



DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

---

**Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione per la Gestione  
delle Organizzazioni**

*Lavoro progettuale dell'insegnamento "comunicazione e  
responsabilità sociale d'impresa"*

*Prof. Manuel De Nicola*

***Sostenibilità aziendale tra impegno reale e greenwashing:  
un'analisi del caso Fileni***

A cura di:

Gaia Piccirilli 116404

Benedetta Di Bernardo 114133

Andrea Almonte 115962

---

ANNO ACCADEMICO  
2024-2025

## Indice

<b>1- Introduzione.....</b>	<b>3</b>
<b>2- Il processo di revisione.....</b>	<b>3</b>
<b>3- Profilo dell'azienda e dimensioni:</b>	
<b>Fatturato e dipendenti.....</b>	<b>4</b>
<b>4- Canali di distribuzione.....</b>	<b>4</b>
<b>5- Posizionamento competitivo.....</b>	<b>5</b>
<b>6- Valori e missione.....</b>	<b>5</b>
<b>7- Sostenibilità del gruppo.....</b>	<b>5</b>
<b>8- Bilanci di sostenibilità.....</b>	<b>8</b>
<b>9- Analisi comparativa delle principali aree di sostenibilità tra i     bilanci di fileni 2022 e 2023.....</b>	<b>8</b>
9.1. Responsabilità ambientale.....	8
9.2. Benessere animale.....	9
9.3. Responsabilità sociale.....	9
9.4. Innovazione e governance.....	9
<b>10- Accuse di greenwashing.....</b>	<b>10</b>
<b>11- Rilevanza del caso.....</b>	<b>11</b>
<b>12- Riflessione finale.....</b>	<b>13</b>
<b>13- Intervista a Silvia Fontana.....</b>	<b>13</b>

## **Introduzione**

Il nostro progetto si concentra su un tema di grande rilevanza e attualità: la sostenibilità aziendale e le possibili implicazioni del greenwashing.

Abbiamo scelto di analizzare il caso concreto dell'azienda Fileni, leader nel settore avicolo italiano, nota per il suo impegno dichiarato verso la sostenibilità ambientale e il benessere animale.

Durante l'analisi, ci siamo soffermati non solo sui traguardi raggiunti dall'azienda, come l'ottenimento della certificazione B Corp e il miglioramento delle sue pratiche ambientali, ma anche sulle critiche ricevute, in particolare in seguito al servizio del programma Report di Rai3 del gennaio 2023. Tale inchiesta ha portato alla luce alcune presunte discrepanze tra le dichiarazioni aziendali e le pratiche effettive, sollevando dubbi sull'effettiva sostenibilità della filiera biologica di Fileni. Successivamente, sono state apportate rettifiche e chiarimenti, con verifiche che hanno confermato la conformità a determinate normative, come l'assenza di OGM nei mangimi e il rispetto dei regolamenti sull'allevamento biologico.

Infine, per approfondire il tema e analizzare le implicazioni mediatiche dell'inchiesta, abbiamo deciso di includere un'intervista con Silvia Fontana, Responsabile Marketing di Rai Pubblicità.

Questo ci ha permesso di esplorare il ruolo della comunicazione aziendale durante situazioni di crisi e il rapporto tra libertà editoriale e interessi pubblicitari.

## **Il processo di revisione**

Il processo di revisione del framework è stato da noi realizzato con un approccio strutturato e integrato, che si è appoggiato ad alcuni principi cardine:

In primo luogo, abbiamo scelto di dare grande rilevanza all'adesione dell'azienda a standard e certificazioni riconosciuti a livello nazionale e internazionale, come, per esempio, le certificazioni ISO 9001 per la qualità, le ISO 14001 per la sostenibilità ambientale e le B Corp per l'impegno a livello ambientale e sociale, oltre anche al rispetto delle normative europee destinate all'agricoltura biologica.

Un altro aspetto cruciale è stato quello della valutazione di sostenibilità, intesa non soltanto come riduzione dell'impatto ambientale ma anche come attenzione agli aspetti socioeconomici.

