



Way of Life!

# Pressinformation

## Suzuki och Toyota undersöker förutsättningarna för ett partnerskap

*För att förstärka samarbete inom områdena miljö, säkerhet och informationsteknik.*

Suzuki Motor Corporation och Toyota Motor Corporation tillkännagav i veckan att de båda företagen har kommit överens om att utforska idéer och möjligheter för att upprätta ett affärsmässigt partnerskap.

Miljön och förutsättningarna, som bilbranschen befinner sig i, har förändrats både drastiskt och snabbt. Därför har, vid sidan av det enskilda företagens traditionella forsknings- och utvecklingsarbete, framtida teknologier inom områdena miljö, säkerhet och IT högsta prioritet.

Det blir allt viktigare att samarbeta med andra företag för utveckling av infrastrukturer liksom etablering av nya industriella standards.

Av den anledningen har Toyota och Suzuki just påbörjat arbetet med att identifiera möjliga samarbetsområden med målsättningen att underlätta framtida utmaningar för de båda företagen. Diskussionerna grundar sig på förutsättningen att de båda företagen fortsättningsvis kommer att konkurrera på ett korrekt och oberoende sätt. Toyota och Suzuki kommer även att vara öppna gentemot andra aktörer beträffande den här samarbetsidén med målet standardisering inom industrin.

2016-10-17

SUZUKI NIMAG SVERIGE AB

Information

Håkan Engström

076/789 30 20

[h.engstrom@suzuki.se](mailto:h.engstrom@suzuki.se)

*Nimag Sverige AB ingår i Louwman-gruppen, som bl a importerar och marknadsför Lexus, Suzuki och Toyota i Holland.*

*Suzuki Motor Corporation, med huvudkontor i Hamamatsu, Japan, är världsledande tillverkare av småbilar och världens tionde största tillverkare. Företaget, som grundades 1920, har idag 51 500 anställda runt om i världen och bedriver verksamhet i*

*196 länder samt har produktionsbaser i 23 olika länder. I fjol producerade företaget 3 034 081 bilar, en ökning med 0,6 procent mot föregående år. Den globala försäljningen uppgick till 2 861 194 bilar, en minskning med 0,2% (bokföringsåret 2015). Med företagens tre affärsområden – bilar, motorcyklar och utombordsmotorer – har man försökt förkroppsliga sin affärsidé i uttrycket "Way of Life!" som står för varumärkets hörnpelare "excitement", "straightforward", "value", "sporty" och "spirit".*