

ALLEGATO 2

Ministero della Cultura - Pinacoteca di Brera

GRANDE BRERA
MILANOMINISTERO
DELLA
CULTURA
Mic

Allegato 2 – Documento progettuale

**PARTENARIATO SPECIALE
PUBBLICO-PRIVATO**Pinacoteca
di BreraPalazzo
CitterioBiblioteca Nazionale
Braidense**DOCUMENTO PROGETTUALE**

Finalizzato all'individuazione di operatori economici attraverso le procedure semplificate di cui all'art. 134, comma 2 del D. Lgs. 31 marzo 2023, n. 36

per l'attivazione del **Partenariato Speciale Pubblico-Privato** avente ad oggetto le attività di valorizzazione della **Pinacoteca di Brera** a Milano.

Accoglienza · Attivazione culturale · Identità · Store · Cross-culture

Grande Brera: una esperienza culturale integrata

La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione. Tutela l'ambiente, la biodiversità e gli ecosistemi, anche nell'interesse delle future generazioni.

— Art. 9 della Costituzione della Repubblica Italiana

SOMMARIO

1. OGGETTO E FINALITÀ	3
1.1 Inquadramento generale	3
1.2 Indirizzi	3
1.3 Finalità	4
1.4 Le attività	4
2. GLOSSARIO	6
3. PROPOSTA PARTENARIALE	7
3.1 Descrizione dei luoghi	7
3.1.1 La Pinacoteca di Brera	7
3.1.2 Il Palazzo di Brera	8
3.1.3 Palazzo Citterio	9
3.1.4 Il progetto "Grande Brera"	11
4. DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI DI VALORIZZAZIONE	12
4.1 La valorizzazione e il progetto Grande Brera	12
4.2 Caffetterie e punti ristoro	12
Citterio Garden — Palazzo Citterio	13
4.2.1 Allestimento degli spazi	15
4.2.2 Attività di somministrazione	16
4.2.3 Il nome e il logo	18
4.2.4 Verbali di gestione	19
4.2.5 Reportistica	19
4.2.6 Verifiche di conformità	19
4.3 Programmazione e realizzazione di manifestazioni culturali	20
4.3.1 Eventi culturali	20
4.4 Grande Brera Design Store	21
4.4.1 Il Design Store	21
4.4.2. L'attività di Merchandising	22
4.4.3. Uso delle immagini delle opere e del marchio istituzionale	23
4.4.4. Assenza di esclusiva	23
4.4.5. Allestimento del Design Store	24
4.4.6 Gestione operativa	24
4.4.7 Integrazione con le attività del Museo	25
4.4.8 Reportistica	25
5. DISPOSIZIONI GENERALI	26
5.1 Custodia e manutenzione degli immobili	26
5.2 Licenze e autorizzazioni	27
5.3 Canone e Royalties	27
5.4 Responsabilità	27

1. OGGETTO E FINALITÀ

1.1 Inquadramento generale

L'attivazione del partenariato speciale pubblico privato per la valorizzazione della Pinacoteca di Brera ha come obiettivo quello di realizzare un modello organizzativo in cui la Pubblica Amministrazione promuove ed orienta attivamente, con il concorso di Partner privati, i processi di cura e valorizzazione dei beni culturali pubblici.

La Pinacoteca di Brera è un museo statale autonomo di livello dirigenziale generale istituito dal DM 141/2014. Il museo si trova nel Palazzo di Brera, un grande edificio seicentesco progettato da Francesco Maria Richini. Nel cortile centrale si trova la famosa statua di Napoleone rappresentato come Marte pacificatore.

Oltre alla Pinacoteca, il palazzo ospita anche:

- l'Accademia di Belle Arti
- la Biblioteca Braidense
- l'Osservatorio Astronomico di Brera
- l'Orto Botanico di Brera

I luoghi della cultura afferenti alla Pinacoteca di Brera sono:

1 - Pinacoteca di Brera	Milano — sede principale del complesso museale
2 - Biblioteca Braidense	Milano — polo bibliografico di eccellenza
3 - Palazzo Citterio	Milano — polo per l'arte del Novecento e contemporanea (Grande Brera)
4 - Cenacolo Vinciano	Milano — museo del Cenacolo Vinciano

1.2 Indirizzi

La Pinacoteca di Brera intende operare coerentemente con i seguenti indirizzi internazionali e nazionali:

Ogni persona ha il diritto, nel rispetto dei diritti e delle libertà altrui, ad interessarsi al patrimonio culturale di propria scelta, in quanto parte del diritto di partecipare liberamente alla vita culturale.

Convenzione di Faro (2020)

Il patrimonio culturale presenta le potenzialità per contribuire positivamente alla vita delle persone e alle società europee, migliorando il benessere psicologico e sociale e rafforzando l'inclusione sociale,

garantendo l'accesso più ampio possibile, inteso come assenza di barriere di tipo architettonico, sensoriale, cognitivo, tecnologico o finanziario.

Quadro di azione europeo per il patrimonio culturale (2018)

La cultura sostiene società ed economie resilienti, inclusive e sostenibili, creando opportunità per tutti, in particolare donne e giovani, promuovendo economie interconnesse, anche attraverso l'accesso digitale alla cultura e al patrimonio culturale.

Dichiarazione finale della prima Conferenza dei Ministri della Cultura euro-mediterranea (2022)

“Il museo è un’istituzione permanente senza scopo di lucro e al servizio della società, che compie ricerche, colleziona, conserva, interpreta ed espone il patrimonio culturale, materiale e immateriale.

Aperti al pubblico, accessibili e inclusivi, i musei promuovono la diversità e la sostenibilità.

Operano e comunicano in modo etico e professionale e con la partecipazione delle comunità, offrendo esperienze diversificate per l'educazione, il piacere, la riflessione e la condivisione di conoscenze”

Definizione ICOM, Praga 24 agosto 2024

L'atto di indirizzo del Ministero della Cultura per il triennio 2026-2028 attribuisce priorità al miglioramento dei servizi museali e culturali con particolare attenzione al welfare culturale e all'inclusione sociale, e all'incentivazione del partenariato pubblico-privato, del mecenatismo e delle forme innovative di sostegno.

1.3 Finalità

Coerentemente con gli indirizzi richiamati, il Museo intende:

- Rafforzare il processo di valorizzazione e fruizione attraverso un modello di gestione innovativo e inclusivo;
- Avviare processi di responsabilità condivisa del patrimonio culturale fondati su un corretto rapporto pubblico-privato;
- Rafforzare l'identità dei luoghi, migliorare la qualità della vita e il benessere psicofisico dei cittadini, creare nuovi poli e modalità di fruizione culturale;
- Rafforzare le espressioni di identità culturale collettiva e favorire la protezione e la promozione delle diversità culturali;
- Favorire una piena inclusione sociale, aiutare la crescita economica e ridurre le disuguaglianze;
- Favorire un uso sostenibile delle risorse naturali, in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile adottata dall'ONU.

1.4 Le attività

Il Partenariato Speciale riguarda l'elaborazione e la realizzazione delle seguenti attività relative ai servizi di assistenza culturale e di ospitalità per il pubblico:

A**Bar Fernanda — Pinacoteca di Brera**

La progettazione, l'allestimento, l'organizzazione e la gestione della porzione di edificio noto come Bar Fernanda, posto all'interno della Pinacoteca di Brera, nei quali realizzare una caffetteria e punto ristoro.

B**Citterio Garden — Giardino di Palazzo Citterio**

La progettazione, l'allestimento, l'organizzazione e la gestione del Giardino di Palazzo Citterio nei quali realizzare uno spazio multifunzionale di accoglienza e un Bistrot.

C**Manifestazioni ed eventi culturali a Palazzo Citterio**

La programmazione e la realizzazione di manifestazioni ed eventi culturali a Palazzo Citterio.

D**Grande Brera Design Store**

La progettazione, l'allestimento, l'organizzazione e la gestione della porzione dell'edificio di Palazzo Citterio nel quale realizzare un Design Store.

2. GLOSSARIO

TERMINE	DEFINIZIONE
Canone	La prestazione in denaro corrisposta periodicamente dal Partner Privato all'Amministrazione per la concessione degli immobili e delle aree oggetto del presente documento.
Royalty	La prestazione in denaro, corrisposta periodicamente dal Partner Privato all'Amministrazione, pari alla quota percentuale dei ricavi delle vendite dei servizi per il pubblico.
Amministrazione / Museo/ Istituto	La Pinacoteca di Brera, ovvero l'Amministrazione che costituisce il Partner Pubblico del Partenariato Speciale ai sensi dell'art. 134 comma 2 del D. Lgs. 36/2023.
Partner	Il soggetto privato che stipula l'accordo di Partenariato Speciale con l'Amministrazione.
Documento Progettuale	Il presente documento.
Tavolo Tecnico	L'organismo di confronto e collaborazione tra le parti, per la gestione operativa dei contenuti del partenariato speciale (cfr. punto 10 dell'Avviso Pubblico)
Planimetrie	Elaborati grafici utili per l'identificazione delle aree oggetto del presente documento.
Partenariato/Partenariato Speciale	Partenariato Speciale Pubblico-Privato ai sensi dell'art. 134 comma 2 del D. Lgs. 36/2023.

