

A white marble statue of a reclining woman, possibly a Venus figure, seated on an ornate, gilded base. The woman is shown in a three-quarter view, with her right hand raised to her hair and her left hand resting on her lap. She is wearing a draped garment. The background is a dark, classical architectural setting with columns and other sculptures.

GALLERIA ◆ BORGHESE

PIANO DI VALORIZZAZIONE

2016-2019

AGENDA

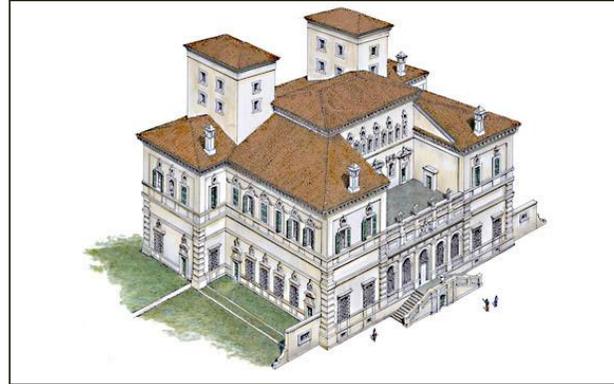
- **GALLERIA BORGHESE OGGI**
 - La collezione e la Villa
 - Struttura organizzativa
 - Confronto con altri musei
 - Risultati
 - Visitatori
 - Swot Analisi
- **MISSION E OBIETTIVI DEL TRIENNIO**
- **AZIONI**

GALLERIA BORGHESE OGGI



COLLEZIONE

- Fedele al nucleo di opere volute dal Cardinale Scipione Borghese all'inizio del XVII secolo
- Opere dal XV al XVIII di Canova, Bernini, Caravaggio (Raffaello), Tiziano, Correggio, Antonello Da Messina, Tiepolo.



VILLA

- Villa mantenuta nell'architettura e decorazione interna così come fu concepita dai suoi creatori, I Borghese, famiglia di Papa Paolo V Borghese.
- Fanno parte della Villa anche l'annessa Uccelliera e i giardini circostanti (entrambi di pertinenza comunale che vengono dati in concessione al Museo).



PARCO

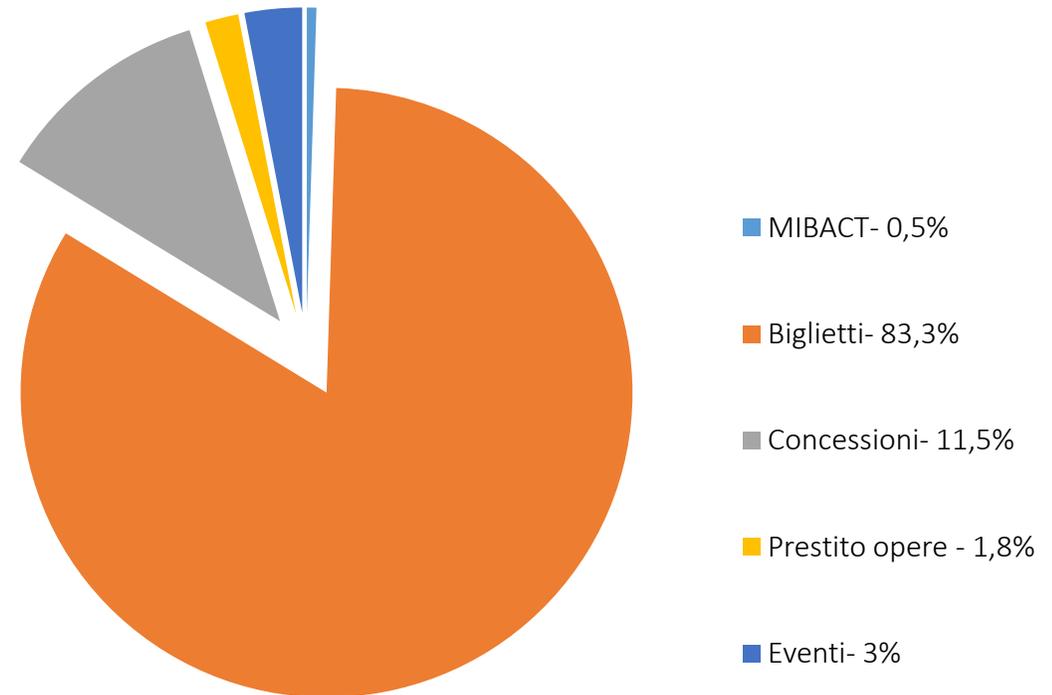
- Uno dei parchi più estesi di Roma, Villa Borghese, che prende il nome proprio dall'insediamento del Cardinale Borghese.
- Posizione strategica in centro città
- Elevata concentrazione di Musei (Gnam, Galleria Borghese, Museo Bilotti, ect) potrebbe essere identificato "Parco dei Musei".

