

## Offerta Economica

Il sottoscritto Armando Dei, nella sua qualità di Legale rappresentante, autorizzato a rappresentare legalmente kinoa srl, con sede legale in Firenze ,Via Alfonso La Marmora, 53;

In merito al lotto denominato "Affidamento diretto per la fornitura del servizio, della durata di 12 mesi, di attivazione, gestione, monitoraggio, formazione e definizione strategia di comunicazione dei profili social istituzionali dell'Azienda USL Toscana Centro" relativo alla gara "Affidamento diretto per la fornitura del servizio, della durata di 12 mesi, di attivazione, gestione, monitoraggio, formazione e definizione strategia di comunicazione dei profili social istituzionali dell'Azienda USL Toscana Centro" formula la seguente offerta economica:

Ribasso percentuale sull'importo a base di gara soggetto a ribasso: 0,00000 %.

**Importo offerto al netto dell'IVA: Euro 35.000,00**

Costi di Sicurezza al netto dell'IVA di: Euro 0,00

Ulteriori componenti non soggetti a ribasso al netto dell'IVA: Euro -

Importo totale offerto al netto dell'IVA: Euro 35.000,00

Il sottoscritto dichiara inoltre:

- di aver giudicato i prezzi offerti nel loro complesso remunerativi;
- di aver preso esatta conoscenza della natura dell'appalto e di ogni circostanza particolare e generale che possa aver influito sulla determinazione dell'offerta;
- di mantenere valida l'offerta per 180 giorni a decorrere dalla data di scadenza per la presentazione della medesima o per il diverso termine previsto dal bando o, in assenza dello stesso, nella lettera d'invito a gara;
- di aver tenuto conto, nella formulazione dell'offerta, degli obblighi connessi alle disposizioni in materia di sicurezza e protezione dei lavoratori, nonché alle disposizioni in materia di condizioni di lavoro;
- di accettare, senza condizione o riserva alcuna, tutte le norme e disposizioni contenute nella lettera d'invito a gara e, ove presente, nel capitolato speciale di appalto e nei suoi eventuali allegati e nello schema di contratto.

lì 30/07/2024

# PROPOSTA COMMERCIALE

---

**Proposta**

**Gestione social e  
contenuti digitali**

**Usl Toscana Centro**



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
FIRENZE  
DATA LIFE  
LAB



[WWW.KINOA.STUDIO](http://WWW.KINOA.STUDIO)



# **Preventivo per l'individuazione e selezione di operatori economici finalizzata all'affidamento diretto del servizio di attivazione e gestione dei profili social istituzionali dell'Azienda USL Toscana Centro**

*Un percorso di comunicazione digitale e social*

## **Kinoa Innovation Studio**

La PMI Innovativa Kinoa Innovation Studio è un'azienda tecnologica con una forte esperienza nella comunicazione sociale e digitale in ambito sanitario. Kinoa è partner promotore del Laboratorio congiunto universitario Data Life Lab con la Scuola di Scienze Politiche e di Economia dell'Università di Firenze, sempre insieme all'Università è promotrice del Master in Digital Transformation e del laboratorio formativo permanente della Redazione Digitale Cesare Alfieri finalizzato a formare i futuri professionisti della comunicazione digitale.

Kinoa è anche ideatrice di Kimap, ecosistema digitale pensato per la mobilità dei disabili e per l'innovazione inclusiva. Kimap è un brevetto nazionale e un marchio registrato oltre ad essere un progetto che ha ricevuto oltre 11 premi a livello nazionale.

Collabora con le principali istituzioni pubbliche e private, segue la comunicazione dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria di Careggi, dell'ISPRO, della Fondazione di Radioterapia Oncologica e della Scuola di Scienze Politiche di Firenze, supporta la digital transformation di importanti organizzazioni private come Save The Children e CittadinanzAttiva, segue numerose aziende private e realtà associative del territorio regionale.