3. PROPOSTA PARTENARIALE

Il soggetto Partner dovrà presentare una proposta contenente un progetto di valorizzazione con i seguenti contenuti:

- Analisi dei luoghi da valorizzare;
- Descrizione articolata degli interventi di valorizzazione conformemente alle indicazioni descritte al punto 4;
- Piano di promozione e di comunicazione, con illustrazione delle principali azioni programmate per il raggiungimento degli obiettivi strategici;
- Esperienza maturata nell'attività in oggetto dal soggetto proponente e dagli eventuali Partner, allegando portfolio;
- Descrizione di massima degli allestimenti degli spazi destinati al bar/caffetteria con l'ausilio di elaborati grafici (cfr. punto 4.2.1);
- Descrizione di massima degli allestimenti degli spazi destinati al Design Store con l'ausilio di elaborati grafici (cfr. punto 4.4.5);
- Relazione tecnico-illustrativa degli interventi.

3.1 Descrizione dei luoghi

3.1.1 La Pinacoteca di Brera

La Pinacoteca di Brera è uno dei più importanti musei d'arte in Italia e rappresenta una delle collezioni di pittura italiana più significative al mondo. Si trova nel complesso del Palazzo di Brera, nel centro storico di Milano, ed è strettamente collegata alla storia culturale e accademica della città.

La Pinacoteca venne ufficialmente istituita nel 1809, sebbene una prima eterogenea raccolta di opere fosse già presente a partire dal 1776 con finalità didattiche, a fianco dell'Accademia di Belle Arti voluta da Maria Teresa d'Austria. Il corpus doveva costituire una collezione di opere esemplari destinate alla formazione degli studenti.

Quando Milano divenne capitale del Regno Italico la raccolta, per volontà di Napoleone, si trasformò in un museo che intendeva esporre i dipinti più significativi provenienti da tutti i territori conquistati dalle armate francesi. Brera quindi, a differenza di altri grandi musei italiani come gli Uffizi, non nasce dal collezionismo privato ma da quello politico e di stato.

A partire dai primi anni dell'Ottocento, anche in seguito alla soppressione di molti ordini religiosi, vi confluirono i dipinti requisiti da chiese e conventi lombardi, cui si aggiunsero le opere di identica provenienza sottratte ai vari dipartimenti del Regno Italico.

Nel corso dell'Ottocento e del Novecento la Pinacoteca continuò ad arricchirsi tramite acquisizioni statali, donazioni private e lasciti testamentari, diventando uno dei centri principali per la conservazione e lo studio della pittura italiana.



Palazzo di Brera — Il cortile con la statua di Napoleone come Marte pacificatore di Antonio Canova

3.1.2 Il Palazzo di Brera

Il museo occupa una parte dell'imponente Palazzo di Brera, un edificio la cui origine risale al XVI secolo. Il palazzo sorse su di un antico convento trecentesco dell'ordine degli Umiliati e successivamente passato ai Gesuiti, conobbe l'assetto attuale, solido e austero, a partire dall'inizio del Seicento ad opera di Francesco Maria Richini.

Nel 1773, a seguito dello scioglimento dei Gesuiti, il Collegio di Brera divenne proprietà dello Stato e l'Imperatrice Maria Teresa d'Austria volle farne sede di alcuni dei più avanzati istituti culturali della città: oltre all'Accademia di Belle Arti e all'Istituto Lombardo di Scienze e Lettere, la Biblioteca Nazionale Braidense, l'Osservatorio Astronomico e l'Orto Botanico. Incaricato della progettazione e prosecuzione dei lavori fu Giuseppe Piermarini, uno dei protagonisti del Neoclassicismo in Italia. A lui si devono la sistemazione della biblioteca (un salone è visibile dalla sala I della Pinacoteca), il solenne portale di ingresso su via Brera, e il completamento del cortile, al cui centro fu posta nel 1859 la statua bronzea che raffigura Napoleone in veste di Marte pacificatore, fusa a Roma su modello di Antonio Canova.

Nel corso di tutto il XIX secolo logge, cortili, atri e corridoi furono destinati ad ospitare monumenti che celebrassero pubblicamente artisti, benefattori, uomini di cultura e di scienza legati all'istituzione braidense. Tra gli esempi migliori di questo ricchissimo e poco conosciuto arredo sono i monumenti a Cesare Beccaria di Pompeo Marchesi e a Giuseppe Parini di Gaetano Monti, visibili sullo scalone di accesso alla Pinacoteca.

Il palazzo è oggi un importante centro culturale che ospita:

- la Biblioteca Braidense
- l'Osservatorio Astronomico di Brera
- l'Orto Botanico
- l'Accademia di Belle Arti

Oggi Brera non è solo un museo ma un centro di ricerca, conservazione e divulgazione. Ospita restauri, attività didattiche, mostre temporanee e collaborazioni internazionali, rappresentando un punto di riferimento per lo studio della pittura italiana e la formazione di storici dell'arte e restauratori.

3.1.3 Palazzo Citterio

Palazzo Citterio, conosciuto anche come Palazzo Furstemberg, è un'elegante dimora settecentesca situata in via Brera 12-14, nel cuore di Milano. Acquisito dallo Stato nel 1972, il palazzo doveva diventare il fulcro della "Grande Brera", un progetto visionario concepito da Franco Russoli, allora direttore della Pinacoteca di Brera.

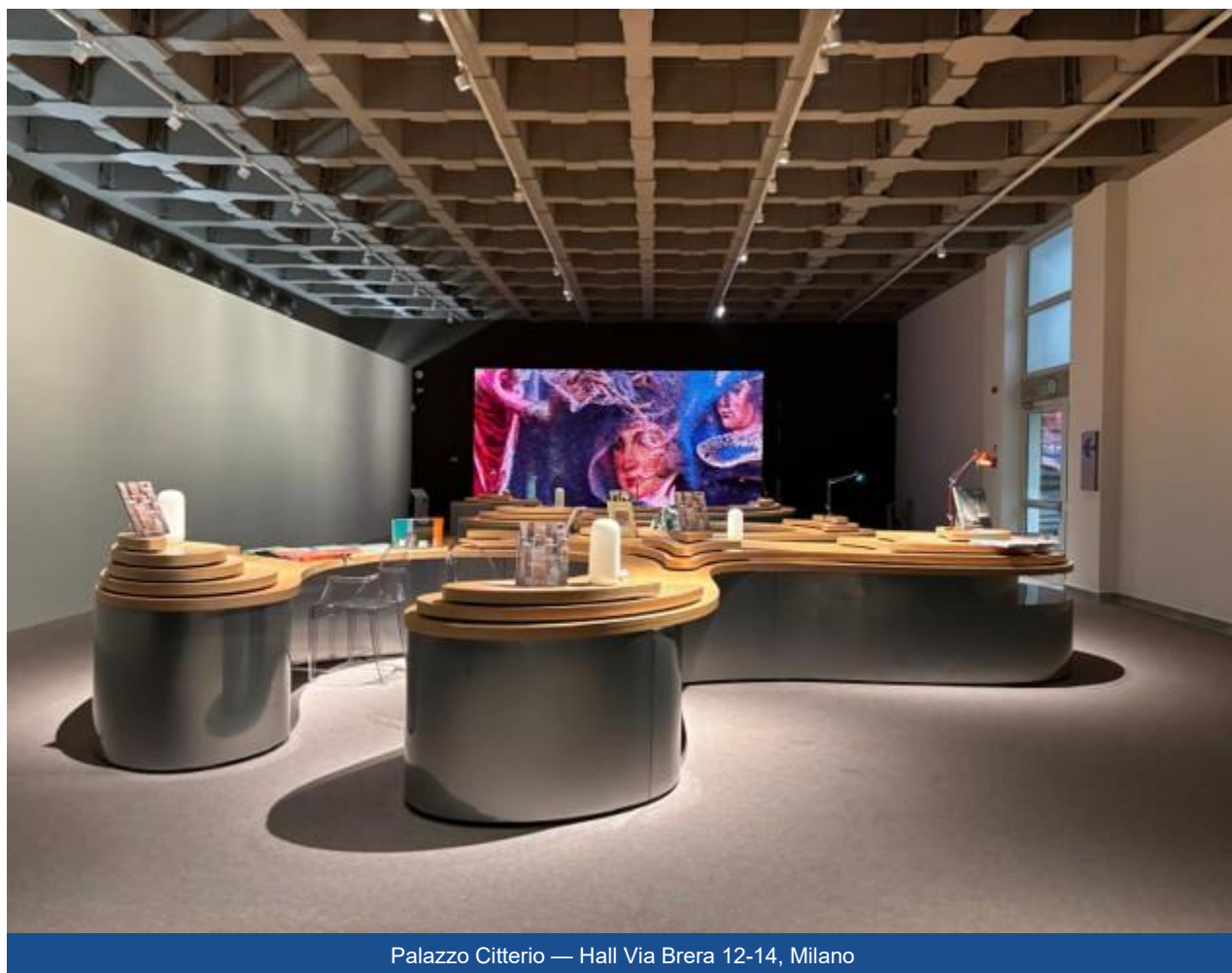
Grazie alla continuità spaziale fra il Palazzo di Brera e quello Citterio, attraverso il giardino di quest'ultimo e l'orto botanico, il palazzo si presentava come il candidato ideale per risolvere i problemi di spazio della Pinacoteca e dei suoi uffici. Tra l'altro, nelle sale di Palazzo Citterio era esposta la famosa collezione di Emilio Jesi. Da allora si sono succeduti diversi progetti per il suo recupero.

