



ITE "LIBERO DE LIBERO" di FONDI (Lt)



Società accreditata presso il MIUR con  
Decr. 05/07/2013 per le attività di formazione  
dei docenti D.M. 90 del 01/12/2003



# Progetto "MORIN"

*Edgar Morin:*

*...meglio una testa ben fatta che una testa ben piena!*

# La rilevazione dei fabbisogni

Il fabbisogno è stato messo a fuoco attraverso un processo di analisi sviluppatosi tra i due Docenti che all'interno dell'Istituto si occupano di Orientamento nel ruolo di Funzioni Strumentali



# La proposta progettuale



Programma per gli studenti delle classi IV dei due indirizzi diversi presenti nella scuola: quello turistico e quello informatico/aziendale

**PER**

orientare verso alla vita,  
allo studio e al lavoro





**PER**

Far acquisire a ciascun partecipante un metodo per progettare il proprio futuro e acquisire con autonomia le proprie conoscenze e le proprie sicurezze.

# PER

Gli **Adulti** potessero  
consapevolizzare la propria  
responsabilità di essere parte di  
una **SOCIETÀ EDUCANTE**

**Costruire una condizione nella quale**





**PER**

**Costruire una condizione nella quale**

**i Giovani potessero conoscere gli adulti che hanno potere sul territorio, con le loro speranze, motivazioni e debolezze e gli adulti potessero nel loro ruolo istituzionale**

# Il processo di ORIENTAMENTO **DIVENTA**

- ▶ un supporto nel processo di valutazione e orientamento degli studenti,
- ▶ un'azione di sviluppo delle competenze nel campo del marketing territoriale,
- ▶ un'acquisizione di capacità progettuali finalizzate alla professionalizzazione



## IL PROGRAMMA

Il programma che si è inteso perseguire è stato articolato in tre fasi:

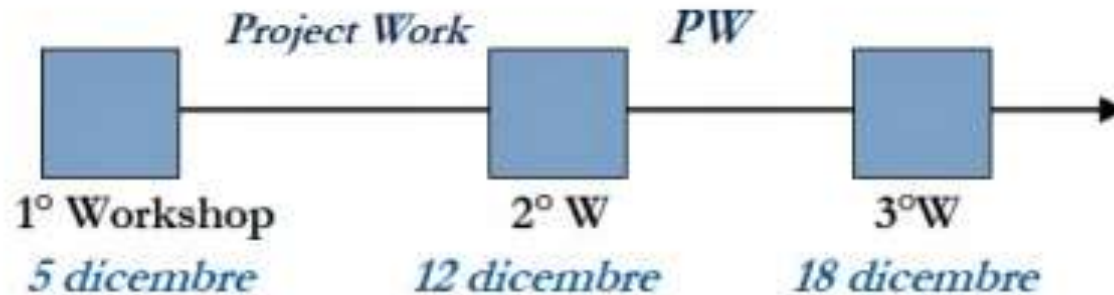
1. **la preparazione del corpo docente** ad usare la metodologia della formazione intervento e ad acquisire un approccio tipico del modello dell'Organizzazione territoriale
2. **l'attivazione di un processo di consapevolezza** da parte di ciascun individuo del proprio potenziale e del modo con cui ciascuno studente assume le decisioni per il proprio futuro
3. **la realizzazione di un percorso di progettazione partecipata** per la valorizzazione dei beni del territorio in chiave di marketing territoriale. Questa operazione è servita a prendere coscienza delle potenzialità del contesto locale, conoscere gli attori che gestiscono i gangli della vita sociale e produttiva del territorio e sollecitare in loro un interessamento reale del destino lavorativo dei giovani.

Il programma è stato formalizzato il 12 ottobre 2013.



*Sede  
del programma*

# La Formazione dei Docenti



Il programma ha consentito ai docenti di prendere confidenza con il marketing territoriale, con la metodologia della formazione-intervento, con gli strumenti informatici da utilizzare e di prevedere come meglio predisporre l'intervento, la struttura e gli strumenti per i giovani studenti.



