PROVA - A

QUESITO 1 - RISOLUZIONE DI UN CASO PRATICO

Tema: Progettazione di una campagna di comunicazione pubblica per la promozione di eventi

Contesto:

La Pisamo srl ha recentemente modificato il proprio statuto ampliando i suoi ambiti di competenza dai servizi legati a mobilità urbana, viabilità, circolazione stradale, traffico e sosta, alla gestione di eventi culturali, turistici e sportivi. A seguito di questa trasformazione il comune di Pisa ha modificato il contratto di servizio che lo lega alla società estendendo le attività e i servizi affidati alla stessa *in house providing*.

La città di Pisa, come molte altre realtà urbane, propone un calendario estivo ricco di eventi di richiamo turistico e culturale. Fra questi alcuni gestiti dalla Pisamo srl su affidamento del Comune di Pisa: "Marenia – Non solo mare" (Marina di Pisa, Tirrenia, Calambrone); "I concerti al Giardino Scotto"; "Summer Knights" il festival che propone un programma di eventi culturali e di spettacolo che si svolge nel cuore della città, in Piazza dei Cavalieri; la tappa di Pisa del Giro d'Italia.

Traccia:

Assumendo di lavorare nell'Ufficio Comunicazione di Pisamo srl. Il candidato elabori un esempio pratico di campagna di comunicazione pubblica (ipotetica o reale) finalizzata alla promozione e valorizzazione di un evento in uno dei seguenti ambiti, a scelta:

- Culturale
- Turistico
- Sportivo

L'elaborato dovrà contenere:

- obiettivi della campagna (es. aumento della partecipazione, valorizzazione del territorio, promozione dell'immagine dell'ente);
- target di riferimento (es. cittadini, turisti, famiglie, giovani, sportivi);
- strumenti e canali utilizzati (es. social media, sito istituzionale, affissioni, media locali, newsletter, eventi teaser);
- modalità di valutazione dei risultati (es. metriche digitali, questionari di gradimento, rassegna stampa, affluenza all'evento).

Infine, il candidato dovrà proporre un esempio concreto di messaggio da diffondere tramite social media o sito istituzionale per il lancio dell'evento, coerente con il tono e lo stile della comunicazione pubblica.

QUESITO 2 - DOMANDA APERTA

A partire dai principi e dalle disposizioni contenute nella Legge n. 150 del 7 giugno 2000, “Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni”, il candidato illustri quali sono le finalità di informazione e comunicazione pubblica svolte dalle pubbliche amministrazioni.

PROVA - **B**

QUESITO 1 - RISOLUZIONE DI UN CASO PRATICO

Tema: Progettazione di una campagna di comunicazione pubblica per la promozione di una infrastruttura di mobilità sostenibile

Contesto:

Il Comune di Pisa ha affidato a Pisamo srl le risorse necessarie per la realizzazione di un nuovo ponte ciclopedonale che collegherà il Parco di San Rossore con San Piero a Grado, creando un nodo strategico tra la Ciclovia Tirrenica (Ventimiglia – Roma) e la Ciclopista dell'Arno (Monte Falterona – Marina di Pisa). I lavori sono in corso e il completamento dell'opera è previsto per la primavera 2026.

Traccia:

Assumendo di operare all'interno dell'Ufficio Comunicazione di Pisamo srl, il candidato è invitato a:

- proporre un piano di comunicazione pubblica per la presentazione e valorizzazione dell'infrastruttura, articolando:
    - obiettivi della campagna
    - target di riferimento
    - canali e strumenti di comunicazione da utilizzare
    - pianificazione delle attività (fasi, tempistiche, momenti chiave)
- redigere un comunicato stampa per l'inaugurazione del ponte, da diffondere ai media locali e nazionali
- con riferimento ai temi della sostenibilità ambientale e della vivibilità urbana, proporre spunti e indicazioni su come utilizzare la notizia della realizzazione del ponte per rafforzare il posizionamento "verde" della città di Pisa; promuovere la mobilità sostenibile; diffondere stili di vita più sani e la cultura della ciclabilità.

QUESITO 2 - DOMANDA APERTA

A partire dalle disposizioni contenute nell'articolo 1 della Legge n. 150 del 7 giugno 2000, "Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni", il candidato illustri quali sono le attività di informazione e le attività di comunicazione realizzate dalle amministrazioni pubbliche.

PROVA - C

QUESITO 1 - RISOLUZIONE DI UN CASO PRATICO

Tema: Gestione della comunicazione in situazioni di emergenza: annullamento di un evento pubblico per cause meteo

Contesto:

La Pisamo srl ha organizzato un grande evento culturale all'aperto, molto atteso dalla cittadinanza e ampiamente promosso sui media e sui canali social istituzionali. A poche ore dall'inizio, a causa di un'improvvisa allerta meteo arancione diramata dalla Protezione Civile, l'evento viene annullato (dal Comune di Pisa) per motivi di sicurezza.

Traccia:

Il candidato, assumendo il ruolo di responsabile della comunicazione di Pisamo srl, rediga un elaborato in cui:

- descriva le azioni comunicative da intraprendere per gestire la crisi in modo tempestivo, trasparente ed efficace;
- indichi i canali e gli strumenti da utilizzare per informare i cittadini, i media e gli stakeholder, tenendo conto dell'urgenza e della necessità di evitare disinformazione o panico;
- proponga un modello di comunicato stampa e un post per i social media (Facebook o Instagram) per annunciare l'annullamento dell'evento, motivandone il tono e lo stile comunicativo;
- esponga le strategie post-crisi per ricostruire la fiducia, gestire eventuali polemiche e valorizzare l'impegno dell'amministrazione nella tutela della sicurezza pubblica.

QUESITO 2 - DOMANDA APERTA

A partire dalle disposizioni contenute nell'articolo 2 della Legge n. 150 del 7 giugno 2000, "Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni", il candidato descriva le principali forme, strumenti e prodotti utilizzabili dalle pubbliche amministrazioni per lo svolgimento delle attività di informazione e comunicazione istituzionale, evidenziandone le caratteristiche e le finalità.