



Comunicato stampa
27 maggio 2021

Uno di Un Milione: dialogo tra arte e sostenibilità in partnership con BMW Italia

BMW è partner del progetto “Uno di Un Milione”, opera d'arte relazionale ideata e realizzata dal Collettivo OP. Il progetto mette insieme diverse tematiche e forme artistiche e si realizza grazie alla partecipazione di enti e aziende eterogenei tra loro

Uno di Un Milione è il progetto che nasce dalla volontà degli artisti del Collettivo OP di far dialogare **natura, arte, musica e tecnologia** in un'opera originale, con la partecipazione dell'Orchestra e del Coro di Voci Bianche dell'Accademia Teatro alla Scala. Il progetto è realizzato in collaborazione con Azienda per il Turismo Val di Sole, Parco Nazionale dello Stelvio, Comune di Pejo, Funivie Pejo 3000, Popack e grazie a BMW Italia come partner.

Giovedì 27 maggio a Milano, nella sede dell'Accademia Teatro alla Scala, si è svolta la presentazione del progetto.

Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia, ha motivato così il sostegno di BMW all'iniziativa: “Arte e sostenibilità sono un binomio straordinario. Il progetto Uno di Un Milione di cui BMW Italia è partner nasce proprio dalla volontà di mettere insieme tematiche differenti, ma assolutamente connesse e orientate al futuro. È un momento di riflessione importante, attraverso la lente d'ingrandimento dell'arte, su temi fondamentali come l'utilizzo responsabile delle risorse, la cura del pianeta, il rispetto della natura, la voce dei giovani e il futuro che



vogliamo progettare insieme. Del resto nel 2021 BMW è stato riconosciuto come il Brand più sostenibile in Italia ed è quindi naturale per noi essere parte attiva di questa storia".

L'orientamento strategico del BMW Group pone il tema dell'utilizzo delle risorse (tra cui l'acqua) tra quelli più rilevanti per lo sviluppo sostenibile e il successo a lungo termine dell'azienda.

Il progetto ha avuto origine dalle molteplici fonti d'acqua di cui sono disseminati Val di Sole, Pejo e Parco Nazionale dello Stelvio. Scuole di musica e centri di aggregazione della Val di Sole hanno dato vita a un brano sinfonico, traendo ispirazione dall'esperienza vissuta a contatto con la natura lungo i cammini e le varie sorgenti d'acqua della zona.

Il brano, nella composizione ed arrangiamento finale di Silvio Morais D'Amico, è stato registrato a Milano dall'Orchestra e dal Coro di Voci Bianche dell'Accademia Teatro alla Scala, diretti da Pietro Mianiti.

Grazie a Popack sono state realizzate delle borracce plastic-free, ognuna con un QR-Code che permette di svelare una nota del brano, individuare le diverse fonti d'acqua del territorio e scoprire itinerari e paesaggi sonori creati ad hoc dagli artisti del Collettivo OP.

Le borracce sono acquistabili sin d'ora sul sito www.unodionmilitone.com e a partire dal 5 giugno, Giornata Mondiale dell'Ambiente, in vari punti vendita della Val di Sole.

Il brano nella sua interezza si potrà ascoltare a Pejo 3000, a 3000 metri di quota, all'interno di una scultura monumentale realizzata da Morgana Orsetta Ghini del Collettivo OP. Un'opera concepita come un auditorium, in



cui gli elementi della natura dialogano con il visitatore che vi si può muovere all'interno e all'esterno vivendo un'esperienza unica.

L'installazione verrà inaugurata sabato 3 luglio dai cantori del Coro di Voci Bianche dell'Accademia.

Nella settimana successiva apriranno al pubblico i primi itinerari di Uno di Un Milione e i Paesaggi sonori in Val di Sole.

BMW Italia e la Cultura

La promozione di attività culturali – insieme al 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, 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

Il BMW Group supporta alcune tra le attività culturali più rilevanti del nostro Paese, coerentemente con quanto avviene a livello internazionale. Le collaborazioni con il Teatro alla Scala di Milano, La Milaneseana, Fondazione Prada, il Teatro dell'Opera di Roma, il progetto ARTEPARCO, l'attività a supporto del cinema del brand MINI, testimoniano i valori e l'impegno dell'azienda nel tessuto del Paese.

50 anni di impegno culturale del BMW Group

Nel 2021 il BMW Group celebra 50 anni di impegno culturale a livello globale. Per 50 anni e con oltre 100 iniziative nel campo dell'arte moderna e



contemporanea, della musica classica, del jazz e del suono, nonché dell'architettura e del design, il BMW Group è stato parte integrante della cultura su scala globale.

Nel corso di 50 anni, il BMW Group si è impegnato in partnership con alcune delle istituzioni culturali più rinomate del mondo, sulla base del rispetto reciproco e della curiosità, rendendo il suo impegno culturale un attore affidabile in questo campo. Si tratta di esperienze e incontri unici che promuovono il dialogo interculturale e riflettono i principi e l'atteggiamento di un'azienda all'interno del mondo culturale. Con la sua rete di partner ampia e diversificata, l'impegno culturale del BMW Group facilita la creazione di narrazioni attuali e aiuta a collegare le persone in tutto il mondo - sia fisicamente che virtualmente.

Dal Guggenheim Museum alla Tate Modern, dal Centre Pompidou alla Neue Nationalgalerie. Dall'Opera Staatsoper Unter den Linden e La Scala di Milano al Teatro Bolshoi di Mosca. Da Art Basel a Frieze e alla Biennale di Kochi-Muziris. La "corporate citizenship" e il dialogo interculturale sono il fulcro di un'impresa commerciale di successo come il BMW Group. La libertà creativa incondizionata e le cooperazioni sostenibili e a lungo termine sono essenziali per dar vita ad una vera partnership nel campo culturale.

L'esperienza condivisa, il contatto e la conoscenza permettono un'interazione che va al di là della mera transazione monetaria che definisce una sponsorizzazione.



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 2020, il BMW Group ha venduto oltre 2,3 milioni di automobili e oltre 169.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2020 è stato di 5,222 miliardi di Euro con ricavi per 98,990 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2020, il BMW Group contava un organico di 120.726 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 1.000 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/bmw-group/>