# PROGETTO MORIN

## CAMPUS ORIENTAGIOVANI

PROGETTAZIONE PARTECIPATA



## Marketing Territoriale



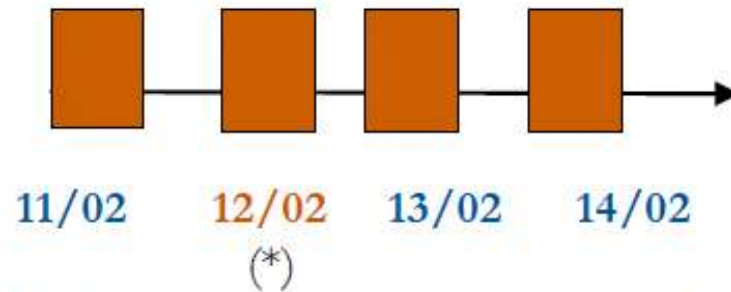
## Orientamento

con la metodologia della Formazione-Intervento

# IL MANIFESTO DEL CAMPUS

# II CAMPUS ORIENTAGIOVANI

Schema del Campus di Marketing Territoriale



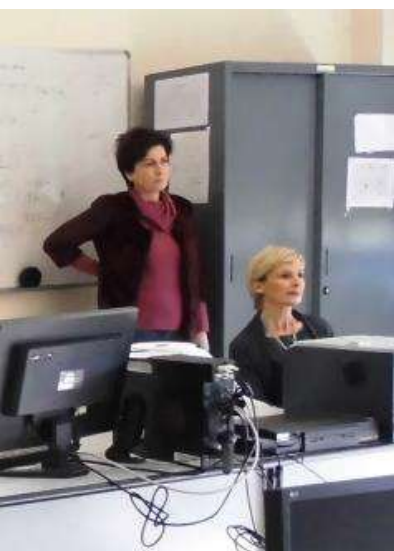
*(\*) La mattina del giorno 12 i giovani sono stati impegnati nella rilevazione dei beni e servizi da rappresentare e si sono recati negli Enti di specifico interesse.*



26 studenti

8 gruppi di progetto

2 docenti  
Tutor di  
orientamento



1 Consulente di processo

1 Metodologo

## GRUPPI DI PROGETTO



Gruppo A Baldascino, Teseo, D'Ambrosio, Mangolini  
Tema - Via Francigena



Gruppo B Di Meola, Capotosto, Iuliano  
Tema - Ricettività



Gruppo C Spera, Vozza, De Biase  
Tema - Centro storico e chiesa di San Domenico  
(auditorium)



Gruppo D Pietrosanto, Andreoli, Rosati  
Tema - San Magno e Azienda Agricola. Arance



Gruppo E Aversano, Fiore, Paoletta  
Tema - Mozzarella e Azienda Paoletta



Gruppo F - Nocella, Ciccarelli, Sidarava  
Tema - Lago di Fondi e Consorzio di Bonifica



Gruppo G Fasolo, Muccitelli, Grossi  
Tema - Giudea e Parco Settecannelle



Gruppo H Antonelli, Di Fazio, Di Perna, Addressi  
Tema - Museo Civico e Castello Baronale

# La metodologia e la Progettazione Partecipata

I giovani hanno seguito il percorso tipico della progettazione partecipata seguendo le **fasi di sviluppo del progetto**:

- scenario,
- obiettivo,
- analisi,
- benchmarking,
- progettazione
- apprendimento.



Ogni gruppo ha dunque analizzato cosa era già riportato, in termini descrittivi, sul portale web di marketing territoriale ([www.marketing.territoriale.it](http://www.marketing.territoriale.it)) , circa il bene prescelto, hanno rilevato le informazioni circa il bene direttamente sul territorio attraverso visite in campo e interviste con gli interlocutori necessari, hanno scattato fotografie e acquisito documentazione di vario genere, hanno confezionato una specifica presentazione in chiave di marketing territoriale e l'hanno caricata sul portale web.

# Lo strumento web www.marketing.territoriale.it

## Portale di Marketing Territoriale dei Comuni Italiani

[Vecchia versione](#)

Castelforte ed il suo territorio (Lt)



[Registrazione gratuita](#)

Username: digregorio

Password: ●●●●●●●●

[Accedi](#)

### Territorio

- Enti pubblici
- Aree industriali
- Infrastrutture
- Info territoriali
- Aree distintive
- Offerte immobiliari

### Servizi

- SUAP
- URP
- Sportelli per l'imprenditore
- Strutture di formazione
- Leggi

### Imprese & Associazioni

### Benvenuto sul Portale di Marketing nazionale

Attualmente ci sono **242** imprese private e **2** enti pubblici registrati al portale.