Kinoa Innovation Studio insieme alla partner ReteSviluppo porta nelle aziende sanitarie locali e negli istituti scolastici percorsi di formazione mirati al corretto uso del digitale, alla consapevolezza sui temi del cyberbullismo e del disagio sociale. E' tra i soggetti partner di Youngle, network nazionale di ascolto e counseling online, primo servizio nazionale ad accesso pubblico di ascolto attraverso il web, rivolto a giovani e gestito da giovani con il supporto di psicologi, educatori, assistenti sociali ed esperti di comunicazione.

Il progetto vanta 20 centri in 13 regioni con oltre 150 operatori coinvolti.

## Proposta progettuale

Kinoa presenta all'Azienda USL Toscana Centro un programma strutturato in quattro fasi, pensato per attivare e gestire efficacemente gli strumenti di comunicazione social. Questo percorso, della durata di 12 mesi, è progettato per essere facilmente integrabile e rinnovabile, con l'obiettivo di continuare e potenziare le attività pianificate, consolidando la strategia di comunicazione a lungo termine.

### Le 4 fasi:

- 1 - Mappatura dei Bisogni e Analisi Preliminare;
- 2 - Sviluppo dell'Impianto Comunicativo e Storytelling;
- 3 - Gestione Efficace della Comunicazione sui Social Media;
- 4 - Formazione e monitoraggio.

### 1. Mappatura dei Bisogni e Analisi Preliminare

#### Attività previste in questa fase:

- Incontri strategici con figure apicali per confronto sugli obiettivi;
- 1-2 focus group per un'analisi approfondita delle dinamiche comunicative, delle criticità e delle opportunità;
- Definizione di target e obiettivi per una strategia mirata e efficace;
- Elaborazione e presentazione della strategia di comunicazione social, delineando il percorso lineare e su misura.

**Avvio della Collaborazione:** L'avventura inizia con incontri preliminari finalizzati a comprendere la composizione del gruppo di lavoro e definire gli obiettivi strategici con colloqui con la governance dell'Azienda. Il team di Kinoa lavorerà a

stretto contatto con gli attori interni coinvolti, puntando a comprendere profondamente gli obiettivi da perseguire. Questo momento iniziale è fondamentale per allineare aspettative e visioni.

**Definizione del Target e Analisi Competitiva:** L'obiettivo è definire una strategia su misura e rendere perfettamente calzato il percorso di comunicazione. Per farlo, il team di Kinoa deve studiare e definire la composizione del pubblico di riferimento, gettando uno sguardo analitico sul panorama competitivo. Una delle azioni iniziali è l'analisi su come altre realtà sanitarie si posizionano sul mercato, individuando opportunità per distinguersi o, dove opportuno, tracciare paralleli strategici.

**Focus Group Dinamici:** Saranno inoltre organizzati 1-2 focus group dinamici, con l'obiettivo di analizzare l'ecosistema comunicativo attuale e di identificare come notizie e progetti vengono attualmente elaborati e diffusi. Questi incontri saranno cruciali per scovare criticità e cogliere opportunità, creando un terreno fertile per l'innovazione.

**Strategia e Modello di Lavoro:** Al termine di questa fase esplorativa, il team di Kinoa avrà il compito di condensare il lavoro di questa prima fase in un report conciso, che non solo evidenzierà il processo comunicativo esistente ma porrà le basi per un modello di lavoro mirato, orientato alla comunicazione social. Con questo documento sarà presentata non solo una visione, ma una strategia tangibile, pronta per essere messa in atto.

E' proprio in questo modo che saranno definiti maggiormente gli schemi comunicativi che andranno poi a tradursi in un vera e propria identità visiva durante la seconda fase di lavoro.

Per concludere, è attraverso questo susseguirsi di azioni mirate che Kinoa si impegnerà a costruire una strategia di comunicazione social che rispecchi i valori di Usl Toscana Centro.

## **2. Sviluppo dell'Impianto Comunicativo e Storytelling**

**Attività previste in questa fase:**

- Validazione del processo comunicativo:
- Formazione del team di redazione digitale:
- Definizione delle regole di pubblicazione: per mantenere coerenza e qualità in ogni post;

- Supporto alla stesura delle linee guida aziendali sulla comunicazione via social (social media policy interna ed esterna in sinergia con l'Azienda);
- Creazione dell'identità visiva e dei messaggi chiave;
- Lancio dei canali social: iniziando da Facebook e Instagram, poi YouTube.

