



Comunicato stampa
4 agosto 2020

BMW Italia si conferma main partner dell'edizione 2020 di ARTEPARCO, terza installazione site specific pensata per il Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise: “Un tempo è stato” di Alessandro Pavone.

Per il terzo anno BMW Italia ha rinnovato l'impegno di Main Partner di ARTEPARCO, progetto nato con la volontà di portare l'arte contemporanea all'interno del Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise.

Dal 1° agosto a Pescasseroli (AQ) presso il Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise, è visibile l'installazione site specific “Un tempo è stato” dell'artista Alessandro Pavone (Trento, 1973). Si tratta della terza edizione del progetto **ARTEPARCO**, nato con la volontà di portare l'arte contemporanea all'interno del Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise, uno dei luoghi naturalistici più antichi e suggestivi d'Italia. Come nelle due edizioni precedenti, BMW Italia è presente come Main Partner dell'iniziativa, che gode del Patrocinio del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare per l'impegno rivolto alla valorizzazione del territorio dimostrato negli anni.

Il progetto nasce dalla collaborazione tra Ente Parco, il Comune di Pescasseroli e PARCO1923 – marchio di profumi ispirato alle piante e ai fiori del Parco – ed è realizzato grazie al supporto di **BMW Italia**, che anche quest'anno mette a disposizione del Parco le BMW Active Hybrid E-Bike, offrendo la possibilità di scoprire in modo inedito le bellezze naturalistiche di uno dei luoghi più incontaminati d'Italia e Sky Arte, il primo canale televisivo dedicato all'arte in tutte le sue forme.

“Un connubio perfetto e raro quello tra Arte e Natura, alla sua terza edizione, che unisce la bellezza artistica a luoghi unici ed incontaminati come il Parco, creando un percorso dove ognuno può ‘perdersi’ nell'esplorazione di sé stessi e del luogo”, afferma il **Direttore del Parco Luciano Sammarone**. “Un posto in cui la l'arte dialoga con la Natura attraverso l'utilizzo esclusivo di materiali ecologici e naturali e dove l'opera stessa diventerà parte della Natura abbandonandosi allo scorrere delle stagioni”.

“Con PARCO1923 vogliamo, non solo raccontare il patrimonio olfattivo unico al mondo del Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise, ma anche invitare a conoscere la bellezza di questi luoghi incontaminati, dove si trovano boschi millenari, fiori misteriosi e animali



rarissimi”, racconta **Ugo Morosi, fondatore di PARCO1923**. “ARTEPARCO rientra proprio in questo impegno e nasce con la volontà di far scoprire il fascino di questa natura selvaggia attraverso l’arte contemporanea, dando ai visitatori uno strumento in più per conoscerne l’inestimabile valore”.

Per l’occasione, **Roberto Olivi, Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione di BMW Italia** dichiara: «Anche in un anno particolarmente impegnativo a causa della crisi epidemiologica che ha colpito profondamente le vite di tutti noi, abbiamo voluto continuare questa bellissima esperienza di ARTEPARCO perché crediamo che sostenibilità, arte e un corretto rapporto con la natura siano alla base anche della ripresa che tutti noi auspichiamo. Essere presenti come main partner dell’iniziativa per il terzo anno consecutivo, sottolinea proprio il nostro approccio a queste tematiche e la volontà di avere un ‘purpose’ più grande capace di andare oltre alla quotidianità anche del business, per ispirare le persone e farle riflettere sui grandi temi esistenziali come quello del rapporto uomo-natura».

Dopo il successo delle prime due opere, Animale – Vegetale (Il Cuore) dell’artista-designer Marcantonio e (specchi angelici) dell’artista Matteo Fato, protagonista della terza edizione di ARTEPARCO è Alessandro Pavone con l’opera “Un tempo è stato”. L’artista ha immaginato un’imponente installazione lignea site-specific (5x2 metri circa) raffigurante un tronco di braccio umano, dalla cui mano sembra nascere uno degli affascinanti alberi presenti nel Parco Nazionale d’Abruzzo, Lazio e Molise: una riflessione sul legame tra uomo e natura, sulla meraviglia del ciclo della vita, così breve per l’esistenza umana rispetto al mondo naturale.