L'ultima impresa ad essersi registrata è stata **EDIL.TRA.MO.TER s.r.l.**

**Registra la tua impresa e sponsorizza la tua attività nel territorio**

### Servizi offerti

Sono registrati **2 sportelli per l'imprenditore**

Sono proposti **0 corsi di formazione**

Sono presenti **0 offerte immobiliari**

### Ultime news

[archivio news](#)

11/03/2011  
**I giovani di "Si Può Fare" terminano la loro formazione**

08/01/2011  
**Selezione di giovani a Coreno Ausonio per il laboratorio di marketing territoriale nella biblioteca**

Cerca



Cerca

Navigatore



Sezione

Sottosezione



# Le Visite al Territorio

I giovani sono stati preparati per avvicinare il territorio e per farlo hanno loro stessi effettuato una rilevazione sul campo

Sono stati preceduti da lettere agli enti e alle organizzazioni interessate dai progetti

Sono stati accompagnati dalla staff docente





**1° Gruppo del Palazzo del Principe Caetani e Colonna Gonzaga e della ex Chiesa di San Domenico, oggi Auditorium ha avuto il supporto di una Guida turistica.**



2° Gruppo del Castello e del Museo Civico ha interloquito con il Prof. Quadrino.





**3° Gruppo – Beni Culturali MONASTERO SAN MAGNO e  
prodotto locale ARANCIA BIONDA**



**4° Gruppo** della Bonifica e del Lago ha parlato prima con il sig. Conti per il parco che gestisce il Lago al palazzo del Principe; poi presso la sede del consorzio con il Presidente, con il Vice presidente e con alcuni tecnici del Consorzio della Bonifica. Questi ultimi poi li hanno poi accompagnati nella visita alle idrovore sul lago.



# 5° Gruppo – Le strutture Ricettive



*B&B Villa Anita – Proprietaria sig.ra Conti*



*Hotel del Conte – Proprietaria Sig.ra Ciarlone*



**6° Gruppo** – Prodotto tipico, Mozzarella di Bufala DOP dell’Azienda PAOLELLA. Il Gruppo ha intervistato i proprietari



# 7° Gruppo sulla Via Francigena ha intervistato un Archeologo il dott. De Bonis di Monte San Biagio



# 8° Gruppo – Quartiere Giudaico e il Parco delle Settecannelle



*Giudea, intervista al sig. Andolfi*



*Al Parco ha dato illustrazioni il personale addetto*





# Testimonianze in aula



**Giovani Archeologhe** del territorio che si sono specializzati come Animatori della Via Francigena con la Metodologia della Formazione-Intervento e si sono costituite in Associazione ,denominata VOLARE, per lavorare sul territorio per la sua promozione

*La testimonianza è stata predisposta per mostrare agli studenti dell'istituto come i giovani si impegnano per cercare la propria strada di studio e di lavoro*

# Il comune di Fondi Assessore allo sviluppo economico



Ha salutato e incoraggiato i giovani

# Ha ascoltato le loro rilevazioni sui beni del territorio



*Interventi e presentazioni degli 8 gruppi*

*Per questa visita i giovani sono stati preparati tramite un RolePlayng dal Metodologo*

# L'orientamento in Assessment

## 1° Workshop

**A monte** del programma formativo per illustrare le finalità dell'iniziativa di progettazione partecipata sul marketing territoriale che si sarebbe sviluppata subito dopo ma anche per chiedere agli studenti di esprimere a sé stessi e agli altri ciò che contano di possedere in termine di caratteristiche, conoscenze e competenze.



# I profili

per illustrare le finalità dell'iniziativa di progettazione partecipata sul marketing territoriale che si sarebbe sviluppata subito dopo ma anche per chiedere agli studenti di esprimere a sé stessi e agli altri ciò che contano di possedere in termine di caratteristiche, conoscenze e competenze.