**Costituzione del Team di Comunicazione Integrato:** Questo è il momento di assemblare il nucleo centrale della redazione digitale composto da membri interni dell'Azienda e il team di Kinoa. Sarà definito insieme il flusso operativo: chi seleziona le notizie, come vengono elaborate, i tempi di editing e la programmazione della pubblicazione sui vari canali social. L'obiettivo è creare una macchina comunicativa ben oliata, capace di narrare l'identità e le notizie in modo autentico e coinvolgente, ma soprattutto in modo lineare.

**Definizione dell'Identità Visiva:** In questa fase verrà creata l'identità visiva della comunicazione dell'Azienda. Saranno definite le linee guida grafiche, dai colori ai font, fino alla creazione di template che rispecchino l'identità e facilitino una comunicazione coesa e riconoscibile. Sarà questo il momento in cui i valori e la mission dell'azienda si trasformeranno in immagini, colori e forme, pronti per essere condivisi attraverso i social, con la proposta di varie metodologie di approccio e bozze grafiche di contenuti finali.

**Lancio e Gestione dei Canali Social:** Diventa essenziale, arrivati a questo punto, iniziare a costruire la presenza social dell'UsI con un focus iniziale su Facebook e Instagram, piattaforme dove la narrazione visiva gioca un ruolo fondamentale. Questo sarà il terreno su cui seminare le basi dello storytelling visivo, con l'obiettivo di tessere connessioni con il pubblico di riferimento. In un secondo momento sarà reso attivo anche il canale YouTube dove poter inserire i contenuti video più identificativi dell'Azienda e delle attività che vengono proposte.

Attraverso queste fasi, verranno poste le basi per una comunicazione che non racconti solamente i servizi e l'identità, ma che crei anche un legame duraturo con il pubblico, trasformando ogni interazione in un'opportunità per rafforzare la presenza nel settore sanitario.

### **3. Gestione Efficace della Comunicazione sui Social Media**

**Attivazione e Monitoraggio Quotidiano:** Il percorso di comunicazione social e digitale prende forma con l'attiva gestione dei canali social, guidata dal team

meticolosamente selezionato e dalle strategie concordate. La gestione e supervisione delle pagine avviene quotidianamente con disponibilità di servizio da lunedì al venerdì, dalle 9:00 alle 18:00, garantendo reattività e dinamismo nella comunicazione. In questa fase è importante definire e validare sul campo i tempi di preavviso per la pubblicazione di un contenuto e definire le regole complessive legate alla pubblicazione di una notizia. Inoltre bisogna tenere presente che un contenuto, oltre ad essere compreso, deve anche essere elaborato in formato grafico quindi ha tempi di gestione da tenere in considerazione. Sarà possibile comunque attivare degli interventi straordinari (giorni festivi o extra orario di lavoro garantito) condividendo insieme all'azienda eventuali modalità.

**Pianificazione e Coordinamento dei Contenuti:** La programmazione dei contenuti viene svolta seguendo un quadro generale condiviso, rispecchiando le direttive della governance e adattandosi alle evoluzioni della strategia. Il team di Kinoa guiderà la scelta sulla frequenza ottimale delle pubblicazioni, promuovendo un dialogo costruttivo per la definizione delle migliori pratiche. Per il corretto funzionamento della procedura il team di Kinoa deve interfacciarsi con un figura interna (o un gruppo) incaricata di seguire le attività comunicative in rappresentanza dell'Azienda per poter definire un percorso dell'informazione e della pubblicazione lineare e non farraginoso.

**Creazione di Contenuti Coinvolgenti:** Saranno proposti una gamma di contenuti statici – post, testi, grafiche e micro-animazioni – per captare e mantenere l'attenzione del pubblico selezionato. Una volta definiti contenuti e le tipologie di iniziative che saranno comunicate è possibile immaginare di allargare la gamma di tipologie di contenuti: video animazioni, video interviste, "reel" o video sintetici, promozione di campagne specifiche o progetti mirati.

