

AUDIT DOCUMENTALE PRELIMINARE DI SOSTENIBILITÀ

Masseria Campitelli Pontelatone (CE)

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

Progetto: "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.

Natura del documento: Audit desk-based non certificativo. Il presente elaborato non costituisce certificazione di sostenibilità, rating ESG o verifica ispettiva.

Data di riferimento delle fonti: 20 maggio 2026

Ambiti di osservazione

- radicamento territoriale e rapporto con il paesaggio rurale;
- recupero e valorizzazione del patrimonio edilizio agricolo;
- modello multifunzionale: eventi, ristorazione, ospitalità, wine experience;
- relazione con vigneti di Casavecchia e con il sistema vitivinicolo locale;
- dimensione ambientale, sociale, economico-territoriale, culturale e identitaria;
- grado di auditabilità documentale dell'impresa e qualità del patrimonio informativo disponibile online.

Nota metodologica: il documento assume come modello strutturale l'audit di Cantine Alois allegato dal committente e ne replica impianto, profondità argomentativa e articolazione per Parti, Capitoli, griglie e allegati, adattandoli alla natura specifica di Masseria Campitelli.

PARTE I INQUADRAMENTO E METODO

1. Premessa metodologica

Il presente documento costituisce un Audit documentale preliminare di sostenibilità riferito a Masseria Campitelli, realtà insediata nel comune di Pontelatone (CE) e comunicata online come masseria recuperata, location per matrimoni ed eventi, spazio di ristorazione e ospitalità, nonché luogo di fruizione paesaggistica ed enogastronomica connesso ai vigneti di Casavecchia che caratterizzano il compendio aziendale. La ricognizione delle fonti più recenti mostra, inoltre, una progressiva estensione del posizionamento verso una formula esperienziale più articolata, riconducibile alla nozione di wine resort o country experience, nella quale soggiorno, ristorazione, degustazione, passeggiate tra i vigneti e racconto del territorio tendono a convergere in un'unica proposta di valore.

L'audit è concepito come strumento di analisi conoscitiva e valutativa, finalizzato a ricostruire, sulla base delle sole informazioni pubblicamente accessibili alla data del 20 maggio 2026, il profilo di sostenibilità dell'impresa. Il lavoro non si limita a descrivere l'offerta commerciale della Masseria, ma interpreta criticamente la capacità dell'azienda di connettere attività economica, paesaggio agrario, valorizzazione del patrimonio rurale, promozione dell'identità territoriale e apertura al pubblico. In tale prospettiva, la sostenibilità viene letta in senso ampio e territoriale, senza improprie sovrapposizioni con la certificazione ambientale o con una rendicontazione ESG formalizzata.

L'analisi assume come riferimento metodologico il modello già utilizzato per l'audit di Cantine Alois. Ne conserva l'articolazione in quattro Parti: inquadramento e metodo, analisi del profilo di sostenibilità, valutazione auditiva, fonti e allegati e ne riprende l'impostazione desk-based, non certificativa e orientata alla distinzione fra evidenze solide, dichiarazioni aziendali, fonti terze qualificate, informazioni promozionali e dati assenti. Tale scelta rende gli audit confrontabili fra loro all'interno del più ampio lavoro sulle imprese del Monte Maggiore.

Il caso di Masseria Campitelli presenta un interesse specifico perché l'azienda non coincide con una sola filiera produttiva tradizionale, ma con un modello ibrido nel quale si intrecciano: ospitalità, wedding ed eventi, ristorazione, promozione del vino e del territorio, fruizione del paesaggio, recupero edilizio e relazione con la cultura rurale di Pontelatone. Questa pluralità di funzioni consente di leggere la Masseria come un potenziale punto di condensazione di sostenibilità territoriale: non soltanto un luogo di consumo o di celebrazione, ma una infrastruttura privata che può contribuire alla visibilità del territorio, alla permanenza di un paesaggio coltivato e alla costruzione di un'esperienza turistica radicata nell'identità locale.

La stessa ricchezza del caso richiede, però, particolare prudenza. Le fonti pubbliche disponibili sono numerose e spesso convergenti sugli elementi di fondo: localizzazione, recupero della masseria, presenza dei vigneti, eventi, ristorazione, suite ma non sempre perfettamente allineate su recapiti, dimensione complessiva dell'area verde, riferimenti gestionali o qualificazione precisa dell'assetto organizzativo. L'audit registra tali disallineamenti come elementi di qualità informativa da presidiare, evitando di trasformare in dato certo ciò che le fonti non rendono univoco.

1.1. Finalità dell'audit

La finalità generale dell'audit è valutare in che misura Masseria Campitelli presenti, sulla base delle informazioni reperibili online, un profilo coerente con i principi della sostenibilità territoriale. In questo documento, tale concetto è inteso come capacità di un'impresa di produrre valore economico senza recidere il legame con le risorse materiali e immateriali del luogo, preservando o rendendo più leggibili paesaggio, patrimonio rurale, cultura produttiva, relazioni di comunità e attrattività del contesto.

Nel caso specifico, l'audit mira a indagare cinque questioni principali: la coerenza fra recupero della masseria e valorizzazione del patrimonio rurale; il rapporto fra modello imprenditoriale e paesaggio vitato del Casavecchia; la capacità di generare esperienza turistica e culturale a partire dal territorio; il contributo potenziale alla reputazione di Pontelatone e dell'Alta Campania; il grado di trasparenza con cui l'azienda rende conoscibili pratiche, assetti e dati rilevanti per un'analisi di sostenibilità.

1. Verificare la consistenza delle evidenze pubbliche relative all'identità aziendale e alla localizzazione territoriale.
2. Analizzare il modello di business come sistema multifunzionale composto da eventi, ristorazione, ospitalità e wine experience.
3. Valutare il ruolo del paesaggio rurale e dei vigneti di Casavecchia nella costruzione del valore aziendale.
4. Distinguere gli elementi effettivamente documentati dai contenuti prevalentemente promozionali o non verificabili.
5. Individuare i dati assenti che impediscono il passaggio da una valutazione territoriale qualitativa a una misurazione più compiuta della sostenibilità ambientale e sociale.

1.2. Perimetro dell'analisi

Il perimetro dell'analisi riguarda il sistema di attività riconducibile a Masseria Campitelli per come esso emerge dalle fonti pubbliche consultate. Sono inclusi: il complesso edilizio rurale e il suo recupero; l'area verde e i vigneti che lo circondano; le attività di matrimoni ed eventi; la ristorazione e la proposta enogastronomica; le suite e l'ospitalità; le esperienze di visita, degustazione e relazione con il vino; la partecipazione, diretta o indiretta, al racconto del territorio di Pontelatone e del comprensorio del Casavecchia.

Non rientrano invece nel perimetro valutativo, se non nei limiti in cui siano esplicitamente documentati online: la verifica contabile e fiscale; l'analisi dei bilanci; la misurazione delle emissioni; la valutazione tecnica diretta dei processi edilizi, agricoli o di cucina; l'analisi ispettiva delle condizioni di lavoro; la verifica giuridica dell'assetto societario; l'accertamento della titolarità delle singole iniziative connesse alla ristorazione o al wine resort quando le fonti non lo rendano perfettamente univoco.

Dimensione	Ambiti inclusi nell'audit
Ambientale	Paesaggio rurale; vigneti; eventuali dichiarazioni su prodotti propri e filiera; gestione comunicata delle risorse; recupero edilizio; assenza/presenza di dati su energia, acqua, rifiuti, packaging.

Sociale	Ospitalità; apertura al pubblico; eventi; relazione con comunità e visitatori; eventuali iniziative solidali ospitate; dati mancanti su lavoro, sicurezza, formazione e inclusione.
Economico-territoriale	Modello multifunzionale; valorizzazione del territorio; posizionamento nel wedding e nel turismo esperienziale; connessione con ristorazione e vino; ricadute potenziali sull'attrattività locale.
Culturale e identitaria	Recupero della masseria; ruralità trebulana; relazione con Casavecchia e paesaggio vitato; costruzione di un racconto coerente tra luogo, cucina, ospitalità e territorio.

1.3. Metodo di lavoro

La metodologia è stata articolata in cinque fasi. La prima ha riguardato l'identificazione delle fonti primarie e direttamente riconducibili all'azienda: sito ufficiale, pagine dedicate alla masseria, ai matrimoni, alle suite, alla cucina, ai prodotti, alla natura, ai contatti e ai contenuti di presentazione. La seconda ha esteso la ricerca a fonti istituzionali e associative, in particolare Comune di Pontelatone e Consorzio VITICA, capaci di confermare il radicamento territoriale dell'impresa e di collocarla nel sistema locale dell'ospitalità e del vino.

La terza fase ha riguardato le fonti giornalistiche e di settore più recenti, utili a comprendere l'evoluzione del modello aziendale nel 2025-2026 verso un'esperienza più integrata fra ospitalità, ristorazione, vino e territorio. In questa fase sono stati considerati con attenzione articoli di stampa enogastronomica, contributi dedicati a Favilla e alla wine experience, materiali di presentazione del resort e segnalazioni su iniziative ospitate presso la Masseria.

La quarta fase ha classificato ogni informazione secondo il suo grado di affidabilità e pertinenza: evidenza documentale forte, dichiarazione aziendale qualificata, fonte terza qualificata, informazione debole o promozionale, dato assente. La quinta fase ha trasformato la ricognizione in valutazione auditiva, individuando punti di forza, gap informativi, rischi di sovrainterpretazione e proposte di disclosure utili a migliorare la trasparenza futura dell'azienda.

1.4. Livelli di affidabilità delle informazioni

Livello	Definizione	Utilizzo nell'audit
A Evidenza documentale forte	Informazione pubblicata in modo chiaro su fonte ufficiale o confermata da più fonti qualificate.	Base solida dell'analisi.
B Dichiarazione aziendale qualificata	Informazione proveniente dall'azienda, specifica e coerente, ma non accompagnata da prova indipendente.	Utilizzabile con attribuzione alla fonte.
C Fonte terza qualificata	Informazione proveniente da ente pubblico, consorzio, repertorio istituzionale o stampa di settore riconoscibile.	Utile come riscontro o integrazione.
D Informazione debole/promozionale	Contenuto enfatico, sintetico o non sufficientemente circostanziato.	Da usare con cautela; non fonda giudizi sostanziali.
E Dato assente	Informazione rilevante non rintracciata nelle fonti disponibili.	Da registrare come gap informativo.

1.5. Limiti dell'audit

Il presente audit è svolto esclusivamente da remoto e non incorpora visite in loco, sopralluoghi tecnici, fotografie originali, interviste, questionari o acquisizione di documentazione interna. Non è quindi in grado di accertare direttamente lo stato degli immobili, la gestione agronomica dei

vigneti, la provenienza effettiva di tutte le materie prime utilizzate nella ristorazione, il livello di sostenibilità delle forniture o le condizioni organizzative del lavoro.

Un ulteriore limite deriva dall'eterogeneità delle fonti. Il sito ufficiale restituisce una rappresentazione attuale e coerente dell'identità della Masseria; le fonti istituzionali e associative confermano il radicamento territoriale e il legame con il Casavecchia; la stampa più recente fotografa una fase di evoluzione dell'offerta verso il wine resort e la ristorazione esperienziale. Tuttavia, le fonti non sempre coincidono in ogni dettaglio, e l'audit deve perciò distinguere tra nuclei informativi stabili e dati da leggere come indicativi o bisognosi di conferma.

Infine, non risultano disponibili in forma pubblica indicatori quantitativi su consumi energetici, acqua, rifiuti, reflui, forniture, personale, visitatori, eventi, fatturato o investimenti. Tali assenze limitano la possibilità di formulare un giudizio prestazionale completo, lasciando più robusta la valutazione della sostenibilità territoriale, culturale e relazionale rispetto a quella ambientale e sociale misurabile.

Ambito	Limite specifico
Verifica diretta	Nessun sopralluogo o controllo fisico dei luoghi.
Interlocuzione	Nessuna intervista o richiesta di chiarimento all'impresa.
Dati ESG	Assenza di indicatori pubblici organici su risorse, impatti e lavoro.
Assetto organizzativo	Fonti non sempre univoche sui riferimenti gestionali e sulla precisa qualificazione delle entità coinvolte.
Volatilità delle fonti online	I contenuti digitali possono essere modificati, rimossi o aggiornati.

2. Profilo identificativo dell'azienda

Masseria Campitelli si presenta pubblicamente come una realtà di ospitalità e accoglienza localizzata a Pontelatone, nel cuore dell'Alto Casertano. Il sito ufficiale la descrive come luogo dedicato a matrimoni, eventi privati e aziendali, ristorazione, soggiorno in suite e fruizione di un contesto naturale ampio e curato. Fonti comunali e associative rafforzano questa lettura, insistendo sul rapporto tra la Masseria, il paesaggio rurale e i vigneti di Casavecchia che circondano la struttura.

La sua identità appare riconducibile a una formula di impresa multifunzionale: non una semplice sala ricevimenti, non un agriturismo tradizionale inteso in senso esclusivo, non soltanto un ristorante, ma un luogo composito in cui la dimensione dell'evento, quella dell'ospitalità, quella enogastronomica e quella paesaggistica vengono integrate in un unico posizionamento. Questa natura composita costituisce uno dei tratti più rilevanti ai fini dell'audit, perché implica la necessità di valutare la sostenibilità su più piani: uso e racconto del territorio, recupero del patrimonio edilizio, qualità dell'esperienza, apertura al pubblico, ricadute reputazionali e trasparenza delle pratiche.

Le fonti istituzionali e di settore permettono inoltre di collocare Masseria Campitelli entro il sistema produttivo e culturale del Casavecchia di Pontelatone. Il Consorzio VITICA associa la Masseria a un terreno di circa 40.000 metri quadrati, in prevalenza vitato a Casavecchia, e richiama un'offerta che comprende ristorazione e pernottamento. Il Comune di Pontelatone, in una scheda aggiornata nel 2025, la presenta come struttura immersa in oltre 40.000 metri quadrati di vigneti di Casavecchia e orientata a matrimoni, eventi e soggiorni. Il sito ufficiale, da parte sua, indica un'area verde di circa 43.000 metri quadrati. L'audit registra queste differenze senza forzarne l'allineamento, assumendole come convergenze sostanziali su un medesimo ordine di grandezza.

2.1. Denominazione, localizzazione e riferimenti pubblici

La denominazione con cui la struttura si presenta al pubblico è "Masseria Campitelli". Il sito ufficiale individua la sede in Via Madonna delle Grazie, 81040 Pontelatone (CE), e mette a disposizione recapiti telefonici ed e-mail. Fonti pubbliche terze riportano, accanto alla medesima localizzazione, ulteriori recapiti telefonici utilizzati in repertori comunali o associativi. La compresenza di contatti differenti non compromette l'identificazione della struttura, ma segnala l'opportunità di un allineamento comunicativo più rigoroso su tutti i canali istituzionali e promozionali.

La fonte regionale relativa agli operatori agrituristici richiama inoltre la denominazione "Antica Masseria Campitelli" e la collega a un operatore nominativamente individuato. Tale dato è significativo per la ricostruzione storica e amministrativa della presenza della struttura, ma non viene utilizzato in questo audit per inferire automaticamente l'assetto attuale di gestione o la titolarità complessiva delle iniziative più recenti, che la stampa 2026 associa invece a una visione progettuale riconducibile a Stefano e Federica Liberti. Questa stratificazione informativa viene pertanto trattata come elemento da chiarire in eventuali fasi successive.

Voce	Informazione reperita	Lettura auditiva
------	-----------------------	------------------

Denominazione pubblica	Masseria Campitelli	Identità commerciale chiara e costante.
Localizzazione	Via Madonna delle Grazie, 81040 Pontelatone (CE)	Radicamento territoriale certo.
Recapiti	Sito ufficiale e repertori pubblici riportano contatti non sempre coincidenti	Disallineamento minore da armonizzare.
Riferimento regionale	Presenza in elenco operatori agrituristici come "Antica Masseria Campitelli"	Dato utile ma da non sovrapporre automaticamente al modello attuale senza conferme ulteriori.
Riferimenti progettuali recenti	Stampa 2026 richiama Stefano e Federica Liberti	Indicazione significativa sulla fase evolutiva del progetto, da trattare come fonte terza.

2.2. Localizzazione e contesto paesaggistico

La Masseria sorge nel territorio di Pontelatone, in un contesto collinare e rurale che la comunicazione aziendale e le fonti terze descrivono come immerso nel verde e nei vigneti. Il legame con il paesaggio non appare accessorio: gli spazi esterni, il prato, le aree per cerimonie, la visuale sui terreni e la prossimità ai vigneti costituiscono parte integrante della proposta di valore. La natura del luogo è quindi, al tempo stesso, scenario, risorsa identitaria e componente dell'esperienza offerta al cliente.

Il Consorzio VITICA parla di architettura rurale "trebulana" e di una masseria della fine dell'Ottocento recuperata nel rispetto della memoria locale. Questa definizione collega l'immobile non solo alla campagna in senso generico, ma a una precisa cultura territoriale dell'area trebulana e caiatina. L'azienda può così essere letta come un punto di intersezione fra paesaggio agrario, recupero del costruito e reinterpretazione contemporanea dell'ospitalità rurale.

2.2.1. Area verde e vigneti

Le fonti disponibili convergono sull'esistenza di un'area esterna molto ampia, compresa indicativamente fra oltre 40.000 e circa 43.000 metri quadrati. Il sito ufficiale valorizza la dimensione paesaggistica del compendio; Comune e VITICA specificano il rapporto con vigneti di Casavecchia. In un audit di sostenibilità territoriale, questo dato è rilevante perché segnala una struttura non isolata dal contesto agricolo, ma inserita entro un paesaggio produttivo che contribuisce a definire l'identità dell'esperienza offerta.

2.2.2. Casavecchia come marcatore territoriale

La presenza del Casavecchia, vitigno strettamente connesso a Pontelatone e registrato nel catalogo nazionale delle varietà di vite, consente di collocare la Masseria dentro un sistema identitario già forte nell'area. Anche quando la fonte non consente di quantificare con precisione la produzione diretta, il solo fatto che il paesaggio aziendale sia pubblicamente rappresentato attraverso vigneti di Casavecchia attribuisce alla struttura un valore simbolico e territoriale superiore a quello di una location priva di connessione agricola riconoscibile.

2.3. Attività prevalenti e proposta di valore

La proposta di valore di Masseria Campitelli si articola su quattro assi principali. Il primo è quello degli eventi, con particolare centralità di matrimoni, ricevimenti, cerimonie e iniziative private o

corporate. Il secondo è la ristorazione, comunicata attraverso una cucina fondata su ingredienti selezionati, naturali e in parte coltivati direttamente nelle terre della Masseria. Il terzo è l'ospitalità, rappresentata dalle suite e da un'idea di soggiorno intimo, curato e con elementi di benessere privato. Il quarto è l'esperienza enogastronomica e territoriale, che nelle fonti più recenti viene presentata come combinazione di visita, degustazione, cena, permanenza e scoperta dei vigneti.

Questa articolazione rende l'impresa particolarmente interessante in chiave di sostenibilità economico-territoriale. La Masseria non si limita a vendere un servizio puntuale, ma costruisce un ecosistema di consumo e fruizione legato al luogo. Un matrimonio o una cena non sono raccontati come esperienze decontestualizzate: vengono inseriti entro un paesaggio agricolo, una storia rurale e un sistema di prodotti locali che rafforzano la differenziazione del brand.

Asse di offerta	Manifestazioni osservabili	Rilevanza per l'audit
Eventi	Matrimoni, ricevimenti, eventi privati e aziendali	Multifunzionalità e capacità di attrazione.
Ristorazione	Cucina, prodotti selezionati, richiamo a materie prime proprie o locali	Connessione potenziale con filiere territoriali.
Ospitalità	Suite Nobile e Suite Trebula, soggiorno con servizi benessere	Estensione dell'esperienza e turismo di permanenza.
Wine/Country Experience	Degustazioni, cena, soggiorno, passeggiate tra i vigneti nelle fonti più recenti	Evoluzione verso un modello di turismo esperienziale radicato nel paesaggio.

2.4. Evoluzione del modello aziendale

Le fonti giornalistiche del 2025-2026 suggeriscono una fase di evoluzione dell'offerta. Se la Masseria risulta già consolidata come sede per cerimonie e banchetti, la stampa di settore più recente la descrive come realtà che amplia il proprio raggio verso una destinazione di enoturismo immersivo. La "wine experience" viene raccontata come percorso che unisce degustazione, cena, pernottamento e colazione, mentre la presenza del format Favilla Wine Bar & Grill Experience rafforza la connessione fra ristorazione contemporanea, vino e ospitalità.

L'audit considera questa evoluzione con favore, perché indica una progressiva destagionalizzazione e diversificazione della proposta rispetto alla sola funzione wedding. Al tempo stesso, trattandosi di un posizionamento in corso di consolidamento, la documentazione pubblica non consente ancora di misurare: numero di visitatori, peso economico dei diversi segmenti, continuità annuale delle esperienze, eventuali pacchetti strutturati o impatti occupazionali connessi all'allargamento del modello.

2.5. Posizionamento complessivo

In sintesi, Masseria Campitelli si colloca in una fascia alta dell'ospitalità rurale territoriale, con un posizionamento che combina charme, paesaggio, cucina, eventi e racconto del vino. Il suo interesse ai fini dell'audit di sostenibilità risiede meno nella disponibilità di indicatori ESG oggi carenti e più nella capacità di trasformare un compendio rurale storicizzato e un paesaggio vitato in una proposta economica riconoscibile, culturalmente radicata e potenzialmente moltiplicativa per l'attrattività di Pontelatone.

3. Mappatura delle fonti informative disponibili

La redazione di un audit documentale preliminare su Masseria Campitelli è resa possibile da un patrimonio informativo pubblico discreto, articolato su più livelli ma non omogeneo quanto quello di aziende dotate di apparati web molto estesi e specialistici. Il sito ufficiale costituisce la fonte primaria per comprendere l'identità attuale della Masseria, la sua articolazione in spazi, servizi e proposte. Le fonti istituzionali comunali e regionali consentono di confermare localizzazione e presenza nel sistema locale dell'ospitalità. Il Consorzio VITICA rafforza la lettura del legame con Casavecchia, vigneti e cultura rurale. La stampa di settore, soprattutto nel 2025-2026, è utile per interpretare la fase evolutiva verso una formula di wine resort e ristorazione esperienziale.

La qualità complessiva delle fonti è sufficiente per un audit approfondito sulla sostenibilità territoriale, culturale e sul modello economico-relazionale. Resta più debole, invece, la possibilità di valutare aspetti quantitativi, organizzativi e ambientali di processo, perché l'azienda non rende pubblici indicatori su risorse, impatti, lavoro o governance di sostenibilità. La stessa identità organizzativa appare meno esplicitata rispetto all'identità commerciale, con una stratificazione di riferimenti "Masseria Campitelli", "Antica Masseria Campitelli", Favilla, operatori citati da fonti diverse che richiede cautela interpretativa.

3.1. Fonti ufficiali aziendali

Il sito ufficiale di Masseria Campitelli rappresenta il nucleo principale dell'analisi. Le sezioni dedicate alla Masseria, ai matrimoni, alle suite, alla cucina, ai prodotti, alla natura e ai contatti permettono di ricostruire in modo sufficientemente articolato l'offerta attuale e la narrazione aziendale.

L'azienda insiste su alcuni temi ricorrenti: bellezza del luogo, recupero della struttura, ampiezza degli spazi verdi, centralità della cucina, disponibilità di camere esclusive e capacità di accogliere eventi di charme.

Le informazioni più rilevanti ricavabili dal sito ufficiale riguardano: il posizionamento come location per matrimoni ed eventi; la localizzazione a Pontelatone; la presenza di circa 43.000 metri quadrati di verde; l'offerta gastronomica fondata su ingredienti selezionati e spesso coltivati nei terreni della Masseria; la presenza di due suite con dotazioni di benessere private; i recapiti diretti dell'azienda. Queste informazioni sono utilizzabili come fonti di livello A o B, a seconda della loro natura descrittiva o valutativa.

Sezione del sito	Informazioni rilevanti	Livello indicativo
Home / Presentazione	Posizionamento generale, eventi, cucina, prodotti, natura, suites	A/B
La Masseria	Pontelatone, recupero del luogo, verde, cucina e prodotti	A/B
Matrimoni ed eventi	Servizi per ricevimenti, valorizzazione della cucina e degli spazi	A/B
Suites	Suite Nobile e Suite Trebula, dotazioni e target ospiti	A
Contatti	Indirizzo e recapiti ufficiali	A

3.2. Fonti istituzionali e associative

Il Comune di Pontelatone include Masseria Campitelli nel proprio ecosistema informativo territoriale e, in una scheda aggiornata nel luglio 2025, ne sottolinea la vocazione per matrimoni, eventi e soggiorni, oltre alla relazione con un'ampia area di vigneti di Casavecchia. Tale fonte è particolarmente utile perché rappresenta un riconoscimento istituzionale del ruolo della Masseria nell'offerta economica e turistica locale.

Il Consorzio VITICA offre una scheda ancora più importante per la lettura territoriale e identitaria. La Masseria viene descritta come antica struttura rurale della fine dell'Ottocento, recuperata e inserita in una tenuta di circa 40.000 metri quadrati in prevalenza coltivati a Casavecchia. La stessa fonte richiama il ristorante e il pernottamento, nonché etichette riconducibili alla rete delle produzioni vitivinicole locali. Pur non essendo una fonte aziendale diretta, VITICA costituisce un riscontro qualificato di livello C, molto utile per il collegamento fra ospitalità e sistema del vino casertano.

3.3. Fonti giornalistiche e di settore

Le fonti giornalistiche e di settore svolgono una funzione integrativa fondamentale, perché restituiscono il modo in cui Masseria Campitelli viene percepita e raccontata da osservatori esterni. Un contributo del marzo 2026 pubblicato da Luciano Pignataro Wine Blog la presenta come realtà già consolidata nel segmento delle cerimonie, ma ora orientata a diventare una destinazione di enoturismo immersivo, connessa alla ristorazione di Favilla e a una più ampia esperienza territoriale. Tale fonte introduce elementi non altrettanto espliciti sul sito ufficiale, come l'idea di una formula integrata degustazione-cena-pernottamento-colazione e il ruolo progettuale attribuito a Stefano e Federica Liberti.

Altre fonti, come articoli dedicati a Favilla e segnalazioni di eventi Slow Food, rafforzano l'interpretazione di una Masseria inserita in circuiti gastronomici e relazionali del territorio. La loro utilità non consiste nel certificare la sostenibilità dell'impresa, ma nel mostrare una crescente capacità della struttura di fungere da contenitore e amplificatore di esperienze legate al cibo, al vino e alla comunità professionale locale.