Il percorso di trasformazione di Palazzo Citterio è stato lungo e complesso:

- 1975 — Avvio dei primi interventi strutturali, con il restauro della facciata e delle coperture.
- 1980-1986 — Gli Amici di Brera affidano all'architetto James Stirling la progettazione di nuovi spazi espositivi e multifunzionali.
- 2012-2018 — Un corposo finanziamento da 23 milioni di euro permette ulteriori interventi, tra cui il completamento di alcune aree ipogee.
- 2024 — Palazzo Citterio apre al pubblico (8 dicembre) grazie al progetto di stabilizzazione e all'allestimento firmato dall'architetto Mario Cucinella.

Il palazzo si presenta oggi come uno spazio vitale e dinamico per la cultura, l'arte e la sperimentazione. Con i suoi ingressi al civico 12 e 14 di via Brera, Palazzo Citterio si presenta come un luogo aperto e accogliente.

La hall di ingresso, caratterizzata da un design contemporaneo, accoglie i visitatori con un tavolo-scultura multifunzionale. Nel cortile interno, il "Tempietto", una struttura circolare in legno, funge da punto di raccordo tra il Palazzo e l'Orto Botanico, offrendo uno spazio di sosta e riflessione ispirato al Rinascimento.



Palazzo Citterio — Hall Via Brera 12-14, Milano

Le Collezioni Jesi e Vitali

Al piano nobile, il percorso espositivo celebra le prestigiose collezioni Jesi e Vitali, nucleo centrale della nuova identità del palazzo. Con oltre 200 opere, il museo propone un viaggio straordinario attraverso il Novecento, con capolavori di artisti italiani e internazionali come Boccioni, Morandi, Modigliani, Picasso e Carrà.

La raccolta Jesi, donata alla Pinacoteca tra il 1976 e il 1990, riflette l'amore per l'arte dei collezionisti Emilio e Maria Jesi, che abitavano lo stesso palazzo. La collezione Vitali, invece, racconta la passione enciclopedica di Lamberto Vitali, il cui lascito spazia dall'archeologia all'arte moderna.

Il percorso espositivo si apre nella maestosa Sala 40, un raccordo simbolico tra la tradizione ottocentesca e l'innovazione del Novecento. Qui spiccano opere iconiche come "Fiumana" di Giuseppe Pellizza da Volpedo e capolavori di Previati e Boldini. Seguono stanze tematiche che rispettano la disposizione originaria dei donatori, immergendo il visitatore nella varietà e nella profondità delle avanguardie storiche. Lo spazio espositivo è stato progettato per valorizzare le opere attraverso un'illuminazione studiata e teche realizzate su misura, creando un dialogo armonioso tra modernità e storia.

Mostre temporanee e iniziative culturali

Palazzo Citterio non è solo un museo, ma un luogo vivo e dinamico dove arte, scienza e tecnologia si incontrano. La programmazione culturale include mostre temporanee di rilievo, come l'esposizione La Grande Brera. Una comunità di arti e scienze a cura di Luca Molinari, che racconta la storia architettonica e

sociale del complesso di Brera dal Trecento a oggi, e Mario Ceroli. La forza di sognare ancora a cura di Cesare Biasini Selvaggi.

Spazi come la Sala degli Specchi e l'area lettura, al primo piano, invitano i visitatori a vivere il Palazzo non solo come luogo di esposizione, ma come uno spazio di incontro e riflessione. Questo approccio innovativo riflette la visione della "Grande Brera" come un ecosistema culturale integrato, capace di offrire al pubblico un'esperienza arricchente e coinvolgente.

3.1.4 Il progetto "Grande Brera"

Grande Brera è il progetto culturale e museale avviato a Milano con l'obiettivo di ampliare, riorganizzare e valorizzare l'intero sistema culturale legato alla Pinacoteca di Brera. Con l'apertura di Palazzo Citterio nasce una realtà museale integrata, capace di esporre arte antica, moderna e contemporanea, con il suggestivo giardino e l'orto botanico come cuore di un complesso che ospita istituzioni secolari.

Il sistema si articola in undici sedi:

1	Pinacoteca di Brera	7	Istituto Lombardo Accademia di Scienze e Lettere
2	Biblioteca Nazionale Braidense	8	Società Storica Lombarda
3	Palazzo Citterio	9	Associazione Amici di Brera e dei Musei Milanesi
4	Accademia di Brera	10	Archivio Storico Ricordi
5	Osservatorio Astronomico di Brera – INAF	11	Museo del Cenacolo Vinciano
6	Orto Botanico dell'Università degli Studi di Milano		

Il progetto Grande Brera mira dunque ad ampliare gli spazi espositivi, integrare arte antica, moderna e contemporanea, creare un grande centro culturale, valorizzare il ruolo del quartiere come uno dei principali poli artistici e culturali europei, creare un polo culturale multidisciplinare e rafforzare il ruolo internazionale di Milano nel panorama artistico.

4. DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI DI VALORIZZAZIONE

4.1 La valorizzazione e il progetto Grande Brera

Il presente capitolo definisce l'insieme degli interventi di valorizzazione culturale previsti nell'ambito del progetto di partenariato speciale relativo al complesso della Pinacoteca di Brera e di Palazzo Citterio, inseriti nel più ampio sistema denominato Grande Brera.

Le attività di valorizzazione si configurano come strumenti in grado di:

- migliorare l'esperienza di visita e permanenza del pubblico;
- favorire l'accessibilità e l'inclusione di diverse tipologie di utenti, con particolare attenzione a un pubblico giovane e internazionale;
- promuovere forme di partecipazione culturale e sociale;
- contribuire alla sostenibilità economica e gestionale del complesso museale.

Le azioni previste si articolano in un sistema coordinato di attività tra loro integrate, comprendenti: attività di accoglienza e ristoro; servizi editoriali e di merchandising (Design Store); programmazione culturale ed eventi; valorizzazione degli spazi aperti e delle aree di relazione.

Tali interventi dovranno essere progettati e gestiti in coerenza con il valore storico-artistico e monumentale degli immobili, l'identità istituzionale della Pinacoteca di Brera, gli indirizzi strategici del progetto "Grande Brera", le esigenze di tutela, sicurezza e conservazione del patrimonio.

4.2 Caffetterie e punti ristoro

Bar Fernanda

In relazione al punto A inerente la progettazione, l'allestimento, l'organizzazione e la gestione della porzione di edificio noto come Bar Fernanda posto all'interno della Pinacoteca di Brera nel quale realizzare una caffetteria e punto ristoro, la proposta dovrà essere articolata secondo le seguenti indicazioni.

Il Partner Privato dovrà allestire e gestire uno spazio situato all'interno della Pinacoteca di Brera, nel complesso monumentale del Palazzo di Brera a Milano, come descritto e individuato nelle planimetrie allegate (ALLEGATO 6), dove saranno erogati i servizi di caffetteria e piccola ristorazione. Il partner dovrà sviluppare un progetto di gestione del Bar Fernanda coerente con il contesto museale e con la missione della Pinacoteca.

Il Caffè Fernanda è stato concepito come parte integrante del percorso museale, in coerenza cromatica e materica con le sale rinnovate. Intitolato a Fernanda Wittgens — prima donna in Italia a dirigere un museo statale, che ricostruì la Pinacoteca dopo i bombardamenti del 1943 e ne fece un «museo vivente» con sfilate di moda e orari prolungati — il caffè eredita da quella visione una vocazione all'apertura e all'accessibilità.

Il Bar Fernanda è orientato a un pubblico prevalentemente giovane, composto da studenti, visitatori internazionali, frequentatori del quartiere Brera e turisti culturali con abitudini di consumo rapide e informali. L'offerta dovrà articolarsi in una formula smart e self-service, con proposte per la colazione, il

pranzo leggero, l'aperitivo e il take-away, privilegiando prodotti di qualità, presentazione curata, accessibilità dei prezzi e tempi di servizio contenuti.

Il progetto dovrà includere:

- la definizione del concept culturale e identitario della caffetteria, coerente con il prestigio e il profilo internazionale della Pinacoteca;
- l'integrazione dell'offerta con l'esperienza di visita al museo;
- la definizione del layout funzionale degli spazi, nel rispetto delle caratteristiche architettoniche e monumentali del Palazzo di Brera;
- la progettazione dell'offerta gastronomica e del modello di servizio.

Gli spazi che saranno a disposizione del partner privato sono i seguenti:

- Sala Caffetteria: la sala di fruizione pubblica sita al primo piano di circa 115 mq nella quale dovranno essere posti il banco bar e gli arredi per un totale di circa 32 coperti;
- Locale cucina: il locale a uso esclusivo di circa 18 mq sito al primo piano nel quale dovranno essere presenti il banco preparazione, il/i frigoriferi e le altre attrezzature da cucina. A tale locale si accede dalla Sala Caffetteria.
- Loggiato: l'area esterna sita al primo piano, a uso non esclusivo, che può essere allestita con circa 40 coperti;
- Servizi igienici per la clientela;
- Servizi igienici a uso esclusivo del personale della caffetteria, costituiti da antibagno, bagno e spogliatoio;
- Deposito: il locale è sito al piano interrato ed è di circa 12 mq. E' a uso esclusivo della caffetteria.

