	Non valutabile
N29	Lavoro	Sono disponibili dati sugli addetti?	No.	Non valutabile
N30	Formazione	Sono indicate attività formative?	No.	Non valutabile
N31	Sicurezza	Sono presenti contenuti pubblici specifici?	No.	Non valutabile
N32	Welfare	Sono documentate misure interne?	No.	Non valutabile
N33	Festival 2017	La presenza in eventi territoriali è documentata?	Si.	Valutabile positivamente
N34	Festival 2024	La partecipazione a iniziative identitarie è rintracciabile?	Si.	Valutabile positivamente

ID	Area	Quesito	Evidenza disponibile	Stato audit
N35	Beneficenza 2025	E documentata una iniziativa sociale esterna?	Si.	Valutabile positivamente
N36	Guide	Esistono riscontri da fonti gastronomiche?	Si.	Valutabile positivamente
N37	Stampa settore	Esistono profili recenti?	Si.	Valutabile positivamente
N38	Reputazione territorio	L'impresa contribuisce all'immagine dell'area?	Inferenza supportata da fonti ed eventi.	Valutabile con cautela
N39	Indotto locale	Sono quantificate ricadute sui fornitori?	No.	Non valutabile
N40	Visitatori	Sono disponibili dati di frequentazione?	No.	Non valutabile
N41	Eventi annui	Esiste un conteggio?	No.	Non valutabile
N42	Comunicazione ESG	Esiste una pagina unitaria dedicata?	No.	Area da rafforzare
N43	Aggiornamento fonti	I contenuti online sono sufficienti a un monitoraggio annuale?	Si, con cautela.	Valutabile positivamente
N44	Coerenza narrativa	Storia, cucina, vino e territorio convergono?	Si.	Valutabile molto positivamente
N45	Rischio claim generici	Alcuni claim richiedono migliore qualificazione?	Si.	Punto di attenzione
N46	Proporzionalità rendicontazione	E possibile una scheda breve invece di un bilancio complesso?	Si.	Raccomandazione
N47	Piano miglioramento	Sono individuabili priorità realistiche?	Si.	Raccomandazione
N48	Questionario futuro	Esiste una traccia strutturata di dati da acquisire?	Si, allegato E.	Strumento operativo
N49	Cronologia	Gli eventi sono collocabili temporalmente?	Si, per le evidenze principali.	Valutabile positivamente
N50	Auditabilità complessiva	Il caso consente un audit esteso?	Si.	Alta auditabilità

14.16. Allegato O - Piano annuale di monitoraggio degli indicatori

Il piano seguente propone un set ragionato di indicatori che l'impresa potrebbe raccogliere annualmente in forma interna e, in parte, rendere pubblici. L'obiettivo è disporre di una base minima per misurare l'evoluzione del profilo di sostenibilità senza appesantire eccessivamente l'organizzazione.

ID	Indicatore	Unità	Fonte dati	Frequenza	Dimensione
O01	Energia elettrica consumata	kWh/anno	Bollette o sistema di contabilizzazione	Annuale	Ambiente

ID	Indicatore	Unita	Fonte dati	Frequenza	Dimensione
O02	Energia fotovoltaica prodotta	kWh/anno	Inverter o report impianto	Annuale	Ambiente
O03	Quota di autoconsumo fotovoltaico	%	Calcolo interno	Annuale	Ambiente
O04	Combustibili utilizzati	Smc o kg	Fatture o registri	Annuale	Ambiente
O05	Acqua consumata	m3/anno	Bollette o contatore	Annuale	Ambiente
O06	Numero di principali fornitori locali	n.	Anagrafica fornitori	Annuale	Economico-territoriale
O07	Quota indicativa di acquisti locali	% o fascia	Stima acquisti	Annuale	Economico-territoriale
O08	Prodotti identitari valorizzati nel menu	n.	Analisi menu	Annuale	Culturale
O09	Menu stagionali tematici organizzati	n.	Archivio eventi	Annuale	Culturale
O10	Eventi e cerimonie ospitati	n.	Registro prenotazioni	Annuale	Economico
O11	Iniziative solidali ospitate	n.	Comunicazione e archivio	Annuale	Sociale esterna
O12	Partecipazioni a festival territoriali	n.	Archivio comunicazione	Annuale	Relazionale
O13	Visitatori o coperti annui	n.	Gestionale	Annuale	Economico-relazionale
O14	Addetti complessivi	n.	Amministrazione	Annuale	Sociale interna
O15	Addetti residenti nel territorio	% o fascia	Amministrazione	Annuale	Sociale interna
O16	Ore di formazione	ore/anno	Registri formazione	Annuale	Sociale interna
O17	Ore di formazione su sicurezza	ore/anno	Registri sicurezza	Annuale	Sociale interna
O18	Infortuni registrati	n.	Documentazione interna	Annuale	Sociale interna
O19	Reclami rilevanti	n.	Registro feedback	Annuale	Qualità del servizio
O20	Feedback positivi o punteggio medio	indice	Strumenti di raccolta feedback	Annuale	Qualità del servizio
O21	Scarti alimentari monitorati	kg o fascia	Registro cucina	Annuale	Ambiente
O22	Rifiuti differenziati	kg o fascia	Registro interno o stima	Annuale	Ambiente
O23	Oli esausti conferiti	litri/anno	Documenti di conferimento	Annuale	Ambiente