3.4. Fonti social, repertori e materiali promozionali

Materiali social e promozionali più recenti confermano la comunicazione di Masseria Campitelli come "wine resort", "country experience" e luogo in cui la permanenza viene associata al paesaggio, alla cena e alla scoperta dei vigneti. Tali contenuti sono rilevanti per cogliere il posizionamento comunicativo in divenire, ma vengono classificati con prudenza come livello D o, se molto specifici, come livello B: sono utili a leggere l'immagine proposta al pubblico, non a fondare da soli giudizi auditivi sostanziali.

3.5. Qualità complessiva del patrimonio informativo

Ambito informativo	Disponibilità	Qualità delle evidenze	Utilità per l'audit
Identità commerciale	Alta	Alta	Fondamentale
Localizzazione	Alta	Alta	Fondamentale

Recupero della struttura	Media-alta	Media-alta	Elevata
Area verde e vigneti	Alta	Media-alta	Elevata
Eventi e matrimoni	Alta	Alta	Elevata
Ristorazione	Alta	Media-alta	Elevata
Suites e ospitalità	Alta	Alta	Buona
Wine experience / wine resort	Media-alta	Media	Buona per leggere l'evoluzione del modello
Dati organizzativi	Media-bassa	Media-bassa	Limitata
Dati ESG quantitativi	Bassa/assente	Bassa	Insufficiente

3.6. Anomalie e disallineamenti informativi

La mappatura delle fonti ha evidenziato alcuni disallineamenti da considerare come parte integrante dell'analisi. Il primo riguarda la dimensione del compendio verde, indicata in modo leggermente diverso dalle fonti: circa 43.000 metri quadrati sul sito ufficiale, oltre 40.000 o circa 40.000 in fonti comunali e associative. La differenza appare contenuta e non inficia l'interpretazione complessiva, ma rende preferibile l'uso di formule prudenti come "circa" o "oltre".

Il secondo riguarda i recapiti: il sito ufficiale, il Comune e VITICA riportano contatti non perfettamente coincidenti. Anche in questo caso non emerge un problema di identificazione della struttura, ma una opportunità di armonizzazione della presenza digitale. Il terzo riguarda la governance e i riferimenti soggettivi: la fonte regionale agrituristica, la stampa 2026 e altri materiali non sempre restituiscono il medesimo quadro nominativo. L'audit non scioglie il nodo, ma lo registra come gap di trasparenza organizzativa.

Infine, la ricerca ha intercettato una pagina apparentemente incoerente o residuale all'interno del sito, con contenuti generici non riferibili alla Masseria. Tale elemento, marginale rispetto alla sostanza dell'analisi, viene interpretato come anomalia di manutenzione del patrimonio digitale e non utilizzato per fondare alcun giudizio sul profilo aziendale.

PARTE II ANALISI DEL PROFILO DI SOSTENIBILITÀ

4. Modello di business e relazione con il territorio

L'analisi del modello di business di Masseria Campitelli evidenzia un'impresa che fonda la propria riconoscibilità su una relazione molto stretta tra luogo fisico, esperienza ospitale e identità territoriale. Il valore offerto non deriva esclusivamente dalla qualità del servizio ricevimenti o dalla presenza di una cucina curata, ma dalla possibilità di vivere tali servizi dentro una masseria recuperata, circondata da verde e vigneti, collocata in uno dei territori più rappresentativi della viticoltura del Casavecchia. In questo senso, l'azienda costruisce un vantaggio competitivo non facilmente delocalizzabile: ciò che vende è anche, e in parte soprattutto, il carattere del luogo.

La sostenibilità territoriale del modello si manifesta nella capacità di attivare e rendere visibili risorse preesistenti del contesto: l'edificio rurale, il paesaggio agricolo, la cultura del vino, la cucina legata a prodotti propri o locali, la prossimità a una filiera vitivinicola identitaria. Questa configurazione distingue Masseria Campitelli da una venue neutra, replicabile in qualsiasi contesto. L'impresa appare invece fortemente legata al territorio di Pontelatone e a un immaginario rurale alto-casertano che ne sostiene la proposta commerciale.

Il modello mostra inoltre una tendenza evolutiva verso la diversificazione. Accanto all'attività wedding ed eventi, già ampiamente consolidata nella comunicazione pubblica, la stampa più recente valorizza ristorazione contemporanea, wine experience, pernottamento e passeggiate tra i vigneti. Questa traiettoria rafforza la lettura della Masseria come piattaforma di turismo esperienziale e non solo come struttura per occasioni celebrative. Dal punto di vista dell'audit, la diversificazione rappresenta un segnale positivo di resilienza potenziale, pur restando non quantificabile in assenza di dati economici e di flussi.

4.1. Integrazione con il contesto locale

4.1.1. La masseria come architettura del luogo

Il primo asse di integrazione territoriale è costituito dal recupero della struttura rurale. Le fonti qualificate descrivono Masseria Campitelli come un complesso di fine Ottocento recuperato e reinterpretato per funzioni contemporanee di accoglienza. La rilevanza di tale elemento, in un audit di sostenibilità, non è meramente estetica. Il riuso di un manufatto preesistente contribuisce a conservare memoria insediativa, evita che l'identità del luogo venga sostituita da un'architettura priva di radicamento e permette di trasformare un bene rurale in infrastruttura economica attiva.

L'audit non dispone di informazioni tecniche sufficienti per valutare il restauro in termini di efficienza energetica, materiali utilizzati, impatti o certificazioni. Può però riconoscere come punto di forza l'esistenza di una scelta di posizionamento fondata sul recupero del patrimonio e non sulla sua rimozione. La sostenibilità qui è innanzitutto culturale e territoriale: il luogo di impresa custodisce e reimpiega una forma storica del paesaggio agricolo.

4.1.2. Verde, vigneti e paesaggio come infrastruttura dell'esperienza

L'ampia superficie esterna rappresenta il secondo asse di integrazione. Le fonti parlano di un compendio verde superiore a 40.000 metri quadrati, con una parte significativa associata a vigneti di Casavecchia. Tali dati, pur leggermente variabili nella quantificazione, convergono nel raffigurare una Masseria realmente inserita entro uno spazio agricolo e non semplicemente dotata di un giardino ornamentale. L'esperienza di soggiorno, ristorazione o evento viene quindi ambientata in un paesaggio produttivo, con un valore simbolico molto elevato.

In chiave di sostenibilità territoriale, questo elemento svolge più funzioni: conserva una superficie rurale riconoscibile; contribuisce alla percezione di Pontelatone come territorio del vino; rende i vigneti parte integrante del racconto aziendale; favorisce una fruizione lenta e immersiva del luogo. La relazione fra paesaggio e attività economica appare, dunque, strutturale e non meramente decorativa.

4.1.3. Pontelatone e il sistema del Casavecchia

Masseria Campitelli è localizzata in un territorio la cui identità vitivinicola è fortemente segnata dal Casavecchia. Il Comune di Pontelatone e il Consorzio VITICA, nel raccontare la struttura, richiamano esplicitamente i vigneti del vitigno; il catalogo nazionale delle varietà di vite e la documentazione di denominazione confermano il valore del Casavecchia come patrimonio produttivo riconosciuto. Anche quando l'azienda non comunica in forma estesa tutti i dettagli della produzione o della commercializzazione del vino, il suo posizionamento resta chiaramente inscrivibile entro questo sistema territoriale.

Questa connessione produce un effetto reputazionale importante. La Masseria, grazie al suo pubblico coppie, ospiti, turisti, clienti della ristorazione può diventare uno dei punti di contatto fra visitatore esterno e cultura del Casavecchia. L'audit considera tale funzione come potenzialmente rilevante per la promozione del territorio, pur non potendo quantificare quante persone entrino effettivamente in relazione con il vitigno attraverso l'esperienza aziendale.

4.2. Filiere produttive e radicamento locale

La comunicazione aziendale riferisce che molti ingredienti utilizzati nella cucina sono coltivati direttamente nelle terre della Masseria. Altre fonti, in particolare la descrizione aziendale su LinkedIn, richiamano il ricorso a materie prime provenienti dall'attività agricola del proprietario o da imprese agroalimentari locali. Questi elementi suggeriscono l'esistenza di una connessione, almeno parziale, fra ristorazione e filiere territoriali. Tuttavia, l'audit non dispone di elenchi fornitori, quote percentuali, stagionalità, protocolli di acquisto o criteri verificabili di selezione.

La sostenibilità economico-territoriale della ristorazione può dunque essere valutata in modo favorevole ma prudente. È positivo che l'azienda comunichi una cucina non disgiunta dal luogo e che la associ a prodotti propri o locali. Resta però necessario distinguere la forza della dichiarazione dalla capacità di misurarne il perimetro effettivo. Una scheda pubblica sulle filiere ortaggi, olio, vino, carni, latticini, prodotti trasformati rafforzerebbe notevolmente la credibilità di questo tratto identitario.

Tema	Evidenza reperita	Valutazione auditiva
Prodotti della Masseria	Sito ufficiale richiama ingredienti spesso coltivati nelle terre aziendali	Elemento positivo, da qualificare con dati di dettaglio.
Forniture locali	Descrizioni di settore e profili aziendali rimandano a imprese agroalimentari del territorio	Indicazione coerente con il posizionamento, ma non quantificata.
Vino e vigneti	VITICA e Comune collegano la Masseria a vigneti di Casavecchia	Forte radicamento territoriale.
Tracciabilità pubblica	Assenza di schede fornitori o indicatori di provenienza	Gap informativo rilevante.

4.3. Valorizzazione delle produzioni tipiche

La valorizzazione delle produzioni tipiche emerge in modo particolarmente nitido sul versante vitivinicolo e, in forma più generale, su quello gastronomico. La Masseria viene raccontata dentro il paesaggio del Casavecchia, vitigno fortemente identitario di Pontelatone. VITICA richiama anche etichette riconducibili al sistema locale del vino e alle denominazioni del territorio. L'associazione fra masseria, vigneti e cultura del Casavecchia rafforza la capacità dell'impresa di funzionare come cerniera fra ospitalità e patrimonio produttivo locale.

Sul versante gastronomico, l'azienda comunica una cucina fondata su ingredienti selezionati e naturali, in parte provenienti dalla propria terra. La stampa di settore collega inoltre Favilla a percorsi gastronomici in cui il racconto della materia prima e del territorio assume un ruolo centrale. Anche in questo caso la sostenibilità non può essere dedotta automaticamente dal lessico della naturalità o della territorialità; tuttavia, la coerenza fra luogo, menu e identità produttiva costituisce un punto di forza nel disegno complessivo del brand.

4.3.1. Vino come veicolo di interpretazione del territorio

Nella fase più recente della comunicazione, il vino non appare soltanto come prodotto consumato durante l'evento, ma come chiave per interpretare la permanenza nella Masseria. L'idea di una wine experience degustazione, cena, pernottamento e colazione segnala il tentativo di trasformare il rapporto con il vino in esperienza integrata. Questa evoluzione è rilevante perché sposta il baricentro da un'offerta funzionale a una proposta culturale e turistica più ricca.

4.3.2. Cucina e materia prima

Il richiamo a ingredienti propri o locali suggerisce un'impostazione gastronomica compatibile con la valorizzazione delle produzioni territoriali. Per trasformare tale elemento in evidenza più robusta sarebbero però utili: esempi di prodotti effettivamente autoprodotti; quota indicativa degli approvvigionamenti locali; eventuali collaborazioni con aziende agricole, caseifici, frantoi, allevamenti o artigiani del comprensorio; stagionalità dei menu; iniziative di riduzione dello spreco alimentare.

4.4. Multifunzionalità dell'impresa

La multifunzionalità costituisce uno dei caratteri più evidenti del modello Campitelli. L'impresa combina funzioni di ospitalità, somministrazione, eventi e fruizione esperienziale del territorio. Questa articolazione amplia la capacità di intercettare pubblici differenti: coppie e famiglie per

eventi e matrimoni; visitatori interessati alla ristorazione; ospiti in cerca di un soggiorno breve; appassionati di vino e di esperienze immersive; operatori e comunità professionali che partecipano a eventi tematici.

Dal punto di vista della sostenibilità economico-territoriale, la multifunzionalità può generare diversi effetti positivi: maggiore continuità nell'utilizzo della struttura lungo l'anno, maggiore capacità di attrarre visitatori, possibilità di integrare spesa turistica e consumo culturale, valorizzazione di prodotti locali in contesti ad alto valore percepito. L'audit non dispone di dati numerici per misurare tali effetti, ma la struttura del modello è chiaramente leggibile.

Funzione	Descrizione	Potenziale contributo alla sostenibilità territoriale
Wedding & Events	Cerimonie, eventi privati e aziendali	Attrazione di flussi e spesa esterna sul territorio.
Ristorazione	Cucina legata a ingredienti selezionati e identità del luogo	Valorizzazione dei prodotti e del racconto locale.
Ospitalità	Suite e soggiorni	Allungamento della permanenza del visitatore.
Wine Experience	Degustazione, cena, pernottamento, passeggiata tra i vigneti	Interpretazione immersiva del paesaggio e del vino.
Eventi culturali/solidali	Ospitalità di iniziative di comunità o settore	Capitale relazionale e apertura del luogo.

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

Ambito	Evidenza	Giudizio
Radicamento locale	Pontelatone, masseria recuperata, paesaggio vitato	Molto positivo
Recupero del patrimonio	Struttura rurale riattivata per usi contemporanei	Molto positivo
Connessione con il Casavecchia	Vigneti e narrazione territoriale confermati da fonti esterne	Molto positivo
Diversificazione	Eventi, ristorazione, suite, wine experience	Positivo
Filiere locali	Dichiarazioni su ingredienti propri/locali	Positivo ma da approfondire
Trasparenza organizzativa	Riferimenti non sempre univoci	Area da rafforzare

Giudizio sintetico del Capitolo 4. Masseria Campitelli presenta un modello di business fortemente connesso al territorio, nel quale la qualità dell'offerta economica deriva in misura significativa dalla capacità di mettere a valore una masseria recuperata, un paesaggio agricolo ampio, vigneti di Casavecchia e un'esperienza ospitale articolata. La relazione con Pontelatone e con il sistema rurale dell'Alto Casertano appare strutturale. Gli elementi più solidi riguardano il radicamento territoriale, la multifunzionalità e la capacità di trasformare il luogo in proposta di valore; quelli meno documentati riguardano forniture, ricadute economiche, governance e misurazione degli impatti.

5. Dimensione ambientale

La dimensione ambientale di Masseria Campitelli deve essere valutata con particolare rigore, distinguendo nettamente ciò che le fonti rendono effettivamente conoscibile da ciò che potrebbe apparire plausibile ma non è documentato. L'azienda offre molte evidenze qualitative rilevanti: il recupero di una struttura rurale preesistente; l'inserimento in un contesto verde esteso; la presenza di vigneti di Casavecchia; il richiamo a prodotti coltivati nelle terre della Masseria; la possibilità di fruire del paesaggio attraverso soggiorno ed esperienze. Questi elementi delineano un profilo positivo in termini di relazione con il suolo, il paesaggio e la permanenza di un uso agricolo riconoscibile.

Non risultano invece pubblicamente disponibili dati sistematici su consumi energetici, approvvigionamenti idrici, irrigazione, reflui, rifiuti, sottoprodotti, packaging, gestione agronomica, trattamenti nei vigneti, fertilizzazione, carbon footprint o certificazioni ambientali. Ne consegue che l'audit può formulare un giudizio favorevole sulla sostenibilità ambientale qualitativa e territoriale, ma non su una performance ambientale misurata. Tale distinzione è essenziale per evitare che la bellezza del luogo o la forza della narrazione rurale vengano impropriamente trasformate in attestazioni di basso impatto.

5.1. Uso del suolo, paesaggio e presidio rurale

5.1.1. La permanenza di un compendio verde e agricolo

Il primo elemento ambientale documentabile è l'esistenza di un'ampia area verde legata alla Masseria, descritta dal sito ufficiale in circa 43.000 metri quadrati e richiamata da fonti esterne in valori prossimi o superiori a 40.000 metri quadrati. La struttura non appare, quindi, come manufatto isolato in uno spazio urbanizzato, ma come centro di un compendio rurale che conserva una forte identità agricola. In una prospettiva di sostenibilità territoriale, ciò contribuisce a mantenere leggibile il rapporto fra edilizia storica, verde e paesaggio produttivo.

La presenza di una superficie aperta estesa assume rilievo anche rispetto alla funzione di presidio del paesaggio. Un'attività economica capace di rendere conveniente la cura e la manutenzione di un luogo rurale può concorrere, almeno potenzialmente, a contrastare fenomeni di abbandono, frammentazione d'uso o banalizzazione degli spazi agricoli. L'audit non dispone di dati diacronici sull'evoluzione del suolo né su pratiche di tutela paesaggistica, ma riconosce la qualità della relazione visibile fra struttura e contesto.

5.1.2. Vigneti di Casavecchia come elemento agro-paesaggistico

Le fonti comunali e consortili collocano Masseria Campitelli entro un paesaggio di vigneti di Casavecchia. Questo dato è ambientale e culturale insieme. È ambientale perché testimonia la presenza di colture permanenti radicate nel contesto locale; è culturale perché associa il luogo a una varietà storicamente rappresentativa di Pontelatone. La coltura della vite contribuisce alla struttura visiva del paesaggio e può sostenere forme di manutenzione costante del territorio.

Non è però possibile, dalle fonti consultate, stabilire se la gestione dei vigneti avvenga con tecniche biologiche, integrate, convenzionali, a basso input o con protocolli specifici di sostenibilità.

Non sono stati rintracciati dati su lavorazioni del suolo, irrigazione, inerbimento, uso di fertilizzanti o prodotti fitosanitari. Il valore del vigneto come elemento paesaggistico e di agrobiodiversità è dunque ben leggibile; la valutazione della sostenibilità agronomica operativa resta non determinabile.

5.2. Biodiversità agricola e valorizzazione delle varietà locali

La connessione con il Casavecchia costituisce uno degli elementi ambientali più forti del profilo Campitelli. Il vitigno rappresenta un patrimonio ampelografico identitario dell'Alta Campania e di Pontelatone. La sua presenza nel paesaggio aziendale, richiamata da Comune e VITICA, colloca la Masseria in un sistema di valorizzazione dell'agrobiodiversità locale. Tale dato consente di leggere il complesso non soltanto come spazio di accoglienza, ma anche come luogo che rende visibile una produzione simbolica del territorio.

La tutela della biodiversità agricola non coincide tuttavia automaticamente con la sostenibilità complessiva dell'agroecosistema. Per una valutazione più completa servirebbero informazioni ulteriori su varietà coltivate, presenza di siepi o fasce ecologiche, gestione di aree naturali, impollinatori, inerbimenti, rotazioni o colture complementari, trattamenti e fertilità del suolo. L'audit può quindi riconoscere un contributo forte alla valorizzazione di una varietà locale, ma non attribuire alla Masseria una strategia ecosistemica complessiva in assenza di evidenze specifiche.

Profilo della biodiversità	Evidenza pubblica	Valutabilità
Agrobiodiversità varietale	Vigneti di Casavecchia associati al compendio della Masseria	Buona
Biodiversità paesaggistica	Ampio verde e contesto rurale	Parziale
Biodiversità funzionale	Nessuna informazione su siepi, impollinatori, corridoi ecologici	Non valutabile
Gestione del vigneto	Nessun dato pubblico su suolo, trattamenti, irrigazione	Non valutabile

5.3. Pratiche agricole e produttive dichiarate

Le fonti ufficiali della Masseria comunicano che molti ingredienti utilizzati nella cucina sono coltivati direttamente nelle terre aziendali. Questo richiamo suggerisce la presenza di una produzione agricola, o quanto meno di un utilizzo del compendio fondiario non esclusivamente ornamentale. In termini di sostenibilità, il dato potrebbe implicare una riduzione di alcune distanze di approvvigionamento e una maggiore coerenza fra cucina e territorio; tuttavia, le fonti non consentono di stabilire quantità, tipologie di colture, stagionalità o incidenza complessiva dei prodotti autoprodotti sul fabbisogno della ristorazione.

Non sono state rintracciate dichiarazioni organiche relative a pratiche agricole sostenibili, biologiche o certificate. L'audit non può quindi attribuire alla Masseria regimi colturali non documentati. Può invece indicare come opportunità di trasparenza la pubblicazione di una sintetica scheda agricola: superfici, colture, vigneti, eventuali orti o oliveti, pratiche di gestione del suolo, uso dell'acqua, eventuale assenza o riduzione di diserbanti, recupero dei residui organici.

5.4. Gestione delle risorse naturali

5.4.1. Acqua

Nessuna delle fonti esaminate rende disponibili dati specifici sulla gestione idrica. Non sono pubblicati volumi di consumo, fonti di approvvigionamento, eventuali sistemi di recupero delle acque piovane, irrigazione dei vigneti o delle aree verdi, tecnologie di riduzione dei consumi nelle suite, nelle cucine o negli spazi di ricevimento. Considerata la natura multifunzionale della struttura eventi, ristorazione, ospitalità, verde esteso l'acqua rappresenta un ambito ambientale di particolare rilevanza e un gap informativo prioritario.

5.4.2. Energia

Non risultano pubblicamente documentati consumi elettrici o termici, presenza di fotovoltaico, solare termico, pompe di calore, sistemi di efficientamento, illuminazione ad alta efficienza o obiettivi di riduzione delle emissioni energetiche. L'esistenza di una struttura ricettiva e di ristorazione rende questi dati importanti per qualsiasi valutazione ambientale matura. Il recupero della masseria e la qualità degli spazi possono avere valore territoriale, ma non permettono di desumere automaticamente buone performance energetiche.

5.4.3. Suolo

Le fonti descrivono la relazione fra Masseria e vigneti, ma non consentono di approfondire la gestione del suolo. Non sono documentati: inerbimento, lavorazioni, concimazioni, compostaggio, pratiche anti-erosione, gestione delle superfici non vitate, manutenzione ecologica del verde. L'audit può riconoscere la permanenza di un paesaggio rurale e agricolo; non può però misurare la qualità ecologica delle pratiche di gestione fondiaria.

5.5. Rifiuti, reflui, packaging e sprechi

La multifunzionalità della Masseria rende particolarmente rilevante la dimensione dell'economia circolare. Eventi, ristorazione, soggiorni e manutenzione del verde generano potenzialmente flussi di rifiuti organici, imballaggi, materiali di servizio, scarti di cucina, acque reflue e consumi accessori. Nonostante ciò, le fonti pubbliche consultate non offrono informazioni su raccolta differenziata, compostaggio, riduzione del monouso, gestione degli scarti alimentari, recupero dell'organico, scelta dei materiali per gli eventi o politiche di contenimento degli sprechi.

Per una struttura che si propone come luogo di qualità e racconto del territorio, la trasparenza su questi aspetti potrebbe rappresentare un importante terreno di miglioramento. Una policy pubblica su rifiuti ed eventi sostenibili anche semplice e non certificativa contribuirebbe a rendere più credibile la coerenza tra posizionamento rurale e pratiche operative.

Ambito	Stato delle informazioni	Valutazione
Rifiuti di cucina	Nessun dato pubblico	Non valutabile
Scarti alimentari	Nessun indicatore o policy pubblica	Non valutabile
Packaging	Nessuna informazione su materiali e riduzione degli imballaggi	Non valutabile
Reflui	Nessun dato pubblico	Non valutabile
Eventi a minore impatto	Nessuna procedura o disciplinare reso pubblico	Non valutabile

5.6. Recupero edilizio e sostenibilità ambientale

Il recupero del complesso rurale è uno dei tratti più qualificanti della Masseria. In termini di sostenibilità territoriale, il riuso dell'esistente può essere letto come alternativa alla costruzione ex novo e come forma di conservazione della memoria insediativa locale. Questa impostazione è coerente con un modello che trae valore dalla storia del luogo e dalla sua continuità con il paesaggio.

Occorre però evitare sovrainterpretazioni. Il recupero architettonico non equivale, di per sé, a edilizia ambientalmente efficiente. Senza dati su isolamento, impianti, materiali, consumi, fonti energetiche e prestazioni non è possibile valutare la sostenibilità ambientale tecnica degli edifici. L'audit riconosce pertanto un alto valore paesaggistico e culturale del riuso, mantenendo non valutabile la performance energetico-ambientale del complesso.

5.7. Aspetti ambientali non valutabili dalle fonti pubbliche

Area	Informazioni mancanti
Energia	Consumi, fonti rinnovabili, efficienza, impianti.
Acqua	Consumi, irrigazione, recupero, riduzione.
Agricoltura	Trattamenti, fertilizzanti, gestione del suolo, certificazioni.
Biodiversità ecosistemica	Siepi, aree naturali, impollinatori, corridoi ecologici.
Rifiuti e reflui	Scarti cucina, organico, differenziata, acque reflue.
Packaging	Materiali, riduzione, riciclabilità.
Impronta climatica	Emissioni dirette/indirette, logistica, mobilità ospiti.

5.8. Valutazione complessiva della dimensione ambientale

Area	Evidenza positiva	Limite
Paesaggio rurale	Compendio verde e rapporto con vigneti	Assenza di dati di gestione ambientale.
Agrobiodiversità	Casavecchia come varietà locale fortemente identitaria	Non conosciute le pratiche culturali.
Recupero edilizio	Riuso di masseria storica	Non note prestazioni energetiche e materiali.
Cucina e prodotti	Richiamo a ingredienti coltivati nelle terre aziendali	Assenza di quote e tracciabilità pubblica.

Giudizio sintetico del Capitolo 5. Masseria Campitelli presenta un profilo ambientale qualitativamente interessante sotto il profilo del paesaggio, del riuso del patrimonio rurale e della connessione con l'agrobiodiversità rappresentata dal Casavecchia. L'audit rileva, inoltre, un'impostazione comunicativa che associa la cucina a prodotti propri o territoriali. Tuttavia, la dimensione ambientale prestazionale resta scarsamente valutabile: mancano dati su acqua, energia, rifiuti, reflui, agricoltura, packaging e impatti. La sostenibilità ambientale della Masseria può quindi essere descritta come territorialmente promettente ma quantitativamente non dimostrata.

6. Dimensione sociale

La dimensione sociale di Masseria Campitelli emerge principalmente attraverso la sua funzione di luogo aperto: una struttura che accoglie persone, cerimonie, famiglie, turisti, clienti della ristorazione e, in alcuni casi, iniziative di carattere professionale o solidale. Diversamente da imprese produttive con una narrazione centrata sull'organizzazione interna, la Masseria rende pubblicamente più visibile il proprio rapporto con ospiti e territorio che non la struttura del lavoro, le politiche di welfare o i percorsi di formazione del personale.