Gli spazi dovranno essere concepiti come luoghi in grado di coniugare la lettura di riviste, libri e cataloghi d'arte con il consumo di prodotti di caffetteria e di piccolo ristoro. È prevista la possibilità per il Partner di proporre la vendita al pubblico di prodotti enogastronomici di eccellenza.

Le attività dovranno essere svolte durante l'intero anno nei giorni di apertura del Museo:

Orari di apertura

Martedì–domenica, ore 08:30 – 19:15. L'ultimo ingresso è previsto per le ore 18:00.

I locali saranno accessibili sia ai visitatori del Museo che al pubblico in generale.

Citterio Garden — Palazzo Citterio

In relazione al punto B inerente la progettazione, l'allestimento, l'organizzazione e la gestione del Giardino di Palazzo Citterio nel quale realizzare uno spazio multifunzionale di accoglienza e un Bistrot, la proposta dovrà essere articolata secondo le seguenti indicazioni.

Il Partner Privato dovrà allestire e gestire uno spazio situato all'interno di Palazzo Citterio come descritto e individuato nelle planimetrie allegate (ALLEGATO 6).

Gli spazi che saranno a disposizione del partner privato sono i seguenti:

- Orangerie ("Limonaia") del giardino di Palazzo Citterio;
- Il giardino di Palazzo Citterio;
- Locale collocato nel cortile del Palazzo;
- Servizi igienici per la clientela;
- Servizi igienici a uso esclusivo del personale del Bistrot, costituiti da antibagno, bagno e spogliatoio;
- Deposito a uso esclusivo del Bistrot;

Il progetto dovrà garantire qualità estetica, funzionalità e coerenza con il contesto monumentale e dovrà in particolare prevedere un concept unitario che integri natura, architettura e funzioni culturali nell'ambito di un ambiente flessibile, destinato a usi diversificati (sosta, studio, socialità, eventi leggeri).

Il Citterio Garden è destinato a un pubblico adulto e selezionato, composto da collezionisti, professionisti del settore culturale e del design, ospiti internazionali e residenti del quartiere. L'offerta dovrà articolarsi attorno a un posizionamento premium, con una proposta gastronomica di livello — in grado di interpretare la tradizione italiana attraverso un linguaggio elegante e contemporaneo, in sintonia con il carattere raffinato della location.

L'obiettivo è unire l'informalità del giardino all'aperto con l'eccellenza del Bistrot, in un contesto che fa del dialogo tra ospitalità, estetica e cultura urbana il proprio tratto distintivo. Il Partner dovrà proporre una programmazione di eventi coerente con la vocazione culturale del complesso della Grande Brera (cfr. punto 4.3).

Particolare attenzione dovrà essere posta alla sostenibilità ambientale (materiali, gestione delle risorse, verde), al comfort ambientale e alla qualità della permanenza.

Le attività dovranno essere svolte durante l'intero anno nei giorni di apertura del Museo:

Orari di apertura

Martedì–domenica, ore 11:00 – 22:00. Dopo le ore 21:30 non possono essere ricevute ulteriori ordinazioni. Alle ore 22:00 tutti gli utenti devono aver lasciato l'area.

4.2.1 Allestimento degli spazi

Saranno a carico del Partner Privato tutti gli interventi necessari all'avvio dell'attività. L'allestimento dovrà seguire principi di sostenibilità ed essere progettato per ridurre l'impatto ambientale e il consumo di risorse naturali.

I progetti di allestimento dovranno essere corredati da prospetti, schizzi e render degli ambienti. La scelta dei colori delle finiture e degli arredi dovrà essere predisposta tenendo in considerazione le indicazioni contenute nel Manuale di Identità visiva del Museo (ALLEGATO 8).

Allestimento Bar Fernanda

L'allestimento del Bar Fernanda dovrà:

- rispettare l'identità architettonica e monumentale del Palazzo di Brera;
- essere reversibile e non invasivo;
- utilizzare materiali e soluzioni coerenti con il contesto museale;
- prevedere spazi per la consumazione seduta e informale.

Allestimento Bistrot di Palazzo Citterio

L'allestimento del Bistrot di Palazzo Citterio dovrà prevedere:

- soluzioni leggere e reversibili per lo spazio esterno (sedute, tavoli, coperture);
- integrazione di elementi verdi e vegetali, anche con funzione di mitigazione climatica;
- illuminazione funzionale e scenografica.

Lo spazio dovrà funzionare come area di accoglienza per i visitatori del museo, luogo di sosta e socialità.

Il Partner dovrà inoltre presentare nella proposta un abaco delle tipologie degli arredi e i loro materiali; per tutte le forniture di produzione industriale che intenderà adottare dovrà indicarne marchi e modelli.

Entro i termini e con le modalità indicate nel punto 12.2 dell'Avviso, il Partner dovrà presentare, nell'ambito del Tavolo Tecnico, un **progetto allestitivo esecutivo**, compatibile con le peculiarità degli spazi oggetto di affidamento, da realizzare a propria cura e spese. L'allestimento proposto potrà comportare il riadattamento dei locali alle nuove esigenze; il Partner, dovrà ottenere ogni autorizzazione, permesso, licenza e nulla osta eventualmente occorrenti per l'esecuzione degli interventi previsti nel progetto di allestimento approvato.

L'Amministrazione, nell'ambito del Tavolo Tecnico, potrà concordare con il Partner modifiche al progetto di allestimento che non abbiano impatto sul Piano Economico Finanziario e sulla funzionalità del progetto presentato. Prima dell'avvio delle attività, il Partner dovrà allestire e arredare gli spazi in conformità con quanto presentato nella proposta partenariale e con le eventuali modifiche concordate.

Il Partner non avrà diritto ad alcun rimborso né potrà avanzare alcuna pretesa per le spese sostenute per modifiche o migliorie realizzate.

L'Amministrazione consegnerà al Partner i locali con la predisposizione degli impianti tecnologici, lasciando allo stesso l'onere di predisporre quanto necessario per renderli perfettamente funzionanti e conformi alle esigenze della somministrazione. Si specifica che i locali, come sopra individuati, saranno destinati all'erogazione dei servizi nello stato di fatto e di diritto in cui si troveranno all'atto dell'affidamento. Ulteriori dettagli tecnici relativi alla distribuzione degli ambienti sono riportati nelle planimetrie allegate.

I locali di Palazzo Citterio oggetto del presente partenariato saranno interessati da interventi tecnici e saranno messi a disposizione del partner solo a seguito dell'ultimazione dei relativi lavori e della consegna da parte dell'Amministrazione, restando inteso che eventuali differimenti, proroghe o dilazioni dei termini di completamento e/o consegna non daranno luogo ad alcun diritto, pretesa, indennizzo, risarcimento o compensazione in favore del partner.

Gli impianti di illuminazione dovranno essere realizzati secondo gli standard di alta efficienza energetica. I locali dovranno essere riconsegnati all'Amministrazione in perfetto stato di manutenzione, salvo il normale degrado d'uso.

Sono ad esclusivo ed integrale carico del Partner:

- le opere di finitura comprensive di tinteggiature interne;
- eventuali interventi edili che si rendessero necessari per le esigenze di funzionalizzazione degli ambienti;
- la fornitura delle attrezzature e degli arredi necessari per lo svolgimento dei servizi in conformità alle vigenti normative;
- la fornitura di stigliature, stoviglie, tovagliato e di tutto quanto sia necessario a permettere l'erogazione dei servizi.

Le forniture dovranno essere idonee e funzionali allo svolgimento dell'attività secondo le richieste del presente documento e della proposta del Partner. Il Partner si impegna a far uso dei locali, degli impianti e degli spazi esterni destinati allo svolgimento dei servizi con la massima diligenza e a mantenerli in buono stato di conservazione in relazione al normale uso degli stessi. In particolare, il Partner dovrà garantire, a propria cura e spese, la manutenzione ordinaria e preventiva, la salvaguardia, la custodia e la pulizia degli arredi, dei macchinari e delle attrezzature strumentali in modo da garantire permanentemente il decoro complessivo dei luoghi.

Si specifica che, alla fine del rapporto di partenariato, le opere di finitura e ogni eventuale opera realizzata, resteranno in dotazione dell'Amministrazione mentre le forniture di attrezzature e arredi resteranno di proprietà del Partner e pertanto dovranno essere rimosse a conclusione del partenariato speciale.

4.2.2 Attività di somministrazione

Il servizio di somministrazione comprende le attività di caffetteria/bakery, sala da tè, aperitivi, wine bar, serate enogastronomiche e ristorazione con possibilità di consumazione al tavolo e al banco. Nell'ambito della proposta il Partner dovrà dettagliare la **tipologia di offerta gastronomica** considerando l'utilizzo di materie prime di alta qualità e di stagione per gli alimenti di origine vegetale, in special modo prodotti biologici e prodotti in possesso di marchi di qualità (DOP, IGP, STG).