ID	Indicatore	Unita	Fonte dati	Frequenza	Dimensione
O24	Materiali monouso ridotti o sostituiti	descrizione	Acquisti	Annuale	Ambiente
O25	Interventi di manutenzione del verde	descrizione	Registro manutenzione	Annuale	Paesaggio
O26	Azioni per biodiversità o impollinatori	descrizione	Scheda interna	Annuale	Ambiente
O27	Servizi di accessibilità aggiornati	si/no	Verifica interna	Annuale	Sociale esterna
O28	Dotazioni per famiglie disponibili	si/no	Verifica interna	Annuale	Sociale esterna
O29	Investimenti in sostenibilità realizzati	euro o descrizione	Amministrazione	Annuale	Governance
O30	Obiettivi di miglioramento aggiornati	n. e descrizione	Scheda ESG	Annuale	Governance

14.17. Allegato P - Traccia di relazione annuale di sostenibilità in formato breve

La traccia che segue propone la struttura di una relazione annuale breve, calibrata su una impresa agrituristica. Non è un bilancio di sostenibilità ai sensi di standard formali, ma un documento di trasparenza volontaria utile a comunicare in modo ordinato il percorso di miglioramento.

P1. Lettera introduttiva

Breve messaggio della direzione che spiega il senso della relazione, le principali novità dell'anno e l'impegno a mantenere un rapporto trasparente con il territorio.

La sezione dovrebbe essere redatta in modo chiaro, sintetico e verificabile, evitando formule generiche. Ove possibile, una tabella o un dato aggregato renderebbero più immediata la lettura e più solido il rapporto tra racconto e trasparenza.

P2. Profilo aziendale

Sintesi di storia, attività, localizzazione, servizi e principali elementi distintivi della proposta.

La sezione dovrebbe essere redatta in modo chiaro, sintetico e verificabile, evitando formule generiche. Ove possibile, una tabella o un dato aggregato renderebbero più immediata la lettura e più solido il rapporto tra racconto e trasparenza.

P3. Territorio e prodotti locali

Descrizione delle filiere di prossimità, dei prodotti identitari valorizzati e dei criteri di selezione delle materie prime.

La sezione dovrebbe essere redatta in modo chiaro, sintetico e verificabile, evitando formule generiche. Ove possibile, una tabella o un dato aggregato renderebbero più immediata la lettura e più solido il rapporto tra racconto e trasparenza.

P4. Cucina e stagionalità

Racconto dei menu tematici, delle ricette significative, delle evoluzioni introdotte e dell'attenzione alla cultura gastronomica locale.

La sezione dovrebbe essere redatta in modo chiaro, sintetico e verificabile, evitando formule generiche. Ove possibile, una tabella o un dato aggregato renderebbero più immediata la lettura e più solido il rapporto tra racconto e trasparenza.

P5. Casavecchia e vini aziendali

Aggiornamento su Petronilla, San Laro, produzioni, eventi dedicati al vino e rapporto con le iniziative territoriali.

La sezione dovrebbe essere redatta in modo chiaro, sintetico e verificabile, evitando formule generiche. Ove possibile, una tabella o un dato aggregato renderebbero più immediata la lettura e più solido il rapporto tra racconto e trasparenza.

P6. Energia e risorse

Dati essenziali su fotovoltaico, energia consumata, eventuali interventi di efficienza e monitoraggio dell'acqua.

La sezione dovrebbe essere redatta in modo chiaro, sintetico e verificabile, evitando formule generiche. Ove possibile, una tabella o un dato aggregato renderebbero più immediata la lettura e più solido il rapporto tra racconto e trasparenza.

P7. Rifiuti e scarti

Informazioni su gestione dei rifiuti, scarti alimentari, oli esausti, materiali monouso e obiettivi di riduzione.

La sezione dovrebbe essere redatta in modo chiaro, sintetico e verificabile, evitando formule generiche. Ove possibile, una tabella o un dato aggregato renderebbero più immediata la lettura e più solido il rapporto tra racconto e trasparenza.

P8. Persone e organizzazione

Dati aggregati su addetti, formazione, sicurezza e eventuali iniziative di benessere o inclusione.

La sezione dovrebbe essere redatta in modo chiaro, sintetico e verificabile, evitando formule generiche. Ove possibile, una tabella o un dato aggregato renderebbero più immediata la lettura e più solido il rapporto tra racconto e trasparenza.

P9. Accessibilità e ospitalità

Aggiornamento sui servizi per persone con esigenze specifiche, famiglie e visitatori.