GALLERIA BORGHESE OGGI

#VISITATORI > 520k

#INCASSO: > 4 MIL/€

2016

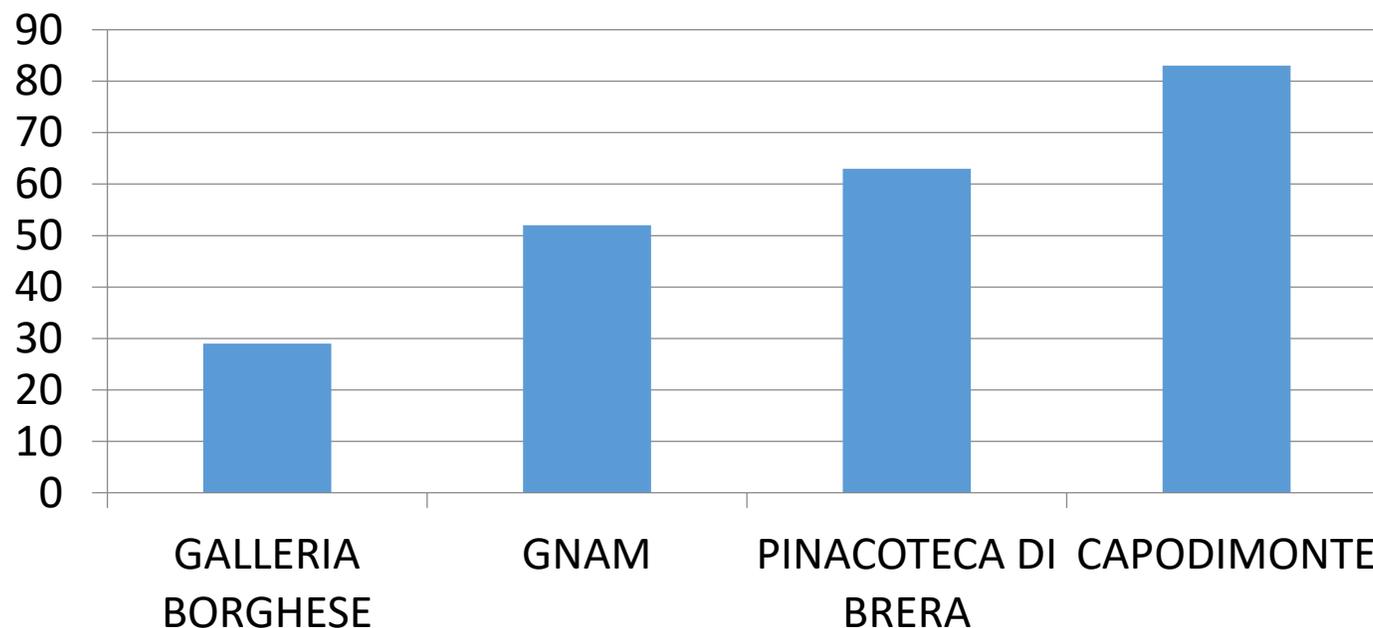


GALLERIA BORGHESE OGGI

Aree dell'organigramma	Organico Previsto	Organico Reale
Area Gestione e cura del Patrimonio - Funz. storico dell'arte -Funz. Archeologo (richiesto) -Funz. Per le tecnologie -Funz. Bibliotecario -Funz. Restauratore	3 0 2 1 3	3 0 0 0 0
Area per l'amministrazione e gestione risorse umane, finanziarie, strumentali -Funz Amministrativo -Assistenti amministrativi	3 8	1 3 (+ 2 ALES)
Area per la gestione e la cura delle strutture della sicurezza degli impianti e dei sistemi informativi -Funz. Architetto -Assistenti tecnici -Assistente informatico	1 6 1	0 0 0
Area per la fruizione, valorizzazione e comunicazione -Funz. Promozione	1	0

GALLERIA BORGHESE OGGI

DOTAZIONE ORGANICA COMPARATA



Organico

Galleria Borghese: 28

GNAM: 52

Pinacoteca di Brera: 63

Capodimonte: 83

Fonte: Mibact,

Da un' analisi comparata con altri importanti musei italiani autonomi, l'organico del Museo Galleria Borghese risulta essere fortemente al di sotto della media, nonostante la richiesta di maggiore personale indispensabile per il regolare svolgimento delle attività della struttura. Ad oggi, questa rimane la più grave criticità.

#9 MUSEO ITALIANO PER NUMERO DI VISITATORI

#3 MUSEO ROMANO PER AFFLUENZA

DAI DATI AFFERENTI PRENOTAZIONI ON-LINE:

- **ETA MEDIA VISITATORE: 50-70 anni**
- **NAZIONALITA': AMERICANI FRANCESCO INGLESI ITALIANI**

Necessario fare una ricerca di campo finalizzata al marketing strategico dei potenziali utenti internazionali e nazionali

ANALISI S.W.O.T

Nuova figura giuridica derivante dall'Autonomia (D.l 171/2014)

Posizione centrale strategica nel cuore della città

