

Discours de Sergio Solero – BMW Group Swiss Local Day – 17.03.2026

Mesdames et Messieurs,
chères représentantes et chers représentants des médias suisses,
Monsieur le Président du Grand Conseil,
Madame la Députée,
Monsieur le Député,
Monsieur le Président d'Auto Suisse,

Je suis très heureux de vous accueillir ici aujourd'hui. Votre travail est une part essentielle du débat public sur la mobilité, la technologie et le progrès – et revêt donc une grande importance pour nous, BMW Group en Suisse.

Permettez-moi de dire une chose d'emblée :

BMW Group Switzerland est une entreprise suisse créant de la valeur au niveau local.

Et cela **depuis plus de cinq décennies.**

Nous sommes solidement ancrés en Suisse – économiquement, technologiquement et socialement. Depuis notre arrivée sur le marché en tant que filiale en 1975, beaucoup de choses ont changé. Notre attitude, en revanche, est restée la même : **la Suisse est bien plus pour nous qu'un simple marché de vente.**

Deux exemples de notre histoire l'illustrent parfaitement.

Le développement du premier système de transmission intégrale chez BMW a été largement stimulé par la demande en provenance de Suisse. Aujourd'hui, BMW sans **xDrive** serait impensable.

Et notre **offre Service Plus**, qui connaît un grand succès encore aujourd'hui, trouve également son origine ici en Suisse.

Ce qui avait commencé avec une cinquantaine de collaborateurs représente aujourd'hui une équipe hautement motivée de plus de 400 personnes.

Avec notre réseau de concessionnaires et d'ateliers, nous créons cependant bien davantage d'emplois en Suisse.

68 sites BMW, 38 sites MINI et 21 sites Motorrad emploient environ 3'300 collaboratrices et collaborateurs supplémentaires.

L'évolution de nos marques est tout aussi impressionnante : d'environ 4'000 véhicules vendus à nos débuts à **près de 24'000 véhicules par an aujourd'hui – sans oublier quelque 3'000 motos.**

Plus d'**un véhicule neuf sur dix** immatriculé en Suisse provient du BMW Group.

Cela montre clairement : **les clients suisses font confiance au BMW Group et à ses produits.**

Ce texte a été traduit à l'aide de l'IA.

CONFIDENTIAL

Nous nous considérons comme une partie intégrante de la Suisse – au-delà même de la mobilité. C'est pourquoi nous investissons continuellement dans la formation, les infrastructures et l'avenir de nos collaborateurs, ainsi que de ceux de nos partenaires commerciaux.

Notre centre de formation ici à Zofingue en est un symbole fort.

Chaque année, les **3'300 collaboratrices et collaborateurs du réseau** y suivent plus de **6'100 journées de formation**.

Cela permet de garantir à nos clients un service optimal et des conseils compétents.

Dans le domaine des nouvelles technologies, comme l'électromobilité, des connaissances solides sont essentielles.

Nous sommes particulièrement fiers de la profondeur de notre programme de formation. Qu'il s'agisse de techniciens, de vendeurs ou de conseillers de service – toutes les professions peuvent être formées ici. Notre programme dans le domaine des systèmes haute tension est même unique en Suisse.

Ces investissements ne sont pas de simples décisions économiques.

Ils constituent un engagement clair envers la Suisse et envers les personnes qui y façonnent la mobilité.

La Suisse est également pour nous un site d'innovation.

Elle est précise, technologiquement en pointe et offre un écosystème sans équivalent dans le monde. Avec nos partenaires, nous y développons des solutions dont l'impact dépasse largement les frontières.

Aujourd'hui, nous collaborons avec **onze start-up suisses** – dont trois déjà mises en production avec succès.

Des exemples tels qu'**Embotech** ou **AirConsole** montrent combien le savoir-faire suisse est précieux pour nos produits et technologies.

S'ajoutent à cela des partenariats avec des hautes écoles et des projets de recherche – par exemple avec l'équipe de l'ETH **AMZ Racing** dans le cadre de la Formula Student. Ou encore des entreprises comme **Bcomp** et **Hexagon**, qui travaillent sur des robots humanoïdes appelés à être utilisés dans les usines BMW du monde entier.

En résumé :

La Suisse nous inspire.

La Suisse développe avec nous.

Et la Suisse façonne activement l'avenir de la mobilité au sein du BMW Group.

Une grande partie de cet avenir sera électrique.

