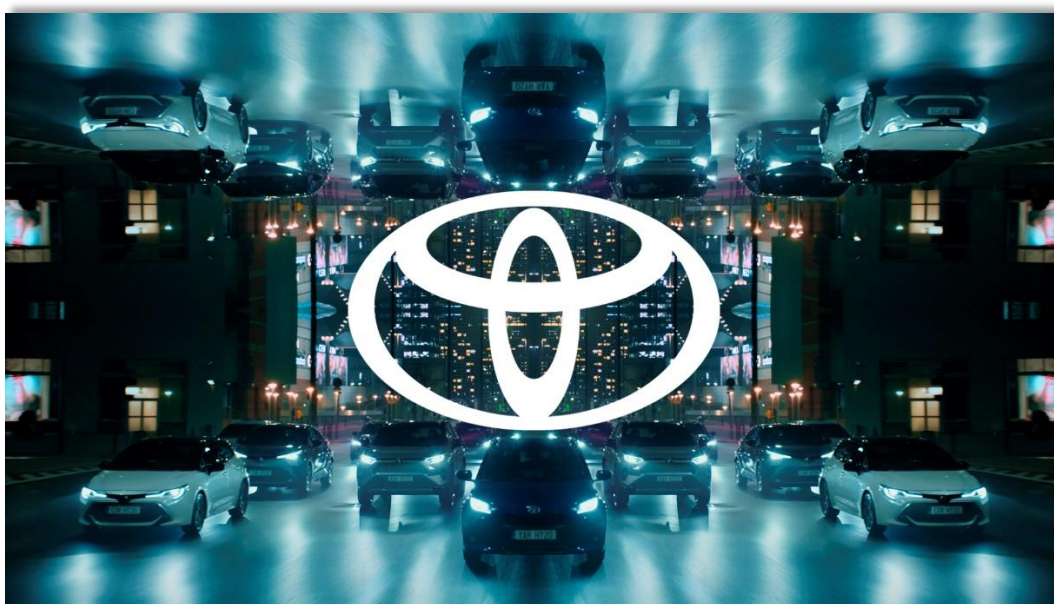




Communiqué de presse

Safenwil, le 26 octobre 2021

Toyota élue marque automobile à plus forte valeur au monde



- **Toyota fait de nouveau partie du top 10 des marques à plus forte valeur au monde dans le classement «Best Global Brands 2021». Occupant la septième place des marques à l'échelle planétaire, l'entreprise est en tête du classement dans le secteur automobile.**
- **Le constructeur automobile japonais remporte de nouveau le titre de marque automobile ayant la plus forte valeur au monde dans le cadre de l'évaluation «Best Global Brands 2021».**

L'étude annuelle «Best Global Brands» est réalisée depuis 1999 par la société de conseil en stratégie et design de marque Interbrand. Le classement des 100 marques considérées comme ayant le plus de valeur au monde est publié à l'issue de recherches approfondies. En plus de faire office de référence concurrentielle, ce top 100 constitue une ressource précieuse pour les chefs d'entreprise du monde entier.

Le classement, reconnu à l'échelle mondiale, repose sur trois principaux critères:

- **Résultats financiers des produits ou des services de la marque**
- **Rôle joué par la marque dans le processus de décision d'achat**
- **Capacité de la marque à garantir de futurs revenus à l'entreprise**

Première norme universelle pour la comparaison de marques, la méthode d'évaluation certifiée ISO 10668 permet une classification monétaire objective.

Pour en savoir plus: <https://interbrand.com/best-global-brands>

Toyota élargit sa stratégie d'électrification

D'ici 2025, Toyota proposera plus de 70 véhicules électrifiés dans le monde entier, dont au moins 15 à batterie électrique. En Europe, cela correspondra à plus de 70% de véhicules hybrides, plus de 10% d'hybrides rechargeables et plus de 10% de modèles à batterie électrique et pile à combustible.

Contribution globale de Toyota aux objectifs de développement durable (ODD) et sa volonté d'atteindre la neutralité carbone

En 2018, Toyota a annoncé son intention de devenir une entreprise axée sur la mobilité. En partant des principes de «ville natale» et de «pays natal», déjà présents dans l'industrie automobile, Toyota introduit la notion de «planète natale», parce que nous vivons tous sur la même Terre. La génération actuelle étant responsable de la planète qui sera laissée à la prochaine génération, il lui incombe d'en faire un endroit où il fait bon vivre. C'est dans cette perspective que s'inscrit la philosophie «human-centered» de Toyota, selon laquelle la technologie devrait être au service de la satisfaction et de la santé de l'être humain.

Votre interlocuteur pour
tout renseignement:

Björn Müller/ Relations presse
Tél.: +41 62 788 86 31
E-mail bjoern.mueller@toyota.ch

Plus d'informations sur Toyota:

www.toyota.ch
www.toyota-media.ch