### **Gestione dei Profili e Mantenimento della Sicurezza**

Una volta messa a sistema la comunicazione digitale attraverso i social, di concerto con le direttive della governance, saranno attivate tutte le protezioni necessarie per evitare malfunzionamenti delle piattaforme, saranno attivati i filtri per gestire i messaggi e i commenti, e sarà operato un controllo giornaliero sull'evoluzione della comunicazione garantendo il corretto flusso di andamento delle notizie nelle piattaforme prescelte.

Azioni Chiave per la Fase Operativa:

- Elaborazione di un Calendario Editoriale Dettagliato: Questo strumento sarà il cuore pulsante della strategia, delineando frequenze e tematiche delle pubblicazioni per garantire un flusso costante e variegato di contenuti.
- Produzione di Copy e Design: Saranno creati contenuti che rispecchiano l'identità e i valori del brand, seguendo le linee guida stabilite.
- Programmazione Strategica delle Pubblicazioni: Utilizzeremo strumenti di calendarizzazione per organizzare le uscite, assicurando la massima visibilità.
- Categorizzazione dei Contenuti: Per facilitare la navigazione e l'engagement, saranno suddivisi i contenuti in sottosezioni tematiche, ciascuna con un'impronta grafica distintiva.
- Monitoraggio e Messa in Sicurezza delle pagine social e dell'immagine dell'Azienda.

**Considerazioni Importanti:** Durante la gestione quotidiana, è essenziale considerare i tempi necessari per la creazione e la pubblicazione dei contenuti, assicurando che la qualità rimanga alta senza sacrificare la tempestività.

Nel momento in cui il lavoro di definizione della *strategia comunicativa e grafica* inizierà ad essere messo a terra traducendosi in elaborazione quotidiana dei contenuti, occorrerà essere pronti nell'aver definito la giusta filiera di operatività da mettere in atto durante la giornata di lavoro.

Da parte delle figure preposte dall'Azienda Usi dovrà giungere al team di Kinoa la richiesta di creazione di un contenuto ben delineato nello spunto tematico, e corredato degli elementi necessari ad essere tradotti in materiali social, come ad esempio: foto, bozze di testo, eventuali loghi e diciture importanti.

Sarà per questo importante stabilire gli strumenti di comunicazione interna fra tali figure e Kinoa, oltre che definire un linguaggio condiviso e inclusivo validato a monte anche dalla governance dell'azienda, in modo tale da poter operare nel modo più lineare possibile, evitando di volta in volta passaggi divenuti a quel punto superflui, garantendo una comunicazione pressoché in tempo reale.

#### **4. Formazione e monitoraggio**

Dopo aver gettato le fondamenta della strategia comunicativa sui social media, è fondamentale assicurare che il team sia completamente equipaggiato con le competenze necessarie per sfruttare al meglio questi strumenti.

**Programma di Formazione Intensiva:** Proponiamo un percorso formativo base di 12 ore che coprirà i seguenti aspetti fondamentali:

- **Principi Operativi delle Piattaforme Social:** Una panoramica completa sul funzionamento delle principali piattaforme social per massimizzare la visibilità e l'engagement.
- **Fondamenti di Grafica per i Social Media:** Tecniche e strumenti per creare visivi attraenti, che parlino direttamente al cuore del vostro pubblico.
- **Elementi Chiave della Comunicazione Sociale:** Strategie per una comunicazione efficace che stimoli l'interazione e promuova i valori dell'Azienda Usl.

**Analisi e Reportistica Approfondita:** Concluderemo l'anno con un'analisi dettagliata delle performance e del progresso complessivo raggiunto dal lancio della strategia comunicativa. Questo report fornirà una panoramica chiara delle metriche chiave, evidenziando i successi e identificando le aree di miglioramento.

Azioni Programmabili:

- Strutturazione del Programma Formativo: Sarà definito un curriculum personalizzato, focalizzato sulle esigenze specifiche del team e sugli obiettivi strategici.
- Formazione Pratica Personalizzata: Attraverso sessioni laboratoriali, il team acquisirà competenze pratiche, dall'ideazione alla realizzazione di contenuti efficaci.
- Monitoraggio Continuo e Reportistica sull'Andamento dei Social: Registrazione periodica delle performance per garantire che la strategia rimanga allineata con gli obiettivi aziendali.
- Rapporto Finale su Attività e Risultati: Un documento comprensivo che raccoglie tutte le fasi del progetto, fornendo un'analisi approfondita dei risultati ottenuti e delle lezioni apprese.

