

**CAMERA DI COMMERCIO DELL'EMILIA – DIRIGENTE PER L'AREA INNOVAZIONE E SVILUPPO DELLA CAMERA DI COMMERCIO DELL'EMILIA – 09/02/2026  
PRIMA PROVA SCRITTA "B"**

1. Qual è l'obiettivo primario del marketing territoriale?

- A. Promuovere prodotti o servizi di un determinato territorio per realizzare volumi di vendite coerenti con il budget annuo di ricavi previsto
- B. Aumentare l'attrattività e la competitività di un territorio nel lungo periodo
- C. Pianificare e gestire i flussi turistici stagionali
- D. Mira a creare un legame emotivo tra consumatore e brand, coinvolgendo attivamente il pubblico attraverso esperienze memorabili e stimolanti, non solo vendendo un prodotto, ma offrendo un ricordo, un'interazione unica e personalizzata

2. Quale tra le seguenti è una funzione camerale direttamente connessa alla capacità di 'leggere' e orientare programmi e risorse per lo sviluppo?

- A. Realizzazione di osservatori dell'economia locale e diffusione di informazione economica
- B. Emissione di titoli di debito pubblico locale
- C. Determinazione dei tassi ufficiali di interesse
- D. Vigilanza generale su appalti comunali

3. Il budget direzionale è uno strumento tecnico contabile che ha la finalità:

- A. Di individuare le necessità finanziarie e di cassa non coperte dal prevedibile incasso effettivo del diritto annuale
- B. Di permettere di calcolare alla fine dell'esercizio le spese eccessive da tagliare l'anno seguente
- C. Di permettere la formazione delle richieste di finanziamento ministeriale e il calcolo del diritto annuale dovuto dalle imprese
- D. Di attribuire le risorse del preventivo economico ai dirigenti responsabili individuando obiettivi e parametri di valutazione dei dirigenti

4. Il diritto camerale annuale per l'iscrizione nel Registro delle imprese è:

- A. Un tributo
- B. Stato abolito dalla riforma del 2016
- C. Uno strumento di semplificazione amministrativa
- D. Nessuna delle precedenti

5. Qual è il documento formale di programmazione per l'esercizio?

- A. Il programma pluriennale
- B. Il conto economico
- C. Il preventivo economico
- D. Il bilancio d'esercizio

6. Il ciclo di gestione della performance nelle pubbliche amministrazioni prevede:

- A. Esclusivamente valutazione annuale individuale con assegnazione incentivi economici secondo anzianità di servizio
- B. Piano Performance con obiettivi/indicatori, misurazione, valutazione, rendicontazione trasparente e relazione annuale validata da OIV
- C. Unicamente monitoraggio trimestrale dello stato di attuazione dei progetti strategici con reporting al vertice politico
- D. Principalmente sistema premiante differenziato per fasce di merito senza necessità di obiettivi predefiniti misurabili



7. In quale dei seguenti casi si applica il termine dilatorio di 32 giorni per la stipula del contratto, previsto dall'art. 18, co. 3, del Codice dei Contratti Pubblici, come modificato dal D.lgs. 31 dicembre 2024, n. 209?

- A. Quando è stata presentata una sola offerta e non sono state impugnate le procedure di gara
- B. Quando si tratta di un appalto con importo superiore alle soglie europee
- C. Quando l'appalto è basato su un accordo quadro
- D. Quando l'appalto specifico è basato su un sistema dinamico di acquisizione

8. Che cosa ha determinato la c.d. privatizzazione del rapporto di pubblico impiego?

- A. Assunzione tramite concorso
- B. Applicazione delle norme del diritto pubblico
- C. Regolazione secondo il diritto privato
- D. Applicazione della sola L. 300/1970

9. Quale figura è preposta alla direzione e coordinamento del personale nelle amministrazioni pubbliche?

- A. Il ministro competente
- B. Il direttore generale
- C. Il presidente del consiglio
- D. Il Prefetto

10. Qual è la principale novità introdotta dal D.L. 27 dicembre 2024, n. 202, noto come Decreto Mille Proroghe, in materia di responsabilità erariale?