Collezione prestigiosa di livello mondiale

PLUS

Carenza di organico

Gestione contingentata dei flussi

Servizi di accoglienza non adeguati alla struttura

Conoscenza inadeguata del pubblico dei visitatori

MINUS

STRATEGIA

MISSION

Il Museo Galleria Borghese è un' istituzione permanente senza scopo di lucro, aperta al pubblico al servizio della società e del suo sviluppo culturale.

Persegue quali finalità generali, pubbliche ed istituzionali :

la tutela, la gestione e la valorizzazione della Galleria Borghese, di tutte le sue collezioni e raccolte di beni culturali, esposti e non esposti, mobili ed immobili, storico-artistici, documentari, librari, multimediali, gestiti direttamente o depositati presso altri enti.

Il Museo promuove la ricerca e la crescita culturale e contribuisce allo sviluppo sociale della comunità.

Fonte: Statuto Galleria Borghese

STRATEGIA

A

B

C

OBIETTIVI

Essere il Museo di Riferimento della Città

Efficacia dell'offerta e di servizi al visitatore

Sostenibilità economica

AZIONI

- 1) Produrre Mostre a carattere scientifico
- 2) Studiare e far conoscere le Collezioni
- 3) Favorire interventi sulla Villa per migliorare accessi e servizi offerti
- 4) Tutelare e conservare le opere e gli apparati decorativi della Villa tramite manutenzione monitoraggi restauri
- 5) Valorizzazione Archivi e Beni Librari

- 1) Migliorare la conoscenza del visitatore
- 2) Migliorare i servizi di accoglienza e percorsi dedicati ai disabili
- 3) Fidelizzare il pubblico della Città
- 4) Agire sul ritorno di pubblico attraverso rigorosa programmazione e comunicazione

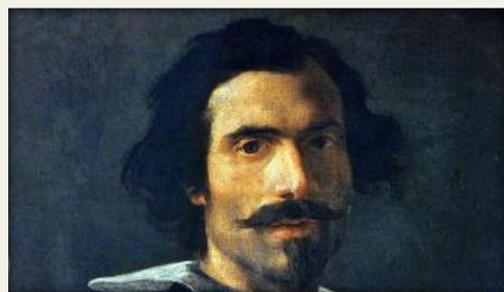
- 1) Incrementare i proventi propri (Nuovo piano di gestione dei flussi)
- 2) Incremento proventi da privati

