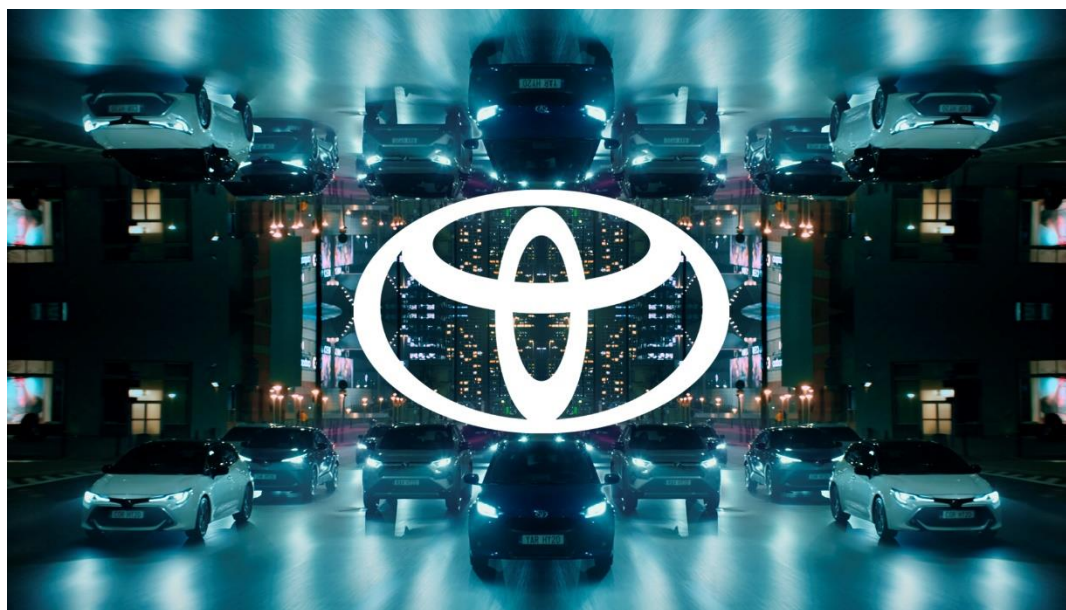


Toyota lance un nouveau design de marque pour sa communication globale



- **Toyota Motor Europe modernise l'esthétique et le logo de la marque**
- **Le nouveau design correspond aux besoins de mobilité à l'ère numérique**
- **La Yaris en donne le coup d'envoi en Europe**

Toyota lance le nouveau design de la marque en Europe en modernisant son logo et sa typographie. Toyota signale ainsi entrer dans une nouvelle ère avec sa transition vers une entreprise de mobilité. Les attentes des clients se diversifient toujours plus, l'offre de produits et services de mobilité ne cesse de s'élargir. Par conséquent, la nouvelle esthétique transparaît à travers l'ensemble des points de contact numériques et physiques.

La nouvelle identité visuelle tend à se simplifier et se base sur quatre principes clés: vision d'avenir, mobilité, ressenti haut de gamme et cohérence de tous les domaines et sous-marques.

Le nouveau logo est un emblème simple en deux dimensions, sans le nom de Toyota car son emblème est connu par toute l'Europe. Le design communique la facilité, la transparence et la modernité et s'accorde parfaitement à l'utilisation numérique tout en fonctionnant dans le monde physique. Le nouveau logo se trouvera à tous les points de contact de communication; l'emblème actuel restera toutefois sur les véhicules. L'actuelle identité visuelle des concessionnaires reste également en vigueur et sera examinée dans le cadre de la stratégie de réseau Toyota 2025.

Toyota AG

Schürmattstrasse, 5745 Safenwil, Suisse

T +41 62 788 88 44, F +41 62 788 86 10, press@toyota.ch, www.toyota.ch

Pour l'utilisation en ligne comme hors ligne, une typographie spéciale, **Toyota Type**, fait son apparition; elle signale une relation client ouverte et engagée. Sa lisibilité numérique est en outre meilleure – Toyota étant figure de proue de l'activité retail sur Internet en Europe.

«Le monde de demain a été déterminant pour développer le nouveau design de la marque. Une relation encore meilleure avec la clientèle doit lui permettre de suivre le rythme imposé par l'offre croissante de véhicules électriques, de services de mobilité et de retailing en ligne. Le design a été revu pour assurer une meilleure communication avec le client aux points de contact les plus divers. Pour la première fois, nos clients peuvent en faire l'expérience avec le lancement de la nouvelle Yaris Hybrid, la quatrième génération de notre citadine innovante.»

Didier Gambart, vice-président, Sales, Marketing & Customer Experience, TME

Illustrations: <http://newsroom.toyota.eu/>

Votre interlocuteur pour tout renseignement complémentaire:

Silvan Trifari
Head of PR / Events & Sponsoring
Tél.: +41 62 788 87 52
E-mail: silvan.trifari@toyota.ch

Plus d'informations sur Toyota:

www.toyota.ch
www.toyota-media.ch
www.facebook.com/toyotaswitzerland