

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

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. 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
  
4. 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
  
5. 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
  
6. Cosa prevede la Regolamentazione Incentivante rispetto al miglioramento dei servizi pubblici?
  - A. Ridurre i costi a discapito della qualità dei servizi
  - B. Migliorare la qualità dei servizi e incentivare il miglioramento attraverso regole di funzionamento
  - C. Aumentare i profitti delle imprese pubbliche
  - D. Promuovere l'innovazione e la concorrenza nel settore pubblico

7. Quale formulazione descrive meglio il 'perché' normativo dell'azione camerale su digitale/innovazione?

- A. Perché la Camera è un fornitore ICT di mercato
- B. Perché la legge le attribuisce compiti di promozione dell'innovazione e trasferimento tecnologico per le imprese
- C. Perché la Camera sostituisce le Regioni sulle politiche di innovazione
- D. Perché la Camera ha potestà regolatoria generale sul digitale

8. Le attività di informazione e comunicazione istituzionale ai sensi dell'art. 1, co. 4, L. 150/2000 sono volte a conseguire:

- A. Prevalentemente promozione dei servizi pubblici con strumenti informativi, finalizzata anche al miglioramento dell'immagine economica dell'ente
- B. Informazione ai mezzi di comunicazione di massa (stampa, audiovisivi, strumenti telematici), comunicazione esterna rivolta ai cittadini, collettività, enti, comunicazione interna nell'ambito di ciascun ente
- C. Attività di pubblicità istituzionale limitata a campagne informative sui media, senza coinvolgimento strutturato dei cittadini
- D. Diffusione degli atti amministrativi tramite canali ufficiali digitali quale forma prevalente di comunicazione

9. Fra i compiti del collegio dei revisori rientra:

- A. Il controllo della consistenza di cassa almeno ogni 3 mesi
- B. Il controllo della corrispondenza dei cespiti col registro dei beni ammortizzabili almeno ogni 3 mesi
- C. Il controllo di tutti gli atti e documenti amministrativi e contabili almeno ogni tre mesi
- D. Il controllo della consistenza di cassa almeno ogni 15 giorni

10. Le priorità di intervento, gli obiettivi strategici, i risultati attesi, e le risorse necessarie, sono contenuti:

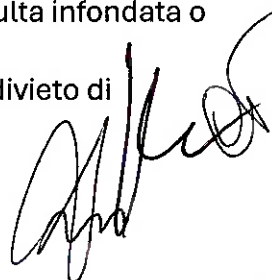
- A. Nel programma annuale del consiglio
- B. Nel conto economico
- C. Nel bilancio d'esercizio
- D. Nel programma pluriennale

11. La misura del diritto annuale è determinata:

- A. Dallo Stato
- B. Dal Ministero delle finanze, sentite l'Unioncamere e le organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative a livello nazionale
- C. Dall'Unioncamere
- D. Dal Ministro dello sviluppo economico, di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze, sentite l'Unioncamere e le organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative a livello nazionale

12. Quale delle seguenti affermazioni riguardo il dipendente pubblico che effettua segnalazione di illeciti (whistleblowing) è inequivocabilmente corretta:

- A. Può essere soggetto a procedimenti disciplinari se la segnalazione risulta infondata o basata su elementi non verificabili
- B. È tutelato contro ritorsioni con canali riservati, protezione di identità, divieto di discriminazione e di sanzioni per segnalazione



- C. Deve preliminarmente informare il dirigente responsabile prima di attivare i canali esterni di segnalazione
- D. Risponde civilmente per danni se la denuncia è archiviata dall'autorità giudiziaria o amministrativa competente

13. Quando è obbligatoria la costituzione del Collegio Consultivo Tecnico secondo il Nuovo Codice dei Contratti Pubblici del 2023?

- A. Per tutti i contratti di lavori pubblici indipendentemente dall'importo
- B. Solo per contratti di lavori pubblici con importo inferiore alle soglie di rilevanza europea
- C. Per contratti di lavori pubblici, inclusi quelli in concessione o partenariato pubblico privato, con importo pari o superiore alle soglie di rilevanza europea
- D. Solo su richiesta dell'appaltatore per contenziosi legali alle varianti

14. Quale organo rappresenta le pubbliche amministrazioni nella contrattazione collettiva?

- A. CNEL
- B. ARAN
- C. INPS
- D. INAIL

15. Quale principio è alla base del codice di comportamento dei dipendenti pubblici?

- A. Imparzialità e buon andamento
- B. Efficienza energetica
- C. Innovazione tecnologica
- D. Miglioramento della performance

16. Qual è la principale differenza tra patrimonio sociale e capitale sociale nominale?

- A. Il patrimonio sociale è sempre maggiore del capitale sociale
- B. Il patrimonio sociale varia nel tempo, mentre il capitale sociale nominale rimane costante a meno di modifiche
- C. Il capitale sociale è costituito solo da beni immobili
- D. Il patrimonio sociale è solo un concetto teorico

17. In che cosa consiste la trasformazione di una società?

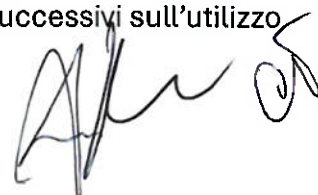
- A. Nel trasferimento della sede legale della società
- B. Nella creazione di una nuova società con lo stesso nome
- C. Nell'adozione di un diverso tipo societario mantenendo i rapporti giuridici esistenti
- D. Nell'eliminazione di tutte le obbligazioni precedenti della società

18. Un dirigente propone di finanziare un progetto territoriale imponendo alle imprese 'un contributo aggiuntivo' fuori dai diritti di segreteria. Qual è la valutazione più corretta?