- A. L'introduzione di un nuovo regime di responsabilità oggettiva per i soggetti sottoposti alla giurisdizione della Corte dei Conti
- B. La proroga delle disposizioni che limitano la responsabilità erariale ai soli casi di danno dolosamente voluto fino al 30 aprile 2025
- C. La soppressione delle competenze della Corte dei Conti in materia di contabilità pubblica
- D. L'estensione della responsabilità erariale anche ai soggetti privati che gestiscono fondi pubblici

11. Qual è una caratteristica fondamentale dell'impresa sociale?

- A. Deve generare profitto distribuibile ai soci
- B. Opera senza scopo di lucro per finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale
- C. Si concentra esclusivamente sul microcredito
- D. Deve essere amministrata da soggetti pubblici

12. Quale autorità ha il potere di sciogliere una cooperativa che non persegue scopi mutualistici?

- A. Il Consiglio di amministrazione della cooperativa
- B. L'assemblea straordinaria dei soci
- C. Il Ministero dello sviluppo economico
- D. Il tribunale regionale

13. Nel disegno di un progetto territoriale complesso (filiera/cluster), quale scelta è più coerente con il principio di sussidiarietà richiamato dalla legge?

- A. Assumere il ruolo di operatore economico principale della filiera
- B. Limitarsi esclusivamente a funzioni interne di back-office



C. Agire come soggetto di supporto/promozione, salvaguardando competenze di Stato/Regioni/Enti locali

D. Sostituire gli enti locali nelle politiche industriali del territorio

14. Quale adempimento rientra tra gli obblighi amministrativi e di trasparenza connessi alla concessione di sovvenzioni economiche a soggetti terzi?

A. La pubblicazione esclusivamente di dati aggregati annuali relativi all'ammontare complessivo delle risorse erogate, al fine di tutelare la riservatezza dei beneficiari

B. La pubblicazione degli atti di concessione limitatamente ai casi in cui venga presentata una specifica istanza di accesso civico generalizzato

C. La comunicazione degli importi concessi unicamente agli organi di controllo interno e agli organi di revisione, senza pubblicazione esterna

D. La pubblicazione, nella sezione "Amministrazione trasparente", dei criteri di concessione, degli atti di attribuzione, dei soggetti beneficiari e degli importi erogati, ai sensi degli artt. 26 e 27 del D.Lgs. 33/2013, quale presidio di legalità e prevenzione della corruzione

15. Ai sensi del comma 6 dell'art. 2 del Codice dell'Amministrazione Digitale, le disposizioni del medesimo Codice:

A. Non si applicano al processo civile, penale, amministrativo, contabile e tributario, salvo che sia diversamente disposto dalle disposizioni in materia di processo telematico

B. Si applicano al processo civile, penale, amministrativo, contabile e tributario

C. Si possono sempre applicare al processo civile, penale, amministrativo, contabile e tributario, salvo diversa disposizione delle magistrature competenti

D. Si applicano altresì al processo civile, penale, amministrativo, contabile e tributario, in quanto compatibili e salvo che non sia diversamente disposto dalle disposizioni in materia di processo telematico

16. Qual è il ruolo delle Authority di settore nei servizi pubblici?

A. Promuovere la nazionalizzazione delle imprese

B. Controllare le attività delle imprese private nei servizi pubblici

C. Definire le politiche di concorrenza nel settore pubblico

D. Definire regole di mercato e controllare l'osservanza di tali regole

17. Nel 'marketing della sostenibilità' territoriale, quale impostazione è più conforme alla missione camerale?

A. Incentivare selettivamente una singola impresa 'campione' senza logica di sistema

B. Puntare a massimizzare un ritorno economico diretto per l'ente

C. Agire sugli interessi generali delle imprese e dell'economia locale con iniziative di sistema

D. Esercitare poteri sanzionatori in materia ESG

18. Qual è il ruolo principale dell'immigrazione internazionale nella dinamica demografica provinciale dell'Emilia occidentale?