La sezione dovrebbe essere redatta in modo chiaro, sintetico e verificabile, evitando formule generiche. Ove possibile, una tabella o un dato aggregato renderebbero più immediata la lettura e più solido il rapporto tra racconto e trasparenza.

P10. Comunità ed eventi

Festival, rassegne, iniziative sociali, collaborazioni e beneficiari di eventuali azioni solidali.

La sezione dovrebbe essere redatta in modo chiaro, sintetico e verificabile, evitando formule generiche. Ove possibile, una tabella o un dato aggregato renderebbero più immediata la lettura e più solido il rapporto tra racconto e trasparenza.

P11. Indicatori chiave

Tabella con 10-15 indicatori selezionati e confronto con l'anno precedente.

La sezione dovrebbe essere redatta in modo chiaro, sintetico e verificabile, evitando formule generiche. Ove possibile, una tabella o un dato aggregato renderebbero più immediata la lettura e più solido il rapporto tra racconto e trasparenza.

P12. Obiettivi per l'anno successivo

Tre/cinque priorità realistiche, con indicazione dei risultati attesi.

La sezione dovrebbe essere redatta in modo chiaro, sintetico e verificabile, evitando formule generiche. Ove possibile, una tabella o un dato aggregato renderebbero più immediata la lettura e più solido il rapporto tra racconto e trasparenza.

14.18. Allegato Q - Nota metodologica comparativa con il template Alois

L'audit di Agriturismo Le Fontanelle è stato sviluppato assumendo come matrice l'impostazione metodologica dell'audit predisposto per Cantine Alois. La struttura in quattro Parti, l'attenzione alle fonti, la distinzione tra evidenze e limiti, la griglia sintetica di valutazione e il capitolo dedicato ai gap informativi riprendono il medesimo impianto logico. La trasposizione è stata tuttavia adattata alla natura agrituristica dell'impresa, nella quale la sostenibilità non si esprime principalmente attraverso vigneti, cantina e produzione enologica, ma attraverso cucina, filiera alimentare, ospitalità, eventi e uso degli spazi rurali.

Il confronto metodologico mette in evidenza un elemento importante: il concetto di auditabilità online deve essere interpretato in modo coerente con il settore. Una cantina con sito molto articolato e schede tecniche dei vini consente spesso una ricostruzione più dettagliata dei dati produttivi; un agriturismo può invece risultare altamente auditabile per relazione con il territorio, prodotti tipici, accessibilità, eventi e proposta culturale, pur presentando meno dati tecnici quantitativi.

Per Le Fontanelle, la sfida metodologica è consistita nel non forzare il template vitivinicolo, ma nel conservarne il rigore trasferendolo su una impresa multifunzionale. Ciò ha comportato l'ampliamento delle sezioni dedicate a cucina, menu, filiera corta, eventi, accessibilità e responsabilità sociale esterna, oltre alla costruzione di allegati operativi più orientati alla raccolta futura di dati gestionali.

La comparazione non mira a stabilire una graduatoria tra aziende, bensì a garantire omogeneità di metodo. Le classi di auditabilità, le cautele interpretative e i livelli di affidabilità delle fonti permettono di leggere casi differenti con un approccio comune, senza annullarne la specificità settoriale.

In questa prospettiva, l'audit di Le Fontanelle può essere considerato pienamente coerente con la matrice Alois e, al tempo stesso, autonomamente adeguato alla natura dell'impresa analizzata. La sua estensione e il suo apparato di allegati riflettono l'obiettivo di produrre un documento non semplicemente descrittivo, ma utilizzabile come base di accompagnamento, autodiagnosi e possibile aggiornamento successivo.

14.19. Allegato R - Checklist documentale per un eventuale secondo livello di audit

La checklist seguente indica quali documenti o evidenze potrebbero essere richiesti all'impresa in una fase successiva, qualora si intendesse aggiornare l'audit con informazioni dichiarate direttamente dall'azienda. La lista non ha funzione ispettiva e non presuppone obblighi ulteriori rispetto alla normativa applicabile; serve esclusivamente a costruire un quadro di conoscenza più completo e proporzionato.

ID	Area	Documento / evidenza richiesta	Utilità per l'audit
R01	Identità e perimetro	Visura o scheda anagrafica sintetica dell'impresa	Confermare denominazione e perimetro operativo.
R02	Identità e perimetro	Descrizione aggiornata delle attività svolte	Distinguere ristorazione, eventi, eventuali produzioni e servizi.
R03	Governance	Schema delle responsabilità interne	Comprendere chi presidia i diversi ambiti.