Il Partner dovrà **indicare nella proposta il concept gastronomico** che intende prevedere per le attività di caffetteria e ristorazione inteso come impostazione complessiva dell'offerta di ristoro e caffetteria, con riferimento alla varietà e qualità dei prodotti, alla coerenza con le esigenze dell'utenza, alla valorizzazione di prodotti freschi, stagionali, nonché agli elementi di sostenibilità e riduzione degli sprechi.

Le soluzioni proposte dovranno necessariamente comprendere la presenza di piatti vegetariani e l'utilizzo di prodotti per utenti intolleranti al lattosio e al glutine. Per rispondere alle diverse tipologie di utenti dovrà essere sviluppata un'offerta innovativa e orientata a un target trasversale e internazionale.

Il Partner è tenuto a eseguire le attività di somministrazione a perfetta regola d'arte, con la massima cura e diligenza, con organizzazione dei mezzi necessari e con gestione a proprio rischio e sotto la propria direzione, sorveglianza e responsabilità, nel rispetto del presente Avviso, della proposta partenariale presentata e delle leggi e regolamenti vigenti in materia. Le attività di somministrazione contribuiscono all'immagine complessiva del Museo e pertanto il Partner dovrà garantire un'adeguata qualità dell'offerta al pubblico, assicurare un elevato livello di qualità del servizio sia con riguardo ai generi alimentari offerti sia con riguardo al rispetto delle norme igienico-sanitarie, esporre al pubblico in modo visibile gli orari di apertura e chiusura dell'esercizio, i prezzi delle bevande e degli alimenti che dovranno essere conformi a quanto stabilito dai regolamenti e dalle leggi vigenti, e contabilizzare secondo le vigenti disposizioni in materia tutti gli incassi.

A tal fine il Partner, per lo svolgimento delle attività di somministrazione, dovrà:

- provvedere all'installazione di sistemi di misurazione dei consumi di tutte le utenze necessarie allo svolgimento del servizio, nonché al pagamento delle relative spese;
- provvedere a tutti gli adempimenti di legge per lo svolgimento dei servizi oggetto degli spazi utilizzati;
- non arrecare disturbo all'ordine pubblico e alla pubblica tranquillità nell'esercizio delle attività e, comunque, attenersi alla normativa vigente in materia e alle prescrizioni delle Autorità amministrative competenti;
- rispettare tutte le norme comunitarie e nazionali igienico-sanitarie vigenti in materia, sia per quanto riguarda la preparazione e la somministrazione delle bevande e degli alimenti, sia per quanto riguarda il loro trasporto e conservazione, anche nel rispetto del Reg. CE n. 852/2004 (HACCP) e della vigente normativa in materia di prevenzione incendi;
- custodire e conservare in buono stato gli spazi utilizzati, nonché gli impianti presenti in detti locali, effettuando sugli stessi i necessari interventi di manutenzione ordinaria, sollevando l'Amministrazione da ogni responsabilità ed onere in tal senso;
- mantenere i locali e le aree esterne in perfetto stato di pulizia;
- provvedere allo smaltimento dei rifiuti, classificati e cerniti, provvedendo alla loro collocazione nei luoghi all'uopo destinati, in conformità delle disposizioni normative e regolamentari vigenti;
- provvedere alla fornitura delle stoviglie, del tovagliato e di tutto quanto sia necessario a permettere l'erogazione del servizio;
- fornire a tutto il personale uniformi coerenti con l'immagine dei locali;
- segnalare nei menù, con appositi avvisi e/o liste, gli ingredienti allergizzanti utilizzati;
- eseguire qualunque operazione, non esplicitamente indicata nel presente documento, utile a fornire un servizio puntuale ed efficiente;
- formare il personale in modo da garantire un'alta qualità del servizio reso al pubblico;
- rispettare i "Criteri Ambientali Minimi" (CAM) per Ristorazione Collettiva e Derrate Alimentari, di cui al (D.M. 10 marzo 2020) del Ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio e del mare Parimenti e i criteri ambientali minimi vigenti laddove applicabili per la pulizia ed i prodotti per l'igiene, prodotti tessili, e arredi per interni;
- Utilizzare personale abilitato ai sensi di legge nei casi prescritti e munito di preparazione professionale e di conoscenze tecniche adeguate. Lo stesso personale deve avere conoscenza delle norme antinfortunistiche.

Il carico e lo scarico della merce, e comunque di ogni materiale riguardante l'esercizio della Caffetteria, dovranno avvenire fuori dagli orari di apertura al pubblico della Caffetteria, purché compatibili con quelli stabiliti dalle competenti autorità comunali, con i regolamenti e con le eventuali disposizioni dell'Amministrazione.

Prescrizioni tecniche vincolanti:

- È obbligatorio l'uso di apparecchiature di cucina ad induzione elettrica che non prevedano fiamme libere; sono vietati l'uso di stufe a gas e bombole a gas di qualsiasi genere;
- I piani cottura devono essere dotati di cappe di aspirazione, necessarie per la salubrità dell'aria;
- Le attrezzature per la ristorazione, come forni professionali, cucine professionali e piani di lavoro, devono essere posizionate in modo da garantire una corretta igiene ed evitare la contaminazione crociata;
- Tutte le apparecchiature elettriche dovranno essere collegate alla rete elettrica presente nell'immobile mediante idoneo cavo, essere marcate CE e rispondere alle normative CEI di riferimento. Tutte le componenti elettriche dovranno essere conformi alle normative CEI e IMQ;
- Tutti gli arredi dovranno risultare completamente ignifughi e certificati ai sensi del D.M. 26/6/84, con classe di reazione al fuoco non superiore a 1; tutte le parti in stoffa e le imbottiture dovranno essere certificate con classe di reazione al fuoco 1 IM;

- Tutte le strutture lignee e i materiali usati per la realizzazione degli arredi delle cucine e dei servizi igienici dovranno essere obbligatoriamente idrorepellenti, utilizzando pannelli lignei idrofughi con caratteristiche standard V100;
- Tutti gli arredi dovranno essere conformi alle relative norme vigenti UNI ISO EN, per quanto riguarda le caratteristiche tecniche di resistenza, sicurezza e stabilità;

L'amministrazione si riserva l'accesso ai locali in qualsiasi momento, anche durante l'orario di chiusura al pubblico.

Il Partner si obbliga ad applicare uno sconto del 30% ai prezzi di listino di tutte le referenze in favore del personale dell'Amministrazione, per il quale dovrà essere consentito eventualmente l'utilizzo dei buoni pasto, sia elettronici che cartacei.

Con riferimento agli orari di apertura consentiti, il target di clientela intercettato sarà riferito ai visitatori del Museo, agli utenti e ai dipendenti dell'Amministrazione. I locali saranno accessibili sia ai visitatori del Museo che al pubblico in generale.

Qualora nel corso della durata del Partenariato l'Amministrazione dovesse apportare modifiche ai giorni e agli orari di apertura e di chiusura dei luoghi, il Partner dovrà svolgere le attività nei nuovi giorni/orari eventualmente stabiliti senza avere nulla a pretendere. Il Museo si riserva la facoltà di chiudere in tutto o in parte i luoghi per straordinarie ragioni di carattere istituzionale. Al Partner sarà permesso di sospendere momentaneamente il servizio solo ed esclusivamente per cause di forza maggiore adeguatamente motivate, ivi compreso il diritto di sciopero del personale dipendente.

4.2.3 Il nome e il logo

L'Amministrazione provvederà a ideare un logotipo e un nome che identifichi i locali in linea con le disposizioni contenute nel Manuale di identità visiva del Museo (Allegato 8). Il Museo avrà la titolarità piena ed esclusiva del Logo elaborato per la realizzazione del progetto e potrà depositare domanda di marchio nazionale/comunitario/internazionale ai sensi dell'art. 19 comma 3 del D. Lgs. 30/2005 e dell'art. 22 comma 1 della L. 27 dicembre 2023, n. 206.

Il Partner avrà in concessione gratuita l'uso esclusivo del Marchio per tutte le attività e per la durata del Partenariato Speciale e si impegna:

- a) ad usare i marchi in modo da non ledere in alcun modo la fama e il prestigio del Museo;
- b) ad usare i marchi per gli usi convenuti senza apportarvi alcuna modifica;
- c) a non commercializzare prodotti/servizi contrassegnati da marchi simili o affini rispetto al marchio relativo all'attività oggetto del Partenariato;
- d) a non registrare, direttamente o indirettamente, alcun marchio, nome commerciale o domain name simili o affini al marchio sopra richiamato;

Il Partner si impegna pertanto a mantenere il Museo manlevato ed indenne da dette responsabilità nei riguardi di qualsiasi richiesta di risarcimento o a qualsivoglia altro titolo da parte di terzi per eventuali danni.

Il Partner NON può in nessun caso:

- cedere la licenza, concedere in sub-licenza o disporre altrimenti del marchio nei confronti di terzi;
- utilizzare il marchio in modo parziale o con modifiche o diversificazioni che non siano state autorizzate dal Museo;
- elaborare, in qualsiasi maniera il marchio, totalmente o parzialmente;
- utilizzare il marchio per scopi diversi da quelli previsti dal presente documento.

La rappresentazione grafica del marchio, la sua descrizione e le modalità di applicazione digitale dovranno avvenire nel rigoroso rispetto dell'identità visiva del Museo ed essere preventivamente approvate dal Museo.

