

Comunicato stampa
16 luglio 2019

BMW Italia Main Partner della seconda edizione di ARTEPARCO. L'installazione site specific 2019 pensata per il Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise è (specchi angelici) di Matteo Fato.

BMW Italia, per il secondo anno consecutivo, ha rinnovato il proprio impegno in qualità di Main Partner di ARTEPARCO, l'originale iniziativa che lega arte contemporanea e natura, mettendo anche a disposizione del Parco sei **BMW Active Hybrid E-Bike**, offrendo ai visitatori la possibilità di scoprire l'opera in modo alternativo. L'iniziativa è realizzata da **PARCO1923**. Come lo scorso anno, partecipano al progetto anche **l'Ente Parco, il Comune di Pescasseroli e SKY Arte**.

Per l'occasione, **Roberto Olivi, Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione di BMW Italia** dichiara: «Da quasi 50 anni, il BMW Group ha avviato oltre 100 collaborazioni culturali in tutto il mondo con le istituzioni più rilevanti. Nel 1972, tre dipinti di grandi dimensioni sono stati creati dall'artista Gerhard Richter appositamente per il foyer del quartier generale di Monaco del BMW Group. Da allora, artisti come Andy Warhol, Jeff Koons, Jenny Holzer, Sandro Chia e più recentemente Cao Fei e John Baldessari hanno collaborato con BMW. ARTEPARCO incarna proprio questa comunanza di vedute in cui arte e sostenibilità dialogano per aprire una finestra sul futuro ed è per questo che dallo scorso anno BMW Italia è partner di questo percorso culturale nel verde di uno dei luoghi più incantevoli del nostro Paese».

(SPECCHI ANGELICI)

Dopo il successo della prima opera realizzata nel 2018 dall'artista-designer Marcantonio, il protagonista di questa nuova edizione è l'artista Matteo Fato, invitato a confrontarsi con uno dei luoghi naturalistici più antichi e suggestivi d'Italia: le **Foreste Vetuste del Parco**, riconosciute Patrimonio dell'Unesco nel 2017.

Grazie all'idea di Fato, il **paesaggio incantato** delle montagne diventa **parte integrante dell'opera stessa** che, realizzata interamente in legno, si fonde con la natura circostante, dichiarando la sua appartenenza al Parco.

Il lavoro di **Matteo Fato**, riconosciuto come uno tra gli artisti più interessanti nell'attuale panorama artistico contemporaneo, si caratterizza per **un'attenzione costante verso la pittura**, declinata attraverso l'installazione, la scultura e una studiata relazione con lo spazio circostante.

La sua ricerca artistica si concentra infatti sulla pittura, intesa come riflesso dei tempi odierni e lente di ingrandimento sul mondo e la lega, con un approccio progettuale attivo, a medium apparentemente distanti, come la scultura e l'installazione. Distintive dei suoi dipinti, infatti, sono le strutture in legno che racchiudono e circondano la maggior parte delle sue opere più recenti.

Per la seconda edizione di ARTEPARCO, l'artista propone **un'opera site specific**, che andrà ad integrarsi perfettamente nel paesaggio naturale del Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise: **tre riproduzioni di un cavalletto antico da pittore**, realizzate in legno naturale, in cui il paesaggio e la natura incantevole del Parco diventano la tela dell'artista.

L'opera intitolata **(specchi angelici)** rappresenta la visione poetica di Fato del ruolo del pittore nei confronti della Natura, da sempre soggetto privilegiato dell'arte. Ogni paesaggio, scorcio o scenario passa attraverso il filtro dell'artista che lo reinterpreta secondo il proprio codice stilistico.

Con la sua installazione, Matteo Fato lascia come centrale il concetto di pittura, ma reinterpretato in una chiave inedita. Il linguaggio della pittura viene qui evocato dall'immagine iconica del cavalletto, presente da sempre nell'immaginario collettivo, e alla Natura viene lasciata «letteralmente» la possibilità di esprimersi nella sua magnificenza, diventando essa stessa «linguaggio».

«**(specchi angelici)** è un dono al Parco Nazionale, alla natura della mia terra - afferma Matteo Fato - le parole che Gianni Garrera (filosofo con cui collaboro da diversi anni e di cui un suo Assunto sarà parte integrante dell'opera presentata) ha dedicato a questo lavoro, esprimono, come mai io potrei fare, questa utopia pittorica:

“...Come tutto il mondo in un angelo è totalmente angelico, così tutto il mondo in un dipinto è totalmente pittorico...Creare è stato per Dio ritirarsi e rinunciare a essere tutto. Come Dio si è ritirato per far essere il mondo, così il pittore partecipa

alla creazione del mondo decreando sé stesso. Il pittore di paesaggio opera in questa maniera, ritirando il proprio io per far posto nel quadro alla Natura. Ogni vero quadro di Natura implica la decreazione dell'io..." (Gianni Garrera).

Per questo tre cavalletti che osservano il paesaggio da diversi punti di vista, e tentano quasi di mettere radici, perché vorrei dipingere (l'aperto); ma c'è anche un momento molto lungo per ritirarsi a osservare; fare posto prima del quadro alla Natura...forse un giorno tornerò a dipingere su questi cavalletti, quando col tempo diverranno parte essi stessi del paesaggio e della terra».

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi
Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione
Tel: +39 02.5161.02.94
Fax: +39 02.5161.002.94
Mail: roberto.olivi@bmw.it
Media website: www.press.bmwgroup.com (comunicati e foto) e
<http://bmw.lulop.com> (filmati)

Il BMW Group

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2018, il BMW Group ha venduto oltre 2.490.000 automobili e oltre 165.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2018 è stato di 9,815 miliardi di Euro con ricavi per 97,480 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2018, il BMW Group contava un organico di 134.682 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. Per questo l'azienda ha stabilito come parte integrante della propria strategia la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 5 società che danno lavoro a oltre 1.100 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>