## Progetto MORIN - CAMPUS ORIENTAGIOVANI

### Profili studenti 30 gennaio 2014



**AZZURRI Serena**, 17 anni, vive a Fondi con i genitori, 1 fratello e 1 sorella. Lavora in casa solo il papà muratore.  
Si è iscritta a questa scuola perché le è subito interessata la faccenda di materie come Diritto, Economia e le lingue straniere ed è soddisfatta dell'esperienza svolta. Le discipline preferite ed in cui riesce meglio sono il Diritto, la Geografia e la lingua Francese.  
Lo studio per lei serve soprattutto a crescere e prepararsi per il futuro.  
Non ha conoscenze di Marketing, sa usare poco il PC ed ha imparato a scuola e con l'aiuto dei familiari che è appassionato del settore. Ha un profilo FB perché è affascinata dall'idea del contatto in tempo reale con gli amici.  
Dichiara di conoscere abbastanza il territorio, i suoi beni culturali e le produzioni tipiche.  
Sarebbe interessata a lavorare sul territorio perché vuole poter bloccare questo flusso di persone che vanno via.

Ha pensato di iscriversi all'Università Suor Orsola Benincasa di Napoli alla Facoltà di Giurisprudenza. Pensa che per trovare un lavoro servono conoscenze; che vorrà un lavoro proprio per cui si deve preparare e vorrebbe parlare con qualche uno che potrebbe aiutarla a capire di più.

Dal percorso di orientamento si aspetta come persona di maturare, come studente di capire metodi di apprendimento e di formarsi in modo da poter scegliere ad ogni offerta lavorativa, di migliorare il proprio metodo di studio; sapere di più sul proprio territorio tanto da poter creare un proprio futuro.



**ANDREOLI Eleonora**, 17 anni, vive a Fondi con la madre, 1 fratello e 1 sorella.  
Si è iscritta a questa scuola per conoscere il territorio e studiare le lingue ed è soddisfatta dell'esperienza svolta perché pensa di avere molte opportunità di lavoro.  
Le discipline preferite sono Storia, Storia dell'arte, Matematica e quelle in cui riesce meglio sono, oltre a quelle citate, Geografia.  
Lo studio per lei serve soprattutto a crescere e prepararsi per il futuro.  
Ha conoscenze di Marketing di base acquisite nel biennio, sa usare il PC ed ha imparato a scuola. Ha un profilo FB per tenerli in contatto con gli amici.  
Dichiara di conoscere abbastanza il territorio, i suoi beni culturali e le produzioni tipiche.  
Sarebbe interessata a lavorare sul territorio. Non ha pensato se iscriversi all'Università.  
Per trovare lavoro pensa sia di fare concorsi e provare ad avere un posto pubblico, sia di prepararsi ad avere una propria attività imprenditoriale.

Dal percorso di orientamento si aspetta acquisire le sue conoscenze; come studente si aspetta di crescere; per migliorare il proprio metodo di studio vuole acquisire ed elaborare nuove conoscenze.



**ANTONELLI Maria Ma**, figlia unica. Anni 18, abita a Fondi con i genitori (parenti dipendenti pubblici) e ha amici che incontra spesso in piazza.  
Ha scelto la scuola per la vicinanza a casa su forte sollecitazione della famiglia. Iscritta al 4° anno è contenta del percorso di studi.  
Le discipline in cui ha maggior successo e che l'hanno maggiormente interessata sono: lettere, diritto ed economia politica. Non ha conoscenze di Marketing e poca dell'uso dei programmi pt. office che ha imparato a scuola. Ha un profilo Facebook per restare in contatto con amici soprattutto quelli lontani.  
Leggere e parlare per avere un voto è la sua descrizione dell'intendimento dello studio.  
Dal territorio, dei suoi beni culturali e delle produzioni tipiche conosce abbastanza.  
Non ha pensato se iscriversi all'Università né se se le interessa lavorare su questo territorio per il suo miglioramento. Pensa che per trovare un lavoro servono conoscenze.

Dal percorso di orientamento si aspetta di migliorare come persona e come metodo di studio, acquisire nuove conoscenze e conoscere di più il territorio.