Le Foreste Vetuste del Parco, infatti, riconosciute Patrimonio UNESCO nel 2017 per il loro eccezionale valore naturalistico e per l’incredibile biodiversità che le contraddistingue, hanno oltre cinquecento anni e sono giunte alla fase senescente della propria vita. “Un tempo è stato” trae concettualmente ispirazione proprio dall’immagine di un albero che, al termine della propria esistenza, cade a terra con uno schianto improvviso nel silenzio, assumendo le sembianze di un braccio umano.

L’opera, interamente realizzata in legno, è costituita da elementi sagomati ricavati da un tronco di larice secolare, sradicato dalla tempesta di Vaia in Trentino nel 2018. Pavone, coerentemente con una visione che mira alla più alta salvaguardia della natura, ha infatti personalmente individuato l’albero con il supporto del servizio di custodia forestale del comune di Folgaria (Trentino), dando origine con il progetto ad un ponte ideale tra



Trentino e Abruzzo, territori accomunati da un'attenzione unica alla valorizzazione naturalistica.

“Un tempo è stato” si integra perfettamente nel paesaggio del Parco anche grazie alla coerenza organica che l'artista ha ricercato nella progettazione della struttura interna dell'opera. Gli incastri della scultura sono infatti realizzati seguendo il metodo delle impalcature rinascimentali, rivelando la volontà di salvaguardare lo spirito originale dell'albero, che torna alla vita tramite un nuovo albero: i materiali si fondono in una composizione bilanciata che riflette la sua armonia estetica.

Informazioni sul BMW Group Cultural Engagement

In quasi 50 anni, il BMW Group ha avviato oltre 100 collaborazioni culturali in tutto il mondo. Al centro di quest'impegno a lungo termine ci sono: arte moderna e contemporanea, musica jazz e classica, architettura e design. Nel 1972, tre dipinti di grandi dimensioni sono stati creati dall'artista Gerhard Richter appositamente per la hall del quartier generale di Monaco del BMW Group. Da allora, artisti come Andy Warhol, Jeff Koons, Daniel Barenboim, Jonas Kaufmann e l'architetto Zaha Hadid hanno collaborato con BMW. Nel 2016 e nel 2017, gli artisti Cao Fei, cinese, e John Baldessari, americano, hanno creato due veicoli per la BMW Art Car Collection. Oltre alle co-iniziativa, come il BMW Tate Live, il BMW Art Journey e i concerti "Opera for All" a Berlino, Monaco, Mosca e Londra, l'azienda collabora anche con importanti musei e fiere d'arte, nonché con orchestre e teatri d'opera in tutto il mondo. Il BMW Group garantisce l'assoluta libertà creativa in tutte le attività culturali in cui è coinvolto, dal momento che questa è essenziale per un lavoro artistico d'avanguardia quanto lo è anche per importanti innovazioni in un'azienda di successo.

BMW Italia e la Cultura

La promozione di attività culturali – insieme a dialogo interculturale, inclusione sociale, sicurezza stradale e sostenibilità – è uno dei pilastri di SpecialMente, il programma integrato di responsabilità sociale d'impresa di BMW Group Italia, filiale nazionale dell'azienda leader nel settore automotive e presente in 140 Paesi in tutto il mondo, che ha saputo trasformare il proprio impegno nella sostenibilità in creazione di valore a lungo termine per tutti gli stakeholder. I dettagli sulle attività di CSR di BMW Italia si trovano sul sito www.specialmente.bmw.it.

BMW è attiva nella promozione di attività culturali tra le più rilevanti del nostro Paese, coerentemente con quanto avviene a livello internazionale, dove il BMW Group in 50 anni



ha partecipato a oltre 100 iniziative di riferimento per la cultura internazionale in tutto il mondo. Le collaborazioni con il Teatro alla Scala, La Milaneseiana e La Triennale a Milano, il Teatro dell'Opera e il MAXXI a Roma testimoniano i valori e l'impegno dell'azienda nel tessuto del Paese.

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio
Corporate Communication Manager
Telefono: +39 0251610088
E-mail: marco.di-gregorio@bmw.it
Media website: www.press.bmwgroup.com e <http://bmw.lulop.com>

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 2019, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 175.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2019 è stato di 7,118 miliardi di Euro con ricavi per 104,210 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2019, il BMW Group contava un organico di 126.016 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 4 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/>