En tant que BMW Group, nous promouvons cette évolution depuis des années – avec un portefeuille de produits en constante expansion, des formations ciblées pour nos

Ce texte a été traduit à l'aide de l'IA.

CONFIDENTIAL

partenaires commerciaux et des initiatives visant à développer les infrastructures de recharge.

Par exemple dans le cadre de notre coentreprise avec **Ionity** : ensemble, nous avons déjà installé **900 stations de recharge rapide HPC** en Europe, dont bientôt une vingtaine en Suisse. Beaucoup de ces stations proposent déjà une puissance de charge de **400 kW** et sont à la pointe de la technologie.

Avec la **Nouvelle Classe**, un nouveau saut technologique se prépare. Les préparatifs battent déjà leur plein ici en Suisse.

Dans le même temps, un point nous tient particulièrement à cœur :

La montée en puissance de l'électromobilité n'est pas quelque chose que l'industrie automobile peut accomplir seule.

Il faut une collaboration entre l'économie, la politique et la société – pour un développement de l'infrastructure, pour l'approvisionnement énergétique, pour la régulation et pour l'acceptation sociale.

Nous misons délibérément sur une approche technologique ouverte.

Car, au final, ce qui compte, c'est **chaque tonne de CO₂ que nous évitons**.
Et non des débats idéologiques sur la « bonne » technologie.

Les moteurs diesel, essence et hybrides rechargeables modernes réduisent considérablement les émissions de CO₂ par rapport aux anciens véhicules. Mais sans infrastructures adaptées, les acheteurs se tournent davantage vers l'occasion plutôt que vers des véhicules neufs plus efficaces.

En Suisse, l'âge moyen du parc automobile est passé de 8,6 à presque 11 ans en six ans – ce qui augmente les émissions de CO₂ et de NOx.

De nombreux véhicules datent encore d'époques où s'appliquaient d'anciennes normes comme EU4 ou EU3 et pèsent sur l'environnement et la santé.

Et la transition vers l'électromobilité doit aussi être économiquement supportable. Nous avons une responsabilité envers nos collaboratrices et collaborateurs.

Vous avez peut-être vu nos chiffres annuels publiés la semaine dernière. Notre stratégie est la bonne. Malgré une année extrêmement difficile et de nombreux défis, nous avons obtenu un résultat solide.

Parallèlement, nous poursuivons la décarbonisation du secteur des transports avec toutes les technologies disponibles. Et nous restons en mesure de répondre de manière flexible à la demande des clients.

C'est essentiel pour garantir la stabilité économique et préserver les emplois – ici en Suisse et dans le monde entier.

Nous ne réduisons pas notre empreinte CO₂ uniquement durant la phase d'utilisation de nos véhicules. Bien au contraire.

Ce texte a été traduit à l'aide de l'IA.

CONFIDENTIAL

La durabilité est un pilier central de notre stratégie d'entreprise.

D'ici 2030, nous voulons réduire **40 millions de tonnes de CO₂** sur l'ensemble du cycle de vie de nos véhicules. Et atteindre la neutralité carbone d'ici 2050.

Un levier décisif réside dans notre chaîne d'approvisionnement.

La Suisse y joue aussi un rôle important.

Environ 30 fournisseurs ayant leur siège et leur production en Suisse travaillent aujourd'hui avec nous.

Ils apportent une contribution essentielle à l'innovation, à la qualité et à la réduction du CO₂ dans notre réseau de production mondial.

Leurs forces résident dans les domaines du logiciel, des matériaux, de la technologie des capteurs – et particulièrement dans les structures légères.

Un bon exemple est notre partenaire **Novelis**.

Le savoir-faire suisse contribue ici très concrètement à la décarbonisation de nos véhicules.

L'aluminium est l'un des leviers les plus importants pour réduire les émissions de CO₂ dans la chaîne d'approvisionnement.

Novelis se distingue par des processus de recyclage ultramodernes, de fortes proportions de matériaux recyclés et un aluminium optimisé en CO₂ – avec un impact direct sur le bilan carbone de notre production mondiale.

Je suis donc particulièrement heureux d'accueillir ici à Zofingue **Marcel Häfliger**, responsable des activités de vente et marketing automobile chez Novelis Europe.

Mesdames et Messieurs,

La mobilité est en pleine mutation – et le BMW Group participe activement à cette transformation.

Ici en Suisse.

Et ensemble avec la Suisse.

Nous investissons dans les **personnes**.

Nous investissons dans la **technologie**.

Et nous investissons dans des **partenariats solides en Suisse**.

Je vous remercie.