



Comunicato stampa
22 luglio 2026

ARTEPARCO diventa festival: BMW Italia celebra il valore delle connessioni tra arte, natura e persone

Con l'inaugurazione di *Santa Rosalia* di Hilario Isola, prende il via la nona edizione di ARTEPARCO, oggi festival multidisciplinare e progetto simbolo dell'impegno di BMW Italia per la cultura, la sostenibilità e la valorizzazione del territorio.

Pescasseroli. Si è aperta con l'inaugurazione di *Santa Rosalia*, la nuova opera site-specific di Hilario Isola, la nona edizione di ARTEPARCO, il progetto che dal 2018 valorizza il Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise attraverso il linguaggio dell'arte contemporanea e che quest'anno ha inaugurato una nuova fase della propria storia, trasformandosi in un vero e proprio festival multidisciplinare. Con il passaggio da progetto artistico a piattaforma culturale diffusa, ARTEPARCO ha esteso il proprio racconto alla musica, alla letteratura e al teatro, confermando la capacità di generare connessioni tra linguaggi, persone e territori.

Partner dell'iniziativa fin dalla prima edizione, BMW Italia ha preso parte all'apertura del festival rinnovando il proprio sostegno a un progetto che negli anni è diventato un esempio virtuoso di dialogo tra cultura, sostenibilità e valorizzazione del patrimonio naturale.

Al centro dell'edizione 2026 si colloca *Santa Rosalia*, la grande scultura in rame realizzata da Hilario Isola e dedicata alla Rosalia alpina, raro coleottero che abita le faggete vetuste del Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise e che contribuisce in modo essenziale al mantenimento degli equilibri ecologici dell'ecosistema.

L'opera offre una riflessione potente e attuale: ciò che è fondamentale non è sempre immediatamente visibile. La Rosalia alpina svolge infatti un ruolo indispensabile pur rimanendo spesso lontana dagli sguardi. Un messaggio che richiama il valore di tutte quelle persone, comunità e organizzazioni che, con impegno costante e silenzioso, contribuiscono ogni giorno a generare cambiamento positivo.



Una visione che BMW Italia riconosce come profondamente affine al proprio approccio alla sostenibilità. Per l'azienda, infatti, il progresso non riguarda soltanto l'innovazione tecnologica, ma anche la capacità di creare connessioni che generino valore nel tempo. Come in un ecosistema naturale, anche in SpecialMente #drivenbypeople, il programma di Corporate Citizenship del Gruppo in Italia, ogni soggetto coinvolto — istituzioni, realtà culturali, associazioni, partner e comunità locali — svolge un ruolo essenziale. È dall'incontro tra queste energie e competenze che nascono progetti come ARTEPARCO, capaci di trasformare la cultura in uno strumento di crescita collettiva, tutela del territorio e sviluppo sostenibile.

L'impegno di BMW nel mondo della cultura si inserisce inoltre in una visione internazionale consolidata. Da oltre cinquant'anni il BMW Group promuove centinaia di iniziative culturali nel mondo, sostenendo istituzioni, musei, orchestre, festival e piattaforme dedicate alla creatività contemporanea. Dalle celebri BMW Art Cars, che hanno coinvolto artisti come Andy Warhol, Jeff Koons, Jenny Holzer e Julie Mehretu, alle collaborazioni con realtà come Tate Modern e Tate Britain a Londra, il Museum of Contemporary Art di Los Angeles, Art Basel, BOZAR di Bruxelles e il programma culturale Spielmotor di Monaco di Baviera, BMW ha sempre scelto di affiancare le istituzioni culturali preservandone la piena libertà creativa.

In questo panorama internazionale, ARTEPARCO rappresenta un esempio particolarmente significativo. Come le più importanti partnership culturali del Gruppo, anche questo progetto è cresciuto anno dopo anno mantenendo intatta la propria identità e aprendosi progressivamente a nuovi linguaggi e nuove forme di partecipazione.

L'inaugurazione dell'opera è stata accompagnata dal live showcase acustico dei Santi Francesi, primo appuntamento di un palinsesto che proseguirà fino al 14 agosto con incontri, spettacoli e momenti di confronto aperti al pubblico. Tra i protagonisti dell'edizione 2026 figurano Giovanni Caccamo, Paolo Kessisoglu, Iaia Forte, Ivan Cotroneo, Alcide Pierantozzi e Pappi Corsicato, che contribuiscono a rafforzare l'ambizione di ARTEPARCO di diventare un punto di riferimento per la cultura contemporanea nel cuore del Parco.