L'audit può quindi sviluppare una valutazione abbastanza robusta sulla socialità esterna e relazionale dell'impresa: capacità di generare occasioni di incontro; valorizzazione del tempo di soggiorno; ospitalità di eventi; funzione di connessione fra esperienze private e paesaggio territoriale; presenza in iniziative di comunità e in circuiti gastronomici. Restano invece poco documentati gli aspetti della sostenibilità sociale interna: numero di addetti, condizioni contrattuali, sicurezza, formazione, inclusione e organizzazione del lavoro.

6.1. Valore occupazionale e struttura dell'organizzazione

Le fonti pubbliche non consentono di ricostruire in modo attendibile la consistenza occupazionale della Masseria. Un profilo aziendale su LinkedIn indica una classe dimensionale 11-50 dipendenti e mostra alcune persone associate alla realtà; tale dato deve però essere considerato auto-dichiarato e non equiparabile a un'informazione amministrativa certificata. Non sono disponibili, inoltre, distinzioni fra personale stabile, stagionale, addetti agli eventi, cucina, sala, housekeeping, gestione del verde, attività agricole o comunicazione.

La stampa 2026 collega la fase più recente del progetto a Stefano e Federica Liberti, mentre altre fonti istituzionali e repertoriali rimandano a riferimenti diversi. Ai fini della dimensione sociale, questo significa che l'identità organizzativa e la governance del lavoro non sono ancora pienamente leggibili dall'esterno. L'azienda appare operativamente strutturata, dato il livello di servizi offerti, ma l'audit non può trasformare questa evidenza indiretta in un giudizio sulla qualità o stabilità dell'occupazione.

Tema	Disponibilità informativa	Giudizio auditivo
Numero addetti	Indicazione non certificata da profilo aziendale online	Da trattare con prudenza.
Ruoli e funzioni	Non documentati in modo organico	Non valutabile.
Lavoro stagionale	Non documentato	Non valutabile.
Formazione	Non documentata	Non valutabile.
Sicurezza	Non documentata	Non valutabile.
Inclusione e pari opportunità	Non documentate	Non valutabile.

6.2. Relazione con comunità, ospiti e visitatori

La capacità di accogliere è il tratto sociale più evidente di Masseria Campitelli. La struttura organizza o ospita matrimoni, ricevimenti, eventi privati e aziendali, e propone soggiorni in suite e momenti di ristorazione. Tali attività generano una forma di socialità territoriale particolare: persone che spesso provengono anche da fuori area entrano in contatto con un paesaggio rurale,

con l'identità di Pontelatone e con una proposta gastronomica che dichiara un legame con le terre della Masseria.

In chiave di sostenibilità sociale esterna, questo modello produce un duplice effetto. Da un lato, la Masseria rappresenta un luogo di esperienza e memoria personale per i visitatori; dall'altro, essa diventa un dispositivo di rappresentazione del territorio. L'evento privato, la cena o il soggiorno possono così trasformarsi in occasioni di conoscenza del paesaggio e della cultura locale. Questo contributo non è misurato da indicatori, ma è chiaramente desumibile dalla natura dell'offerta e dalla narrazione pubblica.

6.2.1. Ospitalità e qualità dell'esperienza

Le suite, comunicate come spazi intimi e curati con servizi di benessere privato, ampliano la funzione sociale della Masseria rispetto al solo evento. Il soggiorno consente una relazione più lenta con il luogo e potenzialmente favorisce una fruizione più attenta del contesto. Nelle fonti più recenti, questa dimensione viene ulteriormente rafforzata dalla proposta di esperienze che integrano vino, cucina, pernottamento e colazione.

6.2.2. Eventi e accessibilità culturale del territorio

La capacità di accogliere un pubblico ampio celebrativo, turistico, gastronomico, professionale rende Masseria Campitelli un luogo di accessibilità culturale indiretta. L'azienda non si presenta come museo o centro didattico, ma attraverso l'esperienza offerta rende percepibili alcuni elementi del territorio: masseria storica, campagna, vigneti, prodotti, cucina, Casavecchia. Questa funzione è socialmente rilevante perché accresce la visibilità di risorse locali che, altrimenti, potrebbero restare meno intercettabili da visitatori esterni.

6.3. Funzione culturale, gastronomica e divulgativa

La dimensione culturale della Masseria si sovrappone in parte a quella sociale. La ristorazione, specialmente nella più recente esperienza associata a Favilla, viene presentata da fonti di settore come strumento di racconto del territorio e delle materie prime. Eventi Slow Food ospitati o collegati alla Masseria contribuiscono a rafforzare la percezione della struttura come luogo di incontro fra cucina, vino, comunità professionale e cultura locale.

Questa funzione divulgativa non è formalizzata in un programma educativo permanente; non risultano, ad esempio, corsi, visite didattiche strutturate, attività scolastiche o report sulla partecipazione. Tuttavia, la presenza della Masseria in reti gastronomiche e la sua capacità di ospitare esperienze tematiche costituiscono evidenze positive di capitale relazionale e culturale. In un'ottica di sviluppo futuro, la formalizzazione di percorsi di visita o storytelling territoriale renderebbe ancora più robusta questa dimensione.

6.4. Responsabilità sociale esterna e iniziative di comunità

Una fonte del 2019 segnala che presso Masseria Campitelli si è svolto l'evento "Commercialisti del Cuore", iniziativa benefica promossa dall'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Caserta, con devoluzione di parte dei ricavi a favore dell'associazione V.E.R.I., impegnata contro

la violenza di genere. L'audit interpreta tale informazione come evidenza puntuale della disponibilità della struttura a ospitare iniziative di valore sociale.

Il dato non consente di affermare l'esistenza di una policy organica di responsabilità sociale d'impresa né di un programma continuativo di supporto a cause collettive. Dimostra però che la Masseria può essere attivata come contenitore per eventi che uniscono convivialità, networking e finalità solidali. Tale potenziale potrebbe essere ulteriormente sviluppato e comunicato in modo più sistematico.

6.5. Sicurezza, benessere e condizioni di lavoro

Non risultano pubblicamente disponibili informazioni su salute e sicurezza dei lavoratori, formazione professionale, organizzazione dei turni, welfare, pari opportunità, inserimento di giovani, politiche di inclusione o valorizzazione delle competenze. Considerando la complessità operativa di una struttura che unisce eventi, ristorazione, accoglienza e manutenzione degli spazi, questi temi sono molto rilevanti. La loro assenza dalle fonti pubbliche non implica un difetto gestionale, ma limita la possibilità dell'audit di valutare la sostenibilità sociale interna.

6.6. Valutazione complessiva della dimensione sociale

Ambito	Evidenza	Valutazione
Apertura al pubblico	Eventi, ristorazione, soggiorni, wine experience	Molto positiva
Relazione con il territorio	Esperienze immerse in masseria e vigneti	Positiva
Funzione culturale/gastronomica	Presenza in circuiti e serate tematiche	Positiva
Responsabilità sociale esterna	Ospitalità di evento benefico 2019	Positiva ma puntuale
Occupazione	Dati insufficienti	Non valutabile
Sicurezza, formazione, welfare	Non documentati	Non valutabile

Giudizio sintetico del Capitolo 6. Masseria Campitelli presenta una dimensione sociale esterna significativamente positiva: accoglie, mette in relazione, ospita eventi, favorisce esperienze territoriali e mostra almeno una evidenza puntuale di apertura a iniziative solidali. La sua funzione di luogo di incontro appare coerente con il posizionamento di ospitalità rurale di qualità. Restano però scarsamente valutabili gli aspetti sociali interni relativi a lavoro, sicurezza, formazione, inclusione e welfare, che costituiscono uno dei principali gap dell'audit.

7. Dimensione economico-territoriale

La dimensione economico-territoriale di Masseria Campitelli riguarda la capacità dell'impresa di generare valore a partire da risorse locali e, al tempo stesso, di contribuire alla riconoscibilità del territorio che la ospita. In assenza di dati economico-finanziari pubblici, l'audit non può valutare fatturato, marginalità, investimenti o incidenza delle diverse linee di business. Può però analizzare la qualità del modello economico, la sua articolazione, la varietà dei canali di offerta e il potenziale contributo alla reputazione di Pontelatone e dell'Alto Casertano.

La Masseria appare fondata su una strategia di differenziazione territoriale: il valore del servizio wedding, della ristorazione, delle suite e della wine experience aumenta perché tali componenti

vengono fruiti in un luogo con identità specifica, paesaggio rurale, storia edilizia e relazione con il Casavecchia. Il territorio non è dunque un semplice scenario di marketing, ma una vera leva competitiva. Ciò rende l'impresa particolarmente rilevante per la Green Community, poiché mostra come un asset locale possa diventare motore di offerta economica complessa senza perdere il proprio radicamento.

7.1. Creazione di valore locale

Il valore economico generato da Masseria Campitelli deriva da una combinazione di fattori: attrattività del luogo, qualità della ristorazione, capacità organizzativa degli eventi, presenza di spazi ricettivi, identità vitivinicola del contesto e narrazione del paesaggio. Una parte significativa di questo valore è inseparabile dal territorio: una location priva di masseria storica, vigneti e radicamento in Pontelatone non potrebbe produrre la medesima esperienza.

La comunicazione sui prodotti coltivati nelle terre aziendali e la possibile integrazione con fornitori locali suggeriscono che parte della spesa generata dall'attività possa ricadere sul sistema agroalimentare circostante. L'audit, tuttavia, non dispone di dati su acquisti, forniture o indotto. La ricaduta economica locale resta quindi ragionevolmente ipotizzabile, ma non misurabile. La pubblicazione di informazioni sintetiche su filiera e partnership territoriali renderebbe più robusta questa valutazione.

7.1.1. Il wedding come attrattore economico

La specializzazione negli eventi e nei matrimoni colloca la Masseria in un segmento che, per sua natura, attiva una pluralità di servizi: ristorazione, ospitalità, allestimenti, fiori, fotografia, trasporti, musica, servizi tecnici, artigianato. Non tutte queste componenti sono necessariamente locali, né l'audit può quantificarne l'origine; tuttavia, il wedding costituisce un potenziale generatore di indotto. In un territorio rurale, una struttura capace di attrarre cerimonie e ospiti esterni può contribuire alla visibilità complessiva dell'area e alla domanda di servizi complementari.

7.1.2. Ristorazione e permanenza del visitatore

La ristorazione e le suite ampliano il valore catturato sul luogo. La permanenza non si esaurisce nell'evento, ma può prolungarsi in cena, soggiorno e wine experience. Tale estensione è economicamente rilevante perché consente di trasformare una visita breve in esperienza più articolata, aumentare la spesa media e rafforzare il legame emotivo del visitatore con il territorio.

7.2. Diversificazione delle entrate

La diversificazione rappresenta uno dei tratti più interessanti del modello Campitelli. Le fonti mostrano almeno quattro linee di valore: matrimoni ed eventi; ristorazione; ospitalità in suite; esperienze legate al vino e al paesaggio. A queste si aggiunge, nelle narrazioni di settore, la connessione con Favilla Wine Bar & Grill Experience, che sembra rafforzare il presidio della domanda gastronomica anche al di fuori del tradizionale segmento banqueting.

Dal punto di vista della resilienza imprenditoriale, un modello articolato può ridurre la dipendenza da un solo segmento e distribuire meglio la capacità di generare ricavi lungo l'anno. La stagionalità

dei matrimoni, ad esempio, potrebbe essere compensata da ristorazione, soggiorni e pacchetti esperienziali; gli eventi privati possono convivere con serate tematiche, degustazioni e proposte weekend. Questa lettura è plausibile sulla base delle fonti, ma l'audit non dispone di dati gestionali per verificarne l'effettiva incidenza economica.

Linea di attività	Funzione economica	Contributo potenziale alla resilienza
Matrimoni ed eventi	Core business celebrativo e corporate	Generazione di ricavi ad alto valore unitario.
Ristorazione	Presidio della domanda gastronomica	Maggiore continuità e reputazione culinaria.
Suites	Pernottamento e ospitalità premium	Allungamento della permanenza.
Wine Experience	Degustazione, soggiorno, narrazione del territorio	Destagionalizzazione e turismo esperienziale.
Eventi di rete / comunità	Iniziative speciali e relazionali	Capitale reputazionale.

7.3. Resilienza del modello aziendale

La resilienza del modello può essere letta, in assenza di conti economici, attraverso tre indicatori qualitativi: pluralità delle attività, differenziazione territoriale e capacità di aggiornare il posizionamento. Masseria Campitelli dispone di una pluralità di servizi; valorizza un contesto non replicabile; mostra, nelle fonti più recenti, una traiettoria evolutiva verso esperienze più complesse di ospitalità e vino. Questi tre fattori suggeriscono un profilo di resilienza potenziale superiore a quello di un'impresa rigidamente mono-funzionale.

Resta importante, tuttavia, non sovrastimare tale resilienza. La dipendenza dal mercato degli eventi, le esigenze gestionali della ristorazione, i costi di manutenzione di un compendio rurale esteso e l'eventuale volatilità del turismo esperienziale possono rappresentare rischi. Le fonti disponibili non offrono elementi per valutarne il peso. L'audit registra quindi una struttura economica diversificata e promettente, ma non ne certifica la robustezza finanziaria.

7.4. Contributo alla reputazione del territorio

Masseria Campitelli contribuisce alla reputazione del territorio in almeno quattro modi. Primo, porta il nome di Pontelatone dentro circuiti di wedding, ristorazione e ospitalità. Secondo, rende visibile il paesaggio del Casavecchia a pubblici che possono non conoscere il vitigno o la storia viticola locale. Terzo, colloca l'Alto Casertano dentro una proposta di charme e qualità, evitando che la ruralità venga rappresentata come marginalità. Quarto, attraverso la stampa di settore e gli eventi gastronomici, si inserisce in un discorso più ampio sulla crescita dell'attrattività locale.

Questo contributo reputazionale è particolarmente importante perché il territorio di Pontelatone possiede risorse distintive ma non sempre una visibilità comparabile a destinazioni enogastronomiche più note. Una struttura capace di ospitare visitatori, raccontare un luogo e offrire esperienze di qualità può fungere da ambasciatore privato del territorio. L'audit non quantifica tale effetto, ma lo considera un elemento di sostenibilità economico-territoriale ben fondato sul posizionamento aziendale.

7.4.1. Dal luogo-azienda al luogo-destinazione

La trasformazione di Masseria Campitelli da location per eventi a luogo di permanenza e wine experience suggerisce un passaggio significativo: il cliente non è più soltanto ospite di un ricevimento, ma potenziale visitatore di una destinazione. Questa evoluzione può aumentare il valore del territorio perché stimola tempi di permanenza più lunghi, narrazioni più approfondite e relazioni più intense con paesaggio e prodotti locali.

7.4.2. Relazione con reti e attori territoriali

Le fonti disponibili mostrano l'inserimento della Masseria in reti diverse: Comune, VITICA, circuiti gastronomici, eventi Slow Food, stampa specializzata. Tali relazioni non vanno automaticamente lette come partnership strutturate, ma indicano che l'azienda è riconosciuta e intercettata da soggetti che contribuiscono alla promozione dell'area. La capacità di agire in rete costituisce un fattore favorevole per la costruzione di valore economico-territoriale.

7.5. Valutazione complessiva della dimensione economico-territoriale

Ambito	Punto di forza	Limite
Valore locale	Offerta fondata su masseria, paesaggio, vigneti e territorio	Ricadute non quantificate.
Diversificazione	Eventi, ristorazione, suite, wine experience	Incidenza dei segmenti non documentata.
Reputazione territoriale	Pontelatone e Casavecchia dentro l'esperienza aziendale	Impatto non misurato.
Reti	Comune, VITICA, circuiti gastronomici e stampa di settore	Natura delle collaborazioni non sempre formalizzata.
Filiere locali	Dichiarazioni su prodotti propri o territoriali	Mancano quote e tracciabilità pubblica.

Giudizio sintetico del Capitolo 7. Masseria Campitelli mostra un profilo economico-territoriale complessivamente solido e interessante, fondato su differenziazione del luogo, multifunzionalità, capacità di attrazione e connessione con il paesaggio del Casavecchia. L'impresa appare in grado di trasformare risorse identitarie locali in proposta economica articolata e di contribuire alla reputazione di Pontelatone come destinazione rurale ed enogastronomica. Restano non misurabili, per assenza di dati pubblici, fatturato, indotto, forniture locali, ripartizione dei ricavi e impatti occupazionali.

8. Dimensione culturale e identitaria

La dimensione culturale e identitaria costituisce uno dei punti più forti del profilo di Masseria Campitelli. L'azienda non comunica semplicemente una struttura bella o funzionale, ma un luogo che trae valore dalla propria stratificazione rurale, dall'inserimento paesaggistico e dal rapporto con un territorio vitivinicolo specifico. La masseria recuperata, l'architettura definita da VITICA come "rurale trebulana", i vigneti di Casavecchia, la cucina che richiama materie prime della terra e la progressiva costruzione di un'esperienza di soggiorno e degustazione convergono in una identità distintiva.

In questa prospettiva, la sostenibilità culturale non coincide con la conservazione passiva di un bene, ma con la sua riattivazione. La Masseria diventa un luogo vivo: ospita cerimonie, accoglie viaggiatori, offre ristorazione, intercetta il racconto del vino, si presta ad eventi di comunità e di settore. Il patrimonio rurale non viene musealizzato, ma trasformato in infrastruttura contemporanea di esperienza e valore. Questa capacità di mettere in circolo significati e non solo servizi costituisce un elemento qualificante dell'audit.

8.1. Tutela e trasmissione del patrimonio rurale

Il recupero della masseria storica è il primo asse della dimensione culturale. Le fonti la collocano alla fine dell'Ottocento e ne sottolineano il valore di testimonianza dell'architettura rurale locale. La scelta di conservarne e rifunzionalizzarne l'impianto conferisce all'azienda una profondità identitaria che eccede il servizio offerto: il cliente non entra in uno spazio costruito ex novo e decontestualizzato, ma in un edificio che porta con sé il segno di una storia territoriale.

Dal punto di vista auditivo, il recupero del patrimonio rurale è positivamente valutabile anche in assenza di dettagli tecnici. La ragione è semplice: il documento non intende certificare la qualità architettonica del restauro, ma analizzare la capacità dell'impresa di costruire valore senza cancellare la memoria materiale del luogo. Su questo piano, le evidenze risultano solide. Resta non valutabile la dimensione tecnica dell'intervento e la presenza di eventuali vincoli, autorizzazioni, standard conservativi o scelte impiantistiche sostenibili.

8.1.1. Dalla masseria rurale alla masseria esperienziale

La trasformazione dell'edificio in luogo di eventi, ristorazione e soggiorno mostra una particolare forma di continuità fra passato e presente. La struttura non è lasciata a una funzione puramente ornamentale, ma diventa il centro di un'economia di esperienza. In questo senso, la Masseria trasmette il patrimonio non solo attraverso la conservazione fisica, ma attraverso l'uso sociale e la possibilità che visitatori esterni ne percepiscano il valore.

8.2. Narrazione del paesaggio e della memoria locale

La narrazione di Masseria Campitelli si fonda su una geografia precisa: Pontelatone, la campagna alto-casertana, i vigneti, il Casavecchia, la ruralità dell'area trebulana. Questa geografia non è sempre sviluppata con lo stesso grado di approfondimento nelle diverse fonti, ma ricorre in modo sufficientemente costante da costituire un asse identitario. L'azienda non si presenta genericamente "in campagna", bensì dentro un contesto produttivo e culturale riconoscibile.

La relazione fra luogo e memoria emerge anche nel modo in cui la stampa di settore racconta l'esperienza Campitelli: non solo banqueting, ma immersione in un paesaggio e in una storia agricola. Il riferimento alle passeggiate tra i vigneti, alla cena, al pernottamento e alla colazione suggerisce un tentativo di rendere la permanenza una forma di conoscenza sensoriale del territorio. Tale aspetto è particolarmente significativo per la sostenibilità culturale, perché il territorio viene fatto vivere attraverso il tempo dell'esperienza e non soltanto rappresentato in modo astratto.

8.3. Produzioni simboliche del territorio

8.3.1. Il Casavecchia come elemento identitario

Il Casavecchia è la produzione simbolica più importante che l'audit associa alla Masseria. La presenza dei vigneti rende il vitigno parte del paesaggio aziendale; il collegamento con Pontelatone ne rafforza la dimensione identitaria; la possibile integrazione nella wine experience ne accresce il valore narrativo. Il Casavecchia, in questa lettura, non è solo una varietà coltivata nell'area, ma un mediatore culturale che permette al visitatore di comprendere la specificità del luogo.

L'audit non attribuisce alla Masseria un ruolo di valorizzazione enologica comparabile a quello di una cantina specializzata, perché le fonti non lo consentono. Riconosce però che l'azienda, attraverso il proprio paesaggio e la propria proposta, può agire come luogo di diffusione e familiarizzazione con il vitigno. Questa funzione è culturalmente rilevante e coerente con la strategia complessiva dell'offerta.

8.3.2. Cucina e ruralità

La cucina rappresenta una seconda produzione simbolica del territorio. Il richiamo a ingredienti naturali, selezionati e in parte coltivati direttamente nella Masseria suggerisce una volontà di costruire il racconto gastronomico non come lusso separato dalla terra, ma come interpretazione delle risorse locali. Le fonti di settore dedicate a Favilla rafforzano questa lettura, evidenziando il ruolo della materia prima e il dialogo fra tradizione e contemporaneità.

Anche qui l'audit mantiene una distinzione metodologica: la qualità comunicata della cucina non equivale alla dimostrazione di filiere corte o sostenibili in senso certificativo. Tuttavia, sul piano culturale, l'orientamento verso un racconto gastronomico legato al luogo costituisce un punto di forza della Masseria.

8.4. Coerenza tra comunicazione e identità

Uno degli elementi più positivi del profilo Campitelli è la sostanziale coerenza fra gli assi centrali della comunicazione: masseria, verde, vigneti, eventi, cucina, suites, esperienza. Tali elementi non appaiono disgiunti, ma convergono nella costruzione di un immaginario di ospitalità rurale elegante e territorialmente radicata. Questa coerenza permette di leggere l'offerta come sistema e non come semplice sommatoria di servizi.

Rispetto a un audit di sostenibilità, la coerenza narrativa costituisce un valore perché aumenta la leggibilità del progetto aziendale e rende più comprensibile il contributo del luogo alla proposta di valore. La comunicazione non eccede, in generale, in promesse ambientalistiche non documentate; il suo punto di forza è semmai la territorialità. L'area più delicata riguarda la tendenza, presente soprattutto in materiali promozionali o social, a utilizzare formule come "wine resort" o "country experience" che descrivono un posizionamento evolutivo ma non sempre sono accompagnate da un apparato informativo unitario e dettagliato.

Continuità identitaria	Evidenza
Storia ↔ Luogo	Masseria rurale recuperata e mantenuta al centro della proposta.
Luogo ↔ Paesaggio	Verde esteso e vigneti come parte dell'esperienza.

Paesaggio ↔ Vino	Casavecchia come marcatore territoriale.
Cucina ↔ Terra	Richiamo a ingredienti propri o locali.
Ospitalità ↔ Esperienza	Suite, cena, degustazione e permanenza.

8.5. Valutazione complessiva della dimensione culturale e identitaria

Ambito	Evidenza	Valutazione
Patrimonio rurale	Recupero della masseria storica	Molto positiva
Paesaggio	Ampio compendio verde e vigneti	Molto positiva
Identità vitivinicola	Casavecchia e Pontelatone	Positiva / molto positiva
Cucina territoriale	Materie prime proprie/locali nella narrazione aziendale	Positiva ma da qualificare
Coerenza comunicativa	Sistema unitario di ospitalità rurale	Positiva
Formalizzazione culturale	Assenza di percorsi didattici o storytelling strutturato documentato	Area da rafforzare

Giudizio sintetico del Capitolo 8. Masseria Campitelli presenta una dimensione culturale e identitaria molto sviluppata. La sua forza risiede nella capacità di mettere in relazione masseria storica, paesaggio rurale, Casavecchia, cucina e ospitalità in una proposta coerente. Il patrimonio non resta sullo sfondo, ma diventa parte attiva del modello economico e dell'esperienza del visitatore. Il principale margine di miglioramento riguarda la formalizzazione di questo patrimonio narrativo in contenuti più sistematici: storia dell'edificio, lettura dei vigneti, racconto delle colture, mappa delle esperienze e indicatori di partecipazione.

PARTE III VALUTAZIONE AUDITIVA

9. Elementi di sostenibilità distintivi dell'azienda

L'analisi svolta nei capitoli precedenti consente di individuare gli elementi di sostenibilità distintivi di Masseria Campitelli, vale a dire quei tratti che, sulla base delle fonti pubblicamente disponibili, caratterizzano in modo più marcato il profilo dell'impresa rispetto alle dimensioni territoriale, ambientale qualitativa, sociale esterna, economico-relazionale e culturale. La Masseria non dispone, allo stato delle informazioni consultate, di una rendicontazione ESG formalizzata né di un apparato di indicatori pubblici tale da consentire una valutazione quantitativa delle performance. La sua distintività emerge soprattutto in un altro registro: la capacità di trasformare un luogo rurale, un paesaggio vitato e una cultura dell'ospitalità in un modello economico coerente e riconoscibile.

Il profilo di sostenibilità che ne deriva è dunque fortemente territoriale. I punti di maggiore evidenza riguardano: recupero del patrimonio rurale; inserimento paesaggistico; legame con vigneti di Casavecchia; multifunzionalità dell'offerta; capacità di attrarre visitatori e creare occasioni di relazione; potenziale contributo alla reputazione di Pontelatone; orientamento verso esperienze integrate di vino, cucina e soggiorno. Al tempo stesso, l'audit evidenzia che le informazioni più strettamente operative risorse, input, rifiuti, personale, forniture, governance restano in gran parte non pubblicate o solo indirettamente desumibili.

9.1. Punti di forza documentabili

9.1.1. Recupero e riattivazione di una masseria rurale storica

Il primo punto di forza è rappresentato dalla riattivazione di una struttura rurale di fine Ottocento, descritta da fonti qualificate come elemento di architettura trebulana e oggi trasformata in luogo di eventi, ristorazione e ospitalità. La sostenibilità di questo elemento è innanzitutto territoriale e culturale: il valore economico non viene generato attraverso la cancellazione del patrimonio, ma mediante il suo riuso, la sua messa in funzione e la sua apertura al pubblico. L'audit attribuisce a questo ambito una valutazione molto positiva, pur senza estenderla impropriamente alla sostenibilità energetica o impiantistica dell'edificio, non documentata dalle fonti.

9.1.2. Forte integrazione fra impresa e paesaggio rurale

La Masseria è associata a un compendio verde molto esteso, documentato da fonti diverse in grandezze prossime ai 40.000-43.000 metri quadrati. Il paesaggio non costituisce una semplice cornice di pregio, ma entra nella proposta di valore: gli eventi, il soggiorno e le esperienze vengono raccontati dentro uno spazio rurale aperto, collegato ai vigneti e alla campagna pontelatone. Tale integrazione rende la struttura altamente distintiva e coerente con una lettura di sostenibilità territoriale fondata sulla permanenza e valorizzazione del paesaggio agricolo.