# Il Questionario

Per rilevare:

- come è avvenuta la scelta alla scuola che i giovani frequentano
- gli indirizzi che avevano scelto,
- le prime domande che si sono poste sulle scelte future
- il contesto familiare e amicale

E per poter accoppiare al meglio i giovani su specifici progetti di marketing territoriale scelti nel ventaglio delle alternative possibili.

## QUESTIONARI DI INGRESSO

Nome ..... Cognome .....

Età ..... Abito a .....

I miei amici li vedo nella mia città

 Sì dove .....  NO dove .....

Insieme ci occupiamo/ci interessiamo di .....

## Famiglia

 Vivo con entrambi i genitori  Vivo con mia madre  Vivo con mio padre Fratelli ..... N° .....  Sorelle ..... N° .....  Figlio unico .....

Madre (nome e cognome) .....

indicare età ..... titolo di studio .....

Lavoro .....

## Padre

indicare età ..... titolo di studio .....

Lavoro .....

Sono nato in Italia  Sì  No

Se NO

1 La nazione da cui provengo .....

2 Da quanti anni sono in Italia .....

3 Ho abitato altrove in Italia prima di stare in questa città

 Sì Dove ..... No

## LA SCUOLA

1 Perché mi sono iscritto a questa scuola .....

2 Sono al 4° anno, se dovessi iscrivermi lo rifarei

 Sì perché ..... No perché ..... Non saprei perché .....

3 Quali discipline tra quelle studiate mi ha interessato maggiormente

1 .....

2 .....

3 .....

4 In quale/i discipline ho la votazione migliore

1 .....

2 .....

3 .....

5 Scegli tra queste parole quella che meglio descrive come tu intendi lo STUDIO:

- Noia  
 Dovere  
 Leggere e Ripetere per avere un voto  
 Crescere e prepararmi al mio futuro  
 Non so  
 Altro .....

6 Ho conoscenze di base di Marketing

 No  Sì quali autori conosci .....

7 So usare il pc e i programmi Office

 sì  no  poco

Dove e da chi ho imparato .....

8 Ho un profilo Facebook

 sì  no perché .....

## RAPPORTO CON IL TERRITORIO

9 Conosci il territorio del tuo comune

 Niente  qualcosa  abbastanza  molto

10 Conosci i beni culturali del territorio del tuo comune

 Niente  qualcosa  abbastanza  molto

11 Conosci i le produzioni tipiche del territorio del tuo comune

 Niente  qualcosa  abbastanza  molto

## PER IL TUO FUTURO

12 Mi interesserebbe lavorare in futuro su questo territorio per il suo miglioramento

 sì  no  non so perché .....13 Hai pensato a iscriverti all'Università  sì  no  non ci ho pensato

Se sì, Quale facoltà ..... in quale Università .....

Se NO, perché .....

14 Come penso di trovare lavoro

- 1 Attraverso conoscenze  
 2 Penso di fare concorsi e avere un posto pubblico  
 3 Vado via da qui appena possibile  
 4 Continuo il lavoro che fa la mia famiglia  
 5 Penso di creare una mia realtà di impresa e mi voglio preparare per farlo  
 6 Non ci ho pensato e non mi va di pensarci  
 7 Vorrei parlarne a qualcuno che mi possa aiutare a capirne di più

15 Come giovane studente cosa ti aspetti da questo percorso di Orientamento

Come persona .....

Come studente .....

Come metodo di studio .....

Come conoscenza del territorio .....

