

Comunicat de presă

22 ianuarie 2026

BMW Group și UNICEF creează oportunități educaționale pentru 330.000 de tineri din cinci țări

Parteneriatul de doi ani aduce rezultate de succes. +++

Educație STEM pentru copii și tineri din aproximativ 2.900 de școli. +++ Peste 10.000 de profesori instruiți.

București/München. De Ziua Mondială a Educației, pe 24 ianuarie, BMW Group și UNICEF anunță rezultatele parteneriatului comun global. În doar doi ani, "BRIDGE. Educarea tinerilor pentru mâine, astăzi" a ajuns la aproximativ **330.000 de copii și tineri** din aproximativ **2.900 de școli** din India, Thailanda, Brazilia, Mexic și Africa de Sud - toate țări în care BMW operează unități de producție. Peste **10.000 de profesori** au primit instruire specializată în domeniile STEM (știință, tehnologie, inginerie și matematică).

Inițiativa educațională depășește limitele sălii de clasă

Programele educaționale BRIDGE sunt specifice fiecărei țări și special adaptate fiecărei regiuni. Astăzi, aproximativ **2,7 milioane de copii și tineri** beneficiază deja indirect de oportunitățile de învățare de înaltă calitate pe care programul le oferă și de îmbunătățirile structurale ale sistemelor lor educaționale. Impactul BRIDGE depășește cu mult limitele sălii de clasă, extinzându-se la familii, comunități locale și regiuni întregi.

Colaborare pentru un viitor al autodeterminării

"Parteneriatul nostru cu UNICEF este o dovadă impresionantă a ceea ce se poate întâmpla atunci când doi parteneri puternici își unesc forțele. Într-o lume din ce în ce mai complexă, nimeni nu poate produce schimbarea singur: unica modalitate de a crea un impact real este împreună. Colaborarea noastră oferă copiilor și tinerilor din întreaga lume o șansă reală la educație - și odată cu aceasta, oportunitatea pentru un viitor mai bun. Concentrându-ne pe disciplinele STEM, promovăm în mod specific abilități esențiale pentru ziua de mâine - și construim punți către o dezvoltare autodeterminată", declară Ilka Horstmeier, membru al Consiliului de Administrație al BMW AG, responsabil pentru Resurse Umane și Imobiliare și Relații de Muncă.

Colaborările durabile consolidează participarea socială

UNICEF subliniază, de asemenea, puterea colaborării: "Tinerii sunt cei mai puternici factori ai succesului în orice societate sau comunitate. Prin emanciparea lor, facem o investiție pe termen lung într-un viitor durabil pentru toți. Parteneriatul cu BMW Group demonstrează cât de eficiente sunt

Comunicat de presă

Titlu BMW Group și UNICEF creează oportunități educaționale pentru 330.000 de tineri din cinci țări

Pagina 2

colaborările pe termen lung dintre UNICEF și companii, care pot crea căi mai ușoare către angajare pentru tinerii din întreaga lume, permițându-le să participe pe deplin la viața socială și economică", declară Georg Graf Waldersee, președintele Consiliului de Administrație al UNICEF Germania.

Eliminarea decalajelor în educație – pregătirea specialiștilor de mâine

Competența STEM este fundamentul inovației tehnologice, al creșterii economice și al progresului social. Cu toate acestea, în multe țări, accesul la educația necesară rămâne limitat - lărgind decalajele în materie de competențe și specializări. BRIDGE abordează această problemă din timp, eliminând decalajele educaționale și dotând copiii și tinerii cu cunoștințele de care au nevoie pentru a intra în lumea digitală a muncii de mâine.

Programele regionale de educație sprijină copiii defavorizați

Dezvoltate în strânsă colaborare cu autoritățile educaționale din cele cinci țări implicate, conținutul programului este adaptat nevoilor naționale și regionale, cu domenii de interes specifice pentru fiecare context. Un accent important se pune pe sprijinirea copiilor și tinerilor defavorizați - în special a fetelor.

În **Mexic**, accentul se pune pe promovarea educației STEM care răspunde nevoilor de gen, cu un accent deosebit pe emanciparea fetelor din comunitățile rurale și defavorizate.

În **Brazilia**, educația STEM este combinată cu consiliere pentru proiecte de viață pentru a contribui la prevenirea abandonului școlar al copiilor și tinerilor și pentru a oferi opțiuni de învățare online pentru un acces mai ușor la educație.

În **Thailanda**, programul lucrează pentru a îmbunătăți calitatea educației STEM și pentru a asigura oportunități individuale de sprijin pentru tinerii defavorizați.

În **India**, eforturile se concentrează pe consolidarea alfabetizării și a abilităților numerice de bază și pe extinderea cursurilor STEM orientate spre practică și a Maker Spaces.

În **Africa de Sud**, BRIDGE echipează școlile defavorizate cu tehnologii și integrează programarea și robotica în curriculum pentru a contribui la pregătirea copiilor și tinerilor pentru lumea digitală a muncii.

Comunicat de presă

Titlu BMW Group și UNICEF creează oportunități educaționale pentru 330.000 de tineri din cinci țări

Pagina 3

Obiective clare, impact de durată

BMW Group se angajează să dezvolte parteneriate pe termen lung, axate pe impact, cu obiective clar definite. Încă de la început, BRIDGE a fost conceput să se întindă pe o perioadă de cel puțin șapte ani, până în 2030. Împreună cu UNICEF, BMW Group își propune să consolideze succesul obținut până în prezent și să creeze oportunități educaționale de durată pentru copiii și tinerii din întreaga lume.

* UNICEF nu susține nicio companie, marcă, produs sau serviciu.

Pentru informații suplimentare, vă rugăm contactați:

BMW Group România

Alexandru Șeremet

Tel.: +40-726-266-224

E-mail: alexandru.seremet@bmwgroup.com

BMW Group

Datorită celor patru mărci ale sale - BMW, MINI, Rolls-Royce și BMW Motorrad -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motociclete și oferă servicii financiare premium. Rețeaua de producție a BMW Group cuprinde peste 30 de facilități de producție la nivel mondial; compania are o rețea globală de vânzări în peste 140 de țări.

În 2024, BMW Group a vândut, la nivel mondial, peste 2,45 milioane de automobile și peste 210.000 de motociclete. În anul fiscal 2024, profitul brut a fost de 11 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 142,4 miliarde de euro. La 31 decembrie 2024, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 159.104 de angajați.

Dintotdeauna, succesul economic al BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung și pe acțiunea responsabilă. Dezvoltarea sustenabilă este un element important al strategiei corporate a BMW Group și acoperă toate produsele, de la lanțul de aprovizionare, trecând prin producție, până la finalul fazei de utilizare.

www.bmwgroup.com; www.bmw.ro

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Romania>

Instagram: <http://www.instagram.com/bmwromania>

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

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

X: <http://www.x.com/bmwromania>

Site de presă: press.bmwgroup.com/romania