Prima della stipula dell'accordo di partenariato speciale contenente anche apposita disciplina concernente l'uso del Marchio nessun utilizzo potrà essere esercitato dal Partner Privato.

L'identità visiva offerta dovrà essere estesa alle caratteristiche formali e visive degli elementi di arredo, al tovagliato, ai menù da tavolo e da parete, ad eventuali insegne, alle divise del personale e tutto quanto possa essere ricondotto a un elemento di identificazione del locale.

Il Partner potrà utilizzare il nome e le immagini dell'Amministrazione nelle eventuali comunicazioni della propria attività, previa autorizzazione scritta. È fatto espresso divieto di apporre qualsivoglia segnaletica o pubblicità sulle facciate interne ed esterne del locale senza la preventiva autorizzazione dell'Amministrazione.

4.2.4 Verbali di gestione

DOCUMENTO	DISCIPLINA
Verbale di presa in consegna	Il Partner prende formalmente in consegna i locali per l'esecuzione di tutte le attività propedeutiche all'avvio. Redatto in contraddittorio tra le parti, deve essere sottoscritto, in duplice copia con firma congiunta di entrambe le parti. A seguito della sottoscrizione, il Partner dovrà espletare tutte le attività propedeutiche all'avvio entro 60 giorni, salvo casi di forza maggiore.
Verbale di avvio	Il Partner avvia formalmente le attività, a seguito della conclusione delle attività propedeutiche (opere di finitura, attivazione e voltura utenze, arredamento e allestimento, ottenimento autorizzazioni). Dalla data di sottoscrizione decorre la durata del Partenariato e sono dovuti canone e royalty. Al Verbale devono essere allegati: le autorizzazioni previste dalla legge, documenti e nominativi del personale operativo. Entro tale data il Partner Privato dovrà effettuare gli allacci e l'intestazione di tutte le utenze necessarie (elettrico, telefonico, tassa rifiuti).
Riconsegna dei locali	Al termine del Partenariato, il Partner riconsegna i locali liberi da ogni arredo e attrezzatura di sua proprietà. Il Partner non avrà titolo a esigere alcun indennizzo o buonuscita. Deve assicurare disponibilità e collaborazione per agevolare il passaggio delle consegne all'Amministrazione o a un terzo soggetto nominato dalla stessa, fornendo tutte le informazioni, i dati e le prestazioni richieste.
Verbale di riconsegna	Il Partner riconsegna formalmente i locali in perfetto stato di pulizia, conservazione e manutenzione, salvo il normale deterioramento d'uso, vuoti e sgomberi da arredi, macchine e attrezzature, senza necessità di ulteriori atti e/o diffide da parte dell'Amministrazione. Il documento è redatto in contraddittorio tra le parti entro i 15 giorni successivi alla data di scadenza del Partenariato.

4.2.5 Reportistica

Il Partner Privato è tenuto a fornire, con cadenza mensile, all'Amministrazione un Report (cfr. punto 14 dell'Avviso) contenente l'incasso complessivo dei corrispettivi, suddivisi per giorno della settimana, il numero di scontrini emessi e i relativi importi medi suddivisi per giorno della settimana di riferimento. L'Amministrazione si riserva anche la facoltà di richiedere la disponibilità di tali dati in forme di aggregazione diverse. Il Partner Privato è tenuto a consegnare il Report all'Amministrazione entro 5 giorni dal termine del mese di riferimento. Il report annuale dovrà essere consegnato con le medesime tempistiche.

4.2.6 Verifiche di conformità

Nel corso della durata del Partenariato, l'Amministrazione si riserva la facoltà di effettuare verifiche di conformità volte a constatare il livello qualitativo delle attività e il rispetto di tutti gli obblighi assunti dal Partner Privato.

4.3 Programmazione e realizzazione di manifestazioni culturali

4.3.1 Eventi culturali

In relazione al punto C (la programmazione e la realizzazione di manifestazioni ed eventi culturali a Palazzo Citterio) la proposta dovrà essere articolata secondo le seguenti indicazioni.

Il Partner Privato dovrà progettare e realizzare un programma di attività di carattere culturale da svolgersi anche negli orari serali nell'ambito degli spazi individuati nelle planimetrie allegate.

Rientrano in tale ambito le iniziative, rivolte ad ogni fascia di età, finalizzate a:

- realizzare esposizioni/installazioni, rassegne cinematografiche ed eventi artistici;
- svolgere attività di animazione culturale e spettacolo dal vivo (teatro, musica, danza, ecc.), anche in occasione delle aperture straordinarie dei Musei;
- realizzare conferenze e workshop/letture/incontri e presentazioni di libri;
- utilizzare tecnologie multimediali e digitali in ambito artistico (video arte, arte digitale, video mapping, etc.), installazioni e allestimenti c.d. site specific.

Per gli eventi serali che comporteranno l'impiego straordinario di personale del Ministero il Partner Privato dovrà corrispondere gli importi comunicati dall'Amministrazione per lo svolgimento delle prestazioni finalizzate a garantire la tutela del patrimonio culturale e la sicurezza dei luoghi e degli utenti (art. 1, comma 315, L. 27 dicembre 2017, n. 205).

Il Partner potrà anche progettare e realizzare eventi "site specific" in una sorta di dialogo effettivo con il luogo o comunque attinenti al contesto culturale di riferimento.

Le attività dovranno essere condotte in conformità alle prescrizioni contenute nel documento denominato Disposizioni d'uso d'accesso (ALLEGATO 1).

Le attività saranno condivise e approvate nell'ambito del Tavolo tecnico.

4.4 Grande Brera Design Store

4.4.1 Il Design Store

In relazione al punto D (la progettazione, l'allestimento, l'organizzazione e la gestione della porzione dell'edificio di Palazzo Citterio nel quale realizzare un Design Store) la proposta dovrà essere articolata secondo le seguenti indicazioni.

Il Design Store di Palazzo Citterio si configura come un elemento strategico all'interno del sistema culturale di Grande Brera, concepito non come semplice spazio commerciale, ma come dispositivo culturale finalizzato a prolungare l'esperienza del visitatore attraverso l'offerta di prodotti editoriali, riproduttivi e di design ispirati alle collezioni permanenti e temporanee.

Il modello di riferimento è quello dei grandi museum store internazionali — in primo luogo il MoMA Design Store di New York — caratterizzati da un'integrazione inscindibile tra qualità editoriale, progetto curatoriale del prodotto e standard di retail design.

Il Partner dovrà elaborare un progetto di allestimento, organizzazione e gestione del Design Store il cui concept si fondi sull'idea di un ambiente ibrido, in cui editoria, design e oggettistica culturale dialogano in modo coerente con le collezioni e con l'identità del complesso di Brera. In questa prospettiva, lo spazio non è soltanto punto di vendita, ma piattaforma curatoriale in cui i contenuti vengono selezionati, organizzati e presentati secondo una logica narrativa, capace di riflettere i valori della Pinacoteca e di Palazzo Citterio.

Al partner sarà concesso in uso non esclusivo il marchio "Grande Brera". Il marchio diventa così non solo segno distintivo, ma strumento di costruzione di una identità culturale riconoscibile, capace di posizionarsi nel panorama internazionale dei Design Store. Attraverso la creazione di collezioni dedicate, edizioni speciali e collaborazioni con designer, artisti ed editori, lo store contribuisce alla diffusione del brand Grande Brera come espressione di eccellenza culturale italiana.

Il Partner è autorizzato a commercializzare nello Store, accanto ai prodotti direttamente riferiti alle collezioni e all'identità della Pinacoteca di Brera (merchandising cfr. punto 4.4.2), una selezione di prodotti di design, editoriali e di oggettistica di terzi, purché coerenti con i criteri curatoriali, estetici e valoriali definiti nell'ambito del Tavolo Tecnico.

Entro il **31 ottobre** di ogni anno, il Partner presenta al Museo il **Piano di Assortimento** per l'esercizio successivo, articolato nelle seguenti sezioni:

la sezione istituzionale, contenente i prodotti a marchio Brera, le edizioni legate alle mostre programmate e i cataloghi; **la sezione assortimento esteso**, con l'elenco delle categorie e dei principali prodotti/marchi previsti, la motivazione curatoriale per categoria e le **proposte di prodotti** realizzate con le eventuali collaborazioni con designer, editori o manifatture che il Partner intende attivare nel corso dell'anno.

Per garantire la coerenza e la qualità dell'assortimento al Tavolo Tecnico potranno partecipare esperti esterni di design culturale o rappresentanti del settore scientifico del Museo e del partner.

Il Partner è incoraggiato a sviluppare **collaborazioni esclusive** con designer, studi di progettazione, manifatture artigiane o editori per la realizzazione di prodotti disponibili in via esclusiva o in anteprima presso il Design Store della Pinacoteca di Brera. Tali collaborazioni sono sottoposte a preventiva approvazione del Museo nell'ambito del Tavolo Tecnico e, ove coinvolgano l'utilizzo del nome, del logo o dell'immagine della Pinacoteca, potranno essere disciplinate anche da apposito accordo di co-branding.