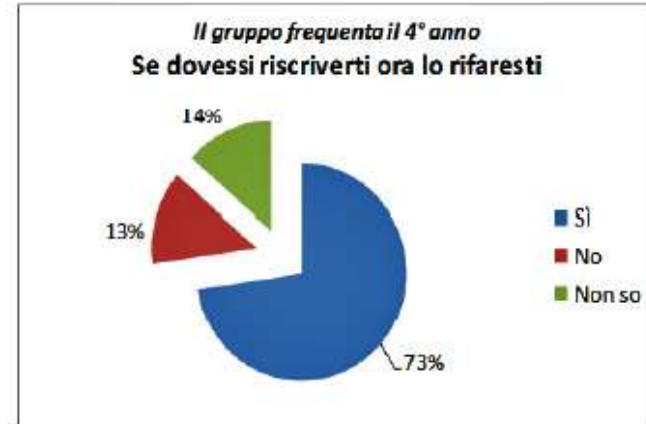
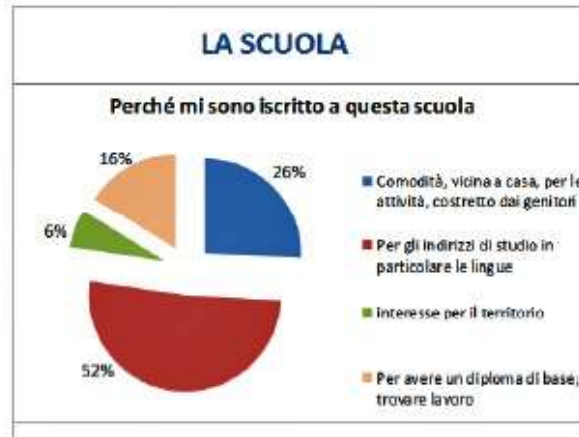
# La rappresentazione

ITC Libero De Libero

**CAMPUS ORIENTAGIOVANI**  
30 gennaio 2014

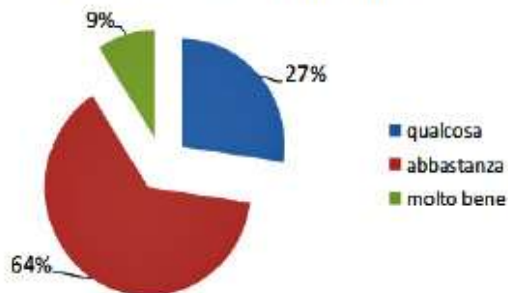


**Questionario d'ingresso**  
Classi IV



## Rapporto con il territorio

**Conosci il territorio del tuo comune**



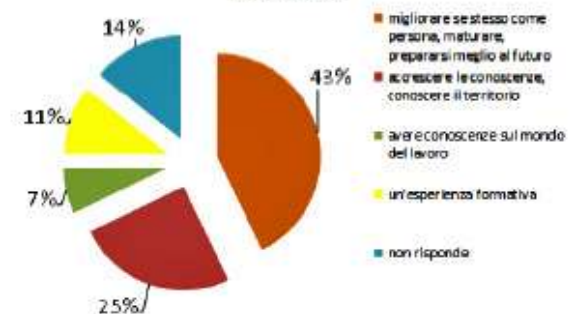
## IL FUTURO

**Interesse a lavorare in futuro sul territorio per il suo miglioramento**



## Cosa mi aspetto da questo programma

**Come PERSONA**





I due strumenti hanno costituito la base di lavoro per la conoscenza dei giovani e della loro motivazione allo studio e alla scelta della scuola.

In questo modo ci si è potuti confrontare con il dichiarato di ciascuno e confrontarlo con i risultati sia della rilevazione oggettiva (questionario) sia delle osservazioni della staff, sia del contributo dei docenti dell'orientamento per il "colloquio" personale post-Campus, 2° giorno di Assessment

## 2° Workshop

Sulla scorta dei profili individuali, dell'esercizio effettuato nel pomeriggio del secondo workshop, effettuato il 12 di febbraio, dei colloqui individuali effettuati nel pomeriggio del 14 febbraio, dell'osservazione dei comportamenti assunti dagli studenti durante le attività in aula e delle interlocuzioni avute durante le visite sul territorio, la consulenza ha ricavato una valutazione generale che ha espresso in plenaria a tutti gli studenti riuniti nella sala della biblioteca

# Assessment



# Convegno per il coinvolgimento della società educante

finalizzato a mostrare il lavoro di progettazione effettuato dai giovani e a ricavare un impegno collettivo a costituire una comunità educante e a interagire con maggiore consapevolezza con la Scuola e i problemi dell'orientamento e poi dell'occupazione dei giovani.

# La preparazione dei giovani per il convegno

La predisposizione del convegno finale è stata realizzata con gli stessi ragazzi in una mattinata a questo dedicata.