ID	Area	Documento / evidenza richiesta	Utilita per l'audit
R04	Governance	Eventuale documento interno di missione o valori	Confrontare comunicazione e orientamenti aziendali.
R05	Energia	Scheda tecnica impianto fotovoltaico	Quantificare la soluzione rinnovabile.
R06	Energia	Produzione annua impianto fotovoltaico	Valutare il contributo effettivo.
R07	Energia	Consumi elettrici annuali aggregati	Costruire una baseline energetica.
R08	Energia	Consumi di combustibili o altri vettori	Completare il profilo.
R09	Energia	Elenco sintetico di interventi di efficienza	Individuare pratiche di riduzione dei consumi.
R10	Acqua	Consumi idrici annuali aggregati	Misurare la risorsa acqua.
R11	Acqua	Descrizione di eventuali sistemi di risparmio	Valutare pratiche gestionali.
R12	Acqua	Informazioni su irrigazione aree verdi	Collegare spazi esterni e risorsa idrica.
R13	Verde e biodiversita	Mappa o descrizione degli spazi verdi	Qualificare il patrimonio vegetale.
R14	Verde e biodiversita	Pratiche di manutenzione del verde	Rilevare uso di tecniche a basso impatto.
R15	Verde e biodiversita	Eventuali pratiche per impollinatori o biodiversita	Ampliare la lettura ecologica.
R16	Filiera	Elenco macro-categorie di fornitori locali	Qualificare il km 0.
R17	Filiera	Definizione interna del perimetro "locale"	Rendere verificabile il claim.
R18	Filiera	Esempi di menu con indicazione fornitori	Documentare la trasparenza verso il cliente.
R19	Filiera	Quota indicativa di acquisti territoriali	Stimare il radicamento economico.
R20	Filiera	Criteri di selezione delle materie prime	Comprendere la governance degli acquisti.
R21	Cucina	Archivio di menu stagionali o tematici	Valutare continuita della proposta identitaria.
R22	Cucina	Elenco dei piatti maggiormente rappresentativi	Mappare le produzioni simboliche.

ID	Area	Documento / evidenza richiesta	Utilita per l'audit
R23	Cucina	Calendario di eventi gastronomici annuali	Misurare la funzione culturale.
R24	Vini	Schede tecniche Petronilla e San Laro	Aggiornare il quadro vitivinicolo.
R25	Vini	Volumi produttivi annui indicativi	Comprendere la scala della produzione.
R26	Vini	Descrizione della filiera di produzione	Chiarire trasformazione e affinamento.
R27	Vini	Materiali di comunicazione su Casavecchia	Valutare il contributo culturale.
R28	Rifiuti	Descrizione della raccolta differenziata	Verificare gestione ordinaria.
R29	Rifiuti	Conferimento oli esausti	Qualificare uno scarto specifico della ristorazione.
R30	Rifiuti	Gestione rifiuti generati da eventi	Connettere multifunzionalita e impatti.
R31	Scarti alimentari	Eventuale stima degli scarti	Costruire una baseline.
R32	Scarti alimentari	Procedure anti-spreco in cucina	Rilevare prevenzione e riuso compatibile.
R33	Materiali	Politica su stoviglie e monouso	Valutare impatto degli eventi.
R34	Materiali	Packaging dei vini e di eventuali prodotti	Approfondire la componente imballaggi.
R35	Lavoro	Numero addetti e tipologie di impiego	Colmare il gap sociale interno.
R36	Lavoro	Ripartizione indicativa per funzioni	Comprendere l'organizzazione.
R37	Lavoro	Formazione svolta nell'anno	Misurare il capitale umano.
R38	Lavoro	Formazione su sicurezza e HACCP	Valutare il presidio organizzativo.
R39	Lavoro	Eventuali misure di conciliazione o benessere	Approfondire il welfare.
R40	Accessibilita	Descrizione aggiornata di percorsi e servizi accessibili	Qualificare la fruibilita.
R41	Accessibilita	Fotografie o schemi dei servizi disponibili	Rendere piu chiara la comunicazione.

ID	Area	Documento / evidenza richiesta	Utilita per l'audit
R42	Famiglie	Elenco dotazioni e modalita di fruizione	Aggiornare l'offerta per nuclei familiari.
R43	Eventi	Numero di cerimonie ed eventi annui	Misurare la multifunzionalita.
R44	Eventi	Criteri adottati per menu e allestimenti	Valutare la coerenza green degli eventi.
R45	Eventi	Materiali di comunicazione dei festival	Documentare il ruolo territoriale.
R46	Comunita	Elenco iniziative culturali o sociali ospitate	Misurare la responsabilita esterna.
R47	Comunita	Dati disponibili su partecipazione o beneficiari	Quantificare l'impatto ove possibile.
R48	Comunita	Collaborazioni con associazioni o enti locali	Rilevare reti stabili.
R49	Comunicazione	Pagina o documento di sostenibilita, se presente	Integrare la mappatura online.
R50	Comunicazione	Archivio fotografico ufficiale	Supportare audit e presentazioni.
R51	Comunicazione	Aggiornamenti annuali su servizi e iniziative	Verificare manutenzione informativa.
R52	Economico-territoriale	Stima indicativa della quota di ricavi da eventi	Comprendere la diversificazione.
R53	Economico-territoriale	Stima indicativa della quota di ricavi da ristorazione	Comprendere il modello.
R54	Economico-territoriale	Stima indicativa della quota da vini o prodotti aziendali	Valutare la multifunzionalita.
R55	Economico-territoriale	Investimenti recenti in sostenibilita o accessibilita	Collegare spesa e miglioramento.
R56	Rischi	Principali rischi percepiti dall'impresa	Integrare la lettura strategica.
R57	Rischi	Azioni previste per gestione dei picchi stagionali	Comprendere resilienza operativa.
R58	Rischi	Eventuali criticita nella fornitura locale	Collegare filiera e continuita.
R59	Rischi	Eventuali criticita energetiche o climatiche	Valutare adattamento.
R60	Obiettivi	Tre obiettivi di sostenibilita a breve periodo	Rendere esplicita la direzione futura.
R61	Obiettivi	Tre obiettivi a medio periodo	Connettere audit e piano di sviluppo.
R62	Obiettivi	Modalita di monitoraggio degli obiettivi	Verificare l'attuabilita.