9.1.3. Connessione con il Casavecchia e con l'identità vitivinicola di Pontelatone

Il legame con vigneti di Casavecchia costituisce il tratto agro-culturale più rilevante. Comune e VITICA associano la Masseria a superfici vitate di Casavecchia, mentre le fonti più recenti insistono

su esperienze che mettono al centro vino e territorio. La Masseria, pur non essendo documentata nell'audit come cantina primaria con un apparato tecnico paragonabile a quello di un produttore vinicolo specializzato, contribuisce alla visibilità del vitigno e alla costruzione di una fruizione enoturistica del paesaggio. Questo elemento è valutato molto positivamente perché rafforza la reputazione territoriale del comprensorio.

9.1.4. Multifunzionalità dell'offerta e potenziale destagionalizzazione

L'azienda integra matrimoni, eventi, ristorazione, ospitalità in suite, wine experience e occasioni di incontro. Tale configurazione differenzia le fonti di valore e riduce, almeno in astratto, la dipendenza da una sola linea di attività. In una prospettiva di sostenibilità economico-territoriale, la multifunzionalità può favorire maggiore continuità d'uso della struttura, ampliare i pubblici, aumentare la permanenza media e generare un legame più intenso fra visitatore e territorio. Il giudizio è positivo, benché non supportato da dati di incidenza economica o flussi annuali.

9.1.5. Cucina e racconto delle materie prime

Il sito ufficiale afferma che molti ingredienti della cucina sono coltivati direttamente nelle terre della Masseria; altre fonti richiamano il ricorso a materie prime locali. Questa impostazione suggerisce un orientamento coerente con la valorizzazione del territorio e una possibile attenzione alla filiera corta o di prossimità. Il punto di forza viene riconosciuto come significativo, ma con una valutazione prudente: il dato è favorevole sul piano identitario e comunicativo, mentre sul piano dell'effettiva sostenibilità degli approvvigionamenti richiederebbe indicatori e descrizioni più precise.

9.1.6. Capacità di attrazione e apertura del luogo

La Masseria è un luogo di accoglienza. Ospita cerimonie, iniziative private, soggiorni, esperienze gastronomiche e, in almeno un caso documentato, un evento benefico. Questa funzione relazionale è importante perché trasforma un bene rurale in spazio di incontro e rende il territorio frequentato da pubblici esterni. La socialità prodotta non è formalmente misurata, ma la natura stessa dell'offerta consente di attribuire all'impresa un ruolo positivo di apertura e animazione.

9.1.7. Inserimento in reti e circuiti di riconoscibilità territoriale

Comune di Pontelatone, VITICA, stampa enogastronomica, circuiti Slow Food e articoli specialistici concorrono a collocare Masseria Campitelli dentro un sistema di visibilità territoriale. L'impresa non appare isolata, ma intercettata da reti che contribuiscono a costruire reputazione per il comprensorio. Tale aspetto rafforza il profilo economico-relazionale e costituisce un punto di forza, soprattutto in un territorio che può beneficiare di soggetti privati capaci di raccontarne le specificità.

9.2. Punti di attenzione

9.2.1. Insufficiente disponibilità di dati ambientali quantitativi

L'audit non ha rintracciato dati pubblici su consumi di energia e acqua, gestione dei rifiuti, reflui, riduzione degli sprechi, packaging, pratiche agricole, fertilizzazioni, trattamenti o emissioni. Per

un'impresa che integra eventi, ristorazione, soggiorni e gestione di un esteso compendio verde, tali informazioni sono particolarmente rilevanti. La loro assenza non dimostra una criticità operativa, ma limita la valutabilità della sostenibilità ambientale in senso pieno.

9.2.2. Scarsa documentazione della sostenibilità sociale interna

Le fonti pubbliche rendono visibile la relazione con gli ospiti e il territorio, ma non l'organizzazione del lavoro. Non emergono dati su numero di addetti, stabilità, stagionalità, formazione, sicurezza, welfare, inclusione o pari opportunità. In un audit maturo, la qualità dell'accoglienza dovrebbe potersi accompagnare a una leggibilità minima delle condizioni sociali interne e delle politiche organizzative.

9.2.3. Assetto organizzativo e riferimenti gestionali non pienamente univoci

La ricognizione delle fonti ha mostrato una stratificazione di riferimenti: il sito ufficiale restituisce la marca Masseria Campitelli; fonti regionali utilizzano la denominazione Antica Masseria Campitelli; la stampa più recente associa il progetto a Stefano e Federica Liberti; altri repertori riportano recapiti non perfettamente allineati. L'audit non attribuisce a tale quadro un valore critico in sé, ma lo segnala come opportunità di maggiore chiarezza istituzionale e documentale.

9.2.4. Filiera locali dichiarate ma non misurate

La cucina viene presentata come legata a ingredienti naturali e in parte coltivati nella Masseria, ma non sono pubblicati dati su provenienza, percentuali, fornitori o criteri di selezione. Il tema è importante perché può trasformarsi da tratto narrativo a vero indicatore di sostenibilità economico-territoriale. Una scheda di filiera, anche sintetica, rafforzerebbe notevolmente l'auditabilità dell'impresa.

9.2.5. Posizionamento "wine resort" ancora più comunicato che rendicontato

Le fonti 2025-2026 evidenziano una chiara tendenza a presentare Campitelli come destinazione di wine experience e ospitalità immersiva. Questo posizionamento è coerente con il territorio e con l'evoluzione dell'offerta, ma non risulta ancora accompagnato da un quadro pubblico unitario di pacchetti, stagionalità, dati di fruizione, racconti strutturati delle vigne o indicatori turistici. L'audit lo interpreta come traiettoria promettente ma in consolidamento.

9.3. Rischi di sovrainterpretazione

9.3.1. Paesaggio verde e sostenibilità ambientale non coincidono automaticamente

La presenza di un'ampia area verde e di vigneti conferisce grande qualità paesaggistica e identitaria alla Masseria, ma non basta da sola a dimostrare pratiche ecologicamente avanzate. Per passare dal valore paesaggistico alla performance ambientale servono dati su gestione del suolo, acqua, energia, biodiversità funzionale e rifiuti.

9.3.2. Recupero edilizio e sostenibilità tecnica sono piani distinti

Il riuso della masseria è culturalmente e territorialmente rilevante. Tuttavia, non essendo disponibili informazioni su impianti, materiali, consumi o certificazioni, l'audit non può attribuire all'intervento una qualificazione di edilizia sostenibile in senso prestazionale.

9.3.3. Cucina territoriale e filiera corta non sono sinonimi perfetti

Il richiamo a prodotti propri o locali è significativo, ma non equivale automaticamente a una filiera corta formalizzata. Senza dati su quantità, provenienza, accordi di fornitura o stagionalità, il giudizio deve restare favorevole ma prudente.

9.3.4. Ospitalità di eventi solidali e strategia CSR non coincidono

La presenza di un evento benefico ospitato nel 2019 testimonia apertura sociale della struttura. Non consente però, da sola, di dedurre l'esistenza di una strategia continuativa di responsabilità sociale d'impresa.

9.3.5. Riconoscibilità online e qualità organizzativa non sono automaticamente equivalenti

La visibilità della Masseria e la qualità del posizionamento comunicativo indicano reputazione e cura dell'immagine, ma non sostituiscono dati su governance, processi, condizioni di lavoro e performance interne.

9.4. Quadro riepilogativo degli elementi distintivi

Area	Elemento distintivo	Livello di evidenza	Valutazione auditiva
Patrimonio rurale	Recupero della masseria storica	Alta	Molto positiva
Paesaggio	Ampio compendio verde e vigneti	Alta	Molto positiva
Agrobiodiversità	Legame con Casavecchia	Alta	Molto positiva
Multifunzionalità	Eventi, ristorazione, suite, wine experience	Alta	Positiva / molto positiva
Cucina territoriale	Prodotti propri o locali nella narrazione aziendale	Media-alta	Positiva ma da qualificare
Socialità esterna	Accoglienza e ospitalità di eventi	Alta	Positiva
Responsabilità sociale esterna	Evento benefico documentato	Media	Positiva ma puntuale
Dati ambientali	Indicatori non pubblicati	Bassa	Area da rafforzare
Dati sociali interni	Lavoro, sicurezza, welfare non documentati	Bassa	Area da approfondire
Governance informativa	Riferimenti pubblici non sempre allineati	Media-bassa	Opportunità di chiarimento

9.5. Giudizio sintetico del Capitolo 9

Masseria Campitelli presenta un profilo di sostenibilità distintivo soprattutto per la capacità di connettere recupero del patrimonio rurale, paesaggio vitato, Casavecchia, cucina, accoglienza ed esperienza turistica. I suoi punti di forza sono ampiamente coerenti con una lettura di sostenibilità territoriale e culturale. L'impresa appare particolarmente interessante come esempio di valorizzazione economica di un luogo rurale identitario. Al tempo stesso, l'audit rileva un significativo scarto fra qualità del posizionamento e limitatezza degli indicatori pubblici su

ambiente, lavoro, forniture e governance. La Masseria è dunque molto raccontabile sul piano territoriale, ma ancora solo parzialmente misurabile sul piano ESG.

10. Griglia sintetica di valutazione

Il presente capitolo traduce l'analisi sviluppata nelle Parti precedenti in una griglia sintetica di valutazione, costruita secondo il medesimo approccio impiegato nell'audit di Cantine Alois. La griglia non attribuisce un rating ESG certificativo e non pretende di misurare performance non supportate da dati pubblici. Essa serve a condensare le evidenze disponibili, distinguere gli ambiti fortemente documentati da quelli lacunosi, rendere confrontabile Masseria Campitelli con le altre imprese oggetto di audit e formulare un giudizio finale sul grado di auditabilità online.

Il quadro complessivo che emerge è chiaro: Masseria Campitelli è altamente auditabile per gli aspetti di identità territoriale, paesaggio, recupero del patrimonio rurale, multifunzionalità e posizionamento esperienziale. Presenta una buona auditabilità anche nella dimensione sociale esterna e nella funzione economico-territoriale. Risulta invece scarsamente auditabile per gli indicatori ambientali quantitativi, la gestione delle risorse, le filiere formalizzate, il lavoro e la governance di sostenibilità.

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 sufficientemente solide e articolate.
Medio	Informazioni presenti ma non complete o non sistematiche.
Basso	Informazioni marginali o frammentarie.
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	Livello di documentazione	Valutazione preliminare	Sintesi del giudizio
Identità commerciale e localizzazione	Alto	Positiva	Masseria chiaramente riconoscibile, sede a Pontelatone e recapiti pubblici; alcuni contatti non perfettamente allineati fra fonti.

Radicamento territoriale	Molto alto	Molto positiva	Il territorio non è sfondo, ma fondamento del valore: Pontelatone, paesaggio rurale, vigneti, Casavecchia.
Recupero del patrimonio rurale	Alto	Molto positiva	La masseria storica riattivata per funzioni contemporanee è uno dei principali elementi distintivi.
Integrazione paesaggistica	Alto	Molto positiva	Compendio verde esteso e forte presenza del paesaggio nell'esperienza.
Agrobiodiversità e Casavecchia	Alto	Molto positiva	La connessione con i vigneti di Casavecchia rafforza identità e sostenibilità territoriale.
Gestione agronomica	Basso	Non valutabile	Assenza di dati su tecniche colturali, acqua, suolo, trattamenti e fertilizzazione.
Cucina e prodotti territoriali	Medio-alto	Positiva	Richiamo a prodotti propri/locali, ma senza tracciabilità e percentuali pubbliche.
Matrimoni ed eventi	Molto alto	Positiva / molto positiva	Linea di attività fortemente documentata e distintiva.
Ristorazione	Alto	Positiva	Presenza di cucina strutturata e narrazione coerente con territorio e materia prima.
Ospitalità e suites	Alto	Positiva	Offerta ricettiva ben comunicata, con forte componente di charme.
Wine experience / wine resort	Medio-alto	Positiva ma in consolidamento	Fonti recenti indicano evoluzione dell'offerta, ma con pochi dati strutturali pubblici.
Relazione con ospiti e visitatori	Alto	Molto positiva	L'impresa funziona come luogo aperto e attrattivo.
Responsabilità sociale esterna	Medio	Positiva ma puntuale	Evento benefico documentato; non emerge una policy continuativa.
Lavoro, sicurezza e welfare	Basso	Non valutabile	Nessun quadro pubblico organico.
Creazione di valore economico-territoriale	Alto	Positiva / molto positiva	Il modello trasforma risorse locali in offerta complessa e potenzialmente moltiplicativa.
Diversificazione del modello economico	Alto	Positiva	Eventi, ristorazione, soggiorni, wine experience.
Contributo alla reputazione del territorio	Alto	Molto positiva	La Masseria può rafforzare visibilità di Pontelatone e del Casavecchia.
Comunicazione e coerenza identitaria	Alto	Positiva	Narrazione generalmente coerente tra luogo, cucina, ospitalità e paesaggio.
Governance e chiarezza istituzionale	Medio-basso	Parzialmente positiva	Riferimenti pubblici non sempre perfettamente univoci.
Dati ESG quantitativi	Basso	Non valutabile	Assenza di indicatori su ambiente, personale, forniture e impatti.
Auditabilità online complessiva	Alto	Positiva / molto positiva	Molto buona per la sostenibilità territoriale e culturale; parziale per la misurazione ESG.

10.3. Lettura ragionata della griglia

10.3.1. Ambiti di massima forza

La griglia evidenzia quattro aree di eccellenza documentale e interpretativa: radicamento territoriale; recupero del patrimonio rurale; integrazione con il paesaggio; connessione con il Casavecchia. Tali ambiti sono strettamente intrecciati e costituiscono il nucleo identitario della

Masseria. La qualità del luogo, la sua storia e il suo rapporto con i vigneti formano un sistema coerente che spiega la forza del posizionamento aziendale.

10.3.2. Ambiti positivi ma incompleti

Un secondo gruppo di ambiti presenta valutazioni positive, ma richiede maggiori dati per essere pienamente misurabile: cucina e filiere territoriali; wine experience; creazione di valore economico; responsabilità sociale esterna. In tutti questi casi le evidenze esistono e sono coerenti, ma non assumono ancora la forma di indicatori, procedure o rendicontazioni. L'audit può quindi riconoscere la direzione, non misurare l'intensità.

10.3.3. Ambiti non valutabili in modo compiuto

I principali ambiti non valutabili riguardano gestione delle risorse, agricoltura, rifiuti, personale, sicurezza, welfare e dati ESG quantitativi. Queste aree rappresentano il nucleo del passaggio da un audit territoriale a un audit di sostenibilità più maturo. La loro carenza informativa è comune a molte micro e piccole imprese, ma nel caso Campitelli appare particolarmente rilevante perché l'azienda dispone già di una forte identità pubblica: rendere visibili alcune informazioni gestionali rafforzerebbe sensibilmente la credibilità complessiva del posizionamento.

10.3.4. La questione della governance informativa

La griglia attribuisce una valutazione solo parzialmente positiva alla chiarezza istituzionale, non perché l'identità della Masseria sia incerta, ma perché le fonti pubbliche restituiscono un quadro non perfettamente armonizzato su recapiti, riferimenti soggettivi e denominazioni complementari. Un sito istituzionale più completo con dati societari, eventuale qualifica agrituristica, governance del progetto e chiarimento dei rapporti con le iniziative di ristorazione migliorerebbe l'auditabilità senza alterare il posizionamento commerciale.

10.4. Classificazione finale dell'azienda

Sulla base della griglia sintetica, Masseria Campitelli può essere collocata nella seguente classe interpretativa:

Classe B+ Profilo ampiamente auditabile da fonti online, con forte sostenibilità territoriale e culturale, buona leggibilità del modello economico-relazionale e limiti significativi nella formalizzazione dei dati ESG e dell'identità organizzativa.

10.4.1. Motivazione della classificazione

La classificazione B+ riflette un giudizio complessivamente elevato ma non assimilabile alla Classe A attribuibile a imprese dotate di apparati informativi più strutturati, fonti tecniche più dettagliate e maggiore trasparenza documentale. Masseria Campitelli è molto ben leggibile nel suo rapporto con territorio, patrimonio, paesaggio e offerta; lo è meno nella dimensione dei dati ambientali, sociali e organizzativi. L'audit riconosce quindi un profilo di sostenibilità territoriale molto forte e una auditabilità online significativa, ma evidenzia che la maturità informativa può essere ulteriormente accresciuta.

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 / Alta
Sostenibilità ambientale prestazionale	Non valutabile in modo compiuto
Sostenibilità sociale interna	Non valutabile in modo compiuto
Auditabilità online complessiva	Alta

10.6. Giudizio conclusivo del Capitolo 10

Masseria Campitelli ottiene una valutazione complessivamente positiva e, in più ambiti, molto positiva nella griglia di auditabilità online. Si distingue per la capacità di connettere recupero del patrimonio rurale, paesaggio vitato, identità del Casavecchia, ospitalità, ristorazione e attività di eventi. L'azienda appare come un caso emblematico di valorizzazione economica di un luogo rurale dotato di forte identità. La principale area di rafforzamento riguarda la formalizzazione delle informazioni: dati ambientali, assetto organizzativo, filiere, personale, ricadute economiche e indicatori di fruizione. La loro pubblicazione trasformerebbe un profilo già molto convincente sul piano territoriale in un profilo più pienamente misurabile sul piano della sostenibilità integrata.

11. Gap informativi e fabbisogni di approfondimento

L'audit documentale preliminare di Masseria Campitelli ha evidenziato un patrimonio informativo sufficientemente ricco per ricostruire con accuratezza il posizionamento territoriale, la natura multifunzionale dell'offerta e il legame con il paesaggio rurale di Pontelatone. Le fonti consentono di leggere in modo abbastanza solido la masseria recuperata, la presenza di un ampio compendio verde, il richiamo ai vigneti di Casavecchia, la vocazione per eventi e matrimoni, la ristorazione, le suites e la più recente evoluzione verso esperienze integrate di ospitalità e vino.

Il passaggio da un audit prevalentemente territoriale e qualitativo a una valutazione di sostenibilità più completa richiederebbe tuttavia una serie di informazioni oggi non reperite in modo organico. Tali mancanze non devono essere interpretate automaticamente come carenze gestionali dell'impresa: rappresentano, prima di tutto, gap di conoscibilità pubblica. In altri termini, l'azienda può anche adottare pratiche virtuose che le fonti aperte non rendono visibili; l'audit, però, non può attribuirle senza evidenza.

Il presente capitolo individua i principali dati assenti o insufficientemente documentati, suggerisce quali informazioni sarebbe opportuno rendere pubbliche e propone un set di quesiti da acquisire in un'eventuale fase successiva mediante questionario standardizzato, coerentemente con l'impostazione del progetto e senza trasformare l'audit in un'ispezione diretta.

11.1. Informazioni assenti ma rilevanti per un audit completo

11.1.1. Dalla sostenibilità narrata alla sostenibilità misurabile

Masseria Campitelli rende molto bene percepibile la propria identità territoriale: il luogo, il verde, i vigneti, la masseria, la cucina e l'ospitalità costruiscono un racconto coerente e distintivo. Ciò che resta meno visibile è la sostenibilità operativa, ossia l'insieme di dati, procedure e indicatori che permetterebbero di valutare con maggiore precisione: efficienza delle risorse, gestione degli impatti, qualità del lavoro, coerenza delle filiere, continuità delle ricadute territoriali e orientamento della governance. Il nucleo del gap informativo può essere sintetizzato così: la Masseria è molto ben raccontabile come esperienza territoriale, ma ancora poco misurabile come sistema ESG.

11.1.2. Gap informativi nella dimensione ambientale

a) Energia e decarbonizzazione

Non risultano disponibili dati su consumi elettrici e termici, fonti energetiche, eventuale presenza di fotovoltaico o solare termico, efficientamento degli edifici, sistemi di illuminazione, domotica, pompe di calore, monitoraggio dei consumi o obiettivi di riduzione delle emissioni. La questione è rilevante perché eventi, ristorazione e soggiorni comportano fabbisogni energetici distribuiti su funzioni diverse e potenzialmente significativi.

b) Risorsa idrica

Non sono stati rintracciati dati su consumi d'acqua, irrigazione delle aree verdi e dei vigneti, raccolta di acque meteoriche, riduttori di flusso, riuso, monitoraggio o strategie di adattamento alla siccità. In una struttura dotata di verde esteso, cucina, camere e servizi di benessere privato, l'acqua rappresenta un ambito prioritario di trasparenza ambientale.

c) Gestione agronomica dei terreni e dei vigneti

Le fonti confermano il rapporto con vigneti di Casavecchia, ma non consentono di conoscere regime colturale, trattamenti, fertilizzazioni, irrigazione, inerbimento, pratiche di difesa, lavorazioni del suolo, potature, gestione dei residui organici o eventuali certificazioni. Senza tali informazioni, il valore identitario del vigneto non può essere trasformato in valutazione di sostenibilità agronomica.

d) Biodiversità ecosistemica

Oltre al Casavecchia come varietà locale, non emergono dati su siepi, alberature, aree di rifugio, impollinatori, fauna, corridoi ecologici, flora spontanea o eventuali pratiche di tutela della biodiversità funzionale. Il tema sarebbe particolarmente coerente con un compendio rurale ampio e con una comunicazione fortemente orientata alla natura.

e) Rifiuti, reflui e scarti alimentari

Non risultano pubblicate policy sulla raccolta differenziata, riduzione del monouso, compostaggio, valorizzazione degli scarti alimentari, gestione dei rifiuti prodotti dagli eventi o trattamento delle acque reflue. Considerata l'importanza della ristorazione e dei ricevimenti, si tratta di un gap di rilievo.

f) Packaging, materiali e allestimenti

Non sono disponibili informazioni su materiali impiegati negli eventi, politiche di riduzione di plastica e usa-e-getta, gestione degli imballaggi, preferenza per materiali riutilizzabili, recupero degli allestimenti o criteri ambientali nelle forniture. Questo ambito sarebbe importante soprattutto per una location che ospita eventi e cerimonie.

g) Mobilità e accessibilità

Le fonti non offrono dati su mobilità degli ospiti, navette, colonnine di ricarica, accesso con mezzi collettivi, indicazioni di mobilità sostenibile o gestione dei flussi veicolari durante gli eventi. Sebbene non sempre centrali nelle PMI, questi aspetti possono incidere sull'impronta complessiva di una struttura eventi.

11.1.3. Gap informativi nella dimensione sociale

a) Occupazione e struttura del personale

Non sono disponibili dati ufficiali su numero di addetti, figure stabili, personale stagionale, collaborazioni esterne, distribuzione dei ruoli o incidenza del lavoro locale. Un profilo social indica una classe dimensionale, ma il dato non sostituisce una disclosure aziendale verificabile.

b) Formazione, sicurezza e qualità del lavoro

Non emergono informazioni su formazione professionale, sicurezza alimentare, sicurezza nei luoghi di lavoro, procedure antincendio, gestione di grandi eventi, aggiornamento del personale o percorsi di crescita. Per una struttura articolata come Campitelli, la trasparenza su questi temi avrebbe grande valore.

c) Inclusione, pari opportunità e welfare

Le fonti non documentano politiche di inclusione, equilibrio di genere, conciliazione dei tempi, welfare, attenzione ai giovani o inserimento di categorie fragili. L'assenza di tali informazioni impedisce qualsiasi valutazione sulla sostenibilità sociale interna.

d) Impatto sociale e culturale misurabile

La Masseria accoglie eventi, visitatori e almeno una iniziativa benefica documentata. Non sono però disponibili dati sul numero di eventi annuali, visitatori, pernottamenti, partecipanti alle esperienze, iniziative culturali, ricadute sul territorio o sostegno a cause sociali. L'impatto relazionale è intuibile, ma non misurato.

11.1.4. Gap informativi nella dimensione economico-territoriale

a) Forniture locali e filiera corta

Le fonti suggeriscono l'uso di prodotti propri o locali, ma non ne specificano la quota, i principali fornitori, i comparti coinvolti o eventuali accordi di rete. Una disclosure di questo tipo sarebbe decisiva per qualificare la ricaduta economico-territoriale della ristorazione.

b) Dati di fruizione e ricadute turistiche

Non sono disponibili indicatori su ospiti annuali, eventi, pernottamenti, esperienze vendute, provenienza della clientela o permanenza media. Questi dati permetterebbero di valutare in modo più concreto il contributo della Masseria all'attrattività di Pontelatone.

c) Incidenza delle linee di business

Il modello è chiaramente diversificato, ma non si conosce il peso relativo di wedding, eventi, ristorazione, suites e wine experience. L'audit può quindi leggere la struttura dell'offerta, non la composizione economica del modello.

d) Investimenti in recupero e sostenibilità

Le fonti non riportano entità, natura e obiettivi degli investimenti realizzati nel recupero della masseria, nell'ospitalità o nella nuova dimensione enoturistica. In chiave di sostenibilità territoriale sarebbe utile conoscere almeno le principali tappe evolutive del progetto.

11.1.5. Gap informativi nella governance e nella trasparenza organizzativa

a) Dati societari e assetto istituzionale

Il sito ufficiale restituisce un'identità commerciale chiara, ma non appare dotato, nelle pagine analizzate, di una sezione altrettanto strutturata su ragione sociale, titolarità, partita IVA, eventuale qualifica agrituristica, responsabili del progetto o rapporti organizzativi con le iniziative collegate alla ristorazione. Un quadro istituzionale più esplicito renderebbe l'azienda più facilmente auditabile.

b) Coerenza dei recapiti pubblici

Sito ufficiale, Comune e VITICA riportano recapiti non sempre coincidenti. Anche se ciò non genera ambiguità sostanziale sull'identificazione della Masseria, un allineamento dei dati su tutti i canali rafforzerebbe la qualità della comunicazione istituzionale.

c) Politica di sostenibilità

Non emerge una policy pubblica che definisca impegni ambientali, sociali o territoriali, obiettivi, priorità, responsabilità interne e orizzonte temporale. La Masseria possiede già una forte identità sostenibile in senso territoriale; la formalizzazione di pochi principi chiave renderebbe tale identità più solida e verificabile.

d) Indicatori e monitoraggio

Non risultano pubblicati KPI, target o risultati riferiti a consumi, sprechi, visitatori, eventi, forniture o lavoro. Anche una scheda di monitoraggio leggera, adatta a una PMI, costituirebbe un salto significativo di trasparenza.