Dopo un proficuo dibattito è condiviso che tra le opportunità che i 26 studenti possono cercare di cogliere le seguenti sono sembrate quelle più evidenti:

- far conoscere le competenze che l'Istituto prepara così che il contesto sia incentivato ad usarle
- acquisire la fiducia delle istituzioni e delle imprese di poter dare un contributo professionale utile
- sollecitare le istituzioni a investire sul turismo e a credere nei giovani per svilupparlo concretamente e non solo a parole



# Quanto realizzato

è stato presentato  
attraverso i lavori  
dei giovani  
pubblicati on line

## Portale di Marketing Territoriale dei Comuni Italiani



Ultima news: [archivio news](#)  
**MANIFESTAZIONI | 02/05/2012:**  
5 giornata nazionale dei Comuni Principati

Informazioni comunali:  
- Sede comunali  
- Dove mangiare  
- Dove dormire  
- Luoghi della religione

Cerca:   
Cerca

Cerca per area districa  
Cerca per località

Navigazione:  
Sezione:   
Geolocalizzazione:  
  
Termini e condizioni d'uso

Accedi

Usa nome: \_\_\_\_\_ Password: \_\_\_\_\_

[Scheda ente](#)

### TERRITORIO

Enti pubblici presenti sul territorio

#### COMUNE DI FONDI

Popolazione: 27.952  
Superficie: 142,45 km<sup>2</sup>  
Altizza sul livello del mare: 6 m  
P.IVA: 01051770598  
C.R.: 6002590504  
Sede legale: Piazza Municipio, 04022 Fondi (LT)  
Tel.: 0771.9071  
Site web: <http://www.comunefondi.it/>



Situata nel sud pontino a metà strada tra Roma e Napoli la città di Fondi si estende sull'omonima pianura ai piedi dei monti Aurunci e Ausoni, ad ovest a sud verso il mar Tirreno. La pianura risulta ricchissima di acque, con la presenza di oltre venti sorgenti a tre laghi. La ricchezza idrica ha reso necessarie ingenti opere di bonifica, iniziate già nel VIII secolo e concluse solo nella prima metà del Rinascimento. Bonifica che venne trasformata in territorio paludoso in una fertile zona agricola e in uno spazio naturalistico di grande attrattività oggi gestito dal Consorzio della Bonifica di Fondi e dal Parco Naturale dei Monti Aurunci.

Il lago di Fondi (che oggi fa parte dell'area del Monumento naturale del lago di Fondi), ha una superficie di circa 2,8 km<sup>2</sup>, rappresenta un esempio notevole di lago costiero. Il lago comunica con il mare attraverso due canali, il Sant'Arzobispo e il Canale per cui le maree permettono alternanza di acque dolci e salate. Altri due laghi costieri presenti nella pianura di Fondi prendono il nome di Lago Lungo e San Ruffo. Altro lago di attrattiva ambientale è il Parco di Selbaccanella (Monumento naturale Mole della Corte Selbaccanella Ciccocacqua).

Ricca di storia la città ha origini pre-romane, quando il territorio era abitato dagli Aurunci e successivamente dai Volsci di cui restano pochissime informazioni sostanziate dalla recente individuazione della Fondi pre-romana, all'epoca in un piccolo insediamento difeso e fortificato con una imponente cinta di mura (in località "Ranzani"). L'importanza di Fondi in età antica è stata determinata per la sua funzione di controllo di vie e mercati e per la costruzione della via Appia, iniziata nel 312 a.C.

Fondi è posta sulla Via Francigena e la città ne è attraversata sul crociato dell'antica Via Appia che da Monte San Biagio arriva fino ad Ioli, con tratti decisamente ben conservati e recuperati, percorribili dai camminatori. La città è dominata e caratterizzata dalla presenza del Castello Borbone, sede anche del Museo Civico con annesso, tramite un collegamento, il Palazzo del Principe (Colonna «Gontaga»).

In città la presenza di una comunità etrusca a Fondi è attestata a partire dall'epoca romana fino agli inizi del VI secolo. Tale presenza, documentata da iscrizioni funerarie di epoca romana è attestata da documenti di archivio e nel XV secolo contava oltre 150 persone prestanti. La comunità etrusca risiedeva nel quartiere detto Gludis, che ha conservato ancora fino ad oggi la sua struttura originaria.