ID	Area	Documento / evidenza richiesta	Utilita per l'audit
R63	Qualita fonti	Elenco dei contenuti web da aggiornare	Mantenere l'audit nel tempo.
R64	Qualita fonti	Dati da correggere o integrare rispetto alla versione desk-based	Favorire il contraddittorio costruttivo.
R65	Verifica finale	Disponibilita a validare una scheda sintetica	Preparare una eventuale versione consolidata.

14.20. Allegato S - Matrice rischi, opportunita e azioni di presidio

La matrice seguente ha carattere interpretativo e organizzativo. Essa non attribuisce criticita certe all'impresa, ma individua alcune aree in cui la sostenibilita del modello potrebbe essere rafforzata mediante azioni di presidio, coerentemente con le informazioni emerse dall'audit.

ID	Area	Rischio / opportunita	Effetto	Azione di presidio
S01	Energia	Claim ambientale non quantificato	Comunicazione green meno verificabile	Pubblicare dati minimi sul fotovoltaico.
S02	Energia	Assenza di baseline consumi	Difficolta a misurare miglioramenti	Monitorare consumi annui aggregati.
S03	Acqua	Mancanza di dati pubblici	Impossibilita di valutare efficienza idrica	Raccogliere almeno il dato annuale.
S04	Rifiuti	Scarti alimentari non documentati	Sostenibilita operativa poco leggibile	Introdurre registro semplificato.
S05	Eventi	Picchi di consumo durante cerimonie	Aumento impatti ambientali	Definire linee guida eventi sostenibili.
S06	Filiera	Km 0 non definito	Ambiguita del claim	Esplicitare perimetro territoriale.
S07	Filiera	Fornitori non mappati pubblicamente	Minore trasparenza del valore locale	Pubblicare macro-categorie e storie selezionate.
S08	Cucina	Rischio di standardizzazione menu eventi	Indebolimento identita territoriale	Mantenere menu coerenti con stagionalita.

ID	Area	Rischio / opportunita	Effetto	Azione di presidio
S09	Vino	Informazioni tecniche limitate sui vini	Minore auditabilita della componente vitivinicola	Schede aggiornate Petronilla/San Laro.
S10	Paesaggio	Verde descritto ma non gestito in chiave ecologica	Valore ambientale non dimostrato	Descrivere pratiche di cura e manutenzione.
S11	Accessibilita	Perimetro dei servizi non completamente esplicitato	Informazioni meno utili al pubblico	Pagina dedicata ai servizi accessibili.
S12	Famiglie	Dotazioni non sistematizzate in comunicazione	Minore visibilita di un punto di forza	Sezione dedicata alle famiglie.
S13	Sociale interno	Dati su personale assenti	Impossibilita di valutare il lavoro	Scheda sociale aggregata.
S14	Sociale interno	Formazione non documentata	Ridotta auditabilita del capitale umano	Raccogliere ore formative.
S15	Comunita	Iniziative solidali episodiche non archiviate	Impatto sociale poco leggibile	Registro annuale delle iniziative.
S16	Reputazione	Fonti terze non sempre aggiornate	Rischio di dati obsoleti	Verifica annuale delle fonti.
S17	Governance	Assenza di pagina ESG unitaria	Informazioni disperse	Creare scheda sintetica di sostenibilita.
S18	Governance	Obiettivi non formalizzati	Difficolta a misurare percorso	Definire tre priorit triennali.
S19	Economico-territoriale	Ricadute locali non quantificate	Valore territoriale solo descritto	Raccogliere dati su forniture e collaborazioni.
S20	Turismo	Visitatori e partecipazione non misurati	Impatto culturale non quantificabile	Conteggio eventi e partecipanti ove possibile.
S21	Materiali	Monouso e packaging non documentati	Profilo ambientale incompleto	Mappare principali materiali.
S22	Clima	Crescente rilevanza di caldo e siccita	Possibili impatti su costi e spazi verdi	Integrare attenzione ad acqua ed energia.
S23	Qualita	Feedback clienti non integrato nell'audit	Minore lettura della qualita percepita	Monitorare feedback in forma aggregata.
S24	Comunicazione	Claim ampi senza dati possono essere fraintesi	Rischio reputazionale	Usare formule misurate e