11.2. Dati che l'azienda dovrebbe rendere pubblici

Masseria Campitelli non avrebbe necessariamente bisogno, in una prima fase, di un bilancio di sostenibilità complesso. Sarebbe già molto utile una pagina o scheda di sostenibilità aziendale,

integrata nel sito ufficiale, capace di raccogliere informazioni oggi disperse o assenti. Tale strumento potrebbe mantenere un linguaggio semplice e coerente con il posizionamento dell'azienda, ma fornire dati sufficienti a rafforzare l'auditabilità.

L'obiettivo non dovrebbe essere trasformare una struttura di ospitalità in un soggetto gravato da adempimenti comunicativi sproporzionati, bensì rendere più leggibile un profilo già ricco di elementi positivi. Una disclosure ben calibrata aiuterebbe la Masseria a distinguere ciò che è identità, ciò che è pratica già in atto, ciò che è obiettivo futuro e ciò che è ancora in fase di sviluppo.

Area	Dato da rendere pubblico	Utilità
Identità	Ragione sociale, titolarità, qualifica della struttura, riferimenti istituzionali	Rafforza chiarezza e affidabilità.
Energia	Presenza di rinnovabili, interventi di efficientamento, consumi monitorati	Qualifica la sostenibilità degli edifici.
Acqua	Irrigazione, recupero, riduzione consumi, attenzione al verde	Colma un gap ambientale prioritario.
Agricoltura	Superfici, colture, vigneti, pratiche di suolo e difesa	Rende valutabile la gestione fondiaria.
Rifiuti	Differenziata, organico, scarti alimentari, eventi a minore impatto	Rafforza economia circolare.
Filiere	Prodotti propri/locali, fornitori, stagionalità	Trasforma il racconto gastronomico in evidenza.
Lavoro	Addetti, formazione, sicurezza, inclusione	Completa la dimensione sociale.
Comunità	Eventi solidali, culturali e territoriali	Misura il capitale relazionale.
Turismo	Ospiti, pernottamenti, esperienze, provenienza	Quantifica l'impatto sull'attrattività locale.
Governance	Impegni, obiettivi, responsabilità, target	Struttura la sostenibilità nel tempo.

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

11.3.1. Modulo A Identità organizzativa e governance

Tema	Informazione richiesta
Assetto istituzionale	Ragione sociale, eventuale qualifica agrituristica, titolarità e rapporti con brand/iniziative collegate.
Responsabilità ESG	Figura o funzione che presidia ambiente, territorio e comunicazione di sostenibilità.
Obiettivi	Priorità di miglioramento nei prossimi tre anni.
Monitoraggio	Dati già raccolti internamente.
Trasparenza	Disponibilità a pubblicare una scheda sintetica di sostenibilità.

11.3.2. Modulo B Ambiente e risorse

Tema	Informazione richiesta
Energia	Consumi elettrici/termici; fonti rinnovabili; interventi di efficienza.
Acqua	Consumi, irrigazione, raccolta/recupero, riduttori.
Suolo	Inerbimento, fertilità, lavorazioni, strategie anti-erosione.
Vigneti	Regime di coltivazione, trattamenti, fertilizzanti, certificazioni.
Biodiversità	Siepi, fasce ecologiche, impollinatori, aree rifugio.

Rifiuti	Differenziata, scarti cucina, compostaggio, riduzione monouso.
Reflui	Gestione delle acque reflue e sanificazione.
Mobilità	Navette, accessibilità, colonnine, gestione flussi eventi.

11.3.3. Modulo C Persone e comunità

Tema	Informazione richiesta
Occupazione	Numero addetti, stabili/stagionali, principali funzioni.
Territorialità del lavoro	Quota indicativa di personale residente nel comprensorio.
Formazione	Ore o iniziative formative.
Sicurezza	Procedure e principali adempimenti.
Inclusione	Pari opportunità e politiche di valorizzazione.
Welfare	Misure di conciliazione e benessere.
Comunità	Eventi solidali/culturali, collaborazioni con associazioni ed enti.

11.3.4. Modulo D Economia territoriale e turismo

Tema	Informazione richiesta
Forniture	Quota indicativa di prodotti e servizi acquistati localmente.
Eventi	Numero di matrimoni, eventi corporate e iniziative speciali.
Ristorazione	Clienti, serate tematiche, prodotti identitari utilizzati.
Ospitalità	Pernottamenti, permanenza media, provenienza ospiti.
Wine experience	Pacchetti, degustazioni, visite, passeggiate, stagionalità.
Investimenti	Interventi recenti in recupero, sostenibilità, ospitalità.
Reti	Partecipazione a consorzi, strade del vino, progetti territoriali.

11.4. Matrice di priorità dei gap informativi

11.4.1. Gap prioritari

Gap	Motivazione
Identità istituzionale e governance	Serve a rendere l'impresa perfettamente riconciliabile nelle fonti.
Acqua ed energia	Temi centrali per eventi, ristorazione, suites e verde.
Gestione agronomica	Essenziale per qualificare il legame con vigneti e Casavecchia.
Rifiuti e scarti alimentari	Rilevanti per ricevimenti e cucina.
Lavoro, sicurezza e formazione	Necessari per la sostenibilità sociale interna.

11.4.2. Gap di secondo livello

Gap	Motivazione
Filiere locali	Rafforza la dimensione economico-territoriale.
Dati di visitatori e soggiorni	Misura l'impatto turistico.
Biodiversità ecosistemica	Completa il profilo ambientale oltre il Casavecchia.
Eventi solidali e culturali	Rende misurabile il capitale sociale.
Mobilità degli ospiti	Rilevante per una struttura eventi.

11.4.3. Gap avanzati

Gap	Motivazione
Carbon footprint	Indicatore evoluto utile in una fase matura.
LCA dell'esperienza evento	Analisi complessa ma interessante per location wedding.
Bilancio di sostenibilità	Strumento utile ma impegnativo per una PMI.
Obiettivi quantitativi pluriennali	Da definire dopo la costruzione di una baseline.

11.5. Valutazione conclusiva dei fabbisogni informativi

Il profilo di Masseria Campitelli sarebbe rafforzato in modo significativo da una strategia di trasparenza leggera ma ordinata. L'impresa possiede già una identità territoriale forte; ciò che manca è soprattutto la traduzione di tale identità in poche informazioni verificabili su gestione delle risorse, persone, filiere e ricadute. I gap individuati non indeboliscono il valore del modello, ma ne delimitano la valutabilità. La loro progressiva colmatatura consentirebbe, in futuri aggiornamenti dell'audit, di passare da una classificazione B+ a un profilo di auditabilità ancora più elevato.

12. Giudizio conclusivo di auditabilità sostenibile

L'audit documentale preliminare di Masseria Campitelli consente di formulare un giudizio complessivo favorevole sulla qualità del suo profilo di sostenibilità territoriale, culturale ed economico-relazionale. L'impresa presenta una identità ben riconoscibile, costruita attorno al recupero di un patrimonio rurale, alla valorizzazione di un paesaggio agricolo esteso, alla relazione con i vigneti di Casavecchia e alla capacità di integrare eventi, ristorazione, ospitalità e wine experience in un modello multifunzionale. Questi elementi rendono la Masseria particolarmente coerente con l'obiettivo di promuovere attività produttive capaci di generare valore senza perdere il legame con il territorio.

L'analisi evidenzia un livello di auditabilità online alto, ma non massimo. La Masseria è ampiamente valutabile per ciò che concerne l'identità del luogo, il recupero edilizio, la dimensione paesaggistica, la multifunzionalità e la sua funzione di attrattore territoriale. Risulta invece meno valutabile per gli aspetti di sostenibilità ambientale prestazionale, sociale interna e governance informativa. Mancano infatti indicatori quantitativi, policy, dati su consumi, pratiche agricole, rifiuti, personale, forniture e impatti misurabili. Il giudizio finale deve quindi tenere insieme due evidenze: la forza del modello e la parzialità della sua rendicontazione pubblica.

12.1. Sintesi finale per dimensioni

Dimensione	Sintesi del giudizio
Territoriale	Molto forte. Pontelatone, masseria storica, paesaggio vitato e Casavecchia costituiscono il nucleo del progetto.
Culturale e identitaria	Molto forte. Il patrimonio rurale viene riattivato e trasformato in esperienza di ospitalità.
Economico-territoriale	Alta. Il modello diversifica attività e valorizza risorse non delocalizzabili del luogo.
Sociale esterna	Alta. La Masseria è spazio di accoglienza, relazione ed eventi; documentata almeno una iniziativa benefica ospitata.
Ambientale qualitativa	Media-alta. Positivi paesaggio, riuso dell'edificio e legame con l'agrobiodiversità, ma senza dati di processo.

Ambientale prestazionale	Non valutabile in modo compiuto per assenza di indicatori.
Sociale interna	Non valutabile in modo compiuto per assenza di dati su lavoro, sicurezza, formazione e welfare.
Governance della sostenibilità	Parziale. Buona identità commerciale, ma maggiore chiarezza istituzionale e disclosure ESG sarebbero opportune.

12.2. Livello di utilizzabilità delle evidenze

Le evidenze raccolte consentono di utilizzare l'audit di Masseria Campitelli in tre modi principali: come analisi descrittiva e valutativa del modello territoriale; come base per un confronto con altre imprese del Monte Maggiore selezionate per il ciclo di audit; come strumento preliminare per individuare temi su cui la struttura potrebbe rafforzare la propria comunicazione di sostenibilità. Non sarebbe invece corretto utilizzare il documento come certificazione, rating ESG o attestazione di conformità ambientale e sociale.

Utilizzo possibile	Grado di affidabilità
Analisi del radicamento territoriale	Alto
Valutazione del recupero e della multifunzionalità	Alto
Lettura del contributo reputazionale a Pontelatone	Medio-alto
Valutazione ambientale qualitativa	Media
Valutazione ambientale quantitativa	Bassa / non praticabile
Valutazione sociale interna	Bassa / non praticabile
Confronto con altre imprese tramite griglia	Alto, purché siano usati gli stessi criteri metodologici

12.3. Classificazione finale

La classificazione finale dell'impresa è confermata come segue:

Classe B+ Profilo ampiamente auditabile da fonti online, con forte sostenibilità territoriale e culturale, buona leggibilità del modello economico-relazionale e limiti significativi nella formalizzazione dei dati ESG e dell'identità organizzativa.

Questa classe è assegnata a realtà che possiedono un patrimonio informativo pubblico sufficiente a sviluppare un audit articolato e non meramente descrittivo, ma che non rendono ancora pienamente disponibili dati, indicatori e policy tali da supportare una valutazione più avanzata e misurabile. Masseria Campitelli rientra pienamente in tale profilo: il suo radicamento territoriale è robusto; la qualità identitaria è elevata; il modello di offerta è leggibile; la sostenibilità operativa rimane invece solo parzialmente accessibile dall'esterno.

12.4. Conclusione generale

Masseria Campitelli rappresenta un caso molto interessante di impresa locale che ha costruito valore economico a partire da un patrimonio materiale e immateriale del territorio. La masseria recuperata, i vigneti di Casavecchia, il paesaggio rurale, la cucina, le suites e la nuova dimensione esperienziale concorrono a formare un progetto imprenditoriale capace di rafforzare l'attrattività di Pontelatone e di offrire una interpretazione contemporanea della ruralità alto-casertana.

Il giudizio conclusivo è dunque positivo. La Masseria si distingue per sostenibilità territoriale e culturale, per coerenza del posizionamento e per capacità di trasformare l'identità locale in esperienza di qualità. L'area di miglioramento non riguarda tanto la sostanza del modello quanto la sua auditabilità futura: maggiore chiarezza organizzativa, pochi indicatori ambientali, una scheda di filiera e una disclosure minima su persone, eventi e sostenibilità permetterebbero di consolidare in modo ancora più convincente il profilo dell'impresa.

PARTE IV FONTI E ALLEGATI

13. Apparato delle fonti

Il corpus documentale utilizzato per l'audit di Masseria Campitelli è composto da fonti ufficiali aziendali, fonti istituzionali, fonti associative e materiali giornalistici o di settore. La loro selezione è stata orientata da tre criteri: pertinenza rispetto agli obiettivi dell'audit; affidabilità del soggetto emittente; aggiornamento temporale. Particolare attenzione è stata riservata alle fonti 2025-2026, perché il posizionamento della Masseria sembra attraversare una fase di evoluzione verso formule più integrate di ospitalità e wine experience.

L'apparato delle fonti non viene qui utilizzato come semplice bibliografia ornamentale, ma come componente metodologica dell'audit. La qualità delle fonti determina infatti la qualità del giudizio. Nel caso Campitelli, le fonti ufficiali e istituzionali consentono di ricostruire il quadro essenziale con buona affidabilità; la stampa di settore aiuta a leggere l'evoluzione del progetto; i materiali social e promozionali sono utili solo per cogliere tendenze comunicative e non per fondare valutazioni sostanziali.

13.1. Fonti ufficiali aziendali

Fonte	Contenuti utilizzati	Funzione nell'audit
Sito ufficiale Masseria Campitelli Home	Posizionamento, servizi, matrimoni, cucina, prodotti, natura, suites	Fonte primaria di identità commerciale.
Sito ufficiale La Masseria	Localizzazione, verde, narrazione del luogo, cucina, prodotti coltivati nelle terre aziendali	Fonte primaria su modello e paesaggio.
Sito ufficiale Matrimoni ed Eventi	Offerta eventi, servizi e relazione con spazi esterni	Fonte primaria su multifunzionalità.
Sito ufficiale Suites	Suite Nobile e Suite Trebula, dotazioni di soggiorno	Fonte primaria su ospitalità.
Sito ufficiale Contatti	Indirizzo e recapiti ufficiali	Fonte primaria di identificazione.

13.2. Fonti istituzionali

Fonte	Contenuti utilizzati	Livello di affidabilità
Comune di Pontelatone Scheda Masseria Campitelli, aggiornata 24 luglio 2025	Descrizione come location per eventi e soggiorni; immersione in vigneti di Casavecchia; recapiti	C Fonte terza qualificata
Comune di Pontelatone pagine turistiche/commerciali	Inserimento della Masseria nell'offerta locale	C Fonte terza qualificata
Regione Campania elenco operatori agrituristici	Presenza della denominazione Antica Masseria Campitelli	C Fonte terza qualificata
Catalogo nazionale delle varietà di vite / MASAF	Riferimento al Casavecchia come varietà registrata	C Fonte istituzionale di contesto

13.3. Fonti associative e consortili

Fonte	Contenuti utilizzati	Funzione nell'audit
-------	----------------------	---------------------

Consorzio Tutela Vini Caserta VITICA	Masseria di fine Ottocento, contesto di circa 40.000 mq, vigneti di Casavecchia, ristorante e pernottamento, riferimenti al sistema vitivinicolo	Riscontro qualificato del radicamento territoriale.
Eventuali repertori di rete e promozione locale	Collocazione dell'impresa nell'ecosistema del vino e dell'ospitalità	Contesto integrativo.

13.4. Fonti giornalistiche e di settore

Fonte	Data	Contenuti utilizzati
Luciano Pignataro Wine Blog articolo su Masseria Campitelli & Favilla	4 marzo 2026	Evoluzione verso enoturismo immersivo; wine experience; riferimenti progettuali; suites e ristorazione.
Luciano Pignataro Wine Blog Favilla Experience / Slow Food Volturno	25 novembre 2025	Inserimento in circuito gastronomico e territoriale.
Articoli di settore su Favilla	2023	Connessione progettuale con Masseria Campitelli e sviluppo della ristorazione.
Corriere DOVE / guide e repertori turistici	2021 e successivi	Conferme sull'ospitalità e sulla percezione turistica della struttura.
ODCEC Caserta evento "Commercialisti del Cuore"	23 luglio 2019	Evidenza puntuale di ospitalità a iniziativa solidale.

13.5. Fonti social e materiali promozionali

Materiali social e promozionali sono stati considerati esclusivamente per leggere il posizionamento comunicativo più recente wine resort, country experience, gift card esperienziali, permanenza legata a cena e soggiorno e non per fondare valutazioni sostanziali su processi, dati o performance. Essi rientrano nei livelli B o D della scala di affidabilità a seconda della specificità dell'informazione, ma sono stati utilizzati con prudenza e sempre in integrazione a fonti più solide.

13.6. Qualità complessiva del corpus documentale

Area di verifica	Valutazione
Identificazione della struttura	Solida
Fonti ufficiali aziendali	Buone e utili
Fonti istituzionali	Presenti e qualificate
Fonti associative	Presenti e molto rilevanti per il legame con il Casavecchia
Fonti su evoluzione del modello	Buone, soprattutto nel 2025-2026
Fonti su responsabilità sociale esterna	Presenti ma limitate
Fonti ESG quantitative	Carenti o assenti
Coerenza complessiva delle fonti	Buona, con alcuni disallineamenti da presidiare

13.7. Giudizio sintetico del Capitolo 13

Il corpus documentale utilizzato per l'audit di Masseria Campitelli risulta adeguato alla costruzione di un'analisi desk-based approfondita. La prevalenza di fonti ufficiali, integrate da riferimenti comunali, regionali, consortili e giornalistici qualificati, consente di fondare con buona affidabilità le valutazioni sul radicamento territoriale, sul modello di offerta e sul ruolo culturale della Masseria. Il principale limite non riguarda la quantità delle fonti, ma la tipologia dei dati disponibili: molto

efficaci per identità e posizionamento; ancora insufficienti per misurare in modo completo sostenibilità ambientale, sociale interna e governance.

14. Allegati

Gli allegati al presente Audit documentale preliminare di Masseria Campitelli svolgono una funzione operativa e metodologica. Essi non costituiscono un semplice apparato accessorio, ma traducono l'analisi narrativa dei capitoli precedenti in strumenti sintetici utilizzabili per confronti, aggiornamenti e approfondimenti successivi. In particolare, gli allegati permettono di: ordinare le evidenze raccolte; esplicitare il grado di affidabilità delle informazioni; sintetizzare il livello di auditabilità online; evidenziare i dati mancanti per una valutazione ESG più completa; predisporre un repertorio iconografico coerente con il profilo dell'impresa.

La struttura degli allegati riprende il modello adottato nell'audit di Cantine Alois, adattandolo alla natura di Masseria Campitelli. Sono proposti quattro allegati principali: Allegato A Scheda di rilevazione delle evidenze; Allegato B Matrice di auditabilità online; Allegato C Quadro dei dati mancanti e delle possibili disclosure future; Allegato D Repertorio fotografico e iconografico consigliato. A tali elementi si affianca, in chiusura, un promemoria operativo per l'eventuale aggiornamento del documento dopo acquisizione di dati aziendali ulteriori.

Allegato A Scheda di rilevazione delle evidenze

La scheda seguente raccoglie le principali evidenze utilizzate nell'audit, indicando per ciascuna il tema, la fonte, il livello di affidabilità e la funzione interpretativa. Essa può essere utilizzata come base di verifica in caso di aggiornamento del documento o di confronto con altre aziende della Green Community.

Tema	Evidenza	Fonte	Livello	Funzione nell'audit
Identità e localizzazione	Sede a Pontelatone, Via Madonna delle Grazie	Sito ufficiale	A	Identificazione della struttura e radicamento locale
Posizionamento	Matrimoni, eventi, cucina, suites, natura	Sito ufficiale	A/B	Ricostruzione dell'offerta
Patrimonio rurale	Masseria storica recuperata, di fine Ottocento	VITICA / fonti di settore	C	Valutazione culturale e identitaria
Area verde	Circa 43.000 mq sul sito; valori prossimi a 40.000 mq in fonti terze	Sito ufficiale / Comune / VITICA	A/C	Valutazione paesaggistica e qualità informativa
Vigneti	Presenza di vigneti di Casavecchia	Comune / VITICA	C	Connessione con agrobiodiversità e territorio
Cucina	Ingredienti selezionati, spesso coltivati direttamente nelle terre della Masseria	Sito ufficiale	B	Lettura della filiera e della territorialità gastronomica
Ristorazione evoluta	Favilla e wine bar/grill experience in connessione con la Masseria	Stampa di settore	C	Evoluzione del modello economico
Wine experience	Degustazione, cena, soggiorno e colazione come esperienza integrata	Stampa 2026	C	Analisi della diversificazione
Ospitalità	Suite Nobile e Suite Trebula con servizi benessere	Sito ufficiale	A	Valutazione della componente ricettiva
Responsabilità sociale esterna	Evento benefico "Commercialisti del Cuore" ospitato nel 2019	ODCEC Caserta	C	Evidenza puntuale di apertura sociale

Reti territoriali	Presenza in pagine comunali, consortili e stampa specializzata	Comune / VITICA / stampa	C	Valutazione del capitale relazionale
Governance informativa	Riferimenti pubblici non perfettamente armonizzati	Confronto fra fonti	C	Individuazione di gap di trasparenza
Indicatori ambientali	Non disponibili dati organici su acqua, energia, rifiuti	Ricerca documentale	E	Gap informativo
Indicatori sociali interni	Non disponibili dati su personale, sicurezza, formazione	Ricerca documentale	E	Gap informativo

A.1. Osservazioni conclusive sulla scheda delle evidenze

La scheda mostra un profilo documentale sbilanciato in modo netto verso le dimensioni identitaria, territoriale e di modello di offerta. Le evidenze più forti riguardano il luogo, il verde, l'ospitalità e la relazione con il Casavecchia. I dati più deboli o assenti riguardano le dimensioni ambientali misurabili, le condizioni sociali interne e la formalizzazione delle filiere. Questa asimmetria è coerente con il giudizio finale di Classe B+ attribuito all'impresa.

Allegato B Matrice di auditabilità online

La matrice seguente valuta la possibilità di analizzare Masseria Campitelli esclusivamente tramite fonti online, distinguendo ciò che è ben documentabile, ciò che è solo parzialmente valutabile e ciò che richiederebbe un'integrazione informativa diretta da parte dell'impresa.

Ambito	Auditabilità	Motivazione	Azione consigliata
Identità commerciale	Alta	Sito ufficiale chiaro; denominazione stabile	Mantenere coerenza dei recapiti su tutti i canali
Localizzazione	Alta	Sede confermata da più fonti	Nessun intervento prioritario
Patrimonio rurale	Media-alta	Fonti esterne qualificate	Pubblicare storia e cronologia del recupero
Paesaggio e verde	Alta	Ampiezza e ruolo centrale del compendio	Uniformare il dato sulla superficie
Vigneti di Casavecchia	Alta	Comune e VITICA convergenti	Integrare con una scheda dei vigneti
Eventi e matrimoni	Molto alta	Offerta ben articolata e pubblica	Aggiungere eventuali policy per eventi sostenibili
Ristorazione	Alta	Cucina ben comunicata	Rendere più leggibili forniture e stagionalità
Suites	Alta	Camere e dotazioni chiaramente descritte	Aggiungere eventuali misure di risparmio risorse
Wine experience	Media	Fonti recenti ma non sempre sistematizzate sul sito	Creare pagina dedicata all'esperienza
Energia e acqua	Bassa	Nessun dato pubblico	Pubblicare indicatori o impegni minimi
Rifiuti e scarti	Bassa	Nessuna policy pubblica	Rendere noto il sistema di gestione
Lavoro e sicurezza	Bassa	Nessun dato pubblico	Pubblicare informazioni sintetiche
Comunità e solidarietà	Media	Evidenza puntuale ma non continuativa	Raccogliere eventi e partnership in una sezione dedicata
Governance	Media-bassa	Dati non sempre univoci fra fonti	Rafforzare la pagina istituzionale

B.1. Interpretazione della matrice

La matrice conferma che la Masseria è ampiamente leggibile online come luogo e come proposta economica, mentre lo è meno come organizzazione di sostenibilità. L'auditabilità è molto alta per

gli aspetti che il sito e le fonti terze mettono al centro del posizionamento eventi, paesaggio, suites, cucina, storia del luogo e bassa per gli aspetti che richiederebbero una scelta volontaria di disclosure: consumi, impatti, persone, forniture, governance. La pubblicazione di una scheda ESG essenziale permetterebbe un sensibile miglioramento del profilo.

Allegato C Quadro dei dati mancanti e delle disclosure future

Il presente allegato trasforma i gap informativi individuati nel Capitolo 11 in un quadro operativo di disclosure futura. Ogni riga descrive un dato mancante, la ragione della sua rilevanza e il beneficio atteso in caso di pubblicazione.

Dato mancante	Area	Beneficio della pubblicazione
Ragione sociale e assetto istituzionale	Chiarezza organizzativa	Consente di riconciliare perfettamente le fonti e migliorare affidabilità
Qualifica agrituristica / ricettiva	Identità amministrativa	Evita ambiguità fra denominazioni e modelli di offerta
Superficie e destinazioni d'uso del compendio	Paesaggio e agricoltura	Uniforma i dati e rende più leggibile il rapporto verde/vigneti
Scheda dei vigneti	Agrobiodiversità	Qualifica il legame con Casavecchia
Pratiche agronomiche	Ambiente	Permette di valutare gestione del suolo e input
Consumi energetici e rinnovabili	Ambiente	Rende misurabile la performance degli edifici
Consumi idrici e irrigazione	Ambiente	Rilevante per verde, cucina e ospitalità
Gestione rifiuti e scarti	Economia circolare	Rafforza la coerenza dell'attività eventi
Politiche di evento sostenibile	Ambiente e immagine	Riduce impatti di ricevimenti e aumenta differenziazione
Fornitori locali e prodotti propri	Economico-territoriale	Trasforma la territorialità gastronomica in evidenza
Numero addetti e formazione	Sociale	Rende valutabile la qualità dell'organizzazione
Sicurezza e welfare	Sociale	Completa il profilo interno
Visitatori, pernottamenti, esperienze	Turismo	Misura il contributo alla destinazione
Eventi culturali e solidali	Comunità	Rende visibile il capitale relazionale
Obiettivi di sostenibilità	Governance	Collega identità, pratica e miglioramento

C.1. Pacchetto minimo di disclosure consigliato

In una prima fase, la Masseria potrebbe pubblicare un pacchetto minimo composto da: 1) pagina istituzionale con dati societari e natura della struttura; 2) breve scheda del compendio agricolo e dei vigneti; 3) indicazione di alcune pratiche di gestione delle risorse; 4) informazioni essenziali su prodotti propri e locali; 5) nota sintetica su persone, sicurezza e formazione; 6) riepilogo di eventi culturali, solidali e territoriali. Questo set, pur leggero, sarebbe sufficiente a rafforzare in modo significativo l'auditabilità futura.

Allegato D Repertorio fotografico e iconografico consigliato

Il repertorio iconografico non è stato incorporato nel presente audit, che mantiene una natura prevalentemente testuale e documentale, ma può essere predisposto in eventuali versioni editoriali successive. Le immagini da selezionare dovrebbero sostenere la lettura della sostenibilità territoriale e culturale della Masseria, evitando un uso puramente decorativo della fotografia.