Ciò significa in primis analizzare aspetti concreti, come il miglioramento dell'efficienza energetica, la riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> e la promozione del benessere animale, e, in secundis, considerare un monitoraggio attento dei progressi compiuti nel tempo, questi tutti aspetti fondamentali per la promozione di una crescita sostenibile e rigenerativa.

In terza battuta, è stata la trasparenza a rappresentare un elemento chiave: abbiamo considerato essenziale garantire che le comunicazioni aziendali verso consumatori e stakeholder fossero chiare, coerenti e supportate da dati verificabili. Bilanci di sostenibilità, report periodici e altri strumenti, come per esempio, la videosorveglianza negli stabilimenti sono stati identificati come mezzi efficaci per rafforzare la fiducia e prevenire accuse di greenwashing o dichiarazioni ingannevoli.

Un altro principio cardine è stato considerato con grande attenzione, e riguarda la gestione del rischio reputazionale. Abbiamo analizzato e affrontato con decisione le possibili criticità, adottando misure correttive concrete per proteggere l'immagine aziendale e consolidare la fiducia del mercato e la fidelizzazione della clientela.

Un'attenzione particolare è stata dedicata pure alla responsabilità sociale e al benessere animale. La prima era atta a garantire la sicurezza e la crescita dei dipendenti mentre la seconda era volta ad adottare standard rigorosi per il rispetto degli animali, monitorando e migliorando continuamente le pratiche di allevamento.

Infine, non abbiamo trascurato l'importanza dell'innovazione e del miglioramento continuo; l'introduzione di sempre nuove tecnologie, l'impiego di strumenti avanzati di governance e il coinvolgimento di figure strategiche come il Chief Sustainability Officer sono stati punti fondamentali da noi implementati per migliorare l'efficienza produttiva e per rafforzare la responsabilità aziendale.

### **Profilo dell'azienda, dimensioni: fatturato e dipendenti**

Fileni è un'azienda italiana leader nel settore avicolo, specializzata nella produzione e commercializzazione di carni bianche, con un focus particolare sul biologico. Fondata nel 1978 a Jesi da Giovanni Fileni, l'azienda vanta oltre 40 anni di esperienza e una solida reputazione nel mercato.

Nel 2023, Fileni ha raggiunto un fatturato netto superiore a 450 milioni di euro. Con oltre 1.900 dipendenti, Fileni continua a essere un attore chiave nell'economia italiana, rafforzando il proprio impegno per sostenibilità e innovazione.

### **Canali di distribuzione**

Fileni distribuisce i suoi prodotti attraverso diversi canali:

- Distribuzione organizzata, ovvero supermercati e ipermercati che vendono direttamente ai consumatori;
- Discount, quindi negozi al dettaglio che offrono prodotti a prezzi ridotti rispetto alla media del mercato;
- Normal trade, ovvero negozi tradizionali, come macellerie e alimentari indipendenti;

- Food service, quindi fornitura di prodotti per ristoranti, catering e attività di ristorazione;
- Online, più nel dettaglio vendite effettuate tramite e-commerce, con consegna diretta ai consumatori.

Oltre ai canali di distribuzione attivi sul territorio italiano, Fileni esporta i propri prodotti anche all'estero attraverso una strategia multicanale. L'export rappresenta circa il 10% del fatturato complessivo dell'azienda, con una presenza consolidata in diversi Paesi dell'Unione Europea e un'importante espansione nei mercati del Medio Oriente.

### **Posizionamento competitivo**

Fileni si distingue sicuramente per l'attenzione alla sostenibilità ambientale e al benessere animale, affermandosi come leader nel settore degli allevamenti biologici. Questo posizionamento consente all'azienda di differenziarsi dai competitor, offrendo prodotti di alta qualità ma a un prezzo competitivo. Con l'obiettivo di crescita, l'azienda ha ampliato la gamma di prodotti, inserendo nell'offerta anche carni rosse bio.