A) ESSERE UN MUSEO DI RIFERIMENTO

AZIONI

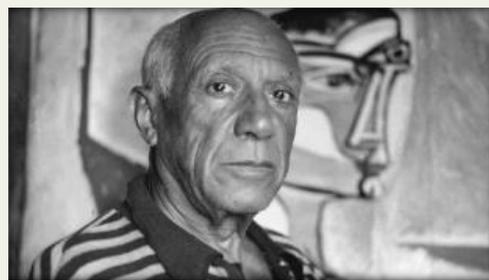
1. **MOSTRE.** Valorizzazione del sito culturale come luogo di ricerca e studio sulle collezioni archeologiche rinascimentali e barocche, attraverso la prosecuzione di **mostre filologiche e a carattere scientifico** a cadenza annuale. Alle esposizioni di cui sopra si alterneranno delle riflessioni contemporanee sull'antico (2017-2019). Le mostre sono un importante strumento di richiamo di pubblico (comunità cittadina/target internazionale).

Bernini



2017

Picasso



2018

Yang Fudong



2019

A) ESSERE UN MUSEO DI RIFERIMENTO

2. COLLEZIONI. Accrescimento del patrimonio del Museo attraverso **acquisizioni** mirate di opere pertinenti alla collezione originale e **studio** delle Collezioni

AZIONI

*Opera di Pietro da Cortona
Donazione Fondazione
Sacchetti*



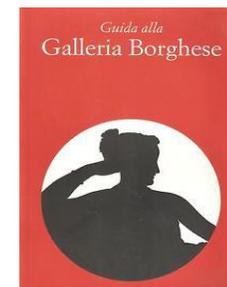
2016

*Pala del "Garofalo"
Lancio campagna
crowdfunding per
acquisizione*



2017

*Catalogo Generale
sulla collezione
permanente e area
archeologica*



2018

A) ESSERE UN MUSEO DI RIFERIMENTO

3/4. **INTERVENTI STRUTTURALI.** Valorizzazione del Museo attraverso **potenziamenti e restauri della Villa**

AZIONI

Apertura «Giardino di
Tramontana»



2016

«Uccelliera»
Rinnovo concessione
dal Comune di Roma
e restauro affreschi



2017

Nuovo impianto di
condizionamento
E di climatizzazione



Sistemi di
sicurezza anti
intrusione



2018

Nuovo sistema
illuminotecnico
e risparmio
energetico



A) ESSERE UN MUSEO DI RIFERIMENTO

AZIONI

5. BENI LIBRARI , ARCHIVI, EDITORIA E RICERCA Valorizzazione di beni librari e degli archivi, attraverso la digitalizzazione di questi ultimi e archiviazione degli inventari storici. Si prevede inoltre la possibilità di creare una propria autonomia editoriale necessaria per pubblicazioni future e la creazione di un nuovo catalogo generale della Galleria bilingue. Inoltre tra i punti più importanti vi è la costituzione del Centro Internazionale di Ricerca su Caravaggio.

ARCHIVI DIGITALI.

Creazione e pubblicazione di archivi digitali e archiviazione degli inventari storici



2017

AUTONOMIA EDITORIALE.

Creazione di una propria autonomia editoriale per la produzione di cataloghi e pubblicazioni scientifiche



2018

CENTRO INTERNAZIONALE DI RICERCA SU CARAVAGGIO.

Punto di riferimento mondiale per musei e studiosi sull'opera dell'artista di cui Galleria Borghese concentra il più alto numero di opere possedute da una singola collezione.