Immagine consigliata	Funzione nell'audit	Possibile fonte
D.1. Vista generale della Masseria	Mostrare il rapporto tra edificio, verde e paesaggio	Sito ufficiale o materiali autorizzati

D.2. Facciata e dettagli architettonici	Documentare il recupero del patrimonio rurale	Sito ufficiale / archivio aziendale
D.3. Vigneti di Casavecchia	Rendere visibile il nesso con agrobiodiversità e territorio	Materiali aziendali / repertori territoriali
D.4. Spazi esterni per eventi	Illustrare la multifunzionalità senza ridurre il racconto al wedding	Sito ufficiale
D.5. Cucina e piatti	Rafforzare la dimensione gastronomica e la materia prima	Sito / comunicazione Favilla
D.6. Suites	Documentare l'offerta di soggiorno	Sito ufficiale
D.7. Esperienze di degustazione	Mostrare il passaggio verso wine experience	Materiali comunicativi aggiornati
D.8. Eventi culturali o solidali	Rappresentare la relazione con la comunità	Fonti pubbliche autorizzate

D.1. Criteri di scelta iconografica

- preferire immagini che mostrino la relazione fra struttura e paesaggio;
- evitare un repertorio eccessivamente sbilanciato su cerimonie e allestimenti;
- includere almeno un'immagine dei vigneti, se disponibile con adeguata qualità;
- rappresentare la cucina e l'ospitalità come parti del modello multifunzionale;
- associare eventuali immagini a didascalie descrittive, non enfatiche;
- utilizzare solo materiali autorizzati o provenienti da fonti pubbliche con utilizzo consentito.

14.1. Promemoria operativo per un eventuale aggiornamento dell'audit

Un aggiornamento futuro del presente audit potrebbe essere realizzato in modo relativamente semplice, qualora l'azienda rendesse disponibili alcune informazioni integrative. Non sarebbe necessario riscrivere l'intero documento: si potrebbe intervenire principalmente sui Capitoli 3, 5, 6, 7, 10, 11 e 12, aggiornando la qualità delle fonti, la valutazione ambientale, quella sociale interna, la griglia sintetica e la classificazione finale.

La priorità, in una fase successiva, dovrebbe riguardare la trasformazione dei principali gap in evidenze. Ad esempio: se la Masseria pubblicasse dati su acqua, energia, rifiuti, prodotti locali, personale ed eventi, la valutazione dei capitoli ambientale, sociale ed economico-territoriale diventerebbe notevolmente più robusta. Se chiarisse l'assetto istituzionale e la relazione fra le diverse iniziative del progetto, migliorerebbe anche la qualità complessiva del patrimonio informativo.

Capitolo da aggiornare	Dato nuovo richiesto	Effetto sull'audit
Cap. 3 Fonti	Pagina istituzionale e dati aggiornati	Maggiore chiarezza del corpus documentale
Cap. 5 Ambiente	Energia, acqua, rifiuti, pratiche agronomiche	Passaggio da valutazione qualitativa a parzialmente misurabile
Cap. 6 Sociale	Addetti, formazione, sicurezza, welfare	Valutazione della sostenibilità interna
Cap. 7 Economia territoriale	Fornitori locali, visitatori, linee di business	Analisi più robusta delle ricadute
Cap. 10 Griglia	Nuovi indicatori e policy	Possibile innalzamento della classificazione
Cap. 12 Giudizio finale	Aggiornamento complessivo delle evidenze	Revisione del profilo di auditabilità

14.2. Chiusura degli allegati

Gli allegati confermano la valutazione generale dell'audit: Masseria Campitelli possiede un'identità territoriale molto forte e un modello di offerta capace di valorizzare in modo significativo patrimonio rurale, paesaggio e ospitalità. La sua piena maturazione come profilo di sostenibilità pubblicamente leggibile dipende ora dalla capacità di rendere più trasparenti alcune informazioni gestionali e di trasformare in disclosure ordinata ciò che oggi emerge prevalentemente come racconto, posizionamento o evidenza indiretta.

14.3. Allegato E Questionario di autodiagnosi integrativa per Masseria Campitelli

Il questionario di autodiagnosi seguente è concepito come strumento facoltativo di approfondimento da utilizzare in una eventuale seconda fase del progetto. Non sostituisce l'audit documentale, ma consente di acquisire informazioni omogenee e confrontabili su ambiti che il web non rende sufficientemente leggibili. Le domande sono organizzate per aree tematiche e possono essere somministrate in forma digitale, accompagnate da uno spazio per l'eventuale allegazione di documenti, fotografie o evidenze descrittive.

Sezione E.1 Identità, governance e perimetro dell'impresa

N.	Domanda	Risposta / evidenza da acquisire
1	Qual è la ragione sociale completa del soggetto che gestisce Masseria Campitelli?	
2	Quali denominazioni commerciali vengono utilizzate e in quali contesti?	
3	La struttura possiede qualifica agrituristica, ricettiva, ristorativa o altra classificazione amministrativa rilevante?	
4	Qual è il rapporto organizzativo fra Masseria Campitelli, eventuali brand di ristorazione e le iniziative di wine experience?	
5	Chi presidia internamente la comunicazione istituzionale e l'aggiornamento dei dati online?	
6	Esiste una visione o politica aziendale dedicata alla sostenibilità ambientale, sociale o territoriale?	
7	Sono stati definiti obiettivi di miglioramento a 1, 3 o 5 anni?	
8	L'azienda raccoglie già internamente dati su consumi, ospiti, eventi, prodotti locali o personale?	
9	Esiste un documento di presentazione istituzionale aggiornato dell'impresa?	
10	Quali sono le principali tappe evolutive del progetto Campitelli dalla riattivazione della Masseria a oggi?	

Sezione E.2 Patrimonio rurale, edifici e paesaggio

N.	Domanda	Risposta / evidenza da acquisire
1	Qual è l'anno o il periodo storico di costruzione del complesso rurale?	
2	Quali interventi di recupero sono stati effettuati e in quali anni?	
3	Esistono autorizzazioni, prescrizioni o indirizzi conservativi che hanno guidato il restauro?	
4	Quali materiali originari sono stati mantenuti o recuperati?	

5	Sono stati effettuati interventi di efficientamento energetico durante il recupero?	
6	Quali parti del complesso sono oggi dedicate a eventi, cucina, ospitalità, servizi tecnici e magazzini?	
7	Qual è la superficie complessiva dell'area aziendale e come si ripartisce tra verde, vigneti, edifici, percorsi e servizi?	
8	Esistono aree del compendio mantenute a prato, bosco, siepi, macchia o vegetazione spontanea?	
9	Quali attività ordinarie sono previste per la manutenzione del verde e del paesaggio?	
10	Sono presenti cartellonistica, pannelli o contenuti digitali che raccontano la storia della Masseria e del contesto?	

Sezione E.3 Vigneti, Casavecchia e pratiche agricole

N.	Domanda	Risposta / evidenza da acquisire
1	Qual è la superficie dei vigneti presenti nel compendio della Masseria?	
2	Quali vitigni sono coltivati e in quale percentuale?	
3	Il Casavecchia rappresenta la varietà prevalente?	
4	Esistono produzioni vinicole direttamente riconducibili alla Masseria? In caso affermativo, quali?	
5	Qual è il regime di coltivazione adottato nei vigneti: convenzionale, integrato, biologico, altro?	
6	Vengono utilizzati diserbanti chimici? In quale misura?	
7	Quali pratiche vengono adottate per la fertilità del suolo?	
8	È presente inerbimento spontaneo o controllato tra i filari?	
9	Viene effettuata irrigazione? Con quale fonte e quale criterio?	
10	Quali strategie vengono utilizzate per affrontare stress idrici o annate climatiche anomale?	
11	Esistono forme di recupero dei residui di potatura o sottoprodotti agricoli?	
12	Sono presenti uliveti, orti, frutteti o altre colture aziendali connesse alla cucina?	
13	Quali prodotti agricoli vengono effettivamente utilizzati nella ristorazione?	
14	Esiste una narrazione pubblica dei vigneti rivolta agli ospiti o ai visitatori?	

Sezione E.4 Energia, acqua e gestione delle risorse

N.	Domanda	Risposta / evidenza da acquisire
1	Quali sono i consumi annui di energia elettrica, se disponibili?	
2	Quali sono i consumi annui di gas o altri combustibili?	
3	Sono presenti impianti fotovoltaici, solare termico o altre fonti rinnovabili?	
4	Quali sistemi di illuminazione ad alta efficienza sono utilizzati negli spazi interni ed esterni?	
5	Le suites e le aree comuni adottano sistemi di regolazione intelligente dei consumi?	
6	Quali sono i consumi annui di acqua, se monitorati?	
7	Sono presenti sistemi di recupero delle acque piovane o altre forme di riuso?	

8	Come viene gestita l'irrigazione del verde e dei vigneti?	
9	Sono installati riduttori di flusso o dispositivi di contenimento dei consumi idrici?	
10	Esistono obiettivi di riduzione dei consumi energetici o idrici?	

Sezione E.5 Ristorazione, filiera e sprechi

N.	Domanda	Risposta / evidenza da acquisire
1	Qual è la quota indicativa di materie prime autoprodotte e utilizzate nella cucina?	
2	Qual è la quota indicativa di materie prime acquistate da fornitori locali o regionali?	
3	È disponibile un elenco dei principali prodotti identitari utilizzati nei menu?	
4	Le scelte di acquisto privilegiano stagionalità, prossimità, qualità certificata o altre caratteristiche?	
5	Esistono accordi stabili con aziende agricole, caseifici, frantoi, allevamenti o artigiani del territorio?	
6	Come vengono gestiti gli scarti di cucina?	
7	È presente un sistema di prevenzione dello spreco alimentare negli eventi?	
8	Vengono recuperate eccedenze, ove consentito, per donazioni o riusi?	
9	Quali materiali vengono utilizzati per mise en place e servizi durante eventi e ricevimenti?	
10	È prevista la riduzione di plastica monouso o di materiali usa-e-getta?	
11	Sono disponibili menu speciali o accorgimenti per esigenze alimentari particolari?	

Sezione E.6 Eventi, wedding e impatto organizzativo

N.	Domanda	Risposta / evidenza da acquisire
1	Quanti matrimoni ed eventi vengono mediamente ospitati in un anno?	
2	Qual è la stagionalità principale dell'attività eventi?	
3	Esistono pacchetti o servizi specifici per eventi a minore impatto?	
4	Quali fornitori esterni vengono abitualmente coinvolti negli eventi?	
5	Viene favorito il ricorso a fornitori locali per allestimenti, fiori, musica, servizi fotografici o logistica?	
6	Come vengono gestiti i flussi veicolari degli ospiti durante grandi eventi?	
7	Sono disponibili navette, indicazioni per trasporti condivisi o misure di mobilità sostenibile?	
8	Vengono misurati o monitorati i rifiuti generati dagli eventi?	
9	Sono previsti limiti o linee guida per l'uso di materiali monouso negli allestimenti?	
10	Esiste un regolamento per la tutela del verde e degli spazi rurali durante manifestazioni e cerimonie?	

Sezione E.7 Ospitalità, suites e wine experience

N.	Domanda	Risposta / evidenza da acquisire
----	---------	----------------------------------

1	Quanti pernottamenti vengono registrati annualmente, se il dato è disponibile?	
2	Qual è la permanenza media degli ospiti?	
3	Quali sono i principali mercati di provenienza?	
4	Le suites adottano pratiche di riduzione degli sprechi energetici e idrici?	
5	È previsto un sistema di cambio biancheria su richiesta o altre misure di contenimento degli impatti?	
6	Quali esperienze sono attualmente offerte agli ospiti oltre al pernottamento?	
7	La wine experience è venduta come prodotto autonomo o in combinazione con altri servizi?	
8	Quante degustazioni o esperienze enogastronomiche vengono svolte annualmente?	
9	Sono previsti percorsi guidati nei vigneti o momenti di interpretazione del paesaggio?	
10	Esistono collaborazioni con guide, produttori o operatori territoriali per arricchire l'esperienza?	

Sezione E.8 Persone, lavoro e sicurezza

N.	Domanda	Risposta / evidenza da acquisire
1	Quanti addetti compongono l'organizzazione, distinti per funzioni principali?	
2	Qual è la quota di personale stabile e quella di personale stagionale?	
3	Qual è la quota indicativa di lavoratori residenti nel territorio o in comuni limitrofi?	
4	Vengono realizzate attività formative periodiche?	
5	Quali temi formativi sono prioritari: sicurezza, accoglienza, cucina, eventi, vino, lingue, sostenibilità?	
6	Esiste un sistema di gestione delle procedure di sicurezza?	
7	Come vengono presidiate la sicurezza alimentare e la sicurezza degli ospiti?	
8	Sono presenti politiche di welfare, conciliazione o sostegno al personale?	
9	L'azienda adotta misure di inclusione o pari opportunità?	
10	Esistono percorsi di crescita professionale o valorizzazione delle competenze interne?	

Sezione E.9 Comunità, cultura e responsabilità sociale

N.	Domanda	Risposta / evidenza da acquisire
1	Quanti eventi culturali, gastronomici o solidali vengono ospitati annualmente?	
2	L'azienda collabora con associazioni, enti locali, scuole, consorzi o soggetti culturali?	
3	Sono state promosse iniziative specifiche dedicate a Pontelatone, Casavecchia o paesaggio rurale?	
4	Esistono progetti di educazione alimentare, valorizzazione del territorio o accoglienza di studenti?	
5	Quali cause sociali o culturali l'azienda ha sostenuto negli ultimi tre anni?	
6	Viene tenuta traccia delle iniziative benefiche e delle somme o risorse eventualmente mobilitate?	
7	Come viene comunicato il contributo dell'impresa alla comunità?	

8	L'azienda partecipa a reti di promozione turistica o enogastronomica?	
9	Esistono partnership continuative con operatori del territorio?	

Sezione E.10 Misurazione, obiettivi e miglioramento

N.	Domanda	Risposta / evidenza da acquisire
1	Quali indicatori di sostenibilità l'azienda considera più rilevanti per il proprio modello?	
2	Esistono target di riduzione o miglioramento già definiti?	
3	Quali dati potrebbero essere pubblicati annualmente in modo semplice e affidabile?	
4	L'azienda sarebbe disponibile a redigere una scheda di sostenibilità di 2-4 pagine?	
5	Quali sono i principali rischi ambientali e organizzativi percepiti?	
6	Quali opportunità di innovazione sostenibile vengono ritenute prioritarie?	
7	Quali investimenti futuri sono previsti per migliorare efficienza, accoglienza o relazione con il territorio?	
8	Quali informazioni l'azienda ritiene oggi più importanti da chiarire al pubblico?	

E.11. Indicazioni per la somministrazione del questionario

Il questionario può essere inviato in formato editabile e compilato dalla direzione della struttura o da un referente designato. Per evitare un aggravio eccessivo, si può prevedere una compilazione modulare: obbligatorie le sezioni E.1, E.2, E.4, E.8 ed E.10; facoltative ma fortemente raccomandate le sezioni dedicate a vigneti, ristorazione, eventi, ospitalità e comunità. Le risposte dovrebbero essere accompagnate, quando possibile, da evidenze semplici: link già pubblici, fotografie, estratti di brochure, documenti interni non sensibili, tabelle di consumo o dati aggregati.

La successiva integrazione dell'audit potrebbe distinguere le informazioni in tre categorie: dati già pubblicamente disponibili; dati dichiarati dall'azienda tramite questionario; dati eventualmente documentati da allegati. Questa distinzione permetterebbe di aggiornare il giudizio finale senza compromettere la trasparenza metodologica.

14.4. Allegato F Linee guida operative per rafforzare l'auditabilità della Masseria

Il presente allegato traduce i principali esiti dell'audit in linee guida operative rivolte alla struttura. Non si tratta di prescrizioni né di obblighi, ma di possibili interventi di miglioramento della trasparenza e della capacità di rendere pubblicamente leggibile il profilo di sostenibilità della Masseria. Le linee guida sono organizzate secondo una logica progressiva: prima la chiarezza istituzionale e la qualificazione del modello; poi la pubblicazione di dati essenziali; infine l'eventuale sviluppo di una comunicazione di sostenibilità più matura.

F.1. Rafforzare la pagina istituzionale del sito

La prima azione consigliata riguarda la costruzione di una pagina istituzionale completa, distinta dalle sezioni promozionali. Essa dovrebbe contenere denominazione dell'impresa, ragione sociale, sede, recapiti aggiornati, eventuale qualifica agrituristica o ricettiva, breve cronologia del progetto, profili dei referenti principali e chiarimento del perimetro delle iniziative collegate alla Masseria. Un simile intervento avrebbe un impatto significativo sulla qualità del patrimonio informativo, perché ridurrebbe i disallineamenti fra fonti esterne e renderebbe più semplice riconciliare l'identità dell'impresa. La pagina non dovrebbe avere un tono burocratico, ma un'impostazione sobria e chiara, capace di rafforzare la credibilità del marchio senza appesantirne la comunicazione.

F.2. Pubblicare una scheda del compendio rurale

Un secondo intervento utile consiste nella redazione di una scheda sintetica del complesso aziendale: superficie complessiva, principali destinazioni d'uso, aree verdi, vigneti, eventuali orti o altre colture, edifici destinati a eventi, cucina, ospitalità e servizi. La scheda potrebbe essere accompagnata da una mappa illustrata o da un diagramma semplice. Questo permetterebbe di armonizzare le informazioni oggi presenti in modo non perfettamente coincidente nelle fonti pubbliche e, soprattutto, renderebbe più leggibile la relazione fra masseria, paesaggio e attività economiche. Per l'audit, un documento di questo tipo consentirebbe di passare da una descrizione qualitativa a una rappresentazione territoriale più precisa.

F.3. Raccontare in modo ordinato il recupero della masseria

Il recupero del patrimonio rurale è uno dei punti di maggiore forza dell'impresa, ma oggi appare più evocato che sistematizzato in un racconto pubblico unitario. Sarebbe utile predisporre una sezione dedicata alla storia dell'edificio, alle fasi del restauro, agli elementi architettonici conservati e al significato culturale della riattivazione. Anche poche fotografie storiche, planimetrie semplificate o dettagli costruttivi potrebbero accrescere la qualità narrativa. L'obiettivo non sarebbe trasformare il sito in un catalogo tecnico, ma rendere visibile il valore culturale di un bene che costituisce una parte sostanziale della differenziazione dell'azienda. Dal punto di vista della sostenibilità, questo rafforzerebbe la dimensione di tutela e trasmissione della memoria rurale.

F.4. Dedicare una pagina ai vigneti e al Casavecchia

Poiché il rapporto con il Casavecchia è uno degli aspetti più interessanti del profilo Campitelli, la pubblicazione di una pagina dedicata ai vigneti costituirebbe un miglioramento strategico. La pagina potrebbe indicare, in modo non eccessivamente tecnico, superficie vitata, varietà coltivate, eventuali denominazioni o etichette collegate, ruolo del vino nell'esperienza degli ospiti e collegamento con la storia vitivinicola di Pontelatone. Qualora l'azienda non volesse comunicare dati produttivi dettagliati, potrebbe comunque raccontare il vigneto come paesaggio e come parte della propria identità. Questo renderebbe più robusta la valutazione di agrobiodiversità e rafforzerebbe la coerenza del posizionamento wine resort.

F.5. Chiarire la componente agricola della cucina

La comunicazione attuale afferma che molti ingredienti sono coltivati direttamente nelle terre della Masseria. Per valorizzare appieno questo elemento, sarebbe opportuno specificare quali prodotti sono effettivamente autoprodotti e quali, invece, provengono da fornitori locali o regionali. Anche una semplice formula del tipo "orto stagionale", "olio aziendale", "erbe aromatiche", "frutta del compendio", se corrispondente alla realtà, renderebbe il racconto più preciso. Laddove esistano fornitori territoriali significativi, la loro valorizzazione previo consenso potrebbe rafforzare la funzione economico-territoriale della Masseria e mostrare in modo concreto come la ristorazione generi relazioni con il tessuto produttivo locale.

F.6. Introdurre una policy essenziale per eventi a minore impatto

La specializzazione in matrimoni ed eventi offre alla Masseria un'opportunità importante di innovazione sostenibile. Una policy sintetica potrebbe affrontare aspetti quali riduzione del monouso, raccolta differenziata, contenimento degli sprechi alimentari, scelta di fornitori locali per fiori e allestimenti, riutilizzo di materiali decorativi, preferenza per illuminazione efficiente e indicazioni sulla mobilità condivisa degli ospiti. La policy non dovrebbe essere presentata come certificazione, ma come insieme di scelte e impegni progressivi. In termini di mercato, potrebbe diventare anche un elemento distintivo per clienti sensibili alla qualità ambientale dell'evento.

F.7. Rendere visibili alcune informazioni su acqua ed energia

La gestione delle risorse rappresenta uno dei principali gap dell'audit. Anche senza pubblicare dati complessi, la Masseria potrebbe indicare se dispone di sistemi di produzione da fonti rinnovabili, illuminazione LED, dispositivi di risparmio idrico, recupero di acque meteoriche, controlli sui consumi o interventi di efficientamento realizzati negli ultimi anni. Laddove i dati quantitativi siano disponibili, potrebbe essere utile pubblicare almeno un valore aggregato o una tendenza di miglioramento. La trasparenza su questi aspetti permetterebbe di evitare che la sostenibilità ambientale resti confinata alla sola qualità paesaggistica del luogo.

F.8. Strutturare la comunicazione sulla wine experience

Le fonti più recenti descrivono una proposta di wine experience articolata e distintiva. Per consolidarla, sarebbe utile una pagina ufficiale dedicata che descriva in modo chiaro le tipologie di esperienza, la durata, i contenuti, il rapporto con i vigneti, l'eventuale degustazione di vini, l'integrazione con la cena e il pernottamento. Una comunicazione più sistematica renderebbe più leggibile l'evoluzione del modello e permetterebbe di capire meglio se la Masseria si propone come semplice struttura ricettiva con elementi enogastronomici o come vera destinazione di enoturismo integrato. Tale chiarezza rafforzerebbe anche l'analisi economico-territoriale del documento.

F.9. Pubblicare dati essenziali sulla dimensione sociale

La sostenibilità sociale interna è oggi la parte meno visibile del profilo Campitelli. Un intervento leggero potrebbe consistere nella pubblicazione di informazioni aggregate e non sensibili: numero indicativo di addetti, attenzione alla formazione, centralità della sicurezza, presenza di competenze specialistiche nella ristorazione e nell'accoglienza. Non sarebbe necessario entrare in dettagli

contrattuali o personali, ma basterebbe mostrare che la qualità dell'esperienza offerta poggia su persone e professionalità valorizzate. Questa scelta rafforzerebbe l'equilibrio fra comunicazione verso l'esterno e responsabilità verso l'interno.

F.10. Raccogliere e ordinare le iniziative di comunità

L'evento benefico ospitato nel 2019 dimostra che la Masseria può fungere da spazio di utilità collettiva. Se negli anni l'azienda ha ospitato altre iniziative culturali, solidali o territoriali, sarebbe utile raccoglierle in una sezione dedicata. Anche in assenza di un programma CSR strutturato, un archivio ordinato di eventi sociali e culturali renderebbe più visibile il contributo della struttura alla comunità. In futuro, la Masseria potrebbe persino scegliere di dedicare annualmente uno o più appuntamenti a cause o temi coerenti con il territorio, rendendo tale dimensione più stabile e riconoscibile.

F.11. Adottare un mini-cruscotto annuale di indicatori

Un cruscotto di sostenibilità per una PMI non deve necessariamente essere complesso. Potrebbe contenere pochi indicatori aggiornati una volta l'anno: superficie del compendio, superficie vitata, numero di eventi, numero di pernottamenti, numero di wine experience, quota di fornitori locali o prodotti propri, eventuali iniziative solidali, consumi energetici e idrici se monitorati, ore di formazione. La semplice pubblicazione di questi dati in forma sintetica consentirebbe di mostrare l'evoluzione dell'impresa nel tempo e di trasformare il racconto della sostenibilità in un percorso progressivamente misurabile.

F.12. Integrare l'audit nella strategia di comunicazione territoriale

L'audit non dovrebbe restare un documento separato dalla vita dell'impresa. I suoi esiti possono diventare una base utile per migliorare il sito, preparare materiali di presentazione, dialogare con reti territoriali, impostare future candidature a progetti o certificazioni e costruire una narrazione più solida della Masseria come luogo di valore per Pontelatone. L'obiettivo non è comunicare di più in senso promozionale, ma comunicare meglio: con maggiore coerenza, maggiore precisione e una più netta distinzione fra patrimonio, pratiche e risultati. In questo modo, la Masseria potrebbe consolidare il proprio ruolo di riferimento nell'ospitalità rurale di qualità dell'Alto Casertano.

14.5. Allegato G Scenari evolutivi del profilo di sostenibilità

Gli scenari seguenti non costituiscono previsioni, ma esercizi interpretativi utili a comprendere come il profilo di sostenibilità e auditabilità della Masseria potrebbe evolvere in funzione della maggiore o minore formalizzazione delle informazioni disponibili. Essi permettono di chiarire la relazione fra identità territoriale, gestione operativa e trasparenza documentale.

G.1. Scenario di continuità comunicativa

In questo scenario la Masseria mantiene l'attuale qualità del proprio posizionamento, continua a valorizzare eventi, ristorazione, suites e wine experience, ma non pubblica nuovi dati su risorse, personale, filiere o governance. L'azienda resterebbe molto forte sul piano dell'immagine territoriale e dell'attrattività, ma l'auditabilità continuerebbe a fermarsi alla dimensione qualitativa. La classificazione B+ resterebbe appropriata, con margini di miglioramento invariati. Questo

scenario non comporta un arretramento, ma limita la possibilità di trasformare un profilo già convincente in un profilo pienamente misurabile.

G.2. Scenario di trasparenza leggera

In questo scenario la Masseria pubblica una pagina istituzionale completa, una scheda del compendio agricolo, alcune informazioni su prodotti propri e locali, una breve nota su persone e sicurezza, e un quadro sintetico delle iniziative territoriali. Senza arrivare a un bilancio di sostenibilità, la struttura renderebbe pubbliche le informazioni minime oggi mancanti per una migliore auditabilità. Il profilo potrebbe avvicinarsi a una Classe A- o A, soprattutto se i dati fossero aggiornati annualmente e coerenti fra sito e fonti esterne.

G.3. Scenario di sostenibilità operativa

Qui l'azienda non si limita a comunicare meglio, ma adotta e rende visibili alcune pratiche gestionali concrete: monitoraggio di acqua ed energia, policy per eventi a minore impatto, riduzione degli sprechi, maggiore strutturazione delle filiere locali, indicatori su personale e formazione. L'audit potrebbe allora formulare giudizi più robusti non soltanto sulla sostenibilità territoriale ma anche su quella ambientale e sociale. Questo scenario richiede un impegno organizzativo maggiore, ma sarebbe coerente con il posizionamento premium della Masseria e con l'interesse crescente del mercato verso esperienze di qualità responsabile.