ID	Area	Rischio / opportunita	Effetto	Azione di presidio
				accompagnate da evidenze.
S25	Sviluppo	Opportunita di educazione alimentare non formalizzata	Valore culturale non pienamente espresso	Progettare visite o laboratori.
S26	Territorio	Reti di promozione non sistematizzate	Contributo reputazionale meno visibile	Archivio collaborazioni e festival.
S27	Agricoltura	Piccole produzioni non approfondite	Valore agricolo poco leggibile	Scheda frutta e olio.
S28	Turismo lento	Potenziale non esplicitato	Mancata valorizzazione dell'esperienza rurale	Integrare contenuti su paesaggio e visita.
S29	Confrontabilita	Dati non omogenei con altre aziende	Difficolta di benchmarking	Usare questionario standardizzato.
S30	Aggiornamento	Audit statico nel tempo	Perdita di aderenza	Applicare protocollo annuale di revisione.

14.21. Allegato T - Collegamento con le priorit  di sviluppo sostenibile delle microimprese rurali

L'ultimo allegato propone una lettura del caso Le Fontanelle alla luce di alcune priorit  tipiche delle micro e piccole imprese rurali coinvolte in percorsi di sostenibilit  territoriale. Non si tratta di applicare standard esterni in modo meccanico, ma di mostrare come le evidenze del caso possano essere ricondotte a temi di sviluppo rilevanti per il contesto della Green Community.

T1. Rafforzamento dell'identit  locale

Le Fontanelle mostra che la differenziazione di una microimpresa rurale puo fondarsi su una identit  territoriale ben leggibile. La cucina, il Casavecchia, i menu stagionali e l'inserimento nel paesaggio trasformano il territorio in un fattore di competitivita. Questa traiettoria suggerisce che le politiche di accompagnamento dovrebbero aiutare le imprese a riconoscere e raccontare in modo piu strutturato le proprie specificita.

La lettura proposta non introduce nuovi fatti documentali, ma rielabora le evidenze dell'audit in chiave di trasferibilit  e accompagnamento. Essa puo essere utile per collegare il caso aziendale a interventi piu ampi di animazione, formazione o supporto alla sostenibilit  delle microimprese del territorio.

T2. Trasparenza della filiera

La filiera corta e spesso richiamata dalle imprese locali, ma raramente viene definita con precisione. Il caso Le Fontanelle e interessante perche una fonte terza segnala l'indicazione dei fornitori nei menu. Cio suggerisce una direzione concreta: favorire strumenti semplici di trasparenza, come schede dei produttori, mappe di provenienza o brevi note in menu.

La lettura proposta non introduce nuovi fatti documentali, ma rielabora le evidenze dell'audit in chiave di trasferibilità e accompagnamento. Essa può essere utile per collegare il caso aziendale a interventi più ampi di animazione, formazione o supporto alla sostenibilità delle microimprese del territorio.

T3. Energia rinnovabile come dato comunicabile

La presenza del fotovoltaico offre un esempio di pratica ambientale che potrebbe essere valorizzata meglio mediante pochi dati essenziali. Molte microimprese dispongono di investimenti reali ma non li trasformano in informazione verificabile. La Green Community può sostenere la costruzione di modelli di disclosure leggeri e replicabili.

La lettura proposta non introduce nuovi fatti documentali, ma rielabora le evidenze dell'audit in chiave di trasferibilità e accompagnamento. Essa può essere utile per collegare il caso aziendale a interventi più ampi di animazione, formazione o supporto alla sostenibilità delle microimprese del territorio.

T4. Rifiuti e scarti come nuova frontiera

Il tema degli scarti alimentari emerge come area di miglioramento comune. Per una impresa agrituristica, l'attenzione alla materia prima dovrebbe idealmente estendersi alla prevenzione dello spreco. Procedure semplici, monitoraggi leggeri e buone pratiche condivise potrebbero produrre benefici ambientali e gestionali.

La lettura proposta non introduce nuovi fatti documentali, ma rielabora le evidenze dell'audit in chiave di trasferibilità e accompagnamento. Essa può essere utile per collegare il caso aziendale a interventi più ampi di animazione, formazione o supporto alla sostenibilità delle microimprese del territorio.

T5. Accessibilità e inclusione del servizio

La presenza di rampa, servizi dedicati e dotazioni per famiglie dimostra che la sostenibilità sociale può manifestarsi anche nell'organizzazione concreta dello spazio. Rendere più visibili queste informazioni favorisce non solo l'inclusione, ma anche la qualità complessiva dell'esperienza per il visitatore.

La lettura proposta non introduce nuovi fatti documentali, ma rielabora le evidenze dell'audit in chiave di trasferibilità e accompagnamento. Essa può essere utile per collegare il caso aziendale a interventi più ampi di animazione, formazione o supporto alla sostenibilità delle microimprese del territorio.