2019

B) EFFICACIA DELL'OFFERTA E DEI SERVIZI AL VISITATORE

1/2. **PROFILAZIONE VISITATORI E SERVIZI DI ACCOGLIENZA.** Riqualificazione dei servizi di accoglienza, che aumenti significativamente la qualità dell'esperienza a 360 gradi del visitatore in quello che sarà un nuovo «centro di eccellenza dell'italianità» e necessaria profilazione dei visitatori che frequentano Galleria Borghese in modo da delineare una strategia di marketing mirata.

AZIONI

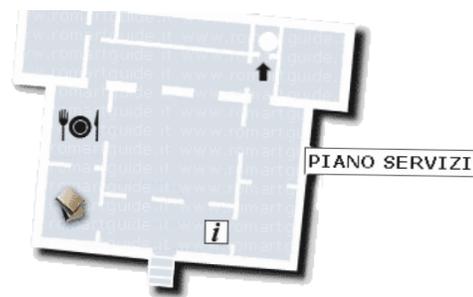
STUDIO DI PROFILAZIONE DEL VISITATORE

Studio di campo finalizzato al marketing strategico e al sentiment online dei potenziali visitatori italiani e internazionali



COMPLETA RISTRUTTURAZIONE DEL PIANO DEDICATO ALL'ACCOGLIENZA.

Ridistribuzione degli spazi di accoglienza del foyer (biglietteria, bar, guardaroba, postazione informatiche, bookshop).



2017

WIFI.

Dotare tutte le sale del Museo di impianto WIFI per collegare i visitatori ai contenuti didattici multimediali



AUDIOGUIDE E PERCORSI DI VISITA DEDICATI A DISABILI

Aggiornamento di audio guide brochure e apparati informativi, sviluppo di app tecnologiche con percorsi guidati a tempo e implementazione di percorsi di visita mirati ai disabili



2018

B) EFFICACIA DELL'OFFERTA E DEI SERVIZI AL VISITATORE

3. GALLERIA BORGHESE PER I ROMANI. Attraverso l'implementazione di attività quali conferenze, laboratori didattici e per bambini e famiglie e un eccellente servizio di ristorazione il Museo diventerà un punto nodale nella vita sociale della Città.

AZIONI

CONFERENZE E APPUNTAMENTI AL MUSEO

*Conferenze con studiosi e
personalità di spicco il lunedì sera
(giorno di chiusura al pubblico)*



2017

CAFFE' DEGLI INGLES
Ristorante di eccellenza
E aperture serali con possibilità di
visite riservate al museo



LABORATORI DIDATTICI
Creazione di laboratori
didattici e attività di
coinvolgimento di bambini e
famiglie nella vita del museo



2018

B) EFFICACIA DELL'OFFERTA E DEI SERVIZI AL VISITATORE

4. SITO INTERNET RINNOVATO. Lancio a dicembre 2016 del nuovo sito della Galleria Borghese secondo i criteri di usabilità e accessibilità, con nuova identità visiva declinata anche in mostre e cartellonistica interna.
Tra gli obiettivi del sito: **prestigio, innovazione, engagement, connessione con il territorio, condivisione (social network), didattica.**

AZIONI



B) SOSTENIBILITA' FINANZIARIA

1 INCREMENTO DI PROVENTI PROPRI (BIGLIETTI). Messa in atto del nuovo piano di regolamentazione dei flussi che permette una migliore esperienza di visita per il fruitore e di aumentare le performance del museo in termini di flussi pur restando all'interno dell'inderogabile limite di sicurezza.

AZIONI

INGRESSI CONTINGENTATO OBBLIGATORI

5 TURNI

9-11

11-13

13-15

15-17

17-19

LIMITE MASSIMO DI SICUREZZA
360 PERSONE A TURNO

PRIMA

GRAZIE A SISTEMA CONTAPERSONE (ancora in stato sperimentale)

Si concilia l'esigenza di una maggiore possibilità di sosta dentro il Museo per il visitatore, pur restando all'interno del limite di sicurezza.