I profili relativi alla titolarità, alla gestione e alla remunerazione dei diritti d'autore e dei diritti di proprietà industriale connessi ai prodotti commercializzati nell'ambito del Design Store ivi compresi i diritti sulle

immagini delle opere delle collezioni della Pinacoteca di Brera, i diritti sui marchi e sui segni distintivi dell'istituzione, nonché i diritti sui prodotti sviluppati in regime di co-branding o licenza esclusiva formeranno oggetto di apposita disciplina contrattuale.

4.4.2. L'attività di Merchandising

Il partner dovrà realizzare l'attività di merchandising, **in forma non esclusiva**, intesa come complesso delle attività di ideazione, progettazione, sviluppo, produzione, approvvigionamento, allestimento, gestione e commercializzazione di prodotti di qualità - editoriali, artistici, artigianali e di design - ispirati alle collezioni, al patrimonio storico-artistico, all'identità istituzionale e al programma scientifico e culturale della **Pinacoteca di Brera** realizzati in coerenza con la missione scientifica, educativa e valoriale del Museo e con le strategie di sviluppo del progetto **Grande Brera**.

L'attività di merchandising non è intesa in senso tradizionale, ma come estensione del pensiero progettuale e artistico, capace di rendere accessibili al pubblico i contenuti del museo attraverso oggetti significativi, contemporanei e durevoli. Dovranno sempre essere disponibili i cataloghi delle mostre ospitate nell'ambito di Palazzo Citterio.

L'attività di merchandising comprende le seguenti componenti:

a) Sviluppo del prodotto — ideazione e progettazione di linee tematizzate sulle collezioni permanenti e sulle mostre temporanee, con elaborazione di concept creativi, brief di produzione e campionature da sottoporre all'approvazione del Museo nell'ambito del Tavolo Tecnico; attenzione alla qualità materiale, alla coerenza con i valori del Museo, alla responsabilità etica e ambientale dei processi produttivi e alla rispondenza alla domanda del pubblico nazionale e internazionale;

b) Produzione e approvvigionamento — gestione del ciclo produttivo, anche mediante il ricorso a fornitori terzi selezionati nel rispetto della normativa vigente, con garanzia di conformità agli standard qualitativi, etici e di sostenibilità ambientale; gestione delle scorte, del magazzino e della catena di fornitura, con obbligo di mantenere in assortimento le linee di prodotto approvate dal Museo per tutta la durata del partenariato;

c) Gestione dei diritti sulle opere e sull'immagine istituzionale — si rinvia integralmente all'art. 4.4.3 del presente Documento;

d) Allestimento e gestione degli spazi di vendita — allestimento, arredo, manutenzione e gestione degli spazi fisici destinati alla vendita, comprensivi dell'assortimento esposto, della segnaletica, degli strumenti di pagamento e degli standard di accoglienza al pubblico; eventuale gestione di canali di vendita digitali (e-commerce) in conformità alle indicazioni del Museo e nel rispetto della normativa vigente in materia di commercio elettronico e tutela dei consumatori;

e) Promozione e comunicazione commerciale - sviluppo di iniziative promozionali, campagne stagionali correlate al calendario espositivo, attività di *visual merchandising* e coordinamento con la comunicazione istituzionale della Pinacoteca, ivi incluse le campagne connesse al progetto Grande Brera;

f) Rendicontazione e reportistica - si rinvia all'art. 4.4.8 del presente Documento.

Il Partner si impegna a sviluppare, entro l'avvio della gestione, una linea di prodotti a marchio Museo (o co-branded), progettati in collaborazione con il Settore Scientifico del Museo.

Condizioni:

- il Partner finanzia integralmente le fasi di sviluppo, prototipazione e produzione;
- il Partner dovrà corrispondere le royalty, nella misura indicata nell'Avviso Pubblico (cfr. punto 11 dell'Avviso);
- il Partner può commercializzare i prodotti in altri canali solo previo consenso scritto del Museo.

Il Partner sarà chiamato a realizzare e fornire una linea di packaging personalizzata che riporti l'immagine coordinata del Museo, da utilizzare per il confezionamento dei prodotti venduti presso il punto vendita,

compresi eventualmente quelli posti al di fuori del Museo, e composta al minimo da shopper, adesivi e carta regalo.

L'Amministrazione, nell'ambito del Tavolo Tecnico, concorderà e approverà il progetto di packaging, e potrà richiedere modifiche purché queste ultime non abbiano un significativo impatto sul Piano Economico Finanziario. Le eventuali modifiche apportate costituiranno obbligazioni contrattuali.

Sono espressamente esclusi dall'assortimento:

- souvenir di produzione seriale non qualificati (magneti, portachiavi di bassa qualità, gadget promozionali generici);
- prodotti che rechino marchi o loghi di terzi non preventivamente approvati dal Museo nell'ambito del Tavolo Tecnico;
- prodotti contraffatti o che violino diritti di proprietà intellettuale;
- prodotti alimentari non conformi alle normative igienico-sanitarie vigenti.

La politica di prezzo deve essere coerente con il posizionamento premium dello Store, mantenendo tuttavia una gamma di prodotti di ingresso accessibili.

4.4.3. Uso delle immagini delle opere e del marchio istituzionale

Il partner è tenuto ad acquisire, per ciascun prodotto di merchandising recante la riproduzione di opere delle collezioni della Pinacoteca, la preventiva **autorizzazione scritta** del Museo.

L'autorizzazione è rilasciata per singola linea di prodotto, con specificazione del titolo dell'opera, dell'autore, del supporto, del formato e della tiratura. Ogni modifica successiva alla configurazione del prodotto autorizzato richiede una nuova istanza di autorizzazione.

Restano fermi gli obblighi derivanti dalla L. 22 aprile 1941, n. 633, in materia di diritto d'autore, per le opere eventualmente ancora coperte da tutela o per le rielaborazioni creative originate dal patrimonio della Pinacoteca. Qualora l'opera in riproduzione sia soggetta a diritti di terzi (es. artisti contemporanei, eredi, enti licenziatari), il Partner è esclusivo responsabile dell'acquisizione delle relative licenze d'uso.

L'utilizzo del marchio "Grande Brera", del logotipo istituzionale, dei segni distintivi del progetto Grande Brera e di qualsiasi altro elemento dell'identità visiva del Museo è subordinato al rispetto del **Manuale di Identità Visiva** fornito dall'Istituto in sede di avvio del partenariato, nonché all'approvazione preventiva scritta di ogni applicazione grafica da parte del Museo.

È fatto divieto al Partner di utilizzare il marchio o i segni distintivi dell'Istituto per finalità diverse da quelle espressamente connesse all'esecuzione del Partenariato, nonché di sub-licenziarli a terzi.

All'atto della cessazione del rapporto di Partenariato, per qualunque causa, il Partner è tenuto a cessare immediatamente ogni utilizzo del marchio. La gestione delle giacenze di magazzino saranno oggetto di apposita disciplina.

4.4.4. Assenza di esclusiva

Il Partenariato non attribuisce al Partner alcun diritto di **esclusiva** sullo svolgimento delle attività di merchandising nell'ambito della Pinacoteca di Brera.

L'Istituto si riserva pertanto la facoltà di:

a) sviluppare e commercializzare, in proprio o mediante terzi, linee di prodotti di merchandising connesse alle proprie collezioni, alle mostre temporanee, a ricorrenze istituzionali o a iniziative speciali rientranti nel progetto Grande Brera;

b) affidare ad altri operatori economici, con distinti e autonomi rapporti contrattuali, la realizzazione di specifiche linee di prodotto o di operazioni commerciali a carattere occasionale o temporaneo, ivi incluse quelle connesse a mostre in prestito, co-produzioni con istituzioni terze o partnership con soggetti privati;

c) gestire canali di distribuzione e vendita propri, anche digitali, indipendentemente da quelli oggetti del presente Avviso.

Il Partner non potrà avanzare pretese risarcitorie, indennitarie o di altro genere in ragione delle attività di cui ai punti precedenti.

L'Istituto si obbliga a comunicare al Partner, nell'ambito del Tavolo Tecnico, con congruo anticipo le iniziative di merchandising che intenda sviluppare in proprio ovvero affidare a soggetti terzi, al fine di consentire al Partner una programmazione commerciale consapevole.

4.4.5. Allestimento del Design Store

Lo spazio dovrà essere concepito come ambiente aperto, fluido e contemporaneo, in cui l'allestimento favorisce una fruizione libera e intuitiva, incoraggiando l'esplorazione e la permanenza. L'esperienza del visitatore è al centro del progetto: lo shop diventa un luogo in cui acquistare, ma anche sostare, sfogliare, scoprire e approfondire, in continuità con il percorso museale.

In questo senso, il Design Store di Palazzo Citterio si configura come uno spazio di intersezione tra cultura, design e pubblico, capace di rafforzare l'identità del sistema Grande Brera e di contribuire alla sua sostenibilità culturale ed economica, in linea con i più avanzati modelli internazionali di museum retail.

Il Design Store dovrà presentare un allestimento organizzato secondo un linguaggio contemporaneo, essenziale e flessibile, con una forte attenzione alla qualità dei materiali, integrandosi con l'allestimento del museo. L'offerta dovrà configurarsi come una selezione rigorosa e internazionale di oggetti, pubblicazioni e prodotti di design, in cui il valore estetico si unisce a quello funzionale e culturale.