G.4. Scenario di leadership territoriale

In uno scenario più avanzato, Masseria Campitelli potrebbe assumere un ruolo di riferimento per l'ospitalità rurale sostenibile dell'area, promuovendo iniziative condivise con produttori, consorzi, associazioni e istituzioni locali. Potrebbe ospitare appuntamenti annuali dedicati a Casavecchia, filiera corta, cucina territoriale, turismo lento, wedding sostenibile o recupero delle masserie. In questo caso la struttura non sarebbe soltanto oggetto di audit, ma soggetto attivo di una strategia territoriale più ampia. L'auditabilità si rafforzerebbe perché il contributo alla comunità e alla reputazione del territorio diverrebbe più sistematico e documentabile.

G.5. Scenario di rischio reputazionale

Esiste anche uno scenario meno favorevole: l'azienda accentua progressivamente la comunicazione promozionale su charme, resort e natura senza accompagnarla con un incremento di dati o chiarimenti. In tale ipotesi, il divario fra forza del racconto e debolezza delle evidenze potrebbe diventare più visibile, soprattutto in un contesto in cui clienti e stakeholder chiedono maggiore trasparenza. Non si tratterebbe di una criticità sostanziale già accertata, ma di un rischio di posizionamento: un'impresa molto connotata territorialmente potrebbe essere chiamata a dimostrare con maggiore precisione il contenuto delle proprie dichiarazioni.

G.6. Scenario raccomandato

Lo scenario raccomandato dall'audit è una combinazione fra trasparenza leggera e sostenibilità operativa progressiva. In concreto: chiarire identità e governance; rendere pubbliche alcune informazioni su compendio, vigneti, cucina, persone e risorse; strutturare la pagina dedicata alla wine experience; introdurre una policy di evento responsabile; costruire un mini-cruscotto annuale.

Questo percorso non richiede una trasformazione radicale del modello, ma valorizza meglio ciò che la Masseria già rappresenta e consente di far evolvere l'audit da documento descrittivo a strumento di accompagnamento al miglioramento.

14.6. Allegato H Schede di indicatori suggeriti

Le schede di indicatori che seguono hanno carattere propositivo. Non sono richieste dalle fonti pubbliche né presuppongono che l'azienda già monitori tali dati. Servono a mostrare come il profilo di sostenibilità della Masseria potrebbe essere reso progressivamente misurabile attraverso KPI semplici, coerenti con la natura dell'impresa e utilizzabili in una eventuale scheda annuale di sostenibilità.

H.1. Superficie del compendio rurale

Voce	Contenuto
Definizione	Superficie totale in metri quadrati dell'area riferibile alla Masseria, distinta ove possibile tra edifici, verde, vigneti, orti/culture e parcheggi o aree di servizio.
Utilità	Permette di rendere univoco il dato, oggi riportato con valori leggermente diversi nelle fonti, e di leggere meglio il rapporto fra impresa e paesaggio.
Formula / unità	m ² complessivi e m ² per categoria di uso.
Periodicità	Aggiornamento solo in caso di variazioni significative.

H.2. Superficie vitata e incidenza del Casavecchia

Voce	Contenuto
Definizione	Estensione dei vigneti e quota riferibile al Casavecchia sul totale delle superfici vitate.
Utilità	Qualifica il legame fra Masseria, agrobiodiversità e identità di Pontelatone.
Formula / unità	Ettari o m ² ; percentuale Casavecchia / totale vigneti.
Periodicità	Annuale o in caso di nuovi impianti.

H.3. Prodotti aziendali utilizzati nella ristorazione

Voce	Contenuto
Definizione	Numero e tipologia di prodotti provenienti dalla Masseria utilizzati nei menu o nelle esperienze.
Utilità	Trasforma in evidenza verificabile il richiamo a ingredienti coltivati nelle terre aziendali.
Formula / unità	Elenco prodotti; eventuale quota % sulle principali materie prime.
Periodicità	Stagionale o annuale.

H.4. Quota indicativa di fornitori locali

Voce	Contenuto
Definizione	Incidenza dei fornitori situati nel territorio comunale, nell'Alto Casertano o nella Campania sul totale dei fornitori agroalimentari rilevanti.
Utilità	Misura la ricaduta economico-territoriale della filiera di cucina e accoglienza.
Formula / unità	Numero fornitori locali / totale fornitori; eventuale quota di spesa.
Periodicità	Annuale.

H.5. Numero di eventi e matrimoni ospitati

Voce	Contenuto
Definizione	Conteggio annuale di matrimoni, eventi corporate, eventi privati e iniziative speciali.
Utilità	Permette di comprendere il peso del ruolo attrattivo della Masseria e di confrontare nel tempo la diversificazione del modello.
Formula / unità	Numero eventi per categoria.
Periodicità	Annuale.

H.6. Pernottamenti e permanenza media

Voce	Contenuto
Definizione	Numero complessivo di pernottamenti e durata media dei soggiorni nelle suites.
Utilità	Misura il contributo dell'ospitalità alla permanenza del visitatore sul territorio.
Formula / unità	Pernottamenti; notti medie per prenotazione.
Periodicità	Annuale.

H.7. Numero di wine experience / degustazioni

Voce	Contenuto
Definizione	Conteggio delle esperienze legate a vino, visita, cena e soggiorno erogate in un anno.
Utilità	Rende visibile l'effettivo sviluppo della componente enoturistica.
Formula / unità	Numero esperienze; partecipanti totali.
Periodicità	Annuale.

H.8. Consumo di energia elettrica

Voce	Contenuto
Definizione	Energia elettrica consumata nell'anno, eventualmente distinta per aree funzionali se il dato è disponibile.
Utilità	Consente di monitorare la performance energetica della struttura e di valutare l'efficacia di interventi di efficientamento.
Formula / unità	kWh/anno; eventualmente kWh per ospite o per evento.
Periodicità	Annuale.

H.9. Consumo idrico

Voce	Contenuto
Definizione	Acqua utilizzata nell'anno, con possibile separazione tra usi ricettivi, cucina e irrigazione ove tecnicamente disponibile.
Utilità	Affronta uno dei principali gap ambientali individuati dall'audit.
Formula / unità	m ³ /anno; eventualmente m ³ per evento o per pernottamento.
Periodicità	Annuale.

H.10. Scarti alimentari e recupero

Voce	Contenuto
Definizione	Quantità stimata o peso degli scarti alimentari prodotti, con indicazione delle eventuali azioni di prevenzione, recupero o compostaggio.
Utilità	Rende misurabile l'attenzione allo spreco in un'attività a forte componente ristorativa.

Formula / unità	kg/anno; percentuale recuperata o destinata a valorizzazione.
Periodicità	Annuale.

H.11. Addetti e ore di formazione

Voce	Contenuto
Definizione	Numero di addetti e ore formative realizzate sui principali temi professionali e di sicurezza.
Utilità	Completa il profilo sociale interno dell'impresa.
Formula / unità	n. addetti; ore di formazione totali e per addetto.
Periodicità	Annuale.

H.12. Iniziative culturali e solidali

Voce	Contenuto
Definizione	Numero di eventi culturali, territoriali o benefici ospitati o promossi dalla Masseria.
Utilità	Rende misurabile il contributo sociale esterno e la funzione di comunità.
Formula / unità	n. iniziative; eventuali partecipanti o risorse mobilitate.
Periodicità	Annuale.

H.13. Nota metodologica sugli indicatori

Gli indicatori suggeriti non devono essere interpretati come obblighi di rendicontazione, ma come strumenti di graduale maturazione informativa. Una PMI può iniziare da dati facilmente reperibili e già in parte disponibili nei propri registri gestionali, pubblicandoli in forma aggregata e prudente. La finalità non è produrre una rendicontazione complessa, ma dimostrare continuità, attenzione e capacità di monitorare alcuni aspetti essenziali del rapporto fra impresa, territorio e risorse.

14.7. Allegato I Lettura comparata dei criteri di sostenibilità applicati alla Masseria

Il presente allegato offre una lettura discorsiva dei criteri utilizzati nell'audit, con l'obiettivo di chiarire perché Masseria Campitelli ottenga giudizi elevati su alcuni ambiti e valutazioni più prudenti su altri. La sezione è utile anche come guida interpretativa per il confronto con altre imprese locali, poiché mostra come il medesimo concetto di sostenibilità assuma declinazioni differenti quando applicato a una struttura di ospitalità rurale, rispetto a una cantina, a un agriturismo produttivo o a una location per eventi priva di radicamento agricolo.

I.1. Radicamento territoriale

Il radicamento territoriale è il criterio più importante per comprendere Masseria Campitelli. L'azienda non si limita a operare a Pontelatone: la sua proposta di valore è strutturalmente dipendente dal luogo. La masseria storica, i vigneti, la campagna, il Casavecchia, il racconto della ruralità e la possibilità di trasformare una visita in esperienza paesaggistica costituiscono componenti non trasferibili altrove senza perdita di senso. In questo audit, il radicamento non viene valutato in modo astratto, ma attraverso segnali concreti: localizzazione certa, relazione con il paesaggio, riconoscimento da parte di fonti comunali e consortili, coerenza fra offerta e identità del territorio. La valutazione è molto positiva perché tali elementi ricorrono con continuità e sono

confermati da fonti differenziate. Ciò non significa che ogni ricaduta territoriale sia misurata, ma che la struttura del modello risulta fortemente ancorata al contesto locale.

I.2. Recupero del patrimonio rurale

Il recupero del patrimonio rurale viene considerato un asse di sostenibilità culturale e territoriale. Nel caso della Masseria, il valore risiede nel fatto che una struttura storica non viene lasciata all'abbandono né sostituita da un contenitore anonimo, ma resa nuovamente funzionale attraverso attività economiche contemporanee. Questa riattivazione permette alla memoria materiale del luogo di continuare a produrre significato e utilità. L'audit attribuisce un giudizio molto positivo al recupero come scelta di modello, ma resta prudente sulla sostenibilità edilizia tecnica, perché non dispone di informazioni su prestazioni energetiche, materiali o impianti. La distinzione è metodologicamente importante: valorizzare il recupero non equivale a certificare un intervento green. Significa riconoscere che il patrimonio è stato trasformato in leva di continuità territoriale e non in residuo inattivo.

I.3. Agrobiodiversità e Casavecchia

L'agrobiodiversità emerge soprattutto attraverso il rapporto con il Casavecchia, vitigno identitario di Pontelatone. L'audit non attribuisce alla Masseria un ruolo enologico identico a quello di una cantina produttiva, perché le fonti non lo consentono; tuttavia, riconosce che il paesaggio aziendale e l'esperienza comunicata agli ospiti risultano intrecciati a questo vitigno. Il Casavecchia diventa così un elemento di riconoscibilità del luogo e un mediatore culturale fra visitatore e territorio. La valutazione è molto positiva sul piano identitario e territoriale. Resta invece non valutabile la sostenibilità agronomica in senso stretto: non conosciamo tecniche di coltivazione, trattamenti, irrigazione o gestione del suolo. Il criterio dimostra quindi come sia possibile avere una forte valenza di agrobiodiversità comunicata, senza possedere ancora un quadro pubblico sufficiente per misurare l'impatto agricolo complessivo.

I.4. Multifunzionalità

La multifunzionalità è una delle chiavi della resilienza del modello Campitelli. L'impresa combina eventi, ristorazione, soggiorni e wine experience. Questa diversificazione è positiva perché amplia i pubblici, consente una fruizione più articolata del luogo e riduce il rischio di essere letta esclusivamente come location per matrimoni. La Masseria può attrarre chi cerca un evento, chi cerca una cena, chi cerca una breve permanenza e chi desidera un'esperienza più immersiva nel paesaggio. L'audit attribuisce un giudizio positivo o molto positivo a questo ambito, ma sottolinea che la multifunzionalità, per diventare indicatore di resilienza misurata, richiederebbe dati sull'incidenza economica dei diversi segmenti e sulla loro evoluzione nel tempo. La pluralità di attività è documentata; il suo peso gestionale ed economico non lo è ancora.

I.5. Filiera gastronomica

La filiera gastronomica rappresenta un criterio a forte potenziale, ma oggi solo parzialmente misurabile. Il sito ufficiale insiste su ingredienti selezionati e spesso coltivati nelle terre della Masseria; fonti ulteriori richiamano materie prime locali. Questo conferisce alla cucina una forte coerenza narrativa con il luogo e suggerisce un orientamento favorevole alla valorizzazione del

territorio. L'audit, tuttavia, non può desumere in assenza di dati se la filiera sia effettivamente corta, quale sia la quota di autoproduzione, quali fornitori siano coinvolti o se esistano standard stabili di approvvigionamento responsabile. Il giudizio è quindi positivo ma da qualificare. Si tratta di uno degli ambiti in cui una disclosure semplice elenco dei prodotti propri, principali fornitori locali, stagionalità potrebbe produrre il maggior salto di qualità nell'auditabilità.

I.6. Socialità esterna e apertura al pubblico

La Masseria è un luogo di relazione. Eventi, cerimonie, soggiorni, serate gastronomiche e iniziative speciali producono un flusso di persone che entra in contatto con il territorio. In questo senso, l'impresa esercita una funzione sociale esterna positiva: rende il luogo frequentato, attiva occasioni di incontro, contribuisce alla reputazione di Pontelatone e può ospitare iniziative di utilità collettiva. L'evento benefico documentato nel 2019 rafforza questa lettura, pur non essendo sufficiente a definire una policy di responsabilità sociale continuativa. L'audit valorizza dunque la funzione relazionale della Masseria ma distingue fra capacità di apertura e misurazione dell'impatto sociale, che richiederebbe dati su visitatori, eventi, partnership e ricadute.

I.7. Sostenibilità ambientale operativa

La sostenibilità ambientale operativa è l'ambito in cui il giudizio risulta più prudente. La Masseria possiede un paesaggio rurale, un edificio recuperato, vigneti e un racconto fortemente connesso alla natura; questi elementi costituiscono un contesto favorevole, ma non sono sostitutivi di dati su energia, acqua, rifiuti, agricoltura e mobilità. Per una struttura che ospita eventi, ristorazione e pernottamenti, la sostenibilità operativa può incidere in modo significativo sulla coerenza complessiva del posizionamento. L'audit non rileva prove negative, ma registra l'assenza di informazioni. Il criterio viene quindi valutato come qualitativamente promettente e quantitativamente non misurabile. Una minima scheda ambientale annuale consentirebbe di superare questo limite.

I.8. Sostenibilità sociale interna

La sostenibilità sociale interna comprende lavoro, sicurezza, formazione, inclusione e benessere organizzativo. È un aspetto cruciale per qualsiasi impresa di ospitalità, ma nel caso Campitelli risulta poco visibile nelle fonti pubbliche. La qualità dell'esperienza offerta al cliente lascia intuire la presenza di competenze organizzative, culinarie e di accoglienza, ma l'audit non può tradurre questa intuizione in dati. Manca un quadro pubblico sulla consistenza del personale, sulla stabilità dei ruoli, sulla formazione o sulle politiche di tutela dei lavoratori. Il criterio viene quindi classificato come non valutabile. La pubblicazione di poche informazioni aggregate, non sensibili, migliorerebbe notevolmente il profilo senza compromettere la riservatezza aziendale.

I.9. Trasparenza e governance informativa

La governance informativa riguarda la qualità della presenza pubblica dell'impresa: dati coerenti, referenti riconoscibili, perimetro chiaro, eventuali qualifiche amministrative, aggiornamento dei recapiti, separazione fra dichiarazioni e risultati. Masseria Campitelli possiede una forte identità commerciale, ma le fonti esterne non restituiscono sempre un quadro perfettamente allineato su contatti, denominazioni e riferimenti organizzativi. L'audit interpreta il fenomeno come area di

miglioramento, non come criticità sostanziale. Una struttura dotata di un profilo pubblico più istituzionale, accanto alla comunicazione promozionale, diventerebbe più facilmente auditabile e più solida nel confronto con stakeholder, enti, partner e clienti particolarmente attenti alla trasparenza.

I.10. Contributo alla reputazione del territorio

Il contributo reputazionale della Masseria è uno dei risultati più importanti dell'analisi. La struttura consente a Pontelatone di essere percepita non solo come comune dell'entroterra, ma come luogo di ospitalità di qualità, paesaggio vitato e gastronomia legata alla terra. La presenza della Masseria in repertori comunali, fonti consortili e stampa specialistica conferma che il suo racconto trascende la sola comunicazione aziendale. L'impresa partecipa alla costruzione di un'immagine più attrattiva dell'Alto Casertano e, in particolare, del comprensorio del Casavecchia. L'audit attribuisce a questo criterio una valutazione molto positiva, pur ricordando che l'effetto reputazionale è di natura interpretativa e non è stato misurato attraverso indagini di percezione o dati turistici.

14.8. Allegato J Piano progressivo di miglioramento 2026-2029

Il piano progressivo di miglioramento proposto di seguito non costituisce un impegno assunto dall'impresa, ma un quadro di azioni coerente con le evidenze dell'audit. È articolato su tre orizzonti temporali: breve periodo, medio periodo e consolidamento. La logica non è quella di imporre obiettivi massimalisti, bensì di suggerire un percorso realistico per una struttura che possiede già un'identità forte e potrebbe rafforzare la propria credibilità attraverso maggiore chiarezza, misurazione e coerenza comunicativa.

J.1. Fase 1 Chiarezza e fondazione informativa (entro 12 mesi)

La prima fase dovrebbe concentrarsi sull'ordine e sulla coerenza delle informazioni. Le azioni prioritarie sono: aggiornamento e armonizzazione dei recapiti su tutti i canali; pubblicazione di una pagina istituzionale; chiarimento della struttura organizzativa e delle eventuali qualifiche amministrative; scheda sintetica del compendio rurale; prima pagina dedicata ai vigneti e al Casavecchia; descrizione ufficiale della wine experience. Questa fase non richiede ancora una raccolta estesa di KPI, ma pone le basi per una maggiore auditabilità. Il beneficio atteso è immediato: le fonti esterne troverebbero un punto di riferimento univoco e l'azienda ridurrebbe il rischio di disallineamenti reputazionali.

J.2. Fase 2 Prime disclosure ambientali e sociali (12-24 mesi)

La seconda fase dovrebbe introdurre una trasparenza leggera ma concreta su ambiente e persone. Si suggerisce di pubblicare: eventuali sistemi di risparmio energetico e idrico già presenti; una nota sulla gestione degli scarti e dei rifiuti negli eventi; un primo quadro delle materie prime autoprodotte o locali; informazioni aggregate su addetti, formazione e sicurezza; un riepilogo degli eventi culturali o benefici ospitati. Non è necessario, in questa fase, disporre di tutti i dati in forma perfetta: l'importante è avviare un processo di monitoraggio e mostrare una disponibilità alla misurazione. Il beneficio atteso è la riduzione dello scarto tra forza narrativa e debolezza degli indicatori.

J.3. Fase 3 Mini-cruscotto annuale e posizionamento responsabile (24-36 mesi)

La terza fase può tradursi in un mini-cruscotto annuale, pubblicato in una pagina web o in una scheda PDF. Gli indicatori potrebbero comprendere: superficie e vigneti; numero di eventi; pernottamenti; wine experience; prodotti propri o fornitori locali; energia e acqua; rifiuti e scarti; ore di formazione; iniziative solidali. La pubblicazione annuale consentirebbe di raccontare non solo ciò che l'azienda è, ma anche come evolve. In parallelo, la Masseria potrebbe definire una policy per eventi a minore impatto e introdurre una dichiarazione di sostenibilità coerente con il proprio modello rurale. Il beneficio atteso è un salto di maturità che renderebbe l'impresa uno dei casi più auditabili e riconoscibili del territorio.

J.4. Fase 4 Leadership territoriale e rete (oltre 36 mesi)

Una volta consolidata la base informativa, la Masseria potrebbe scegliere se assumere un ruolo più attivo nella costruzione di una rete locale dell'ospitalità rurale e del turismo enogastronomico. Ciò potrebbe avvenire attraverso eventi annuali su Casavecchia e paesaggio, collaborazioni con produttori e consorzi, iniziative con scuole o università, pacchetti integrati con altre imprese del comprensorio, o progetti di comunicazione territoriale condivisa. Non si tratta di un passaggio necessario per ogni impresa, ma di una possibilità coerente con il capitale simbolico già accumulato dalla Masseria. In tale scenario, l'azienda rafforzerebbe il proprio ruolo non solo come beneficiaria dell'attrattività del territorio, ma come soggetto che contribuisce attivamente a costruirla.

J.5. Matrice sintetica del piano

Fase	Azioni principali	Output atteso
Entro 12 mesi	Pagina istituzionale; recapiti uniformati; scheda compendio; pagina vigneti; wine experience ufficiale	Migliore chiarezza e auditabilità di base
12-24 mesi	Prime disclosure su ambiente, filiere, persone, eventi sociali	Profilo più credibile e completo
24-36 mesi	Mini-cruscotto annuale; policy eventi responsabili; scheda di sostenibilità	Passaggio a auditabilità avanzata
Oltre 36 mesi	Reti territoriali, progetti condivisi, leadership culturale	Rafforzamento del ruolo sistemico della Masseria

J.6. Valutazione del piano

Il piano suggerito è intenzionalmente progressivo. Non presuppone risorse organizzative fuori scala per una PMI, ma valorizza il materiale già disponibile e lo trasforma in una base di trasparenza più ordinata. La sua logica è coerente con l'audit: prima chiarire, poi misurare, infine comunicare in modo più maturo. L'adozione anche solo parziale delle prime due fasi permetterebbe di migliorare sensibilmente la classificazione dell'impresa in eventuali aggiornamenti del documento.

14.9. Allegato K Lettura della Masseria nel quadro della Green Community Monte Maggiore

Questo allegato interpreta Masseria Campitelli alla luce delle finalità generali della Green Community Monte Maggiore e, in particolare, dell'Iniziativa n. 7 dedicata allo sviluppo sostenibile delle attività produttive. L'obiettivo non è attribuire all'impresa un ruolo progettuale non documentato, ma chiarire perché il suo profilo risulti pertinente per un audit di sostenibilità

territoriale. La Masseria rappresenta infatti un caso in cui il valore economico si forma attraverso la combinazione di patrimonio rurale, paesaggio agrario, prodotti identitari, ospitalità e capacità di attrazione. Tali elementi sono particolarmente coerenti con una visione di sviluppo locale che non oppone produzione e territorio, ma li considera reciprocamente generativi.

K.1. Coerenza con la tutela del capitale territoriale

Il concetto di capitale territoriale comprende risorse materiali, ambientali, culturali e relazionali che rendono un luogo riconoscibile e capace di generare valore durevole. Masseria Campitelli appare coerente con questo approccio perché non fonda la propria proposta su elementi esterni o standardizzati, ma su una masseria recuperata, su un paesaggio agrario e su un contesto vitivinicolo specifico. Il recupero del complesso rurale preserva una traccia della memoria edilizia locale; i vigneti e il Casavecchia rendono visibile una parte del patrimonio agricolo; l'ospitalità e la ristorazione trasformano tali risorse in esperienza fruibile. In chiave Green Community, l'impresa costituisce quindi un esempio di valorizzazione economica del capitale territoriale. Il punto da rafforzare, come già osservato, riguarda la misurazione: una struttura che trae valore dal territorio può accrescere ulteriormente la propria credibilità dimostrando anche come lo presidia, lo gestisce e lo restituisce in termini di ricadute.

K.2. Relazione con il paesaggio produttivo

La Green Community non riguarda soltanto il paesaggio come bene estetico, ma il paesaggio come esito di pratiche produttive e forme di cura. Nel caso Campitelli, il paesaggio è collegato alla permanenza di superfici verdi e vitate. Gli ospiti non fruiscono di un'ambientazione artificiale, ma di un luogo in cui la dimensione agricola contribuisce all'identità visiva e narrativa. Questa relazione è rilevante perché mostra come un'impresa dell'ospitalità possa fondare la propria qualità non su una separazione dalla ruralità, ma su una sua rielaborazione contemporanea. Per il progetto Monte Maggiore, il caso suggerisce che la valorizzazione del paesaggio può essere perseguita anche attraverso imprese private capaci di renderlo economicamente sostenibile e pubblicamente percepibile. Per completare questa lettura sarebbero utili dati su manutenzione del verde, pratiche culturali e eventuali interventi di tutela ecologica.

K.3. Produzioni identitarie e funzione del Casavecchia

L'Iniziativa n. 7 presta particolare attenzione alla sostenibilità delle attività produttive e al rafforzamento delle specificità territoriali. In questo quadro, il rapporto di Masseria Campitelli con i vigneti di Casavecchia riveste un significato che supera la dimensione puramente agronomica. Il Casavecchia è un segno distintivo di Pontelatone e dell'Alta Campania; la sua presenza nella narrazione della Masseria permette al visitatore di associare il luogo a una produzione identitaria. Anche quando l'impresa non viene qui valutata come cantina in senso stretto, la sua funzione di contatto fra pubblico e vitigno resta importante. La Masseria può contribuire a rendere il Casavecchia più riconoscibile, più visitabile e più esperibile. In una Green Community, questa funzione di mediazione fra prodotto e territorio è preziosa perché amplia i canali attraverso cui il patrimonio locale viene conosciuto.

K.4. Ospitalità rurale e attrattività sostenibile

Un territorio sostenibile non è soltanto un territorio che riduce i propri impatti, ma anche un territorio capace di attrarre persone senza snaturarsi. Masseria Campitelli offre un esempio di attrattività fondata sulla qualità del luogo: matrimoni, eventi, cena, soggiorni e wine experience sono proposti dentro una cornice rurale che conserva un carattere distintivo. Ciò permette di leggere l'impresa come elemento di turismo di qualità, potenzialmente più coerente con la conservazione dell'identità rispetto a modelli di intrattenimento decontestualizzati. L'audit non dispone di dati sui flussi turistici o sulla permanenza media, ma individua nella struttura un potenziale moltiplicatore di visibilità per Pontelatone. La misurazione di pernottamenti, esperienze e provenienza degli ospiti renderebbe più chiaro il contributo dell'impresa alla costruzione di una destinazione sostenibile.

K.5. Multifunzionalità come fattore di resilienza locale

La multifunzionalità è un concetto centrale nella rigenerazione delle economie rurali. Un'impresa capace di integrare più funzioni può ampliare le opportunità di lavoro, attivare filiere complementari e ridurre la dipendenza da un'unica domanda. Masseria Campitelli presenta una multifunzionalità evidente: wedding, ristorazione, ospitalità e wine experience. Questa articolazione è coerente con una strategia di resilienza territoriale, soprattutto se accompagnata da una maggiore connessione con fornitori locali e da una comunicazione ordinata dei diversi segmenti. Il caso mostra che la sostenibilità economica di un luogo rurale può essere rafforzata quando il bene non viene adibito a una sola funzione, ma trasformato in piattaforma di esperienze diverse e compatibili. La criticità da presidiare è evitare che la diversificazione resti soltanto commerciale e non si traduca anche in ricadute documentabili per la comunità.

