

PROVA SCRITTA N° 1 - **NON ESTRATTA**
24 MARZO 2022

1. La segmentazione dei pubblici rappresenta la fase iniziale e propedeutica a qualunque scelta di comunicazione strategica, che suggerisce messaggi, linguaggi e strumenti più appropriati per attivare e consolidare relazioni. Quali i principali pubblici di un ente Parco?
2. Il progetto VENTO elaborato dal Politecnico di Milano è inteso dal grande pubblico come una ciclabile che colleghi Venezia e Torino. In realtà il coordinatore del progetto prof. Paolo Pileri nei suoi molti interventi ha ribadito che in realtà si tratti di molto di più. La candidata spieghi il significato di questa affermazione.
3. Il sistema delle Aree protette del Po piemontese, anche in virtù dell'estensione, è caratterizzato da molti siti che uniscono interesse ambientale e turistico. Fra questi, Torre d'Isola (Valmacca) e la Confluenza Po-Maira. La candidata descriva brevemente, in modo accattivante per un vasto pubblico i due siti, integrando la descrizione con una proposta di itinerario ciclo-pedonale che abbia come meta i siti citati.
4. Il Codice di comportamento dei dipendenti pubblici DPR n. 62/2013. Articolazione e contenuti.
5. Il Presidente dell'Ente di gestione di Area Protetta Piemontese: modalità di nomina e funzioni ai sensi della L.R. n. 19/2009

PROVA SCRITTA N° 2 - **ESTRATTA**
24 MARZO 2022

1. Nella cassetta degli attrezzi della comunicazione di un Parco rivestono un ruolo importante due strumenti, propri della comunicazione d'impresa: gli eventi e la sponsorizzazione. Il candidato sviluppi, a scelta, uno dei due descrivendone obiettivi, ruoli e fasi di gestione.
2. Nell'ambito dell'attività di comunicazione dell'Ente di gestione delle Aree protette del Po piemontese, la candidata indichi quale piattaforma social utilizzerebbe per raggiungere un pubblico giovane e descriva una campagna social destinata alla piattaforma individuata.
3. L'Ente-Parco ha avviato da alcuni anni il progetto FORESTA CONDIVISA DEL PO PIEMONTESE. La candidata scriva un breve testo promozionale al riguardo e indichi come diffonderlo ai media locali.
4. Qual è la legge nazionale sulla comunicazione pubblica e che cosa prevede.
5. La candidata illustri com'è composto il sistema regionale delle Aree protette di Regione Piemonte.

PROVA SCRITTA N° 3 - **NON ESTRATTA**
24 MARZO 2022

1. La trattazione delle materie ambientali all'interno della Costituzione: la candidata illustri la collocazione della materia, delle competenze ed esponga eventuali commenti od osservazioni in merito.
2. La candidata descriva i passaggi per la realizzazione di un calendario di eventi e manifestazioni per la prossima stagione primaverile, comprendendo le varie fasi, dalla progettazione alla comunicazione.
3. Si può affermare che la rivista Piemonte Parchi, in particolare nella versione "cartacea", rappresenti la storia dei parchi naturali piemontesi. La candidata illustri quali sono le caratteristiche che hanno distinto questo strumento di comunicazione con editore pubblico.
4. La candidata descriva quali sono le finalità della Rete Natura 2000, com'è strutturata e chi si occupa della sua gestione.
5. Svolgimento di incarichi esterni da parte del dipendente pubblico, ai sensi dell'art. 53 del D. Lgs. 165/2001 (e s.m.i.). Modalità di richiesta, autorizzazione e incompatibilità.

ELENCO DOMANDE ESTRATTE DAI CANDIDATI

Il comunicato stampa è lo strumento utile per le notizie di estrema attualità che si rivolge a un pubblico di grande ampiezza. Quali caratteristiche deve avere un buon comunicato stampa? Quali gli step per una diffusione efficace?

La riconoscibilità del singolo ente Parco all'interno del web è segnata dalla scelta del dominio. Il candidato ne illustri caratteristiche, significati, titolarità e gestione.

Il sistema delle Aree protette del Po piemontese, anche in virtù dell'estensione, è caratterizzato da molti siti che uniscono interesse ambientale e turistico. Fra questi, Bric Montariolo (Pecetto di Valenza) e il Bosco del Gerbasso (Carmagnola). La candidata descriva brevemente, in modo accattivante per un vasto pubblico i due siti, integrando la descrizione con una proposta di itinerario ciclo-pedonale che abbia come meta i siti citati.

Come funziona la rassegna stampa e quali vantaggi può apportare a un ente Parco?

Le aree naturali protette svolgono un ruolo che va oltre il confine cartografico. Ci si potrebbe chiedere, sotto il profilo della tutela ambientale, dell'impatto socio-economico e culturale, dove comincia davvero un parco. La candidata descriva, in tal senso, il rapporto dell'Ente di gestione delle Aree protette del Po piemontese con il proprio territorio di riferimento.

La comunicazione di crisi: cosa è? Come affrontarla e con quali strategie?

Communication is everywhere: from technical reports and social media posts to stakeholder engagement. Those working in Protected Areas need to be equipped with exceptional skills if they want to communicate effectively.

Between 2000 and 2010 European countries recorded over 440 million annual international visitor arrivals. On top of this, an even greater amount of tourism activity can be added in the form of own-country (domestic) tourists and people on day trips.

Cosa si intende per "livelli" in ambito Photoshop?

Esempi di usi applicativi di Photoshop (o software equivalenti) nell'ambito delle attività di comunicazione del Parco

ELENCO DOMANDE NON ESTRATTE DAI CANDIDATI

La newsletter è uno strumento di promozione, comunicazione e informazione oltre che di trasparenza, perchè? Come strutturare una newsletter, quali gli elementi fondamentali? Come promuoverla e gestirla?

Conoscenza di prodotti software open source equivalenti o paragonabili a Photoshop.

Il claim, o slogan, può essere utilizzato anche da un ente Parco? A quale scopo?

Cenni sugli strumenti comunicativi dell'Ente di gestione delle Aree protette del Po piemontese.

Tourism is a booming business. It produces almost 5% of the world's economic turnover, employs around 200 million people globally and is the fastest growing industry. Tourism is also one of the main economic drivers of Europe's rural economies.