T6. Eventi come strumenti di comunità

Festival, rassegne e iniziative solidali trasformano le imprese in luoghi di relazione. Il caso Le Fontanelle mostra che una microimpresa può contribuire alla reputazione del territorio non solo attraverso i prodotti venduti, ma anche ospitando occasioni di incontro e promozione.

La lettura proposta non introduce nuovi fatti documentali, ma rielabora le evidenze dell'audit in chiave di trasferibilità e accompagnamento. Essa può essere utile per collegare il caso aziendale a interventi più ampi di animazione, formazione o supporto alla sostenibilità delle microimprese del territorio.

T7. Dati proporzionati e non burocratici

L'audit evidenzia l'utilità di indicatori semplici: energia, acqua, fornitori locali, eventi, addetti, formazione. Per le microimprese, la sostenibilità deve essere misurabile senza diventare eccessivamente onerosa. Un cruscotto annuale leggero è preferibile a documenti complessi non sostenibili nel tempo.

La lettura proposta non introduce nuovi fatti documentali, ma rielabora le evidenze dell'audit in chiave di trasferibilità e accompagnamento. Essa può essere utile per collegare il caso aziendale a interventi più ampi di animazione, formazione o supporto alla sostenibilità delle microimprese del territorio.

T8. Cultura gastronomica e turismo lento

La proposta di Le Fontanelle suggerisce che la gastronomia territoriale può fungere da porta di accesso al turismo lento. I prodotti, i menu, il vino e il paesaggio costruiscono un'esperienza complessiva che può essere valorizzata all'interno di itinerari locali e iniziative di promozione integrata.

La lettura proposta non introduce nuovi fatti documentali, ma rielabora le evidenze dell'audit in chiave di trasferibilità e accompagnamento. Essa può essere utile per collegare il caso aziendale a interventi più ampi di animazione, formazione o supporto alla sostenibilità delle microimprese del territorio.

T9. Comunicazione corretta della sostenibilità

La crescita dell'attenzione pubblica verso claim ambientali richiede maggiore precisione. Le imprese che comunicano green, locale o sostenibile dovrebbero essere accompagnate a spiegare meglio cosa intendono e su quali evidenze fondano tali espressioni. Il caso Le Fontanelle offre un terreno favorevole per questo salto di qualità.

La lettura proposta non introduce nuovi fatti documentali, ma rielabora le evidenze dell'audit in chiave di trasferibilità e accompagnamento. Essa può essere utile per collegare il caso aziendale a interventi più ampi di animazione, formazione o supporto alla sostenibilità delle microimprese del territorio.

T10. Dall'audit alla progettazione

L'audit non dovrebbe chiudersi con un giudizio statico, ma aprire una fase di progettazione. Questionari, checklist, piani di miglioramento e schede di sostenibilità possono diventare strumenti di lavoro per le imprese e per i soggetti promotori della Green Community. Le Fontanelle, grazie alla buona auditabilità di base, rappresenta un caso adatto a sperimentare questo passaggio.

La lettura proposta non introduce nuovi fatti documentali, ma rielabora le evidenze dell'audit in chiave di trasferibilità e accompagnamento. Essa può essere utile per collegare il caso aziendale a interventi più ampi di animazione, formazione o supporto alla sostenibilità delle microimprese del territorio.

14.22. Allegato U - Sintesi esecutiva per la Green Community Monte Maggiore

La sintesi esecutiva conclusiva traduce l'intero audit in una lettura immediatamente utilizzabile da soggetti istituzionali, animatori territoriali e responsabili di eventuali percorsi di accompagnamento alle imprese. Il caso Agriturismo Le Fontanelle evidenzia che una micro o piccola impresa rurale può possedere un profilo di sostenibilità territoriale molto forte anche in assenza di una rendicontazione ESG formalizzata, a condizione che il rapporto tra prodotti, paesaggio, comunità e proposta di valore sia riconoscibile, coerente e sufficientemente documentato.

Nel caso specifico, gli elementi maggiormente qualificanti sono quattro. Il primo è la cucina come presidio di memoria locale, fondata su prodotti tipici, stagionalità e una dichiarata prossimità delle materie prime. Il secondo è la valorizzazione del Casavecchia attraverso vini aziendali e abbinamenti gastronomici che rafforzano l'identità di Pontelatone. Il terzo è la multifunzionalità dell'impresa, capace di integrare ristorazione, eventi, cerimonie, iniziative territoriali e apertura a finalità sociali. Il quarto è la presenza di una comunicazione ambientale puntuale, seppure ancora non pienamente quantificata, in particolare con riferimento al fotovoltaico e al posizionamento di ristorazione green.

Per la Green Community, Le Fontanelle può essere letto come caso-pilota non perché esaurisca tutte le dimensioni della sostenibilità, ma perché consente di mostrare con chiarezza il passaggio da una sostenibilità implicita e narrata a una sostenibilità più trasparente, monitorata e trasferibile. L'impresa dispone già di contenuti concreti; il salto di qualità consiste nel renderli più ordinati, misurabili e aggiornabili nel tempo.

