



Proposta di Partenariato Pubblico Privato attraverso l'istituto della Finanza di progetto per la realizzazione e gestione della piattaforma YESMILANO DATAHUB POWERED BY MASTERCARD, il rilancio del turismo nella città di Milano post-Covid19

Piano Economico Finanziario

Mastercard e MINT per la città di Milano

2021



Nota:

Di seguito sono riportate le clausole relative ai diritti di proprietà e ai marchi.

Diritti di proprietà

Le informazioni contenute in questo documento sono di proprietà e riservate a MasterCard International Incorporated, o ad una o più dei soggetti del gruppo (collettivamente "MasterCard").

Questo materiale non può essere duplicato, pubblicato o divulgato, in tutto o in parte, senza la previa autorizzazione scritta di MasterCard.

Le informazioni contenute nel documento che MasterCard autorizza alla pubblicazione sono solo quelle contenute nella allegata versione omissata.

Marchi

Le note sui marchi e i simboli utilizzati in questo documento riflettono lo stato di registrazione dei marchi MasterCard negli Stati Uniti. Consultare lo staff dei servizi operativi per i clienti o l'ufficio legale MasterCard per lo stato di registrazione di determinati nomi di prodotti, programmi o servizi al di fuori degli Stati Uniti.

Tutti i nomi di prodotti e servizi di terze parti sono marchi o marchi registrati dei rispettivi proprietari.

1. Premessa

1.1. Il presente documento è allegato alla proposta di PPP per la realizzazione e la gestione in concessione del servizio per il rilancio del turismo nella città di Milano post covid-19.

1.2. Secondo lo schema di concessione previsto, la proposta prevede una fase iniziale di attivazione progressiva dei servizi, in cui sarà realizzata e resa operativa, da parte del proponente e dei suoi partners, la piattaforma "YesMilano DataHub powered by Mastercard", ed il successivo periodo di gestione in concessione del servizio, di durata pari a 3 anni, a partire dalla conclusione della fase di set up.

1.2. L'obiettivo è quello di illustrare il dettaglio del modello economico con il dettaglio dei costi e dei ricavi previsti per la realizzazione dell'iniziativa, in modo tale da assicurarne la sostenibilità economica.

2. Lo schema di concessione proposto

In relazione alla fase di implementazione iniziale è stata prevista la realizzazione della piattaforma a cura e spese del concessionario, salvo il contributo *una tantum* del concedente.

In ragione dell'investimento iniziale e della fornitura dei servizi di hosting e maintenance, Milano&Partners e Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi avranno diritto a una *tourism behavior dashboard* per tutta la durata contrattuale. Milano&Partners, ritrarrà gli evidenti benefici per la città di Milano e per i propri soci legati ai suddetti servizi per il turismo.

Il contributo *una tantum* del concedente, verrà corrisposto con le modalità di cui all'art. 7 dello schema di convenzione.

Anche la fase successiva a quella di set up è sempre prevista a cura e spese del concessionario, salvo il contributo previsto a carico del concedente per la copertura dei costi annuali richiesti per la licenza dati di Mastercard e dei costi annuali di manutenzione e gestione della DMP sviluppata da MINT, che verrà corrisposto con le modalità di cui all'art. 7.8 dello schema di convenzione.

Il Concedente fornirà i servizi di Hosting e *maintenance* della piattaforma "YesMilano *DataHub powered by Mastercard*".

A fronte dell'investimento previsto, il concessionario trarrà, per tutta la durata della concessione, la propria utilità economica dalla vendita dei servizi agli utenti finali.

Nella fase di setup, sarà possibile consentire l'entrata di massimo un public data-partner, indicato dal Concedente, che contribuirà alla fornitura di dati aggiuntivi. Il data-partner dovrà mettere a disposizione nella fase di setup, un numero di giornate uomo di lavoro da concordare e da suddividersi in attività Project Management e Data Science, affinché venga valutata anche l'integrazione dei dati in possesso del data-partner nelle use case della piattaforma e nella loro eventuale commercializzazione. Le parti potranno concordare modalità, tempi e costi di implementazione di setup.

Dopo il set-up sarà possibile consentire l'entrata di nuovi partner che contribuiranno alla fornitura di dati addizionali, incrementando così il valore della piattaforma Marketing Data Hub, per esempio:

- Partner che condividono i loro dati e che utilizzano il servizio per le proprie campagne commerciali (es. Hotel)
- Partner che condividono i loro dati per rivenderli come parte dei servizi del Marketing Data Hub (es. Telco).