Lo spazio dedicato al Design Store è dotato di un tavolo multifunzionale che integra banco cassa, punto informazioni e bookshop, progettato per essere fruibile da tutti. Le linee curve e le sedute incorporate invitano i visitatori a vivere lo spazio come un punto di incontro e relax.

Nell'ambito dello spazio è collocato uno schermo che costituisce un supporto espositivo per opere digitali realizzate in collaborazione con il Museo nazionale dell'arte digitale di Milano.

Il progetto allestitivo dovrà prevedere:

- isole tematiche per valorizzare volumi editoriali e cataloghi dedicati ai cataloghi delle mostre, pubblicazioni scientifiche, guide del museo, monografie, libri d'arte, volumi per bambini;
- area dedicata al merchandising museale e prodotti di design;
- Piccola area consultazione o lettura, con sedute che invitano a sostare, sfogliare e approfondire e vivere lo store come un luogo culturale, non solo come passaggio obbligato verso l'uscita.

Nell'ambito del progetto allestitivo dovrà essere prevista l'illuminazione in grado di garantire comfort visivo nella consultazione dei libri e degli oggetti, e la grafica ambientale ispirata al contesto museale.

Nel complesso, lo store museale dovrà comunicare cura, selezione, qualità e appartenenza. Ogni allestimento dovrà far percepire che i prodotti non sono semplici oggetti in vendita, ma strumenti per prolungare la visita, conservare un ricordo, approfondire un contenuto e portare fuori dal museo una parte della sua esperienza culturale.

4.4.6 Gestione operativa

Lo Store deve essere operativo per tutta la durata di apertura al pubblico del Museo, con apertura anticipata di almeno 30 minuti rispetto all'orario di accesso alle collezioni e chiusura posticipata di almeno 30 minuti. Il Partner è inoltre tenuto ad aprire lo Store in occasione di eventi speciali, inaugurazioni di mostre e serate istituzionali, previo accordo con la Direzione.

Il Partner garantisce la presenza di personale qualificato, con le seguenti caratteristiche minime:

Store Manager

Figura dedicata, con almeno 3 anni di esperienza in retail culturale o luxury retail; competenze in visual merchandising e knowledge management museale.

Addetti vendita

Conoscenza della storia e delle collezioni del Museo (formazione realizzata dal Museo entro 60 giorni dall'avvio); padronanza di almeno 2 lingue straniere (obbligatoria inglese).

Il Partner, in accordo con il Museo, predispone un piano annuale di formazione del personale che comprende:

- sessioni di aggiornamento sulle collezioni permanenti e le mostre temporanee (minimo 8 ore/anno per addetto);
- formazione su tecniche di vendita consultiva e customer experience nel settore culturale.

Sono interamente a carico del Partner, **senza diritto di rimborso** alla scadenza del Partenariato:

- progettazione e realizzazione dell'allestimento dello Store;
- fornitura e installazione dei sistemi tecnologici (POS, sicurezza, connettività);
- sviluppo della linea di prodotti a marchio Museo;
- sviluppo e gestione della piattaforma e-commerce;
- manutenzione ordinaria e straordinaria degli arredi e degli impianti di proprietà del Partner.

4.4.7 Integrazione con le attività del Museo

Il Partner collabora attivamente con il Museo per:

- sviluppare prodotti dedicati a ogni nuova mostra temporanea, disponibili dalla data di inaugurazione;
- organizzare almeno 2 eventi annuali di lancio prodotto o presentazione editoriale nei locali dello Store;
- partecipare alle attività di comunicazione e marketing del Museo (social media, newsletter, comunicati stampa).

4.4.8 Reportistica

Il Partner Privato è tenuto a fornire, con cadenza trimestrale, all'Amministrazione un Report (cfr. punto 14 dell'Avviso) contenente l'incasso complessivo dei corrispettivi, suddivisi per giorno della settimana, il numero di scontrini emessi e i relativi importi medi suddivisi per giorno della settimana di riferimento. L'Amministrazione si riserva anche la facoltà di richiedere la disponibilità di tali dati in forme di aggregazione diverse. Il Partner Privato è tenuto a consegnare il Report all'Amministrazione entro 5 giorni dal termine del trimestre di riferimento. Il report annuale dovrà essere consegnato con le medesime tempistiche.

5. DISPOSIZIONI GENERALI

Le attività dovranno essere condotte in conformità alle prescrizioni contenute nel documento denominato Disposizioni d'uso d'accesso (ALLEGATO 1). Il Partner, per lo svolgimento delle attività, dovrà, conformemente a quanto previsto nell'Avviso:

- conservare in buono stato gli spazi utilizzati, compreso quelli aperti, nonché gli impianti, le apparecchiature e gli arredi presenti nei locali, effettuando sugli stessi i necessari interventi di manutenzione ordinaria e sollevando l'Amministrazione da ogni responsabilità ed onere in tal senso, nonché provvedere alla pulizia degli stessi e alla loro sistemazione al termine delle attività;
- provvedere a proprie spese all'allestimento degli spazi concessi;
- garantire l'effettivo e diretto esercizio delle attività senza possibilità di subconcedere a terzi l'uso degli spazi o sue parti, né di cedere il contratto di partenariato;
- acquisire le necessarie autorizzazioni laddove necessario per l'esercizio delle attività;
- impiegare per la gestione delle attività operatori in possesso dei requisiti di professionalità;
- dotarsi di un sistema di contabilizzazione automatica per gli incassi, tramite registratori di cassa a norma di legge;
- consentire il pagamento, da parte del pubblico, anche attraverso carte di credito, bancomat, POS ed altri sistemi similari;
- provvedere a tutti gli adempimenti di legge per lo svolgimento dei servizi in oggetto negli spazi utilizzati;
- provvedere agli adempimenti della sicurezza previsti dalla normativa in relazione ai luoghi di lavoro e ai luoghi di fruizione pubblica coordinandosi anche con il RSPP del Museo;
- assumere integralmente ogni onere presente o futuro, relativo ad imposte, diritti, tasse, ecc., stabiliti relativamente all'esecuzione dei servizi e all'uso degli spazi;
- rispettare tutte le norme comunitarie e nazionali vigenti in materia.

5.1 Custodia e manutenzione degli immobili

Il Partner Privato dovrà garantire lo stato di manutenzione ordinaria di tutti i manufatti, degli spazi esterni e delle pertinenze accessorie nell'ambito delle aree individuate nell'Allegato 6 dell'Avviso. Per manutenzione ordinaria si intendono tutti i lavori di riparazione e/o mantenimento in efficienza di un immobile. Rientrano, dunque, quelli di riparazione e sostituzione delle finiture dell'immobile, ma anche le opere mirate al mantenimento o all'integrazione degli impianti tecnologici esistenti (comprensivi di impianti: elettrici, di illuminazione, di illuminazione d'emergenza e sicurezza, idraulici...) e tutti gli interventi finalizzati al ripristino delle diverse anomalie (riscontrate e/o segnalate) e alla conservazione dello stato dei beni nelle loro condizioni di partenza. Tali interventi devono essere rivolti agli immobili.

Per le aree esterne, solo in riferimento al Giardino di Palazzo Citterio, la manutenzione si configura come la pulizia dei luoghi, il taglio dei tappeti erbosi e il mantenimento delle vaserie.

Tutti gli interventi saranno oggetto di apposita valutazione nell'ambito del Tavolo Tecnico e di apposito piano di lavoro da concordarsi tra il soggetto Partner e l'Amministrazione; in ogni caso dovrà sempre essere garantito un aspetto decoroso e curato di tutte le aree.

Sarà inoltre cura del soggetto Partner segnalare tempestivamente all'Amministrazione eventuali danneggiamenti al patrimonio che dovessero verificarsi per cause non programmabili e imprevedibili.

Per manutenzione straordinaria si intende tipologia di opere che comportano una modifica o una sostituzione di elementi strutturali, ma anche quelli che determinano un'innovazione, come la realizzazione ex novo di impianti tecnologici.

5.2 Licenze e autorizzazioni

Il Partner dovrà provvedere a tutti gli adempimenti necessari nei confronti delle Autorità competenti, volti ad ottenere il rilascio di tutte le licenze e/o autorizzazioni necessarie all'espletamento delle attività oggetto di affidamento e dovrà trasmettere tutta la relativa documentazione al Museo.

Il Partner è obbligato a osservare tutte le vigenti Leggi, Norme e Regolamenti in materia di sicurezza e salute dei lavoratori, di prevenzione infortuni, igiene del lavoro, prevenzione incendi e tutela dell'ambiente e a farle rispettare ai propri dipendenti e agli eventuali fornitori.

5.3 Canone e Royalties

A decorrere dalla data di avvio del partenariato il Partner dovrà corrispondere all'Amministrazione, con cadenza trimestrale, il canone e le royalties conformemente a quanto previsto nel punto 11 dell'Avviso.

5.4 Responsabilità

Il Partner è responsabile penalmente e civilmente dei danni di qualsiasi genere eventualmente arrecati alle persone e/o alle cose e/o agli immobili nello svolgimento delle attività affidate. Il Partner è responsabile dell'operato del personale da esso dipendente e unico responsabile di qualsiasi contravvenzione.