INTRODUZIONE BIGLIETTI LAST MINUTE (NOVITA' ASSOLUTA)

MODULAZIONE DEL PREZZO DEL BIGLIETTO

Biglietto Interno - > Da 9 a 11 euro

Biglietto Ridotto -> Da 4,5 a 6,5 euro

DOPO

B) SOSTENIBILITA' FINANZIARIA

AZIONI

1 INCREMENTO DI PROVENTI PROPRI. Messa in atto del nuovo piano di regolamentazione dei flussi che permette una maggiore esperienza di visita per il visitatore e di migliorare le performance del museo in termini di numero di visitatori pur restando nell'inderogabile limite di sicurezza.

Prima dell'introduzione di questo nuovo piano di accesso e dei biglietti last minute il tasso di occupazione era disomogeneo

2015	09.00 – 11:00	11.00- 13:00	13.00- 15:00	15.00- 17:00	17.00- 19:00
MARTEDI'	88,31%	98,15%	90,28%	92,29%	84,77%
MERCOLEDI'	85,29%	98,18%	87,03%	90,78%	82,70%
GIOVEDI'	85,43%	97,40%	88,86%	88,73%	84,35%
VENERDI'	86,34%	95,56%	90,32%	89,03%	85,54%
SABATO	85,74%	99,86%	93,99%	95,32%	92,62%
DOMENICA	92,86%	99,91%	98,34%	97,26%	93,75%

B) SOSTENIBILITA' FINANZIARIA

AZIONI

1 INCREMENTO DI PROVENTI PROPRI. Messa in atto del nuovo piano di regolamentazione dei flussi che permette una maggiore esperienza di visita per il visitatore e di migliorare le performance del museo in termini di numero di visitatori pur restando nell'inderogabile limite di sicurezza.

Grazie al nuovo piano di regolamentazione dei flussi e alla vendita dei nuovi biglietti last minute si è registrato un occupancy rate più alto e un numero più omogeneo di ingressi al museo.

2016	09.00 – 11:00	11.00- 13:00	13.00- 15:00	15.00- 17:00	17.00- 19:00
MARTEDI'	89,76%	98,53%	93,87%	93,51%	90,30%
MERCOLEDI'	89,56%	98,53%	93,70%	93,36%	90,14%
GIOVEDI'	89,47%	98,53%	93,72%	93,39%	90,14%
VENERDI'	89,41%	98,54%	93,74%	93,41%	90,17%
SABATO	89,37%	98,55%	93,76%	93,43%	90,21%
DOMENICA	89,34%	98,55%	93,74%	93,38%	90,10%

B) SOSTENIBILITA' FINANZIARIA

2 INCREMENTO DI PROVENTI PRIVATI Consolidamento di politiche atte a d accrescere il fundraising attraendo più sponsor privati, agevolando le erogazioni liberali e stringendo rapporti più stretti con I Mecenati della Galleria Borghese

AZIONI

SPONSORIZZAZIONI e DONAZIONI LIBERALI

SPONSORIZZAZIONI

Finanziamento di un progetto da parte di un privato (individui o aziende) a fronte di alcuni benefit:

- visibilità
- marketing e comunicazione
- networking

EROGAZIONI LIBERALI

Atto liberale e spontaneo da parte di un individuo o azienda senza nessun benefit in cambio



ART BONUS

CROWDFUNDING

ONLUS MECENATI GALLERIA BORGHESE

Onlus nata nel 2013 con lo scopo di affiancare il Museo nella valorizzare tutela dei beni di interesse artistico e storico del Museo Galleria Borghese

GESTIONE FUTURA E SERVIZI



ESTERNA

Ristorante
Audioguide e Visite Guidate
Guardaroba
Bookshop & Merchandising
Bigliettazione
Didattica

Mostre
Conferenze
Ricerca e archivistica
Restauro
Catalogazione



INTERNA

CONCLUSIONI

Affinchè le azioni del Piano Strategico possano essere portate a termine è indispensabile dotare il Museo Galleria Borghese di un **organico più ampio e trasversale sul piano delle competenze.**

Ad oggi risulta tra le più gravi criticità di un Museo, che è il Nono in classifica per numero di visitatori in Italia.