### **Valori e missione**

La vision del gruppo è quella di valorizzare il territorio per prendersi cura del futuro della comunità. Secondo quanto pubblicato sul sito, Fileni vuole “realizzare un modello di filiera rigenerativa, aperta e replicabile, perché realtà imprenditoriali responsabili si diffondano e, insieme a noi, creino prosperità e bellezza per il nostro territorio e per le nostre comunità”.

La mission, intesa come modalità attraverso la quale concretizzare la vision, per Fileni è quella di “diventare il punto di riferimento in Europa per le proteine biologiche, tutelando il benessere animale e orientando stili di vita sempre più sostenibili”.

### **Sostenibilità del gruppo**

Nel comunicare la propria strategia, Fileni non solo dichiara apertamente la propria attitudine verso l'ambiente e la sostenibilità dell'attività, ma va oltre, spingendosi sul piano etico e morale, elencando elevati valori aziendali: “trasparenza, rispetto per le materie prime, per l'ambiente, per le persone e il coraggio”.

Lo stile e i contenuti della comunicazione del gruppo (in particolare del sito web) propongono Fileni come un'azienda pienamente sostenibile, volta a garantire una catena agroalimentare che preserva l'ambiente e a supportare un modello di alimentazione finalizzato a mantenere la salute e la forma fisica. Una perfetta declinazione del

“modello di azienda agro-alimentare a carattere di industria di servizi che porta beneficio a tutte le parti interessate nel processo produttivo, fino alla vendita e supporto post-acquisto del cliente”.

L'impegno di Fileni viene valorizzato dai seguenti riconoscimenti e certificazioni:

- Sin dal 1998, con l'adesione agli standard **UNI EN ISO 9001:2015**, l'azienda ha posto le basi per un sistema di gestione della qualità incentrato sulla soddisfazione del cliente e sul miglioramento continuo dei processi produttivi. Questa certificazione riflette un metodo di lavoro basato su formazione, innovazione tecnologica e controlli rigorosi.

- Nel 2000, Fileni ha ottenuto la certificazione di conformità al **Regolamento 834/2007**, rafforzando la sua identità come azienda pioniera nell'agricoltura biologica. Seguendo pratiche sostenibili e rispettose del benessere animale, l'azienda si impegna a offrire prodotti genuini, frutto di una filiera biologica certificata e controllata in ogni dettaglio.

- La sicurezza alimentare e la qualità dei prodotti sono ulteriormente garantite dalla **certificazione IFS**, acquisita nel 2011. Questo riconoscimento internazionale attesta l'eccellenza igienico-sanitaria e la tracciabilità dei prodotti, elementi fondamentali per mantenere alta la fiducia dei consumatori. Fileni adotta controlli rigorosi e avanzati sistemi di monitoraggio lungo tutta la catena produttiva.

- Dal 2013, Fileni si è distinta anche per la capacità di rispondere alle esigenze culturali e religiose di una clientela sempre più diversificata, grazie alla **certificazione Halal**. Le linee di produzione dedicate rispettano scrupolosamente i requisiti richiesti, assicurando la conformità a standard religiosi e di qualità.

- L'attenzione all'ambiente è un altro pilastro della filosofia aziendale. Con la certificazione **ISO 14001:2015**, ottenuta nel 2017 e progressivamente estesa agli allevamenti, Fileni ha formalizzato il proprio impegno per la sostenibilità. La riduzione delle emissioni, il riciclo e l'uso responsabile delle risorse testimoniano una produzione eco-consapevole, orientata alla tutela dell'ambiente.

- Nel 2018, Fileni ha raggiunto un ulteriore traguardo con l'adozione dello **standard DTP 126**, che garantisce il controllo e la tracciabilità lungo tutta la filiera avicola. Questo sistema, capace di monitorare

ogni fase, dalla nascita degli animali alla distribuzione, assicura trasparenza e responsabilità, consolidando la fiducia nei confronti del marchio.

◦ Nel 2022 ha ottenuto la **Certificazione B Corp**, la quale attesta l'impegno di Fileni nel rispettare elevati standard di performance sociale e ambientale, trasparenza e responsabilità.