A. È il fattore principale che compensa il saldo naturale negativo e sostiene la crescita o la stabilità della popolazione

B. Ha un ruolo marginale e non incide sulle variazioni demografiche complessive

C. Determina esclusivamente un aumento temporaneo della popolazione studentesca

D. È responsabile del calo delle nascite tra la popolazione autoctona

19. Nel contesto del mercato del lavoro, il principale contributo delle Camere di Commercio alla riduzione del mismatch domanda-offerta consiste in:

A. La gestione diretta dei servizi per l'impiego e delle politiche passive



- B. La definizione dei livelli salariali di settore attraverso accordi con le parti sociali
- C. La rilevazione sistematica dei fabbisogni professionali delle imprese e il raccordo con il sistema formativo
- D. L'erogazione di sussidi economici ai lavoratori disoccupati

20. In un percorso di trasformazione digitale dei servizi, qual è la scelta più 'dirigenziale' e coerente con la funzione camerale?

- A. Digitalizzare solo l'archiviazione interna senza impatto sui servizi
- B. Ripensare processi e servizi verso imprese, coerentemente con la missione di supporto/promozione
- C. Limitare la digitalizzazione a ciò che impone un fornitore
- D. Rinviare ogni scelta al Collegio dei revisori

21. Il Consiglio camerale approva il programma pluriennale. In quale condizione procedurale 'rafforzata' è previsto che ciò avvenga?

- A. Previa consultazione del Collegio dei revisori
- B. Previa adeguata consultazione delle imprese
- C. Previa intesa obbligatoria con il Prefetto
- D. Previa autorizzazione della Giunta regionale su ogni singola misura

22. Quale tra le seguenti dimensioni NON rientra tipicamente nell'analisi di fattibilità di un progetto?

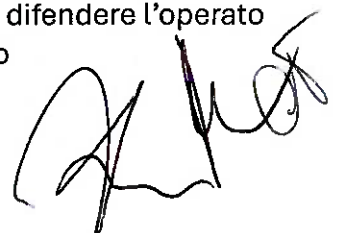
- A. Fattibilità tecnica
- B. Fattibilità economico-finanziaria
- C. Fattibilità organizzativa
- D. Fattibilità motivazionale e di coinvolgimento del team

23. Secondo l'Art. 1, co. 5, L. 150/2000, le attività di informazione e comunicazione delle PA sono finalizzate a:

- A. Assicurare il rispetto degli obblighi di pubblicità legale e trasparenza formale degli atti
- B. Illustrare disposizioni normative facilitandone l'applicazione, illustrare le attività ed il funzionamento delle istituzioni, favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovere conoscenze su temi di rilevanza pubblica e sociale, favorire la semplificazione, la modernizzazione e la conoscenza dei procedimenti amministrativi, promuovere l'immagine delle P.A. e quella dell'Italia in Europa e nel mondo
- C. Rafforzare l'immagine degli organi politici e dei loro rappresentanti attraverso iniziative comunicative
- D. Veicolare comunicazioni standardizzate ai media senza finalità di accesso o semplificazione

24. Un'amministrazione pubblica locale è coinvolta in un grave disservizio digitale che impedisce, per più giorni, l'accesso ai principali servizi online da parte dei cittadini. La notizia viene ripresa dai media nazionali e genera un forte dibattito sui social network. In qualità di dirigente responsabile della comunicazione istituzionale, quale azione risulta più coerente con una corretta gestione della comunicazione di crisi?

- A. Attenersi a una comunicazione tecnica interna fino alla completa risoluzione del problema, evitando dichiarazioni pubbliche che potrebbero alimentare polemiche
- B. Diffondere un comunicato unico a emergenza conclusa, finalizzato a difendere l'operato dell'amministrazione e a ridimensionare l'impatto mediatico dell'evento



- C. Attivare immediatamente una comunicazione coordinata e continuativa, informando i cittadini sugli sviluppi, sulle misure adottate e sui tempi stimati di ripristino, assumendo responsabilmente il ruolo istituzionale e distinguendo i profili tecnici da quelli decisionali
- D. Delegare la gestione della comunicazione ai fornitori tecnologici coinvolti, in quanto direttamente responsabili del disservizio

25. La previsione della figura del social media e digital manager nella Pubblica Amministrazione risponde principalmente all'esigenza di:

- A. Delegare a soggetti esterni la gestione dei canali social istituzionali, riducendo il carico organizzativo interno delle amministrazioni
- B. Rafforzare la transizione digitale, migliorare la qualità dei servizi e favorire la partecipazione dei cittadini, attraverso una gestione strategica e coerente della comunicazione digitale, in linea con gli obiettivi istituzionali dell'ente
- C. Sostituire le funzioni tradizionalmente attribuite all'URP e all'ufficio stampa, superando il modello della comunicazione istituzionale previsto dalla Legge 150/2000
- D. Garantire una presenza promozionale della PA sui social media, con finalità prevalentemente reputazionali e di visibilità dell'organo politico