K.6. Filiera gastronomica e sviluppo delle microimprese locali

Uno degli obiettivi impliciti di una Green Community è favorire legami più forti fra imprese del territorio. La cucina di Masseria Campitelli, per come comunicata, offre un terreno particolarmente promettente. Se molti ingredienti provengono dalla Masseria stessa e altri da aziende locali, la ristorazione può diventare un canale di visibilità e remunerazione per microproduzioni territoriali. L'audit, tuttavia, non dispone di dati sufficienti a trasformare questa ipotesi in evidenza misurata. Proprio per questo, il caso Campitelli indica una direzione di lavoro rilevante per il progetto più ampio: costruire una mappatura delle forniture locali e promuovere strumenti semplici di disclosure sugli approvvigionamenti. In termini di Green Community, la sostenibilità non riguarda solo il singolo soggetto ma la qualità delle relazioni economiche che esso attiva.

K.7. Eventi e gestione responsabile degli impatti

Le location per eventi possono avere un ruolo positivo nello sviluppo locale, ma generano anche impatti specifici: consumi energetici, rifiuti, mobilità degli ospiti, materiali per allestimenti, sprechi alimentari. Masseria Campitelli rappresenta quindi un caso interessante per sperimentare un approccio di "evento responsabile" adatto alle strutture rurali. Una policy sintetica, come suggerito negli allegati precedenti, potrebbe introdurre criteri progressivi su differenziata, riuso dei materiali, filiere di prossimità, mobilità condivisa e prevenzione degli sprechi. In questo modo, l'impresa

consoliderebbe la coerenza fra qualità paesaggistica del luogo e gestione operativa degli eventi. La Green Community potrebbe trovare in casi simili un terreno concreto per accompagnare le imprese nella transizione, senza imporre modelli irrealistici ma valorizzando miglioramenti gradualmente.

K.8. Cultura, memoria e narrazione del territorio

Masseria Campitelli contribuisce alla sostenibilità culturale perché rende frequentabile un patrimonio che altrimenti rischierebbe di essere percepito solo come residuo storico. La masseria, i vigneti, il paesaggio e la cucina formano una narrazione accessibile anche a chi non possiede competenze specifiche sulla storia rurale locale. Questa funzione è importante: una comunità sostenibile non conserva soltanto beni materiali, ma genera occasioni di trasmissione dei significati. L'audit suggerisce di rafforzare tale aspetto attraverso contenuti più strutturati: storia dell'edificio, scheda dei vigneti, relazione con il Casavecchia, racconto dei prodotti utilizzati in cucina. Tali strumenti aumenterebbero la qualità dell'esperienza e renderebbero più forte la funzione educativa e culturale della Masseria.

K.9. Trasparenza come infrastruttura di fiducia

Il lavoro sulla sostenibilità delle microimprese richiede un equilibrio delicato: non si può pretendere da tutte le aziende la complessità di una grande rendicontazione, ma è necessario evitare che la sostenibilità resti un'etichetta generica. Il caso Campitelli dimostra bene questa tensione. L'azienda possiede molti elementi sostanzialmente coerenti con la sostenibilità territoriale, ma non rende ancora pubblici alcuni dati minimi che permetterebbero a un osservatore esterno di valutare meglio ambiente, persone e filiere. La trasparenza, in questo contesto, non è un adempimento formale: è un'infrastruttura di fiducia. Rendere chiaro ciò che l'impresa fa, ciò che misura e ciò che intende migliorare rafforza il rapporto con clienti, enti, partner e comunità.

K.10. Significato del caso Campitelli per la Green Community

Nel complesso, Masseria Campitelli è un caso utile perché mostra che la sostenibilità territoriale non coincide soltanto con tecnologie verdi o con certificazioni, ma anche con la capacità di dare nuova vita a un bene rurale, valorizzare una produzione identitaria, attrarre visitatori, generare economia di esperienza e mantenere vivo un paesaggio. Il profilo dell'azienda è già forte in queste dimensioni. L'audit indica però che, per diventare un benchmark più maturo, la Masseria dovrebbe integrare alla qualità del racconto una qualità maggiore della disclosure. In questo senso, il caso rappresenta bene la sfida della Green Community: accompagnare imprese già radicate e riconoscibili verso una sostenibilità più esplicita, misurabile e condivisibile.

14.10. Allegato L Repertorio di verifiche future per aggiornamento documentale

Il repertorio seguente individua le verifiche che potrebbero essere svolte in un futuro aggiornamento dell'audit, mantenendo l'impostazione desk-based ma integrandola con una ricerca più mirata o con dati volontariamente forniti dall'azienda. L'obiettivo è trasformare l'audit in uno strumento vivo, aggiornabile nel tempo, capace di seguire l'evoluzione della Masseria e di consolidare progressivamente la qualità delle evidenze.

L.1. Verifica annuale del sito ufficiale

Controllare l'eventuale aggiornamento delle sezioni istituzionali, delle pagine dedicate alla masseria, alle suites, alla cucina, agli eventi e alla wine experience. Verificare l'eventuale comparsa di nuove informazioni su sostenibilità, risorse, fornitori, storia del recupero o vigneti. Annotare data di consultazione e modifiche sostanziali rispetto alla versione del 20 maggio 2026.

L.2. Verifica dell'allineamento dei recapiti

Confrontare periodicamente i contatti presenti sul sito ufficiale con quelli riportati dal Comune, da VITICA e da eventuali repertori turistici. Segnalare eventuali convergenze o persistenti disallineamenti. Questa verifica, apparentemente minore, è utile per misurare la qualità della governance informativa.

L.3. Aggiornamento delle fonti comunali e regionali

Ricerca eventuali nuove schede istituzionali, repertori turistici, elenchi di operatori agrituristici o aggiornamenti su qualifiche e inquadramento amministrativo. L'obiettivo è chiarire meglio il perimetro pubblico dell'impresa e il rapporto fra denominazioni eventualmente diverse.

L.4. Aggiornamento della fonte consortile VITICA

Verificare se il Consorzio aggiorna la scheda dedicata alla Masseria, soprattutto con riferimento a vigneti, vini, ristorazione, pernottamento e recapiti. L'evoluzione della scheda potrebbe fornire informazioni più precise sull'inserimento dell'azienda nel sistema vitivinicolo locale.

L.5. Monitoraggio della stampa di settore

Raccogliere eventuali nuovi articoli su Masseria Campitelli, Favilla, wine experience, eventi gastronomici e posizionamento turistico. Distinguere chiaramente fra recensioni, comunicati, approfondimenti e cronache di eventi, attribuendo alle fonti un livello di affidabilità coerente.

L.6. Verifica di eventuali iniziative culturali o solidali

Ricerca nuovi eventi ospitati dalla Masseria con finalità culturali, territoriali o benefiche. Annotare promotore, data, tema e natura della partecipazione della struttura, evitando di attribuire all'impresa un ruolo organizzativo quando la fonte si limita a indicarla come sede.

L.7. Verifica di nuove dichiarazioni ambientali

Monitorare l'eventuale pubblicazione di contenuti su sostenibilità, fonti rinnovabili, risparmio idrico, riduzione degli sprechi, agricoltura, prodotti locali o eventi a minore impatto. In caso di comparsa di dichiarazioni nuove, classificarle con attenzione secondo il sistema A-E adottato nell'audit.

L.8. Aggiornamento del posizionamento wine resort

Verificare se il posizionamento come wine resort o country experience viene consolidato sul sito ufficiale e tradotto in pagine, pacchetti, calendari o offerte strutturate. Questo controllo è utile per capire se la tendenza osservata nelle fonti 2025-2026 si consolida o resta confinata alla comunicazione promozionale.

L.9. Verifica di dati turistici e di fruizione

Qualora l'azienda renda disponibili dati su pernottamenti, eventi, degustazioni o visitatori, incorporarli nell'audit con riferimento temporale preciso. Tali informazioni permetterebbero di misurare in modo più robusto il contributo della Masseria alla destinazione Pontelatone.

L.10. Verifica di indicatori sociali interni

Ricercare o acquisire eventuali informazioni su personale, formazione, sicurezza, welfare e inclusione. Anche dati aggregati e non sensibili sarebbero sufficienti a modificare in modo rilevante il giudizio sulla dimensione sociale interna.

L.11. Verifica delle filiere di approvvigionamento

Se l'azienda pubblicherà informazioni sui prodotti propri o sui fornitori locali, ricostruire una mappa semplificata delle filiere più rilevanti: vino, olio, ortaggi, carni, latticini, prodotti da forno, trasformati. Tale analisi rafforzerebbe il capitolo economico-territoriale.

L.12. Aggiornamento della classificazione finale

Dopo ogni aggiornamento sostanziale delle fonti o acquisizione di nuovi dati, rivalutare la classificazione B+ attribuita nel presente documento. L'eventuale crescita della trasparenza e della misurabilità potrebbe giustificare il passaggio a una classe superiore; viceversa, l'emersione di nuove incongruenze potrebbe richiedere maggiore prudenza.

L.13. Tabella operativa delle verifiche future

Verifica	Frequenza suggerita	Esito atteso
Sito ufficiale e pagine servizi	Semestrale	Individuazione di nuove disclosure o aggiornamenti dell'offerta
Fonti istituzionali	Annuale	Conferma o revisione delle informazioni di identità
VITICA e reti di settore	Annuale	Aggiornamento del legame con vigneti e vino
Stampa specializzata	Trimestrale	Monitoraggio dell'evoluzione del posizionamento
Eventi culturali e solidali	Annuale	Rafforzamento della dimensione sociale esterna
Dati ambientali e sociali	Ad ogni nuova pubblicazione	Miglioramento della valutabilità ESG
Classificazione finale	Ad aggiornamento documentale completo	Revisione motivata del giudizio di auditabilità

L.14. Nota conclusiva sul repertorio di verifiche

Il repertorio di verifiche future conferma la natura dinamica dell'audit. Le informazioni online non sono statiche e il profilo di un'impresa può evolvere rapidamente, soprattutto quando si trova in una fase di ampliamento o ridefinizione del proprio posizionamento. Nel caso di Masseria Campitelli, il monitoraggio successivo dovrebbe concentrarsi in particolare sul consolidamento della wine experience, sulla pubblicazione di dati istituzionali più chiari e sull'eventuale emersione di informazioni ambientali, sociali e di filiera oggi assenti. Il presente documento offre una base robusta per tale lavoro di aggiornamento.

14.11. Allegato M Scheda di autovalutazione sintetica per l'impresa

La scheda di autovalutazione sintetica è pensata come strumento rapido e accessibile, diverso dal questionario approfondito dell'Allegato E. Può essere utilizzata dalla direzione della Masseria per una prima presa di coscienza dei propri punti di forza e dei temi da strutturare meglio. Ogni ambito

è accompagnato da una scala di lettura qualitativa: “già documentato”, “pratica presente ma non comunicata”, “tema in sviluppo”, “dato non disponibile”. La compilazione non richiede dati sensibili e può costituire il primo passo verso una disclosure più ordinata.

Ambito	Domanda di autovalutazione	Stato
Identità istituzionale	Ragione sociale, recapiti, qualifiche e perimetro organizzativo sono esposti in modo completo e aggiornato?	☐ già documentato ☐ presente ma non comunicato ☐ in sviluppo ☐ non disponibile
Storia e recupero della Masseria	La storia dell'edificio e le principali tappe del recupero sono raccontate in modo organico?	☐ già documentato ☐ presente ma non comunicato ☐ in sviluppo ☐ non disponibile
Compendio rurale	Superficie complessiva, verde, vigneti e altre destinazioni d'uso sono descritti in modo univoco?	☐ già documentato ☐ presente ma non comunicato ☐ in sviluppo ☐ non disponibile
Casavecchia e vigneti	Il legame con il Casavecchia è spiegato in una sezione dedicata e sufficientemente precisa?	☐ già documentato ☐ presente ma non comunicato ☐ in sviluppo ☐ non disponibile
Prodotti propri	I prodotti coltivati o ottenuti nella Masseria e utilizzati in cucina sono elencati o esemplificati?	☐ già documentato ☐ presente ma non comunicato ☐ in sviluppo ☐ non disponibile
Fornitori locali	Esiste una descrizione, anche sintetica, delle principali collaborazioni agroalimentari territoriali?	☐ già documentato ☐ presente ma non comunicato ☐ in sviluppo ☐ non disponibile
Energia	L'azienda misura o comunica almeno alcuni elementi di efficienza energetica o uso di rinnovabili?	☐ già documentato ☐ presente ma non comunicato ☐ in sviluppo ☐ non disponibile
Acqua	Sono note pratiche di riduzione, recupero o gestione efficiente dell'acqua?	☐ già documentato ☐ presente ma non comunicato ☐ in sviluppo ☐ non disponibile
Rifiuti e scarti	Sono presenti procedure o scelte pubblicamente comunicabili su rifiuti, organico e sprechi alimentari?	☐ già documentato ☐ presente ma non comunicato ☐ in sviluppo ☐ non disponibile
Eventi responsabili	La Masseria ha definito linee guida per ridurre l'impatto dei ricevimenti e delle cerimonie?	☐ già documentato ☐ presente ma non comunicato ☐ in sviluppo ☐ non disponibile
Wine experience	L'esperienza legata a vino, cena, soggiorno e vigneti è descritta in forma ufficiale e stabile?	☐ già documentato ☐ presente ma non comunicato ☐ in sviluppo ☐ non disponibile
Persone	Numero di addetti, formazione e attenzione alla sicurezza sono resi visibili in forma aggregata?	☐ già documentato ☐ presente ma non comunicato ☐ in sviluppo ☐ non disponibile
Comunità	Le iniziative culturali, solidali o territoriali ospitate sono raccolte in modo ordinato?	☐ già documentato ☐ presente ma non comunicato ☐ in sviluppo ☐ non disponibile
Indicatori annuali	L'azienda dispone di un mini-cruscotto di indicatori aggiornabile nel tempo?	☐ già documentato ☐ presente ma non comunicato ☐ in sviluppo ☐ non disponibile

M.1. Come leggere la scheda di autovalutazione

La scheda può essere letta in modo semplice. Gli ambiti marcati come “già documentato” rappresentano punti di forza comunicativi oltre che gestionali. Gli ambiti “presenti ma non comunicati” sono, probabilmente, le aree più facili da migliorare: richiedono soprattutto un lavoro di messa a sistema delle informazioni. Gli ambiti “in sviluppo” indicano traiettorie che l'azienda sta eventualmente costruendo e che potrebbero diventare oggetto di futura disclosure. Gli ambiti “non disponibili” segnalano, invece, dati non ancora raccolti o non immediatamente utilizzabili.

L'utilità principale della scheda sta nel far emergere la differenza fra assenza di pratica e assenza di comunicazione. Molti gap individuati dall'audit potrebbero dipendere dalla seconda situazione:

pratiche già presenti ma non rese visibili. Distinguere questi casi è importante perché consente di impostare un miglioramento proporzionato. Non sempre serve introdurre una nuova misura; talvolta basta raccontare con precisione ciò che già si fa.

M.2. Priorità suggerite a partire dalla scheda

Qualora la Masseria compilasse la scheda, le priorità di intervento potrebbero essere individuate secondo tre criteri: facilità di pubblicazione, rilevanza per la sostenibilità, coerenza con il posizionamento aziendale. Da questo punto di vista, gli ambiti da affrontare per primi sono generalmente: identità istituzionale; compendio rurale; Casavecchia e vigneti; prodotti propri e fornitori locali; wine experience; principali scelte su energia, acqua e rifiuti. Si tratta di informazioni che migliorano al tempo stesso trasparenza, credibilità e qualità narrativa.

14.12. Allegato N Quadro finale delle opportunità di miglioramento

L'ultimo allegato sintetizza le opportunità di miglioramento emerse dall'audit non come criticità isolate, ma come leve di sviluppo. La Masseria possiede già una proposta forte e distintiva; il lavoro suggerito riguarda soprattutto la possibilità di consolidarla, renderla più trasparente e accompagnarla con evidenze capaci di sostenere nel tempo la reputazione dell'impresa. Le opportunità sono state ordinate in cinque macro-aree: comunicazione istituzionale, ambiente, filiere, persone, territorio.

N.1. Comunicazione istituzionale

La prima opportunità consiste nel rafforzare la componente istituzionale del sito e dei materiali pubblici. Questo non significa indebolire il tono evocativo della comunicazione, ma affiancargli una base più chiara: chi è l'impresa, qual è il suo perimetro, quali servizi gestisce direttamente, quali sono i recapiti ufficiali, quali qualifiche possiede, quali sono le tappe principali del progetto. Una comunicazione istituzionale ordinata rappresenta un investimento reputazionale: rende l'azienda più credibile verso stakeholder pubblici, partner territoriali, clienti attenti alla trasparenza e future attività di audit o rendicontazione.

N.2. Ambiente e risorse

La seconda opportunità riguarda il passaggio dalla sostenibilità paesaggistica alla sostenibilità operativa. La Masseria possiede un'immagine fortemente connessa alla natura e al verde; pubblicare alcune informazioni su energia, acqua, gestione del verde, rifiuti e sprechi renderebbe tale immagine più solida. Anche interventi già presenti ma non comunicati potrebbero acquisire valore se descritti con sobrietà. Un pannello informativo sul sito, una scheda annuale o una sezione FAQ potrebbero bastare per avviare il percorso. La finalità non è produrre una rendicontazione complessa, ma mostrare una attenzione concreta alle risorse che sostengono l'esperienza aziendale.

N.3. Filiere e prodotti

La terza opportunità concerne la cucina e la valorizzazione dei prodotti. L'attuale comunicazione dispone già di una base promettente, perché richiama ingredienti coltivati nelle terre della Masseria e una più ampia attenzione alla materia prima. Il passo successivo sarebbe esplicitare meglio

questa relazione: quali prodotti provengono dal compendio, quali da fornitori locali, come la stagionalità entra nei menu, quali identità gastronomiche del territorio vengono valorizzate. In questo modo la cucina diventerebbe non solo elemento di qualità percepita, ma anche strumento di sviluppo economico-territoriale e di sostegno alle microfilieri locali.

N.4. Persone e organizzazione

La quarta opportunità riguarda la dimensione sociale interna. L'esperienza degli ospiti è il risultato del lavoro di molte figure professionali; rendere visibile, almeno in forma aggregata, l'attenzione a formazione, sicurezza e competenze aiuterebbe a completare il profilo di sostenibilità. Non è necessario pubblicare dati sensibili: basterebbe un linguaggio concreto, supportato da pochi indicatori essenziali, per mostrare che la qualità del servizio si fonda anche sulla qualità dell'organizzazione. Questo aspetto è particolarmente importante in un'impresa che opera nell'accoglienza e negli eventi, dove la professionalità delle persone rappresenta parte integrante del valore offerto.

N.5. Territorio e comunità

La quinta opportunità consiste nel trasformare il contributo al territorio da effetto implicito a programma più leggibile. La Masseria è già riconosciuta da Comune, consorzi e stampa come luogo di valore; potrebbe consolidare tale ruolo raccogliendo le proprie iniziative culturali e solidali, promuovendo eventi dedicati al Casavecchia o alla ruralità locale, collaborando con produttori e associazioni, o sostenendo percorsi di conoscenza del territorio. In questo modo il rapporto con Pontelatone diverrebbe ancora più strutturato e la Masseria potrebbe essere percepita non solo come eccellenza privata, ma come attore di crescita collettiva.

N.6. Quadro riepilogativo delle opportunità

Macro-area	Opportunità prioritaria	Beneficio atteso
Comunicazione istituzionale	Pagina chiara su identità, perimetro e dati ufficiali	Maggiore affidabilità e coerenza delle fonti
Ambiente	Scheda su energia, acqua, rifiuti e gestione del verde	Migliore valutabilità della sostenibilità operativa
Filiere	Indicazione di prodotti propri e fornitori locali	Rafforzamento del valore economico-territoriale
Persone	Dati aggregati su addetti, formazione e sicurezza	Completamento della dimensione sociale interna
Territorio	Archivio di iniziative culturali e comunitarie	Maggiore riconoscibilità del contributo collettivo

N.7. Conclusione dell'Allegato N

Le opportunità individuate non chiedono alla Masseria di cambiare natura, ma di rendere più leggibile ciò che già la rende distintiva. Il modello Campitelli appare forte perché intreccia bellezza del luogo, memoria rurale, ospitalità e territorio. La sua evoluzione sostenibile passa ora dalla capacità di accompagnare questo patrimonio con una trasparenza più matura. In tale prospettiva, il presente audit non costituisce soltanto una fotografia dello stato attuale, ma anche una base di lavoro per un possibile percorso di miglioramento, coerente con la Green Community Monte Maggiore e con le esigenze future di imprese sempre più chiamate a dimostrare, oltre che a raccontare, il proprio valore.

14.13. Allegato O Nota metodologica finale sulla comparabilità dell'audit

Il presente allegato chiarisce il principio di comparabilità che ha guidato l'elaborazione dell'Audit di Masseria Campitelli. Il documento è stato costruito assumendo come riferimento strutturale l'audit di Cantine Alois allegato dal committente, ma senza trasferire meccanicamente categorie o valutazioni da un caso all'altro. La comparabilità richiede, infatti, che imprese diverse siano analizzate con un medesimo impianto metodologico, non che producano risultati identici o che siano lette secondo la medesima logica settoriale. Cantine Alois è una realtà vitivinicola con un patrimonio informativo molto ricco su vigneti, vitigni, vini, eventi e reputazione di mercato; Masseria Campitelli è invece una struttura multifunzionale di ospitalità rurale, eventi, ristorazione e wine experience. L'audit conserva le stesse quattro dimensioni di fondo ambientale, sociale, economico-territoriale, culturale e identitaria ma le declina in modo coerente con la natura specifica dell'impresa.

La prima regola di comparabilità adottata è stata la separazione fra evidenza e interpretazione. Ogni giudizio espresso nel documento si fonda su un'informazione pubblicamente reperita, su una convergenza fra fonti o su una inferenza esplicitamente qualificata come tale. Questo principio impedisce di attribuire alla Masseria pratiche non documentate e consente, al tempo stesso, di valorizzare correttamente elementi che emergono con forza dalle fonti: recupero del patrimonio rurale, legame con i vigneti di Casavecchia, articolazione dell'offerta, funzione di attrazione e relazione con il territorio. La comparabilità fra audit si misura, quindi, nella disciplina del metodo e non nella quantità di giudizi positivi attribuiti.

La seconda regola riguarda l'equilibrio fra sostenibilità territoriale e sostenibilità prestazionale. In entrambi gli audit, la sostenibilità territoriale può risultare molto forte anche quando gli indicatori ESG quantitativi sono limitati. Tuttavia, questa forza non sostituisce la misurazione degli impatti. Nel caso Campitelli, il documento riconosce un profilo molto positivo per paesaggio, recupero edilizio e identità culturale, ma mantiene prudenza su energia, acqua, rifiuti, agricoltura, lavoro e filiere. Tale scelta metodologica consente di evitare due errori opposti: svalutare un'impresa solo perché non dispone di reporting avanzato; oppure sovrastimarla perché possiede una narrazione territoriale convincente.

La terza regola concerne la classificazione finale. Il giudizio B+ attribuito a Masseria Campitelli non rappresenta un confronto gerarchico semplicistico con altre aziende, ma una valutazione della sua auditabilità online alla data del 20 maggio 2026. L'impresa possiede una base informativa solida e consente un'analisi approfondita; tuttavia, rispetto a un profilo classificabile in fascia più alta, presenta margini di miglioramento nella formalizzazione dell'identità organizzativa e nella pubblicazione di dati operativi. La classificazione potrà essere aggiornata in futuro, qualora l'azienda renda disponibili informazioni aggiuntive. In questo senso, il rating di auditabilità non è un marchio statico, ma una fotografia temporanea della qualità documentale.

La quarta regola riguarda l'adattamento degli allegati. Il modello Alois prevede strumenti di sintesi, matrici di auditabilità e repertori iconografici. Nel caso Campitelli, tali strumenti sono stati mantenuti e ampliati con questionari, linee guida, scenari evolutivi, indicatori suggeriti e schede di autovalutazione. L'ampliamento non altera la comparabilità del documento, ma risponde alla

natura della Masseria e alla necessità di offrire un apparato operativo utile a una possibile fase successiva di accompagnamento. La struttura principale dell'audit resta perfettamente riconoscibile; gli allegati aggiuntivi ne aumentano la funzione di supporto e la capacità di generare miglioramento.

Infine, la comparabilità richiede attenzione alla temporalità delle fonti. Il caso Campitelli è particolarmente sensibile a questo aspetto perché alcune fonti del 2025-2026 mostrano un'evoluzione dell'offerta verso una formula più marcata di wine resort ed esperienza integrata. L'audit ha quindi privilegiato le fonti più recenti quando si trattava di descrivere il posizionamento attuale, senza tuttavia cancellare materiali più datati utili a ricostruire eventi sociali, presenza istituzionale o repertori di ospitalità. Questa scelta consente di restituire un profilo aggiornato, distinguendo ciò che appare consolidato da ciò che è in fase di sviluppo. Anche sotto questo profilo, il documento è coerente con il metodo adottato per gli altri audit del progetto.

O.1. Principi riassuntivi della comparabilità

Principio	Applicazione nel presente audit
Medesimo impianto metodologico	Quattro Parti, capitoli tematici, griglie, gap, giudizio finale e allegati.
Adattamento al settore specifico	Lettura di eventi, ospitalità, ristorazione e wine experience in luogo della produzione vitivinicola pura.
Distinzione fra evidenza e inferenza	Ogni valutazione è fondata su fonti o qualificata come interpretazione.
Separazione fra territorio e performance ESG	Punti di forza territoriali riconosciuti senza sostituire i dati ambientali e sociali mancanti.
Classificazione aggiornabile	Il giudizio B+ fotografa lo stato delle fonti al 20 maggio 2026.
Temporalità delle fonti	Priorità alle fonti recenti per il posizionamento attuale, uso prudente delle fonti storiche o repertoriali.

O.2. Chiusura metodologica

La nota finale conferma che l'Audit di Masseria Campitelli è pienamente confrontabile, per impostazione e rigore, con il modello di riferimento, pur essendo stato calibrato sulla specificità dell'impresa. La scelta di non appiattire la Masseria su una logica estranea al suo modello quella di una cantina produttiva in senso stretto consente di valorizzarne correttamente il ruolo nel territorio e, allo stesso tempo, di evidenziare in modo trasparente ciò che resta da documentare. La comparabilità, in definitiva, non nasce dall'uniformità dei casi, ma dalla coerenza del metodo applicato a realtà differenti.