La decisione di Fileni di intraprendere il percorso per diventare una B Corp è motivata da diversi vantaggi strategici, che rafforzano la posizione dell'azienda nel mercato e nel contesto della sostenibilità globale. L'ottenimento di questa certificazione rappresenta per Fileni un passo importante nel consolidamento del proprio ruolo di benchmark nel settore.

Un altro aspetto distintivo è l'integrazione del marchio B Corp nella strategia comunicativa dell'azienda. Aggiungere il logo è un'azione che amplifica la voce dell'azienda, evidenziando il suo impegno per la sostenibilità e migliorando la percezione positiva tra i vari stakeholder. Un ulteriore vantaggio è legato alla solidità della mission aziendale.

Collegare la mission a una certificazione come quella B Corp garantisce una maggiore protezione nel lungo periodo.

Inoltre, diventare una B Corp permette a Fileni di unirsi a una comunità globale di imprese attivamente coinvolte nella risoluzione di problemi sociali e ambientali. Questa appartenenza non solo facilita lo scambio di idee e buone pratiche, ma offre anche l'opportunità di costruire relazioni strategiche e collaborazioni a lungo termine.

La certificazione fornisce anche strumenti pratici per l'evoluzione della strategia aziendale. Attraverso lo standard BIA (B Impact Assessment), Fileni può identificare il proprio profilo di impatto, stabilire obiettivi di miglioramento sociale e ambientale e monitorare le proprie prestazioni nel tempo. Questo processo promuove una crescita orientata verso un modello di business rigenerativo, che non si limita a ridurre l'impatto negativo, ma ha l'obiettivo di creare anche valore positivo per la società e l'ambiente.

Ognuna di queste certificazioni, rappresenta per Fileni un tassello fondamentale di una visione aziendale che coniuga qualità, sostenibilità e attenzione alle esigenze dei consumatori, confermandosi come punto di riferimento nel settore agroalimentare.

## **Bilanci di sostenibilità**

Fileni dimostra il proprio impegno sociale e ambientale redigendo annualmente bilanci di sostenibilità, finalizzati a rendicontare l'impatto dell'azienda su diverse tematiche di natura non economica. Il bilancio di sostenibilità di Fileni si articola in cinque aree principali: ambiente, benessere animale, responsabilità sociale, responsabilità economica e innovazione e governance.

Queste aree riflettono l'impegno dell'azienda verso una gestione responsabile e sostenibile, ponendo al centro valori fondamentali per lo sviluppo equilibrato e il rispetto degli stakeholder.

Sul piano ambientale, l'azienda si impegna a ridurre i consumi energetici, le emissioni e i rifiuti, con l'obiettivo di raggiungere la neutralità climatica.

Per quanto riguarda il benessere animale, Fileni ha adottato gli standard dello European Chicken Commitment e pratiche di allevamento biologico, dimostrando una particolare attenzione al rispetto e alla cura degli animali.

In tema di responsabilità sociale, l'azienda pone al centro il benessere, la sicurezza e lo sviluppo professionale dei dipendenti, promuovendo al contempo il coinvolgimento delle comunità locali.

Sul fronte della responsabilità economica, Fileni crea valore lungo tutta la filiera, garantendo una redistribuzione equa tra gli stakeholder e sostenendo uno sviluppo economico equilibrato.

Infine, l'azienda investe in innovazione e governance, introducendo figure strategiche come il Chief Sustainability Officer e strumenti come il "Decalogo Fileni", volti a promuovere trasparenza e responsabilità nelle strategie aziendali.

Queste cinque aree rappresentano un impegno concreto e strutturato verso una gestione responsabile e sostenibile.

## **Analisi comparativa delle principali aree di sostenibilità tra i bilanci di Fileni del 2022 e del 2023:**

La comparazione dei bilanci di sostenibilità di Fileni per il 2022 e il 2023 evidenzia un'evoluzione notevole nei principali ambiti di responsabilità ambientale, benessere animale, responsabilità sociale e innovazione, mettendo in risalto sia i progressi ottenuti che le aree in cui ci sono ancora sfide da affrontare.

