

Le linee guida del CSM per gli Uffici Giudiziari. Svolta strategica per le Relazioni pubbliche e istituzionali.



Da una attenta disamina della [Delibera del CSM del 10 giugno 2026](#), emerge subito che non si tratta di un mero adempimento burocratico ma che siamo di fronte a una vera e propria riforma paradigmatica in cui la Magistratura **riconosce formalmente la protezione reputazionale** della persona come valore costitutivo e ordinante dell'azione pubblica, affiancandola strutturalmente al principio della presunzione di innocenza.

Per la nostra comunità professionale, questa delibera non è solo un quadro regolatorio per la Magistratura, ma si configura come una straordinaria **leva strategica** per tre macro-aree delle Relazioni Pubbliche: la comunicazione giudiziaria (**Litigation PR**), le **Relazioni Legislative** e

la Comunicazione Istituzionale.

Infatti, nell'ecosistema digitale in cui viviamo, il "processo mediatico anticipato" produce spesso danni reputazionali immediati e irreversibili su aziende e individui, ben prima di qualsiasi sentenza. Stabilendo che la comunicazione istituzionale della Magistratura debba obbedire a cinque requisiti essenziali – ovvero essere **vera, necessaria, proporzionata, riparabile e aggiornata** – **il CSM mutua e valida le migliori pratiche delle RP.**

La netta gerarchia introdotta (il **comunicato scritto neutro** come modalità ordinaria e lo stop ai nomi in codice suggestivi dei maxiblitz) **punta a prevenire la spettacolarizzazione e l'iper-personalizzazione dei flussi informativi.** Il vero punto di svolta per i professionisti risiede nell'introduzione del **dovere di riequilibrio e aggiornamento.** Questa simmetria informativa **legittima le Litigation PR** non come uno strumento di opacità, ma come una **funzione di garanzia,** trasparenza e rispetto profondo della dignità della persona.

Le linee-guida del CSM definiscono quindi uno standard deontologico e operativo applicabile come **benchmark all'intera Pubblica Amministrazione.** Imponendo un **lessico neutro,** privo di aggettivazioni enfatiche, e vietando tassativamente **l'uso dei profili social personali dei magistrati per commenti o anticipazioni d'ufficio,** la delibera traccia un confine rigido a tutela dell'apparenza di imparzialità e indipendenza.

Per chi si occupa di comunicazione istituzionale, questo impianto rappresenta un modello di **accountability.** Dimostra infatti come la **comunicazione pubblica debba focalizzarsi unicamente sul concreto interesse pubblico** e sulla trasparenza dei processi, **escludendo logiche di visibilità personale.**

Sul fronte dei Public Affairs le nuove linee guida offrono importanti spunti di scenario ossia una **Giustizia che comunica**

in modo più prevedibile, rigoroso e basato unicamente su canali ufficiali tracciabili. Pertanto i professionisti che supportano i decisori pubblici o che gestiscono il rischio istituzionale, questo testo funge da indicatore di tendenza verso una maggiore **coerenza istituzionale**. Permette quindi di mappare meglio l'evoluzione delle politiche pubbliche in materia di giustizia, offrendo una solida base argomentativa per promuovere riforme legislative orientate al giusto processo, anche sul piano della narrazione pubblica. Con questo testo, il CSM delinea finalmente un terreno d'incontro omogeneo tra diritto all'informazione e tutela della reputazione, **riconoscendo implicitamente il valore delle Relazioni Pubbliche come pilastro essenziale di uno Stato di diritto moderno.**