Attraverso un impegno costante nella formazione e nell'analisi delle performance, ci assicuriamo che la presenza sui social media non solo sia dinamica e coinvolgente ma continui a crescere e ad adattarsi in risposta alle sfide e alle opportunità che emergono nel panorama digitale.

## **Cronoprogramma fasi di lavoro**

**Fase 1** Mappatura e analisi: Giugno - Agosto 2024

**Fase 2** Design e storytelling: Settembre - Ottobre 2024

**Fase 3** Gestione Social: Novembre 2024 - Maggio 2025

**Fase 4** Formazione e monitoraggio: Febbraio - Maggio 2025

## **Team di lavoro (5 righe di descrizione)**

### **Lapo Cecconi**

Fondatore di Kinoa Innovation Studio, professore a contratto dell'Università di Firenze, coordinatore laboratorio formativo permanente sulla comunicazione digitale RED presso l'Università di Firenze e fondatore del laboratorio congiunto Universitario Data Life Lab. Esperto di comunicazione digitale di natura istituzionale con focus sulle tematiche socio-sanitarie con 15 anni di attività certificate.

### **Ester Macri**

Laureata in Sociologia presso l'Università degli studi di Firenze dove ha conseguito, nel 2013, anche il titolo di Dottoressa di Ricerca in Metodologia delle Scienze Sociali, coordina progetti legati all'uso consapevole dei social network per Kinoa srl e per ReteSviluppo. Esperta in Media Education, Social Network e strumenti di animazione digitale, è docente a contratto dell'Università di Firenze, dove insegna nel Master di 1° livello in Digital Transformation e dell'Università di Bologna, dove insegna Metodologia delle Scienze Sociali agli studenti del primo anno del corso di laurea in Scienze Politiche e Studi Internazionali. Collabora

come assegnista di ricerca presso l'Università di Firenze a progetti di ricerca interdisciplinari sulla Comunicazione Pubblica della Salute, focalizzati in particolare su esitanza vaccinale e campagne di comunicazione pubbliche.

### **Jacopo Ragusa**

Laureato in Scienze Politiche e con un Master di 1° livello in Digital Transformation. Appassionato del mondo digitale e tecnologico in Kinoa svolge attività di strategia comunicativa e formazione ai social, realizzazione di siti web e contenuti creativi digitali. Coordina insieme al team comunicazione l'ideazione e realizzazione dell'impianto grafico e strategico della comunicazione sui social. Si occupa inoltre di digital marketing e di campagne sponsorizzate mirate. Esperto di tool di intelligenza artificiale.

### **Stefano Ciapini**

Laureato in Scienze Politiche presso l'Università degli Studi di Firenze, conseguendo poi un Master di 1° livello in Digital Transformation, oggi membro del team di Kinoa srl. Esperto di copywriting e stesura di contenuti testuali per siti web, oltre che specializzato nella produzione di materiali grafici statici e animati adeguati alla comunicazione istituzionale, politica e per privati su Instagram, Facebook e tutte le piattaforme che richiedano una visualizzazione immediata del contenuto.

L'ambito di attività segue tutta la filiera che va dall'ideazione strategica fino alla resa finale del contenuto grafico e/o testuale.

### **Aurora Capanni**

Laureata in Scienze Politiche curriculum "Comunicazione e Media" presso l'Università degli Studi di Firenze. Collaboratrice di Kinoa srl, esperta in produzione di video per tutte le piattaforme, sia dal punto di vista contenutistico che a livello testuale e grafico. L'attività comprende l'ideazione del contenuto – che sia di un progetto specifico, una campagna o un'intervista –, individuazione del target e delle caratteristiche della piattaforma di pubblicazione scelta, realizzazione, montaggio e revisione. Competente anche in grafica e comunicazione social per realizzazione di campagne, brand identity e piani editoriali.

**Preventivo economico: 35.000 + Iva**