### *Responsabilità ambientale*

Nel 2022, i consumi energetici totali dell'azienda ammontavano a 555.756 GJ, con un incremento del 7% rispetto all'anno precedente, principalmente a causa del consolidamento di nuove acquisizioni. L'intensità energetica era di 1,67 MJ/kg. Nel 2023, Fileni ha registrato una leggera riduzione nei consumi, scesi a 551.974 GJ (-1%), mentre

L'intensità energetica è rimasta quasi invariata, a 1,69 MJ/kg. Sebbene il gas metano continui a essere la principale fonte energetica, il suo utilizzo è diminuito da 362.400 GJ a 339.858 GJ, segno di una crescente attenzione all'efficienza e alla diversificazione delle fonti. Le emissioni di CO2 hanno mostrato un miglioramento significativo: nel 2022, le emissioni Scope 1 e Scope 2 (market-based) erano pari a 28.720 tonnellate, mentre nel 2023 sono scese a 23.884 tonnellate, grazie soprattutto a una riduzione delle emissioni Scope 1. Questo progresso riflette un impegno concreto verso la neutralità climatica e una diminuzione dell'impatto ambientale.

### *Benessere animale*

Nel 2022, il 90% dei polli biologici e allevati all'aperto era conforme agli standard dello European Chicken Commitment (ECC), con l'obiettivo di raggiungere il 100% entro l'anno successivo. Inoltre, la produzione "antibiotic-free" aveva raggiunto il 99%. Nel 2023, Fileni ha raggiunto l'obiettivo del 100% di conformità ECC per le filiere biologiche, consolidando il suo ruolo di leader nell'adozione di pratiche di allevamento rispettose del benessere animale. L'azienda ha anche introdotto sistemi di monitoraggio audiovisivo in alcuni allevamenti, migliorando la capacità di controllo e trasparenza, e ha organizzato corsi di formazione specifici per tutti gli operatori del settore.

### *Responsabilità sociale*

Nel 2022, l'azienda ha avviato importanti collaborazioni, come quella con Legambiente e ha promosso iniziative come il progetto per le Comunità Energetiche Rinnovabili (CER), con l'obiettivo di favorire una maggiore sostenibilità energetica a livello locale. Nel 2023, Fileni ha potenziato la sua governance sulla sostenibilità con la nomina di un Chief Sustainability Officer, una figura chiave per coordinare e guidare le iniziative aziendali in questo settore. Inoltre, è stato introdotto il "Decalogo Fileni", un insieme di principi per garantire maggiore trasparenza nella comunicazione e nelle politiche aziendali.

### *Innovazione e governance*

Fileni ha mantenuto nel tempo le principali certificazioni di sostenibilità, come l'ISO 14001 e l'EPD (Environmental Product Declaration). Nel 2023, l'azienda ha compiuto un ulteriore passo avanti avviando il monitoraggio della propria reputazione attraverso piattaforme come TrustPilot, dimostrando un crescente interesse verso il feedback dei consumatori e una maggiore attenzione alla qualità percepita del proprio operato.

La comparazione tra i due bilanci mette in luce progressi notevoli, come la diminuzione delle emissioni di CO2, il raggiungimento della piena conformità agli standard ECC e il rafforzamento della governance aziendale attraverso l'introduzione di figure chiave e strumenti innovativi. Però, ci sono ancora aree che necessitano di miglioramenti, in particolare l'intensità energetica, che non ha mostrato un calo significativo. Fileni ribadisce comunque il proprio impegno verso una sostenibilità a 360°, cercando di bilanciare responsabilità ambientale, sociale ed economica in un contesto di crescita continua.

### **Le accuse di Greenwashing**

Il business degli allevamenti avicoli ha una dimensione impressionante: ogni anno vengono allevati 26 miliardi di polli nel mondo, 500 milioni in Italia di cui 50 milioni presso Fileni (10 milioni solo nella regione Marche).

Questi dati suggeriscono una sovrapproduzione e l'uso frequente di tecniche, come modificazioni genetiche, per accelerare la crescita dei polli.

