**Toyota anuncia nova campanha de marca “Tudo que te move”**

* *A campanha reforça a evolução da companhia como provedora de soluções de mobilidade sustentável*
* *Empresa usa o conceito“duas rodas”, uma analogia que se baseia em dois pontos: manufatura e mobilidade*

A Toyota do Brasil acaba de anunciar sua nova campanha regional de marca, intitulada “Tudo que te move”. A campanha traz a evolução da companhia como provedora de soluções de mobilidade sustentável. Para essa nova etapa, a Toyota passa a utilizar como base o conceito duas rodas, uma analogia para ilustrar esse novo posicionamento. Antes, a empresa operava somente com base na manufatura e, agora, passa a contar com a nova roda, a da mobilidade, sempre mantendo o princípio de negócio competitivo e sustentável.

“A Toyota está se transformando. Estamos evoluindo junto com as necessidades dos nossos clientes e do mercado. Essa mudança não está acontecendo somente no Brasil, estamos nos tornando uma única Toyota, assumindo pela primeira vez uma assinatura de marca em todos os países da América Latina e Caribe. Por isso, o nosso compromisso em manter nosso elevado padrão de confiabilidade, sendo uma marca que oferece soluções de mobilidade, sempre com foco no cliente, contribuindo para um mundo com mais mobilidade e felicidade para todas as pessoas”, explica José Ricardo Gomes, diretor comercial da Toyota do Brasil.

Nos últimos anos, a empresa deu um passo importante nessa transformação com as parcerias globais, a intensificação do uso de tecnologia embarcada em seus veículos e a oferta de novas soluções que atendam às necessidades de cada mercado. Considerando este avanço, a nova campanha é constituída por cinco pilares: Sustentabilidade, Mobilidade, Confiança, Segurança e Paixão.

**Pilares da campanha**

A Toyota se move em direção a um futuro sustentável, alinhada com as demandas deESG. Mundialmente, a empresa está comprometida com a neutralidade de carbono e possui um portfólio amplo e completo em eletrificação. A contribuição com a sociedade por meio de projetos programas, planos e pessoas também fazem parte das iniciativas da companhia para o desenvolvimento sustentável.

Com o pilar de Mobilidade a Toyota abordará a liberdade para ir e vir quando quiser. Por meio da KINTO, é hoje a fabricante automotiva com o portfólio de serviços de mobilidade mais completo do País. Há dois anos e meio no Brasil, a KINTO já está presente em 100% da rede de concessionárias Toyota em território nacional e seguirá aprimorando ainda mais os seus serviços, levando mais conforto e comodidade aos clientes. A companhia tem como objetivo ser o parceiro ideal do consumidor em qualquer ocasião, seja por horas, dias ou um mês, com o serviço KINTO Share Latam, gestão de frotas corporativas pelo KINTO One Fleet ou assinaturas para pessoas físicas por meio do KINTO One Personal, que oferece carros zero-quilômetro ou seminovos, uma opção pioneira no Brasil.

O pilar de Confiança será destinado à continuidade e excelência nos serviços. A companhia quer continuar proporcionando aos clientes experiências incríveis seja pela cadeia de valor, que envolve todo o time de Pós-Vendas, serviços, seminovos certificados, acessórios e blindagem, ou por meio suas marcas. A empresa trabalhará ativamente para modernizar sua rede de concessionárias. Para isso, não aposta apenas na digitalização, mas também em ser a melhor concessionária para o cliente, ou seja, o *“Best in Town”, ou o Melhor da Cidade, traduzindo para o português.* Atualmente, a Toyota conta com 287 concessionárias no Brasil e, com isso, se prepara para um movimento que, por meio de carros novos e usados, serviços, acessórios e novas tecnologias, traduz a missão de mover todas as pessoas.

O pilar de Segurança está baseado na tecnologia presente nos veículos da Toyota, em que os ocupantes podem viajar com o máximo de conforto e tranquilidade. E o último pilar prazer em dirigir, com a GAZOO Racing, divisão esportiva que já tem amplo portfólio de produtos no País.

**Campanha**

Com a ações em redes sociais, rádios e TV, a nova campanha de marca on-line e off-line da Toyota foi desenvolvida pela DAVID Agency. Ao todo serão cinco vídeos, cada um dedicado a um dos pilares de mobilidade, além de um vídeo unificando todas essas mensagens.

**Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**

A divulgação deste material colabora diretamente para os seguintes Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU:

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Sobre a Toyota do Brasil**

A Toyota do Brasil está presente no País há 65 anos. Possui quatro unidades produtivas, localizadas em Indaiatuba, Sorocaba, Porto Feliz e São Bernardo do Campo, todas no Estado de São Paulo, e emprega cerca de 6 mil pessoas. Em 2020, lançou a KINTO, sua nova empresa de mobilidade, para oferecer serviços como aluguel de carros e gestão de frotas a uma sociedade em transformação. Também reforçou sua marca GAZOO, por meio de iniciativas que desafiam a excelência de seus veículos. Tem como missão produzir felicidade para todos (Happiness for All) e, para tanto, está comprometida em desenvolver carros cada vez melhores e mais seguros, além de avançar nas soluções de mobilidade. Junto com a Fundação Toyota do Brasil, tem iniciativas que repercutem nos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Mais informações:**

**Toyota do Brasil – Departamento de Comunicação**

Kelly Buarque – [kbuarque@toyota.com.br](mailto:kbuarque@toyota.com.br)

Kessia Santos – [kosantos@toyota.com.br](mailto:kosantos@toyota.com.br)

**RPMA Comunicação**

toyota@rpmacomunicacao.com.br

**Guilherme Magna – (11) 98600-8988**

**Leonardo de Araujo – (11) 96084-0473**

**Raphaella Abrahão – (11) 94188-7017**

**Fernando Irribarra – (11) 97418-3710**

**Tel.: (11) 5501-4655**

**www.rpmacomunicacao.com.br**