Tali integrazioni di nuove fonti dati addizionali a quelle previste a valle del disegno e implementazioni degli use case definiti durante la fase di set up saranno valutate dal concedente in termini di fattibilità e costi, che dovrà preventivamente autorizzarli. La valutazione dei dati finalizzata alla realizzazione dell'integrazione sarà a spese del Partner che intende condividere i dati, salvo diversa intesa.

3. I costi per la realizzazione della Piattaforma e la successiva fase di set up

Tabella 1 - COSTI dell'iniziativa

Voci di costo	Descrizione	Y0 - set up	Y1	Y2	Y3
Piattaforma	Implementazione piattaforma "YesMilano DataHub powered by Mastercard", hosting e maintenance	€ omissis	€ omissis	€ omissis	€ omissis
	Costi licenza dati*		€ omissis	€ omissis	€ omissis
Campagne	Licenze piattaforma DMP (annuale)		€ omissis	€ omissis	€ omissis
	Costi variabili per Campagne Digital – PICCOLE		€ omissis	€ omissis	€ omissis
	Costi variabili per Campagne Digital – MEDIE		€ omissis	€ omissis	€ omissis
	Costi variabili per Campagne Digital – GRANDI		€ -	€ omissis	€ omissis
Data monetization	Totale costi prod. "Tourism Behavior Dashboards"		€ omissis	€ omissis	€ omissis
COSTI TOTALI		€ omissis	€ omissis	€ omissis	€ omissis

Tabella 2 – Contributi del Concedente

Voci di contributo	Descrizione	Y0 - set up	Y1	Y2	Y3
Set-up piattaforma	Supporto al rilascio della piattaforma (di cui <i>omissis</i> per set up DMP)	€ omissis			
	Hosting e maintenance	Fornitura servizio di hosting e maintenance della piattaforma		€ omissis	€ omissis
Dati e DMP	Licenze Dati (annuale)		€ omissis	€ omissis	€ omissis
	Licenza DMP		€ omissis	€ omissis	€ omissis
COSTI TOTALI		€ omissis	€ omissis	€ omissis	€ omissis

4. Business Case del progetto su 3 anni

Per valutare e confermare la sostenibilità economica della soluzione, è stato sviluppato il business case su 3 anni, che tiene conto dei costi di investimento fissi e variabili e dei ricavi derivanti al concessionario dall'erogazione dei servizi ai clienti finali.

La città di Milano, inoltre, potrà beneficiare dell'incremento indiretto dei ricavi derivanti dalle ottimizzazioni delle iniziative di marketing e comunicazione nell'ambito del turismo (ticketing, musei, etc.) e dei servizi di ospitalità e accoglienza in generale.

Ricavi diretti

L'operazione, come descritta, permetterà di raggiungere un valore economico positivo alla fine dei 3 anni, considerando il contributo di Milano&Partners e le seguenti assunzioni circa la vendita dei servizi:

- 12 campagne di marketing in 3 anni (3 grandi, 3 medie e 6 piccole);
- Circa 18 report in 3 anni.

In relazione alle campagne di marketing, che verranno gestite in esclusiva da MINT nel corso dell'intera durata tramite la propria piattaforma SaaS, il costo del servizio reso sarà pari al 12% del budget pubblicitario allocato dai soggetti richiedenti il servizio, di cui: (i) 7% (da considerarsi incluso nel budget pubblicitario) a titolo di fee tecnologica; e (ii) 5% (da considerarsi on top rispetto al budget pubblicitario) a titolo di fee di servizio. MINT procederà a fatturazione del budget pubblicitario e delle fee di cui sopra direttamente nei confronti dei soggetti richiedenti il servizio, alla fine di ciascun mese calendariale e a consuntivo.

In relazione alle campagne di marketing effettuate per Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi e Milano&Partners, il costo del servizio reso sarà pari al 10% del budget pubblicitario.

Tabella 2 - RICAVI dell'iniziativa

Voci di Ricavo	Descrizione	y1	y2	y3
Campagne Digital	Ricavi Campagne Digital – PICCOLE	€ omissis	€ omissis	€ omissis
	Ricavi Campagne Digital – MEDIE	€ omissis	€ omissis	€ omissis
	Ricavi Campagne Digital – GRANDI	€ -	€ omissis	€ omissis
Data monetization	Ricavi da vendita "Tourism Behavior Dashboards"	€ omissis	€ omissis	€ omissis
RICAVI TOTALI		€ omissis	€ omissis	€ omissis

Tabella 3 - CASH FLOW del Concessionario

	Set Up	y1	y2	y3
MOL	-€ omissis	€ omissis	€ omissis	€ omissis
CASH FLOW	-€ omissis	-€ omissis	-€ omissis	+€ omissis