In tale contesto, è lecito che i vari stakeholder si interrogino su come questi allevamenti si possono conciliare con il concetto di sostenibilità, e intraprendano eventuali azioni di protezione dell'ambiente e della salute.

L'azienda Fileni è stata oggetto di diversi accertamenti da parte di organizzazioni no profit, nonché di iniziative di giornalismo investigativo, che hanno messo in discussione la veridicità delle dichiarazioni ambientaliste del gruppo. Successivamente, la Lega Anti Vivisezione (LAV) ha avviato autonomamente alcune verifiche sulle etichette dei prodotti, sostenendo che queste attribuiscano caratteristiche non realmente presenti né nei prodotti né nella filiera produttiva.

A supporto delle ipotesi vi è il servizio della rubrica Report di Rai3, mandato in onda il 9 gennaio 2023, nel quale la giornalista Giulia Innocenzi svolge dei sopralluoghi presso gli stabilimenti di allevamento e produzione per scoprire la realtà nascosta dietro le pretese di sostenibilità di Fileni.

Le immagini registrate da Report sono state commentate da veterinari certificati, i quali hanno confermato che la pratica della torsione del collo per abbattere i polli non è legale, e può essere utilizzata solo in casi specifici. Viceversa, il filmato mostrava chiaramente che la pratica era normalmente adottata dagli operai dell'azienda, ed era finalizzata ad eliminare i polli sottodimensionati rispetto al peso desiderato, secondo i registri Fileni, gli abbattimenti della specie arrivano a circa 280 polli al giorno nel periodo considerato.

Queste pratiche, oltre a essere moralmente ed eticamente inaccettabili, sono anche illegali, costituendo un reato di maltrattamento e uccisione di animali, punibile con una pena che può arrivare fino a due anni di reclusione.

Negli allevamenti Fileni, i polli vengono uccisi per “mancato incremento ponderale”, perché il loro allevamento a fine di macellazione non produce adeguati ritorni.

A queste accuse, i responsabili di Fileni hanno risposto negando, e anche sostenendo di non essere a conoscenza di ciò che succede precisamente negli allevamenti né di come si comportano i propri operai. Da un lato, questa posizione può sembrare ragionevole, ma dall'altro non si allinea con la politica di Fileni di promuovere la sostenibilità del ciclo produttivo e la trasparenza nella comunicazione della propria strategia ecologica.

Fileni ha persino firmato l'European Chicken Agreement, che assicura standard elevati per il benessere animale negli allevamenti BIO.

Le accuse rivolte all'azienda hanno riguardato proprio gli allevamenti dichiarati “Bio” da Fileni (stabilimenti di Borghi di Romagna, Maiolo e Montecappone) che, secondo le dichiarazioni dell'azienda, rappresentano circa l'11% degli allevamenti, il 17% del fatturato e il 30% della superficie coperta al chiuso.

In tali allevamenti biologici sono state rilevate però, varie anomalie:

- non viene rispettata la norma di legge che stabilisce i tempi minimi di vita all'aperto per gli animali (almeno un terzo del tempo)
- si utilizzano mangimi OGM (pur negandone l'uso nelle etichette)
- non viene rispettato il naturale bioritmo degli animali (assenza di finestre, luci accese anche di notte)
- si allevano polli di razza Broiler, non consentita ai fini di certificazione Bio
- i polli di razza Rusticanello, che dovrebbero essere allevati con del mangime biologico e razzolanti all'aperto, si trovano invece nei piani superiori degli stabilimenti.

### **Rilevanza del caso**

Di seguito al servizio-denuncia di Report (programma della Rai), il vicepresidente Massimo Fileni ha rilasciato una dichiarazione ufficiale confermando che “Report ci ha messo in discussione, ma non prevediamo nessuna inversione di tendenza. Probabilmente, invece, qualche azione sarà accelerata” e declinando così ogni responsabilità rispetto alle accuse ricevute.

Il Value proposition ha, infatti, sostenuto:

- Che Fileni opera in un settore “che implica una commodity spinta del prodotto” e che “la superficie coperta al chiuso per l'allevamento

biologico produce circa un terzo al metro quadro rispetto all'allevamento convenzionale”.