- A. È sempre possibile se deliberato dalla Giunta
- B. È possibile solo se destinato a internazionalizzazione
- C. Non è consentito per le attività indicate dalla norma, al di fuori dei diritti di segreteria
- D. È consentito se l'iniziativa è in partnership con un Comune

19. Quale tra le seguenti affermazioni descrive correttamente il sistema di controllo applicabile alla concessione di sovvenzioni economiche a soggetti terzi da parte della Camera di Commercio?

- A. Il sistema di controllo si limita alla verifica preventiva della copertura finanziaria, in quanto l'assenza di controprestazione diretta esclude la necessità di controlli successivi sull'utilizzo delle risorse



- B. I controlli sulle sovvenzioni sono esclusivamente di natura contabile e sono demandati in via integrale agli organi di revisione, senza coinvolgimento delle strutture dirigenziali
- C. Il controllo è esercitato solo successivamente all'erogazione delle risorse, al fine di non rallentare il procedimento di concessione
- D. Il sistema di controllo comprende verifiche ex ante, in itinere ed ex post sulla legittimità, regolarità amministrativa e contabile, nonché sul rispetto delle condizioni di concessione, coinvolgendo il Dirigente responsabile del procedimento, i servizi competenti e gli organi di controllo interno

20. Ai fini del Codice dell'Amministrazione Digitale, per i servizi in rete, le pubbliche amministrazioni e i soggetti pubblici consentono agli utenti di esprimere la soddisfazione rispetto alla qualità:

- A. Anche in termini di accessibilità, parità di trattamento e trasparenza, del servizio reso all'utente stesso e pubblicano sui propri siti i dati risultanti, ivi incluse le statistiche di utilizzo
- B. Anche in termini di fruibilità, semplicità e trasparenza del servizio reso all'utente stesso e pubblicano sui propri siti i dati risultanti, ivi incluse le statistiche di utilizzo
- C. Anche in termini di fruibilità, accessibilità e tempestività del servizio reso all'utente stesso e pubblicano sui propri siti i dati risultanti, ivi incluse le statistiche di utilizzo
- D. Anche in termini di accessibilità ed efficienza del servizio reso all'utente stesso

21. Quale affermazione descrive meglio la situazione economico-produttiva tipica delle province dell'Emilia occidentale?

- A. Economia prevalentemente basata su servizi turistici con scarso export industriale
- B. Presenza di un tessuto manifatturiero e di PMI orientate all'export che rappresentano ancora un pilastro dell'economia locale
- C. Settore agricolo unico motore economico, senza rilevanza dell'industria
- D. Economia dominata da grandi gruppi multinazionali con assenza di PMI

22. Quale descrizione sintetizza meglio la condizione del mercato del lavoro nelle province dell'Emilia Ovest?

- A. Mercato del lavoro stabile, con contratti a tempo indeterminato in crescita costante
- B. Aumento della fragilità occupazionale: più ore di ammortizzatori sociali, crescita delle iscrizioni ai centri per l'impiego e domanda di figure qualificate difficile da soddisfare
- C. Assenza di disoccupazione e piena occupazione in tutti i settori
- D. Trasformazione immediata verso lavoro remoto per la totalità dei settori produttivi

23. In base alla Legge 580/1993, come modificata dal D.Lgs. 219/2016, le Camere di Commercio intervengono sul mercato del lavoro attraverso:

- A. L'organizzazione di procedure concorsuali per l'accesso all'impiego pubblico
- B. La regolazione dei contratti di lavoro privati
- C. Il supporto alla competitività delle imprese mediante orientamento, formazione e certificazione delle competenze
- D. L'erogazione diretta di servizi di collocamento obbligatorio

24. Quale strumento viene utilizzato principalmente per rappresentare graficamente la pianificazione temporale delle attività di un progetto?

- A. Analisi SWOT
- B. Diagramma di Gantt
- C. Metodo PERT
- D. Matrice dei rischi



25. Nel contesto della comunicazione e delle relazioni con i media, cosa si intende correttamente per 'native advertising'?

