



ALWAYS A
BETTER WAY

Obavještenje za medije

Toyota je i dalje najvredniji automobilski brend 4. put zaredom



Brisel, Belgija, 6. oktobar – Vrijednost *Toyota* brenda se povećala za 16% i na taj način *Toyota* je zadržala vodeće mjesto u automobilskom sektoru u „Best Global Brands 2015“ izvještaju, objavljenom od strane *Interbrand*-a, istovremeno zadržavajući se među 10 najboljih pozicija od prošle godine, uzimajući u obzir sve sektore. *Toyota* brend sada vrijedi 49.048 miliona USD. To je četvrta godina zaredom da je *Toyota* rangirana u prvih 10 i predstavlja rekordni skok na 6. mjesto, u odnosu na 8. u 2014.

Vrhunac ovogodišnjeg izvještaja predstavlja činjenica da tehnologija i automobilski brendovi dominiraju listom i zajedno zauzimaju 28 pozicija od mogućih 100; kao i priznanje brendovima usmjerenim na rješenja pojedinačnih potreba korisnika.

„Izvještaj „Best Global Brands“ ispituje šta je potrebno brendovima kako bi uspjeli u današnjem hiper-fragmentisanom svijetu. S obzirom da ljudi zahtijevaju trenutna, personalizovana i „skrojena“ iskustva, biznis i brendovi moraju da se kreću u korak sa životom“,

rekao je **Jez Frampton**, globalni izvršni direktor *Interbrand*-a. „Mnogi od brendova koji su se našli u ovogodišnjih „top“ 100 su se tako intuitivno povezali sa prioritetima ljudi, da su u stanju da se nečujno uvuku u njihove svakodnevne živote.“

„Kretati se u korak sa životom“ – naslov ovogodišnjeg izvještaja, je osnovna filozofija *Toyote*, koja je posvećena stvaranju još boljih rješenja za mobilnost. Ovo je jedan otvoren, na kupce usmjeren pristup prevozu, oblikovan prema potrebama kupaca.

Toyota vjeruje da nijedna tehnologija ne može da podrži takvu raznovrsnost zahtjeva. Iz tog razloga, naš cilj je da pružimo veliki spektar rješenja za mobilnost, koji mogu da odgovore na različite potrebe koji korisnici imaju u različito vrijeme. Ovo je dio „putne karte“ mobilnosti koju razvijamo više od jedne decenije.

Električna vozila najbolje služe potrebama urbane mobilnosti. Trenutno, to testiramo u Grenoblu, da dokazujemo naše inovativne proizvode, kao što su i-ROAD i COMS u eksperimentu dijeljenja automobila. Za svakodnevnu upotrebu, hibridna tehnologija, koju smo uveli 1997. godine lansiranjem *Priusa*, ostaće nabolji izbor pogona za većinu naših korisnika. Vozila na gorive ćelije, sa pogonom na vodonik, ispuniće preostale potrebe za mobilnost na „duge pruge“ u društvu koje je sve više zabrinuto za zagađenje. Kako bismo ovo omogućili, ove godine smo ponudili više od 5.680 patenata na gorive ćelije bez plaćanja nadoknade, uključujući one patente koji se koriste na *Toyota Mirai*-u, prvoj serijskoj limuzini na svijetu sa gorivim ćelijama, čija prodaja u Evropi počinje ovog mjeseca.

Napomene urednicima:

* ***Interbrand*-ov „Best Global Brands 2015“** izvještaj možete naći na: <http://interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2015/ranking/>

O *Interbrand*-u

Interbrand je najveća svjetska agencija za konsultaciju brendova, sa mrežom od 33 kancelarije u 27 zemalja. Od kada je otvorena 1974. godine, promijenila je način na koji ljudi doživljavaju brendove: od druge riječi za 'logo' do najvažnije imovine kompanije. *Interbrand* objavljuje izuzetno uticajnu listu najboljih globalnih brendova i vjeruje da brendovi imaju snagu da promijene svijet, ali i pomognu svojim kupcima da svakog dana ispune svoje ciljeve. *Interbrand*-ov spoj strategije, kreativnosti i tehnologije stvara svježije ideje i informacije, duboku analizu brendova, jasne poslovne prilike i kreira imidž brendova koja osvaja ljude.

Za više informacija o *Interbrand*-u, posjetite <http://interbrand.com/about/>