- È la legge che impone di sopprimere gli animali che non sono sani (n.d.r.: senza peraltro fare riferimento alla tecnica di soppressione imposta dalla legge).

La comunità delle aziende certificate B Corp ha manifestato preoccupazione per il potenziale danno all'immagine e all'affidabilità del certificato. Di conseguenza, B Lab, l'ente che si occupa della certificazione, ha avviato un'ispezione presso gli allevamenti Fileni (Monte Roberto, Ripabianca e Osimo) per verificare la coerenza della certificazione. Se Fileni dovesse perdere la certificazione B Corp, non solo verrebbe meno il primato di un'azienda italiana, ma la società subirebbe anche conseguenze significative sia a livello reputazionale che economico.

L'analisi del caso pratico del gruppo Fileni consente di comprendere una delle modalità con cui le aziende possono ricadere nel Greenwashing: mostrandosi, tramite la pubblicità e la comunicazione, sostenibili e rispettose dell'ambiente; guadagnare la fiducia dei consumatori e accrescere la notorietà del marchio sul mercato tramite certificazioni green; al solo fine di aumentare le vendite e i profitti.

La correttezza e la veridicità della comunicazione ambientale rivestono un ruolo importante per clienti e imprese, in quanto le asserzioni ambientali sono da ritenersi ingannevoli se generiche e senza adeguata dimostrazione del beneficio ambientale e delle caratteristiche che rendono effettivamente “verde” il prodotto/servizio che l'azienda vende, ovvero l'azienda stessa.

In risposta a queste accuse, Fileni ha adottato misure correttive, tra cui l'installazione di sistemi di videosorveglianza nei capannoni, al fine di monitorare e prevenire comportamenti scorretti da parte degli operatori.

Nel febbraio 2024, il conduttore di Report, Sigfrido Ranucci, ha letto una rettifica in cui si affermava che le verifiche condotte da enti regionali, europei e clienti di Fileni avevano confermato la conformità dei mangimi utilizzati, escludendo la presenza di OGM e attestando il rispetto delle normative biologiche. Inoltre, è stato spiegato e chiarito che i sistemi di apertura degli allevamenti biologici di Fileni funzionano regolarmente, permettendo agli animali di razzolare liberamente all'aperto, come previsto dai regolamenti del settore.

## **Riflessione finale**

In conclusione, il caso Fileni mette sicuramente in luce i pericoli del greenwashing e sottolinea quanto sia fondamentale integrare realmente la sostenibilità nei modelli di business.

Le aziende possono utilizzare la sostenibilità come un vantaggio competitivo solo se accompagnata da azioni concrete e coerenti, evitando così di compromettere la propria credibilità in un mercato sempre più attento e critico.

## ***INTERVISTA A SILVIA FONTANA, RESPONSABILE MARKETING RAI PUBBLICITÀ***

### ***1. In merito alla trasmissione di Report, considerato che Fileni è un vostro investitore, eravate a conoscenza del contenuto della puntata in anticipo?***

La legge tutela in modo assoluto la libertà editoriale e d'inchiesta, che rappresenta un principio fondamentale per Rai. Di conseguenza, non abbiamo alcuna possibilità di intervenire sulle scelte editoriali dei programmi, inclusi quelli d'inchiesta come Report.

Ci limitiamo a monitorare le anteprime delle inchieste, soprattutto quando vengono pubblicate sui social. Questo ci consente, nei limiti del possibile, di evitare che gli spot pubblicitari di aziende coinvolte in un'inchiesta vengano trasmessi all'interno dei break pubblicitari del programma interessato. Tuttavia, non possiamo chiedere informazioni aggiuntive sulle inchieste, poiché ciò comprometterebbe la libertà editoriale che difendiamo.

### ***2. L'azienda era a conoscenza dell'inchiesta prima della messa in onda della puntata?***

Sì, ma solo a ridosso della trasmissione. Questo perché Report lavora su molte inchieste in contemporanea e la scelta finale del contenuto di una puntata viene confermata solo poco prima, solitamente quando le anteprime vengono pubblicate sui social.