La costa della città, circa 13 km, è bassa e con una spiaggia di sabbia fine che, in alcuni tratti ha duna litoranea ben conservata. Dotata di campegio e di strutture ricettive e balneari di qualità la città si qualifica sempre più come città a vocazione turistica per target di amanti della natura e dell'ambiente, della cultura e della storia, per i cultori della tradizioni e dell'eno-gastronomia. Mazzarella di Bufala, Saliccia al conchiglio e Juvarcia Bianca sono tra i principali prodotti locali di alta qualità che offre il

# Es. delle Pagine web create

**Portale di Marketing Territoriale**  
dei Comuni Italiani



Ultima news: **INFORMAZIONE | 22/10/2012:** Campus Scuola dei progetti ACCRESCERE e SPERIMENTARE

**Territorio**

- Enti pubblici
- Area industriali
- Infrastrutture
- Info territoriali
- Area distrettive
- Offerte immobiliari

**Servizi**

- SUAP
- URP
- Scorciatoie per l'imprenditore
- Strutture di formazione
- LEAD

**Imprese & Associazioni**

- Associazioni
- Imprese
- Finanziamenti

**Turismo**

- Ricettività
- Prodotti locali
- Punti d'interesse
- Cultura
- Video

**Progetti**

- I progetti per il miglioramento del territorio

Sei in: [Home](#) > [Prodotti locali](#) > [Scheda prodotto](#)

**TURISMO**

Ricerca dei prodotti caratteristici del territorio e le relative imprese

**Arancia Bionda di Fondi**

Le arance di Fondi sono un prodotto tipico locale, sviluppatosi grazie al microclima mite del territorio, che contribuisce alla crescita progressiva, alla pigmentazione della buccia e della polpa.

Il loro sapore è unico perché dolce e allo stesso tempo profumato, tanto è che gli agrumi di Fondi si prestano ad essere utilizzati in vari ambiti: dalle cosmesi ai profumi, dalle bevande analcoliche, alla produzione di miele. Sono ottimi anche da dessert sia fine di un pasto.

Si possono acquistare le arance e gli altri agrumi della Piana di Fondi presso:

- Azienda Agricola De Filippis Loc. San Magno, Fondi (LT)



**Galleria fotografica**

NB: Clicca su una fotografia per visualizzarla in dimensioni reali.

**Portale di Marketing Territoriale**  
dei Comuni Italiani



Ultima news: **MANIFESTAZIONI | 02/05/2013:** 5ª giornata nazionale dei Comuni Francigiani

Sei in: [Home](#) > [Imprese](#) > [Scheda impresa](#)

**IMPRESA & ASSOCIAZIONI**

Imprese presenti sul territorio

**AZIENDA AGRICOLA DE FILIPPIS**

P. IVA: 00000000000

Sede legale: Via Casoliombaro, 04022 San Magno Fondi (LT)

Tel.: 338 864 2804



**Profilo impresa:** Azienda Agricola, produzione e vendita.

**Servizi impresa:** L'Azienda è costituita da oltre 50 anni nel territorio Laziale a Fondi (LT). Oggi è un'azienda giovane e dinamica che ha saputo rinnovare l'antica tradizione agricola garantendo salubrità e genuinità dei prodotti.

I severissimi controlli durante tutte le fasi della filiera produttiva garantiscono al consumatore la sicurezza dal punto di vista fitosanitario e il pieno rispetto degli standard qualitativi e delle norme nazionali e comunitarie nonché un'accurata e totale tracciabilità dei prodotti.

La tracciabilità dei prodotti comincia già da un'accurata selezione delle varietà di semi che intendiamo coltivare. Ad ogni varietà viene assegnato un codice che servirà poi all'identificazione del campo d'origine e accompagnerà il prodotto fino all'immissione sul mercato.

**Galleria fotografica**

NB: Clicca su una fotografia per visualizzarla in dimensioni reali.

# La Bacheca di progetto





# La Bacheca di progetto



# Il Convegno

Il Dirigente Scolastico



introduce



In prima fila **gli STAKEHOLDER**

# La consegna degli attestati





# PREMIO ECCELLENZA nella SCUOLA dell'Associazione dei Formatori Italiani AIF «FILIPPO BASILE» 2014 - 8 novembre 2014

