

MUSEO POLDI PEZZOLI: IL PIANO STRATEGICO 2023-2025

Una nuova agorà per Milano

Viene presentato oggi, 12 aprile, in occasione dei primi 100 giorni alla direzione del Museo Poldi Pezzoli dell'architetto Alessandra Quarto, il **piano strategico per il triennio 2023-2025**.

Dal 2 gennaio 2023, l'architetto Alessandra Quarto, nominata a seguito di un bando di selezione internazionale, dirige la casa museo di via Manzoni. Dopo più di vent'anni nel mondo museale, una decennale esperienza al Ministero della Cultura, due incarichi da Soprintendente e il grande lavoro di riallestimento della Pinacoteca di Brera, si trova oggi ad affrontare una nuova sfida con il Poldi Pezzoli, con il desiderio di rilanciare la sua straordinaria collezione e rinsaldare il suo rapporto con la città.

“Ho scelto di intraprendere questo percorso nei musei, per impegnarmi a rimettere questi straordinari luoghi al centro di una proposta culturale condivisa, invitando alla partecipazione e stimolando i più giovani al confronto e al pensiero critico. – dichiara Alessandra Quarto – La sfida principale è quella di rendere il museo un luogo di incontro, di conoscenza e di comunicazione, sperimentando nuove e creative modalità di proposta culturale. Essere direttore di un museo comporta competenze multidisciplinari, un connubio di profonda conoscenza della storia delle collezioni ma anche di capacità gestionali e di innovazione. Ricordiamoci che i musei sono anche imprese, con bilanci di esercizio e piani finanziari che contribuiscono in modo cruciale alla economia del nostro Paese”.

Il piano strategico si pone quindi quattro obiettivi, con diversi ambiti funzionali:

1. migliorare lo stato di conservazione e le condizioni di fruizione degli spazi museali e delle collezioni;
2. migliorare la qualità dei servizi offerti e l'esperienza nel Museo;
3. aumentare la capacità attrattiva;
4. migliorare la strategia digitale e introdurre nuove tecnologie.

La riflessione sul piano strategico nasce anche da una serie di interviste che l'architetto Quarto ha tenuto a partire da maggio del 2022 per prepararsi al colloquio previsto per il bando. Da queste interviste è emersa una “distanza” tra il Museo e il pubblico, in termini di comunicazione, fruizione e allestimento. Con la nomina a direttore si è iniziato a lavorare partendo dall'ascolto: ascolto delle esigenze dello staff, del personale di custodia che è a contatto diretto con il pubblico, e dei visitatori.

Proprio al fine di mettere a punto mirate strategie di promozione rispondenti alle reali esigenze dei visitatori, si è avviata a febbraio 2023 una sperimentale attività di osservazione del pubblico, interna al Museo. L'innovativo Osservatorio, a cura dell'ufficio promozione del museo con la partnership dell'Università IULM – Corso di Laurea Magistrale in Arte, Valorizzazione e Mercato e con la collaborazione di InvisibleStudio che estrapolerà i dati, si prefigge infatti di osservare i

pubblici del Poldi Pezzoli con tecniche d'indagine che combinano l'aspetto quantitativo e quello qualitativo, dando voce alle esigenze e ai bisogni dei visitatori.

La missione è quindi quella di rafforzare il rapporto con la città, facendo tornare il Museo ad essere l'anima della stessa e allo stesso tempo consolidare la posizione del Poldi Pezzoli nel circuito nazionale e internazionale, considerando che il Museo è molto più conosciuto all'estero che in Italia.

Il principale obiettivo è *“la valorizzazione della collezione permanente e l'apertura del museo ai dibattiti della contemporaneità, promuovendolo come agorà cittadina. – prosegue Alessandra Quarto - Questo porta con sé una serie di azioni importanti che abbracciano la comunicazione, il riallestimento di alcuni spazi espositivi, maggiori servizi per i visitatori e la promozione di eventi legati alle manifestazioni cittadine”*.

Questo sarà possibile attraverso una strategia volta a far conoscere la straordinaria collezione permanente, rafforzare l'identità del Museo e migliorarne l'accessibilità. La collezione verrà valorizzata privilegiando piccole mostre dossier intorno ad un'opera e attraverso una maggiore accessibilità e facilità di orientamento negli spazi museali (verrà realizzata infatti una nuova mappa con un nuovo percorso guidato).