Con il sostegno ad ARTEPARCO, BMW Italia rinnova il proprio impegno a favore di una cultura capace di generare valore condiviso, promuovere la tutela dell'ambiente e creare connessioni autentiche tra persone, comunità e territorio. Perché il futuro non si costruisce lasciando un'impronta più grande sul mondo, ma imparando a valorizzare ciò che già esiste, trasformandolo in opportunità per le generazioni di domani.

SpecialMente [#drivenbypeople](#)

ARTEPARCO fa parte di SpecialMente #drivenbypeople, il programma di Corporate Citizenship di BMW Group Italia che, attraverso iniziative dedicate a cultura, inclusione, educazione, sostenibilità e innovazione sociale, promuove progetti capaci di generare valore concreto per le persone e i territori.

Nato dalla volontà di tradurre i valori del Gruppo in azioni tangibili, SpecialMente sostiene percorsi che favoriscono la diffusione della cultura, la partecipazione attiva delle comunità e la costruzione di una società più inclusiva, accessibile e sostenibile.

In questo contesto, ARTEPARCO rappresenta uno dei progetti più rappresentativi dell'impegno di BMW Group Italia: un'iniziativa che mette in dialogo arte contemporanea, tutela ambientale e valorizzazione del patrimonio naturale, trasformando il Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise in un luogo di incontro tra creatività, territorio e comunità. Attraverso installazioni permanenti, esperienze culturali e, da quest'anno, un programma multidisciplinare che abbraccia musica, teatro e letteratura, ARTEPARCO dimostra come la cultura possa diventare uno strumento di sensibilizzazione, sviluppo sostenibile e connessione tra persone, contribuendo a generare un impatto positivo e duraturo nel tempo.

Gli appuntamenti del festival

Dopo la giornata inaugurale, ARTEPARCO Festival proseguirà con un calendario di appuntamenti pensato per intrecciare linguaggi, pubblici e sensibilità diverse.

La letteratura sarà protagonista attraverso gli incontri con l'attore e autore Paolo Kessisoglu, che presenterà *Ieri è il momento giusto*, edito da Solferino (29 luglio); Tommaso Sacchi, Assessore alla Cultura del Comune di Milano, con *Negli occhi la bellezza. 16 esperienze tra arte e natura da vivere prima dei 16 anni*, edito da Mondadori (2 agosto); Ivan Cotroneo, scrittore, sceneggiatore e regista vincitore del Nastro d'Argento, con *Grande*, edito da La nave di Teseo (5 agosto); Alcide Pierantozzi, finalista al Premio Strega 2026, con *Lo sbilico*, edito da Einaudi (6 agosto); Pappi Corsicato, regista premiato ai Nastri d'Argento e alla Mostra del Cinema di Venezia, con *Vipere*, edito da Mondadori (9 agosto); e Paride Vitale, che presenterà *Ancora d'Amore e d'Abruzzo*, edito da Cairo (14 agosto).

Alla musica saranno dedicati due appuntamenti speciali: il concerto de I Solisti Aquilani, interpreti de *Le Quattro Stagioni* di Antonio Vivaldi (3 agosto), e l'incontro con Giovanni Caccamo che porterà a Pescasseroli *Manifesto del Cambiamento* (Treccani), tra musica e parole (10 agosto).

Il teatro completerà il programma con Vito Vicino in *Con i piedi fortemente poggiati sulle nuvole*, spettacolo liberamente ispirato alle opere di Ennio Flaiano (11 agosto), e con Iaia Forte, interprete de *L'Isola di Arturo*, dall'omonimo romanzo di Elsa Morante (13 agosto).

Tutti gli appuntamenti del palinsesto, a partire dal 29 luglio, si terranno a Prato della Corte, suggestiva area naturalistica a Pescasseroli, generosamente offerta dalla Fondazione Erminio e Zel Sipari ETS.

Per ulteriori informazioni:

Francesca Capurro

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 02.51610.011

E-mail: francesca.capurro@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.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 premium. Il BMW Group comprende oltre 30 stabilimenti di produzione nel mondo ed ha una rete di vendita globale in più di 140 Paesi.

Nel 2025, il BMW Group ha venduto oltre 2,46 milioni di automobili e più di 202.500 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2025 è stato di 10,2 miliardi di euro con un fatturato di 133,4 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2025, il BMW Group contava un organico di 154.540 dipendenti.

Il successo economico del BMW Group si fonda da sempre su una visione a lungo termine e su un'azione responsabile. La sostenibilità è un elemento centrale della strategia aziendale del Gruppo e interessa ogni fase del ciclo di vita dei prodotti, dalla catena di approvvigionamento alla produzione, fino al termine della loro vita utile.

BMW GROUP

Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 850 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>

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

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

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>