



## FILENI.IT SI RINNOVA: PERCHÈ IL DIALOGO CON IL CONSUMATORE PARTE DA QUI

*L'azienda marchigiana ha pubblicato il nuovo sito istituzionale: un progetto improntato al dialogo con i consumatori, in linea con la nuova immagine e con i valori del brand.*



È online il nuovo sito web di **Fileni**, azienda marchigiana produttrice di carni bianche e prima nel settore delle carni avicole biologiche. Il progetto, realizzato dalla web agency Websolute, è uno dei pilastri della **nuova strategia di comunicazione del Gruppo**, riassunta nella tagline “È naturale, è buono”: in primo piano, infatti, ci sono i valori cari all’azienda come la trasparenza; la sostenibilità ambientale; l’attenzione ai consumatori e il legame con il territorio di origine, la regione Marche.

Il valore della condivisione e dell’ascolto dei consumatori riveste un ruolo di primo piano nel nuovo sito Fileni tant’è che una sezione è interamente dedicata ai social network: **il social stream racconta e testimonia come l’azienda e i consumatori interagiscono ogni giorno** e consente a tutti, tramite gli hashtag **#fileni** e **#buoenoaturale**, di comunicare con il brand ed entrare a far parte della community di Fileni.

*“Il nuovo sito web – racconta **Roberta Fileni**, Direttore Marketing di Fileni – rappresenta la nostra volontà di **individuare nuovi percorsi creativi per promuovere i prodotti**, ma soprattutto la voglia di aprirsi al dialogo e alla relazione diretta con i nostri clienti, offrendo loro contenuti sempre nuovi*

*e interessanti. Vogliamo che chi atterri sul nostro sito viva una vera e propria esperienza di quello che ogni giorno accade in Fileni”.*

*“Dal lavoro di rebranding fatto a monte dal marchio è partita Websolute - afferma Claudio Tonti, responsabile Digital Strategist dell’agenzia di comunicazione - disegnando la nuova narrazione, anzi **un milione di nuove narrazioni** coerenti con l’anima dell’azienda e i suoi valori, fatta su diversi canali e su più piani; abbiamo costruito così una linea editoriale che presenta i contenuti istituzionali ma anche quelli più scherzosi e genuini che si alimentano attraverso un dialogo costante con i clienti. Questa strategia si riflette anche sulla argomentazione e proposta di vendita che passa da *unique selling proposition* a **million selling propositions**”.*

L’obiettivo della **content strategy** digital first sviluppata da Websolute sui social network e sul sito, è **portare gli utenti affezionati di Fileni ad approfondire le tematiche proposte** e a dialogare con il marchio. Attraverso un percorso di navigazione coerente con i valori del brand, **è stata data grande importanza ai contenuti**: attorno alle schede dei prodotti è stata costruita una vera e propria narrazione che prevede oltre alle informazioni di prodotto (valori nutrizionali, ingredienti) anche contenuti correlati come ricette, articoli del blog, promozioni in corso, il collegamento e le interazioni con i social media.

Dal punto di vista editoriale *“Già nel 2014 avevamo iniziato a riflettere su noi stessi e sui temi che maggiormente coinvolgono la nostra attività – prosegue Roberta Fileni –. Abbiamo individuato e rafforzato un percorso che in realtà l’azienda ha intrapreso da tempo, **fatto di scelte sostenibili a vantaggio del consumatore**. D’altronde sono 15 anni che operiamo nel campo del biologico, e l’orientamento verso una produzione sostenibile e l’utilizzo di materie prime di alta qualità fanno da tempo parte del nostro Dna. **Il nuovo sito istituzionale rilancia questi valori: non è solo una vetrina per i nostri prodotti, ma racconta quello che facciamo ogni giorno per offrire ai nostri clienti un prodotto genuino e naturale**”.*

## **Il Gruppo Fileni**

*Il Gruppo Fileni - terzo produttore avicunicolo nazionale e primo nel comparto delle carni bianche biologiche – è sul mercato dal 1966 e ha sede a Cingoli (provincia di Macerata). Con i marchi Fileni, Fileni Bio, Sempre Domenica e Club dei Galli, presenti in maniera capillare nei canali GDO, Normal Trade e Ho.re.ca, è una delle principali aziende italiane del settore. Fileni può contare oggi su un fatturato di circa 330 milioni di euro, 1.800 dipendenti e 280 allevamenti, concentrati principalmente nelle Marche. L’azienda fa dell’innovazione e della qualità, del benessere animale e della sostenibilità ambientale, suoi tratti distintivi: dal 1989 Fileni realizza piatti pronti in uno stabilimento appositamente dedicato; nel 2001 ha avviato la produzione biologica; nel 2008 ha messo a punto l’innovativo sistema di cottura senza friggitrice. Dal 2013 Fileni è Partner Strategico dell’Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo.*