

Nieuwe huisstijl TomTom

06-02-2007 00:00

Aan een merk dat vorig jaar bijna 900 miljoen euro in het laatje bracht, moet je niet teveel morrelen. Daarom bestaat de nieuwe huisstijl van TomTom uit de oude naam en een licht aangepast logo. De bekende rode handjes van het navigatiebedrijf omklemmen nu een transparante bal.

‘Het nieuwe logo symboliseert onze ‘hand-on’-aanpak en de passie om altijd de beste te zijn’, zegt Alexander Ribbink, marketingbaas van TomTom.