

Litigation Pr



Litigation Pr

Fin dall'inizio della sua attività, nel 2015, **SPIN** si è affermata come punto di riferimento nel panorama nazionale nel settore delle «**Litigation pr**» assistendo studi legali di fama nazionale e internazionale, multinazionali, personalità di primo piano in ambito pubblico e istituzionale.

Cosa sono le Litigation Pr?

Le litigation PR – pratica affermata soprattutto in Usa, UK, in Germania e più recentemente in Francia – sono le attività giornalistiche e di pubbliche relazioni finalizzate alla **gestione del processo di comunicazione** in presenza o in vista di procedimenti giudiziari e controversie.





Processo O. J. Simpson, Stati Uniti 1994-1995

Perché servono le Litigation Pr?

- Da molto tempo ormai, il processo non è più solo quello che si svolge nell'aula di tribunale. La sentenza dell'opinione pubblica giunge prima di quella del giudice e può condizionare quest'ultima. Per giunta, i danni alla reputazione, assai spesso non vengono sanati da una sentenza favorevole. **L'esposizione mediatica che comporta il coinvolgimento in un procedimento giudiziario può danneggiare la reputazione e gli interessi.**

Perché servono le Litigation Pr?

- **Uno studio pubblicato da Mathias Kepplinger dell'Università Johannes Gutenberg di Mainz** condotto (tra il 2006 e il 2009) su un campione di oltre 700 tra giudici, pubblici ministeri e giornalisti ha fatto emergere come la copertura mediatica possa influenzare il grado di pena e, più in generale, l'andamento stesso del procedimento legale. Piaccia o no, è **più difficile assolvere un imputato, anche se innocente**, se su di lui si sedimenta un'opinione negativa, se la difesa non fa emergere le proprie ragioni oltre a quelle dell'accusa. Per questo motivo è necessario tutelarsi con una **strategia di comunicazione che metta sempre in evidenza le ragioni del soggetto interessato**.



Processo Oscar Pistorius, Sudafrica 2015

Cosa fa SPIN?

- Offre un'assistenza altamente qualificata, forgiata dalla **gestione di alcuni dei casi mediatico-giudiziari più scottanti** degli ultimi anni, sul palcoscenico nazionale e internazionale.
- Opera per gestire il **processo di comunicazione** (nel corso di una controversia legale ma anche in funzione preventiva) in modo tale da avere un impatto positivo sulla **reputazione globale del cliente**.
- Agisce per **contrastare la pubblicità negativa**, rendere noto il punto di vista del cliente e garantire un'equilibrata copertura mediatica.
- Sviluppa **un messaggio e un'immagine positivi**, veicolandoli verso media, opinione pubblica, decisori istituzionali, stakeholders.
- In ossequio alla deontologia giornalistica, SPIN affronta la sfida mediatica con **l'arma più efficace: la verità**.



Intervento sui media

- Per far valere e mettere in evidenza le ragioni del cliente, SPIN stabilisce un **rapporto diretto con i media tradizionali (tv, radio, giornali)** ricorrendo a *strategie profilate* caso per caso e predisponendo *note sintetiche* veicolate agli organi di informazione capaci di coniugare **verità fattuale, esigenze della difesa, trattazione giornalistica**. Attraverso strategie realizzate appositamente per ogni cliente SPIN, stabilisce un rapporto diretto con i media per far valere e mettere in evidenza le ragioni del soggetto coinvolto in una controversia legale.
- Allo stesso tempo, attraverso **l'utilizzo di Internet e dei social network** costruisce una narrazione capace di promuovere le ragioni del cliente, bypassando il tradizionale e spesso viziato circuito dei media tradizionali così rivolgersi direttamente all'opinione pubblica.





Processo omicidio Meredith Kercher, Italia 2008-2015

Chi ha bisogno di SPIN

- **Personalità di rilievo pubblico (politici, imprenditori, manager, personaggi dello spettacolo) indagate o imputate**, che desiderino affiancare alla tutela in sede giudiziaria un supporto efficace nel campo della comunicazione.
- **Studi professionali** (in particolare avvocati, commercialisti, tributaristi, progettisti) che possano, sull'esempio dei Paesi più avanzati, offrire un'assistenza più completa ai propri clienti, usufruendo anche di un'assistenza sul piano della comunicazione.
- **Aziende, decisori pubblici, istituzioni** che devono rapportarsi con il fenomeno **NIMBY** (Not in my back yard, "non nel mio cortile"), l'avversione di comunità e associazioni locali nei confronti della realizzazione e la permanenza di infrastrutture o insediamenti industriali sul proprio territorio. **Si tratta di contesti ai quali sempre più spesso, in concreto, seguono, se non curati, procedimenti amministrativi o penali.**

Chi ha bisogno di SPIN

- **Pubbliche amministrazioni** bisognose di affrontare in modo efficace le crisi cui sono sempre più frequentemente esposti, ma rispetto alle quali non dispongono di professionalità interne adeguate a gestire situazioni critiche o emergenziali.
- **Soggetti coinvolti in meccanismi mediatico giudiziari** che, pur non sfociando in processi, producono enormi danni d'immagine.





SPIN

STRATEGY POLITICS IMAGE NEWSMAKING

SPIN - Strategy Politics Image Newsmaking

ROMA - Via S. Maria in Via, 12 (Largo Chigi)

MILANO - Corso Matteotti, 1/a

www.spinteam.it

tel. 06.97790.304 | fax 06.97790.399

press@spinteam.it spin.stampa@gmail.com

Follow us on:

Twitter: @spin_ita

Facebook: @SpinTeamItalia

LinkedIn: SPIN Strategy Politics Image Newsmaking