Per quanto riguarda il riallestimento degli spazi espositivi che si rende necessario sia in termini manutentivi, sia per valorizzare la collezione e migliorare l'esperienza di visita, si partirà con la illuminazione dello Scalone Antico, primo accesso alle raccolte, tenendo conto anche delle opere che lo adornano, per poi passare al riallestimento di alcune sale. Il progetto, pensato con attenzione e con un approccio di grande sensibilità rispetto alla casa museo, punterà a fornire al pubblico gli strumenti necessari per entrare in dialogo con le collezioni: nuove didascalie e pannelli di sala per migliorare l'accessibilità visiva, cognitiva e linguistica, illuminazione adeguata delle opere, revisione di alcune vetrine espositive e razionalizzazione dell'esposizione. Il progetto nasce dal lavoro e dal confronto con i curatori interni e con tutto lo staff del Museo.

Il piano strategico riguarderà anche la comunicazione: verrà realizzato un nuovo sito Internet del Museo più accessibile, di facile fruizione e molto accurato dal punto di vista delle immagini e della grafica; verranno realizzati dei QR code che amplieranno i contenuti delle didascalie e dei pannelli, dando la possibilità di seguire percorsi personalizzati (target/tempo/lingua), e in autunno verrà presentato un importante progetto di podcast basato sullo storytelling della collezione. È già stata lanciata una nuova campagna istituzionale visiva, *“Ti aspetto al Poldi!”*, per comunicare la riapertura del Museo in pausa pranzo con ottimi risultati in termini di *“ritorno”* dei milanesi al Museo. A partire dal mese di aprile la campagna è stata lanciata in tutte le stazioni d'Italia grazie alla collaborazione con Grandi Stazioni Retail.

“La mia visione per i prossimi anni punta più su mostre dossier e “ospiti illustri” che su grandi mostre, soprattutto in termini di numero di opere, perché gli spazi del Museo non si prestano per allestimenti temporanei e perché l'obiettivo è far riscoprire la straordinaria collezione permanente. – dichiara il direttore - Stiamo lavorando con grande energia su diversi progetti che prevedono di esporre uno o due capolavori in dialogo con un'opera del Poldi. Per adesso abbiamo avviato interessanti collaborazioni con la National Gallery di Londra, il Met e la Frick Collection di New York e con il Museo di Capodimonte”.

Il programma espositivo del prossimo periodo prevede infatti due mostre: “L’oro Bianco. Tre secoli di porcellane Ginori” (19.10.2023-19.02.2024) e “Andrea e Cristoforo Solario tra Milano e l’Europa nel Rinascimento” (24.10.2024-24.02.2025). Saranno poi ospitate, ogni anno, mostre fotografiche nella sala del collezionista al primo piano in occasione del Mia Photo fair milanese e, in linea con quanto già fatto negli anni passati, si ospiteranno lavori di giovani artisti contemporanei che studieranno la collezione e si lasceranno ispirare per realizzare opere *site specific* per il Poldi.

Il visitatore verrà messo al centro anche dal punto di vista dei servizi: è in fase di riallestimento il bookshop con merchandising realizzato *ad hoc* per il Museo attraverso la collaborazione con importanti brand rappresentativi del *made in Italy*. L’Orangerie, che affaccia sul meraviglioso giardino interno, verrà sempre più valorizzata, non solo per eventi privati, ma anche per coloro che durante il percorso di visita vogliono godere di un attimo di pausa in un’oasi cittadina e quindi sarà allestita con divani e cataloghi per i visitatori.

Il museo dovrà essere sempre più uno spazio di incontro, favorendo momenti di socializzazione, di intercultura e di abbattimento delle barriere. Poiché i musei operano come spazi di educazione, intrattenimento, cambiamento sociale e interazione umana, devono essere aperti, accoglienti e accessibili a tutti.

Un ultimo obiettivo è il consolidamento del Museo nella rete nazionale e internazionale attraverso la valorizzazione delle reti museali, anche internazionali, promuovendo *fellowship* e borse di studio per giovani studenti e curatori internazionali e TED talks su musei e attualità.

Un passo in avanti per aprire sempre più il museo alla vita della città è la partecipazione del Poldi Pezzoli agli eventi promossi dal Comune (Milano Art Week, Design Week, Fashion Week, Orticola, Bookcity, Piano City, MIA Photo Fair...).

Due importanti appuntamenti sono già alle porte: Orticola e Piano City.

Milano, 12 aprile 2023

Contatti:

Ufficio Stampa Museo Poldi Pezzoli

Ilaria Toniolo

3395006530

toniolo@museopoldipezzoli.org