- A. Una forma di pubblicità occulta che replica il linguaggio giornalistico con l'obiettivo di indurre il lettore a non distinguere il contenuto promozionale da quello editoriale
- B. Un contenuto promozionale a pagamento progettato per integrarsi formalmente e stilisticamente nel contesto editoriale della testata, mantenendo tuttavia una chiara e trasparente indicazione della sua natura sponsorizzata
- C. Un formato pubblicitario tipico dei canali digitali basato prevalentemente su metriche SEO e sull'autorità del dominio dell'inserzionista
- D. Un'evoluzione del publi-redazionale tradizionale che consente all'inserzionista di influenzare direttamente le scelte editoriali della redazione

26. Secondo il comma 9-novies del DL 25/2025, la figura del social media e digital manager opera principalmente con riferimento a:

- A. La produzione di contenuti informali e non istituzionali, finalizzati ad aumentare il numero di follower delle amministrazioni pubbliche
- B. L'elaborazione di strategie comunicative specifiche per i social media e la gestione delle piattaforme di reti sociali, in coerenza con gli obiettivi istituzionali dell'amministrazione
- C. La definizione autonoma delle politiche pubbliche attraverso processi di consultazione digitale non regolamentati
- D. La gestione delle attività di marketing digitale e pubblicità a pagamento della PA

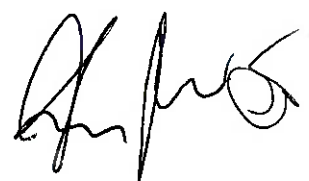
27. In che modo la comunicazione digitale e la gestione strategica dei social media contribuiscono al miglioramento dell'azione amministrativa e delle politiche pubbliche nella PA?

- A. Sostituendo i procedimenti amministrativi formali con forme di interazione informale e non regolamentata sui social network
- B. Limitandosi alla diffusione unidirezionale di informazioni istituzionali, senza prevedere forme strutturate di ascolto o interazione con cittadini e imprese
- C. Rafforzando trasparenza, accessibilità, qualità dei servizi e partecipazione dei cittadini, attraverso un uso consapevole e regolato dei canali digitali, in coerenza con il Codice dell'Amministrazione Digitale, il PNRR e i principi di buon andamento e accountability
- D. Promuovendo prevalentemente l'immagine e la reputazione dell'amministrazione e dei suoi vertici istituzionali

28. I compiti attribuiti dal legislatore al social media e digital manager riguardano principalmente:

- A. La produzione di contenuti promozionali e campagne pubblicitarie a pagamento sui social network
- B. La gestione tecnica delle piattaforme digitali, senza responsabilità di natura strategica
- C. L'elaborazione di strategie comunicative specifiche per i social media, in conformità agli obiettivi istituzionali dell'amministrazione, e la gestione delle piattaforme di reti sociali telematiche
- D. La definizione autonoma delle politiche pubbliche attraverso consultazioni digitali non regolamentate

29. Nel contesto della Pubblica Amministrazione, la progettazione, gestione e valutazione dei servizi di comunicazione deve essere coerente con i principi di trasparenza, accountability e creazione di valore pubblico. Quale delle seguenti affermazioni descrive l'impostazione più corretta dal punto di vista manageriale?



- A. La progettazione dei servizi di comunicazione deve essere prevalentemente orientata al rispetto degli obblighi normativi, mentre la valutazione può limitarsi alla misurazione dei volumi di output (numero di comunicati, accessi ai siti, campagne realizzate)
- B. La gestione dei servizi di comunicazione è efficace quando garantisce uniformità dei messaggi, anche a costo di ridurre la differenziazione dei contenuti rispetto ai bisogni informativi dei diversi stakeholder istituzionali
- C. La progettazione deve partire da un'analisi dei bisogni informativi dei pubblici di riferimento e dagli obiettivi strategici dell'ente; la gestione richiede integrazione interfunzionale e governo dei processi; la valutazione deve combinare indicatori di output, outcome e impatto, in coerenza con i sistemi di misurazione della performance organizzativa
- D. La valutazione dei servizi di comunicazione risulta adeguata quando è centrata principalmente sulla reputazione dell'ente e sul posizionamento mediatico, considerati come indicatori autosufficienti di efficacia dell'azione amministrativa

30. Nel monitoraggio quotidiano di una campagna di comunicazione sui media digitali, quale insieme di parametri consente a un dirigente pubblico di esercitare un controllo efficace, senza sostituirsi al ruolo operativo del fornitore o della struttura tecnica?

- A. Il confronto giornaliero dei principali indicatori di volume (impression, click, copertura), al fine di verificare il costante incremento delle performance quantitative e monitorare la spesa e valori anomali nei dati di traffico
- B. Il presidio di un quadro sintetico di indicatori chiave che integri andamento rispetto agli obiettivi, qualità del traffico generato, utilizzo del budget e coerenza tra risultati ottenuti e finalità istituzionali, accompagnato da un dialogo strutturato con il fornitore con cadenza almeno bimensile
- C. L'analisi puntuale delle creatività e dei messaggi pubblicati, con interventi frequenti sui copy e visual per migliorarne l'efficacia comunicativa
- D. La verifica continuativa della conformità tecnica agli standard delle piattaforme digitali e delle policy di pubblicazione