### ***3. Dopo la messa in onda dell'inchiesta, l'azienda ha adottato una strategia per gestire la situazione pubblicitaria?***

Sì, all'indomani della trasmissione dell'inchiesta di gennaio 2023, Fileni decise di sospendere tutte le campagne pubblicitarie, inclusi gli spot in onda su Rai e quelli trasmessi dagli altri editori. La sospensione fu applicata in modo generalizzato su tutti i media.

***4. L'azienda ha attivato una nuova campagna pubblicitaria successivamente?***

Sì, ma non subito. Dopo l'inchiesta del gennaio 2023, Fileni è tornata a fare pubblicità su Rai solo nell'estate del 2024, in occasione dei Mondiali. In questa nuova campagna, però, non hanno più enfatizzato il biologico come messaggio chiave, concentrandosi invece sulla qualità dei prodotti in senso più generico.

## BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

- 1- De Nicola, M. (2020). La responsabilità sociale dell'azienda: strategia, processi e modelli. Franco Angeli.
- 2- McGraw-Hill Educatenti, S. (2020). Corporate Communication e Relazioni Pubbliche.
- 3- <https://www.fileni.it>
- 4- <https://vociglobali.it/2022/06/01/greenwashing-la-strategia-dannosa-per-consumatori-e-ambiente/>
- 5- <http://www.raisplay.it/>
- 6- <https://ilfattoalimentare.it/pollo-fileni-biologico-report-rettificazione.html>
- 7- <https://www.centropagina.it/attualita/fileni-buferia-inchiesta-report-lav-azienda-risponde-bio-autentico/>
- 8- [https://www.fileni.it/contrib/uploads/2024/05/01\\_Fileni-Report-2023-140524-Coverciano.pdf](https://www.fileni.it/contrib/uploads/2024/05/01_Fileni-Report-2023-140524-Coverciano.pdf)
- 9- [https://www.fileni.it/contrib/uploads/2023/12/01\\_Bilancio-impaginato-FILENI-22-12-web\\_in.pdf](https://www.fileni.it/contrib/uploads/2023/12/01_Bilancio-impaginato-FILENI-22-12-web_in.pdf)
- 10- <https://greenplanet.net/report-annuncia-i-risultati-delle-verifiche-su-fileni-una-bella-notizia/>
- 11- <https://www.rai.it/programmi/report/inchieste/Che-polli-3fab37d4-8b06-4a50-b9d8-6f1403dbbe6a.html>
- 12- <https://www.alimentando.info/fileni-fa-pace-con-report-confermati-la-qualita-dei-mangimi-e-il-buon-funzionamento-dei-sistemi-di-apertura-negli-allevamenti/>
- 13- <https://www.fileni.it/blog/la-sostenibilita-di-fileni-focus-sulle-certificazioni/>
- 14- <https://www.efanews.eu/it/item/38222-report-le-precisazioni-su-fileni-un-anno-dopo.html>
- 15- <https://www.ilsole24ore.com/art/bilancio-sostenibilitadel-gruppo-fileni-2020la-carbonneutralitye-realta-AENfpOP>
- 16- <https://www.digital4.biz/executive/b-corp-significato-vantaggi-certificazione-b-corporation/>
- 17- <https://www.csqa.it/it-it/certificazioni/sostenibilita/iso-14001>
- 18- <https://www.studiofoodconsulting.it/requisiti-certificazioni-halal/#:~:text=La%20certificazione%20halal%20serve%20ad,i%20Paesi%20di%20religione%20islamica>
- 19- [https://scholar.google.com/scholar?hl=it&as\\_sdt=0%2C5&q=greenwashing+in+The+poultry+industry&oq=greenwashing+in+The+poultry+indus#d=gs\\_qabs&t=1736889027142&u=%23p%3Dsod4ybbVRrgJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=it&as_sdt=0%2C5&q=greenwashing+in+The+poultry+industry&oq=greenwashing+in+The+poultry+indus#d=gs_qabs&t=1736889027142&u=%23p%3Dsod4ybbVRrgJ)