

Comunicato stampa
5 febbraio 2026

I Bambini delle Fate Tedofori ai Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026: un simbolo di inclusione e speranza



BMW Italia è vicina a Franco e Andrea Antonello in questo nuovo viaggio come Tedofori ai Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026, esperienza che trasmette un messaggio universale di solidarietà e speranza.

San Donato Milanese. Siamo felici e orgogliosi di vedere Franco e Andrea Antonello vivere questa straordinaria esperienza come Tedofori ai Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026. Da più di un decennio condividiamo valori e impegno con I Bambini delle Fate, che rappresentano una preziosa realtà nel percorso di inclusione sociale di SpecialMente.

Il 3 febbraio a Crespi d'Adda, Franco e Andrea hanno portato con orgoglio la fiamma olimpica, che raggiungerà Milano per la cerimonia di inaugurazione ufficiale prevista il 6 febbraio 2026. Questo gesto simboleggia non solo la passione per lo sport, ma anche il valore della

BMW Motorrad

Corporate Communications

solidarietà e dell'inclusione, valori che da sempre contraddistinguono il cammino dei Bambini delle Fate.

Siamo al loro fianco con entusiasmo e convinzione, certi che questa esperienza porterà un messaggio di speranza e coraggio a tutti, dimostrando che lo sport è un linguaggio universale capace di unire e superare ogni barriera.

SpecialMente - #drivenbypeople: il progetto di CSR di BMW Group Italia

BMW Italia, filiale italiana di BMW AG, ha sviluppato un programma integrato di Corporate Citizenship denominato SpecialMente (#drivenbypeople) che ha come pilastri fondamentali cultura, inclusione sociale, dialogo interculturale, promozione dei giovani talenti. SpecialMente è una piattaforma che include tantissime attività e che testimonia come il tema sia radicato nella cultura aziendale di BMW Group Italia: in linea con la strategia del BMW Group, ma anche punto di riferimento all'interno dell'universo della Casa di Monaco, in termini di intensità, integrazione e capacità di agire nel tessuto sociale nel quale si opera. Dal 2001 ad oggi, il progetto SpecialMente ha coinvolto oltre 3 milioni di persone attraverso iniziative "on-line" e "on-land".

Maggiori dettagli sulle attività di Corporate Citizenship di BMW Italia si possono trovare sul sito www.specialmente.bmw.it.

Per ulteriori informazioni:

Alessandro Toffanin

PR & Communication BMW Motorrad

Telefono: +39 0251610308

E-mail: alessandro.toffanin@bmw.it

Sito web dei media: www.press.bmwgroup.com e <http://bmw.lulop.com>

BMW Motorrad

Corporate Communications

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 2024, il BMW Group ha venduto oltre 2,45 milioni di automobili e più di 210.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2024 è stato di 11,0 miliardi di euro con un fatturato di 142,4 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2024, il BMW Group contava un organico di 159.104 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 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>