Asse di lettura	Evidenza principale	Valore per la Green Community	Passo successivo consigliato
Territorio	Pontelatone, Medio Volturno, paesaggio rurale e masseria.	Rafforza l'identità locale e la narrazione del comprensorio.	Integrare il caso in percorsi di storytelling territoriale.
Cucina	Prodotti tipici, menu stagionali, filiera corta dichiarata.	Mostra il legame tra economia e patrimonio alimentare.	Definire meglio il km 0 e mappare i fornitori.
Vino	Petronilla e San Laro da Casavecchia.	Connette ristorazione, biodiversità agricola e vitigni identitari.	Pubblicare schede tecniche sintetiche dei vini.
Ambiente	Fotovoltaico e green positioning.	Offre un punto di ingresso alla rendicontazione ambientale.	Rendere pubblici dati minimi su energia e consumi.
Sociale	Accessibilità, famiglie, evento benefico 2025.	Rende visibile la funzione inclusiva e comunitaria.	Organizzare una scheda sociale annuale essenziale.
Reti	Festival del Casavecchia e iniziative territoriali.	Contribuisce alla reputazione collettiva.	Creare un archivio annuale delle collaborazioni.

Asse di lettura	Evidenza principale	Valore per la Green Community	Passo successivo consigliato
Governance	Auditabilità online alta ma informazioni ESG disperse.	Mostra la necessità di strumenti semplici di trasparenza.	Pubblicare una pagina di sostenibilità.

14.22.1. Le tre priorità operative

Priorità 1 - Rendere verificabili i claim già presenti. L'azienda comunica elementi forti, quali km 0, ristorazione green e fotovoltaico. La prima azione raccomandata è non modificare il posizionamento, ma precisarlo: che cosa significa km 0 nel contesto aziendale, quali categorie di fornitori sono coinvolte, quali informazioni essenziali descrivono l'impianto fotovoltaico, quali pratiche ambientali sono già attive e quali restano in evoluzione.

Priorità 2 - Costruire una baseline minima di dati. Un audit futuro trarrebbe grande beneficio dalla disponibilità di pochi indicatori stabili: energia consumata e prodotta, acqua, scarti alimentari, numero di fornitori locali, eventi territoriali, iniziative sociali, addetti e formazione. L'utilità di tali dati non è solo comunicativa: essi aiutano l'impresa a prendere decisioni e consentono alla Green Community di leggere con maggiore precisione la maturazione delle pratiche sostenibili.

Priorità 3 - Trasformare l'identità in strumento di sviluppo. Le Fontanelle possiede una narrazione credibile, fondata su cucina, vino e territorio. Questa identità potrebbe essere valorizzata in itinerari enogastronomici, materiali di promozione integrata, laboratori di cultura alimentare e iniziative di turismo lento. La sostenibilità culturale, in questo caso, può diventare anche leva di sviluppo economico-territoriale.

14.22.2. Condizioni per un aggiornamento migliorativo dell'audit

Un aggiornamento dell'audit nei dodici mesi successivi alla presente versione dovrebbe verificare almeno cinque elementi: eventuale pubblicazione di una scheda di sostenibilità; disponibilità di dati sul fotovoltaico; chiarimento della filiera locale; presenza di informazioni su rifiuti e scarti; emersione di dati sociali interni. Anche un avanzamento parziale in questi ambiti consentirebbe di innalzare il livello di auditabilità da "alta" a "molto alta" per alcune dimensioni, soprattutto ambientali e di governance.

Il ruolo della Green Community potrebbe consistere nel fornire modelli standardizzati di scheda, indicatori e questionari, evitando che ogni impresa debba costruire strumenti ex novo. Le Fontanelle si presta bene a una sperimentazione di questo tipo, poiché presenta già un patrimonio informativo narrativo consistente e alcuni elementi concreti da trasformare in disclosure misurata.

14.22.3. Valore conclusivo del caso Le Fontanelle

Il caso Agriturismo Le Fontanelle dimostra che la sostenibilità delle imprese rurali non può essere letta esclusivamente attraverso i paradigmi della grande impresa o della rendicontazione complessa. In contesti locali, sostenibilità significa anche salvaguardare una cucina, valorizzare un vitigno, mantenere riconoscibile un paesaggio, creare luoghi di socialità, ospitare iniziative solidali e rendere attrattivo un territorio senza dissociarsi dalla sua identità.

L'audit documentale non sostituisce il dialogo diretto con l'azienda, ma offre una base solida per avviarlo. La sua conclusione non è quindi un punto finale, bensì una soglia operativa: il profilo di Le Fontanelle

appare già significativo; il suo ulteriore consolidamento dipende dalla capacità di trasformare elementi oggi descritti in evidenze progressivamente più misurabili, condivise e aggiornabili.