26. Dal punto di vista organizzativo, la figura del social media e digital manager nella PA si caratterizza principalmente come:

- A. Una funzione autonoma e indipendente rispetto alle strutture di comunicazione esistenti
- B. Un profilo meramente tecnico, privo di responsabilità strategiche o di coordinamento
- C. Una funzione trasversale e strategica, integrata con URP, ufficio stampa, RTD e RPCT, orientata alla qualità dei servizi, alla trasparenza e alla partecipazione
- D. Una figura esclusivamente operativa, incaricata della pubblicazione dei contenuti sui social network

27. In base al comma 9-novies del D.L. 25/2025, la figura del social media e digital manager può essere individuata:

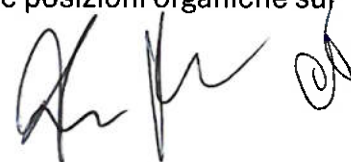
- A. Esclusivamente tramite nuove assunzioni a tempo indeterminato, in deroga ai vincoli ordinari sul personale
- B. Solo attraverso incarichi di consulenza esterna ad alta specializzazione
- C. Sia tra il personale già in servizio sia nell'ambito delle nuove assunzioni autorizzate a legislazione vigente, nel rispetto delle competenze già esistenti all'interno dell'amministrazione
- D. Unicamente tra il personale appartenente agli uffici stampa e alle strutture di comunicazione politica

28. Dal punto di vista dell'organizzazione amministrativa, la disciplina introdotta dal D.L. 25/2025 e dalla Legge 69/2025 configura la comunicazione digitale come:

- A. Un'attività meramente accessoria, priva di rilevanza ai fini della qualità dei servizi pubblici
- B. Un ambito operativo riservato esclusivamente alle strutture di comunicazione politica
- C. Una funzione strategica di supporto alla transizione digitale, alla qualità dei servizi e alla partecipazione dei cittadini, integrata con le altre funzioni dell'ente e coerente con i principi di buon andamento e trasparenza
- D. Un'attività di marketing istituzionale orientata prevalentemente alla reputazione dell'ente

29. Che cos'è la GEO nell'ambito della ottimizzazione della comunicazione digitale e in cosa si differenzia dalle tecniche tradizionali?

- A. È la pratica di ottimizzare le parole chiave e i meta-tag per scalare le posizioni organiche sui motori di ricerca come Google



- ↳ è un indicatore finanziario utilizzato esclusivamente per calcolare il Ritorno sull'Investimento (ROI) delle campagne pubblicitarie digitali a pagamento basate sull'AI
- C. È un protocollo di geolocalizzazione che permette di mostrare annunci pubblicitari diversi agli utenti in base alla loro posizione geografica in tempo reale
- D. È l'insieme delle tecniche per ottimizzare i contenuti web affinché vengano citati e visualizzati nelle risposte fornite dalle Intelligenze Artificiali generative (come ChatGPT o Gemini)

30. Nel corso di una campagna di comunicazione omnicanale affidata a un fornitore esterno, i risultati quantitativi (reach, click, conversioni) risultano complessivamente positivi. Tuttavia, il dirigente responsabile rileva criticità nella capacità del fornitore di spiegare le scelte effettuate e di collegarle agli obiettivi istituzionali dell'ente. In tale contesto, quale criterio assume maggiore rilevanza nella valutazione della professionalità del fornitore?

- A. La capacità di rendere espliciti i modelli decisionali, di motivare l'uso dei canali e degli strumenti adottati e di integrare le evidenze quantitative in un quadro interpretativo coerente con le finalità pubbliche
- B. La capacità del fornitore di operare scelte tattiche autonome basate sull'analisi dei dati, anche riducendo il livello di formalizzazione delle motivazioni decisionali
- C. La flessibilità dimostrata nell'adattare strumenti e canali in funzione delle performance, privilegiando un approccio orientato ai risultati misurabili
- D. La solidità delle competenze tecniche e digitali, purché supportate da reportistica periodica standardizzata sulle attività svolte

