



TOYOTA

ALWAYS A  
BETTER WAY

## Obaveštenje za medije

### Toyota je i dalje najvredniji automobilski brend 4. put zaredom



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

Vrhunac ovogodišnjeg izveštaja predstavlja činjenica da tehnologija i automobilski brendovi dominiraju listom i zajedno zauzimaju 28 pozicija od mogućih 100; kao i priznanje brendovima usmerenim na rešenja pojedinačnih potreba korisnika:

*„Izveštaj „Best Global Brands“ ispituje šta je potrebno brendovima kako bi uspeali u današnjem hiper-fragmentisanom svetu. S obzirom da ljudi zahtevaju 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 izveštaja, je osnovna filozofija Toyote, koja je posvećena stvaranju još boljih rešenja za mobilnost. Ovo je jedan otvoren, na kupce usmeren pristup prevozu, oblikovan prema potrebama kupaca.

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

Električna vozila najbolje služe potrebama urbane mobilnosti. Trenutno, to testiramo u Grenoblu, gde dokazujemo naše inovativne proizvode, kao što su i-ROAD i COMS u eksperimentu deljenja automobila. Za svakodnevnu upotrebu, hibridna tehnologija, koju smo uveli 1997. godine lansiranjem Priusa, ostaje najbolji izbor pogona za većinu naših korisnika. Vozila na gorive ćelije, sa pogonom na vodonik, ispunice 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 svetu sa gorivim ćelijama, čija prodaja u Evropi počinje ovog meseca.

#### **Napomene urednicima:**

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

#### **O Interbrand-u**

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

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

Beograd, 09.10.2015

#### **Za dodatne informacije, molim vas, kontaktirajte:**

Aleksandra Graovac, T: +381 11 20 90 932, e-mail: [aleksandra.graovac@toyota.rs](mailto:aleksandra.graovac@toyota.rs)