

Il **logo Lenovo** è rimasto praticamente immutato per oltre 10 anni, da quando nel 2003 la manifattura cinese Legend decise di adottare un brand più riconoscibile e tentare la scalata ai vertici della classifica dei produttori mondiali di PC. Raggiunta e consolidata la [leadership nel mercato dei computer](#) , con una market share superiore al 19%, è arrivato il momento di **rinfrescare la grafica del marchio Lenovo** , ma i cambiamenti vanno ben oltre il ritocco estetico per abbracciare la **strategia di brand in senso più ampio**

.

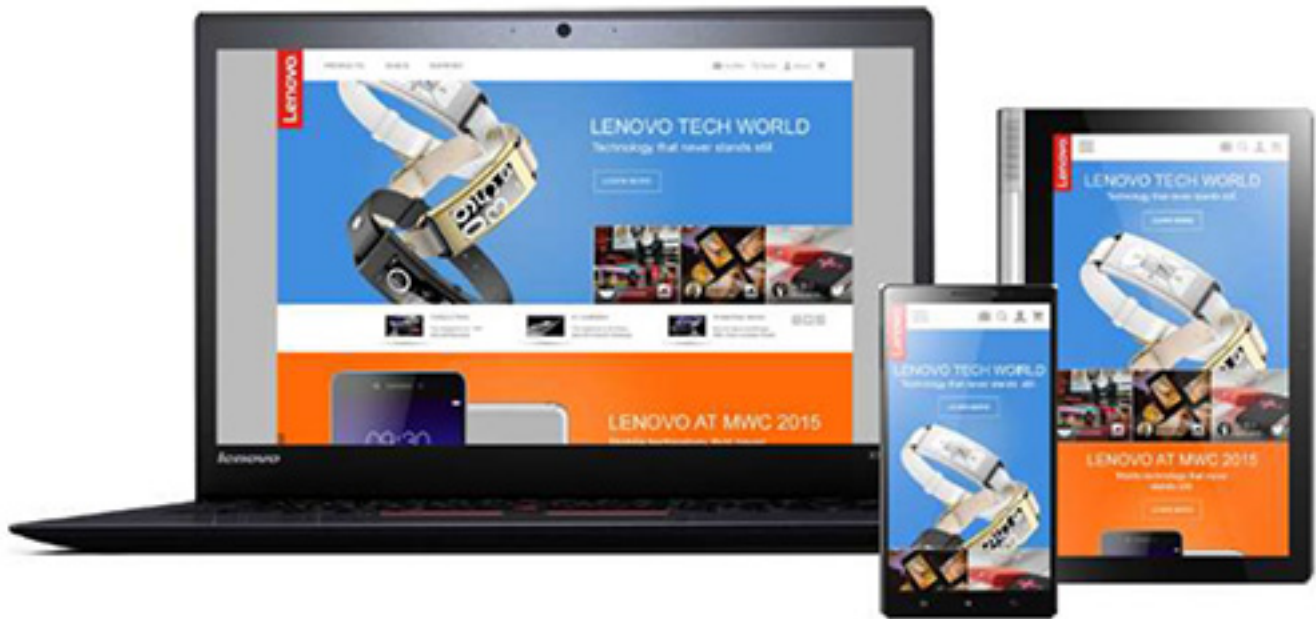


All'origine del rebranding di Lenovo c'è infatti la consapevolezza che **il computing è cambiato**. Agli avversari tradizionali di Lenovo come DELL, HP e Acer, si sono affiancati **nuovi concorrenti come Apple e Xiaomi** che riescono a fare leva sull'emotività dei propri utenti. I **social media** sono diventati il fulcro delle nuove tendenze ed il mezzo tramite il quale le aziende riescono a intercettare i bisogni degli utenti. Il concetto di computing si è frammentato in **innumerevoli formati e interpretazioni** e si è allargato per comprendere indossabili e oggetti connessi.

Lenovo: nuovo logo e nuova strategia di brand - Notebook Italia

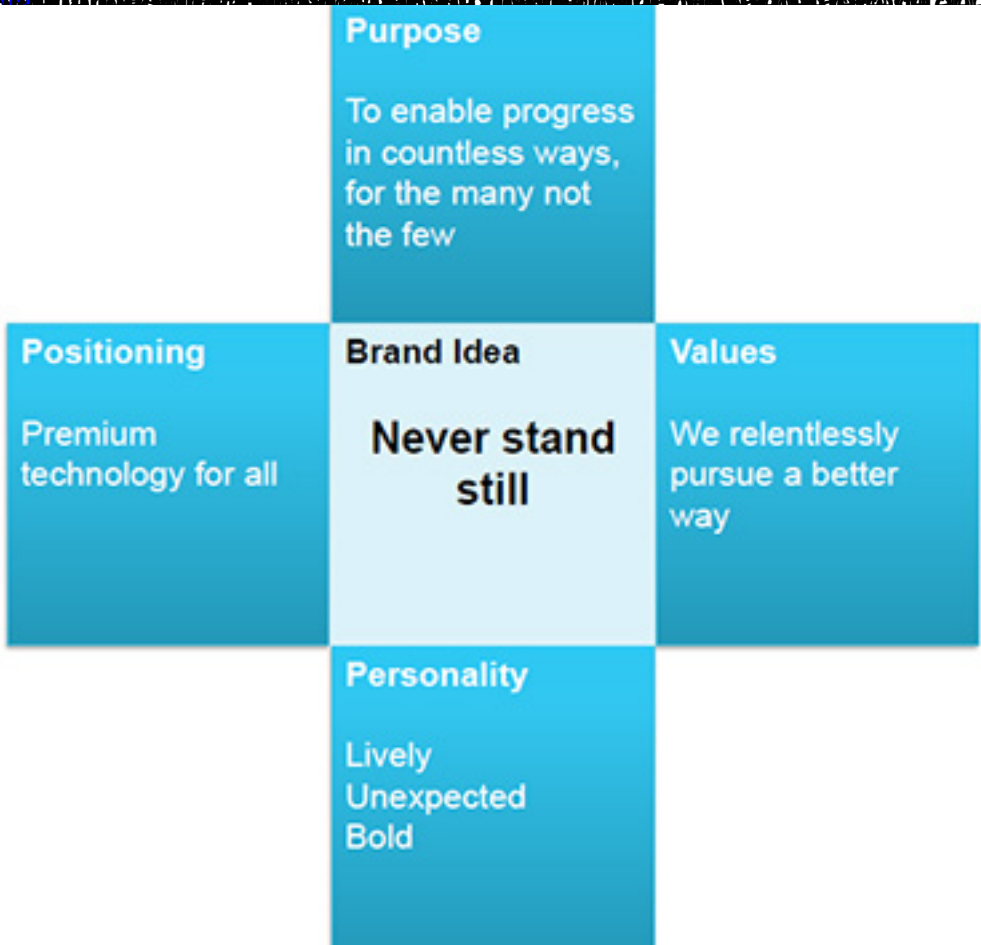
Scritto da Guido Azzollini

Martedì 23 Giugno 2015 10:11 - Ultimo aggiornamento Martedì 23 Giugno 2015 11:55



Lenovo Tech World Technology that never stands still

The Lenovo Brand Plus



Never stand still



► Preferred Orientation

Whenever possible, consider this version of our logo because it gives the Lenovo brand an extra level of uniqueness and attitude.

The logo **MUST BE** used in the vertical manner wherever possible



NOT THE PREFERRED ORIENTATION but can be used in exceptions like promotional accessories, parts of retail, social, signage

[Lenovo IdeaPad 310](#) [Lenovo Yoga 310 e 510](#)