

Relatório de Conceito de Marca: Pellizzari Medina

Apresentado por: Mateus Mendes

Destinado a: Reginaldo Pellizzari & Viviane Medina

1. Propósito da Marca

A marca Pellizzari Medina foi criada para representar a parceria estratégica entre dois nomes relevantes do Direito brasileiro. O objetivo é transmitir confiança, sofisticação e autoridade, com um posicionamento voltado para a advocacia consultiva e estratégica.

"Hoje, a marca de um escritório é tão importante quanto sua excelência técnica."

2. Escolha do Nome

O nome Pellizzari Medina combina os sobrenomes dos dois sócios-fundadores, criando uma identidade que é ao mesmo tempo pessoal e institucional.

Pellizzari vem primeiro como forma de reconhecer a trajetória consolidada de Reginaldo na advocacia.

Medina vem em seguida, trazendo a representação da atuação refinada, moderna e consultiva da Viviane.

A ordem dos nomes expressa respeito às histórias individuais, mantendo um equilíbrio elegante na marca.

3. Construção do Logotipo

A. Identidade Visual com Nome Completo

- PELLIZZARI está na cor azul escuro (001527), que comunica estabilidade e autoridade.
- MEDINA está em dourado fosco (B6A281), remetendo à sofisticação e ao pensamento estratégico.
- A expressão "Estratégia Jurídica" reforça o foco da marca: planejamento, consultoria e prevenção, e não apenas contencioso.

B. Monograma "PM"

A sigla PM foi desenhada para ser memorável, sofisticada e moderna.

As letras se conectam de forma geométrica e sóbria, reforçando a ideia de integração entre as duas lideranças.

O formato retilíneo transmite raciocínio lógico e aplicação prática, simbolizando o encontro entre teoria e execução.

C. Representação 3D

A versão tridimensional simula a aplicação da marca em ambiente físico.

O acabamento fosco e os relevos trazem peso institucional e sofisticação.

4. Paleta de Cores

Cor	Hex	Significado
Azul Profundo	#001527	Estabilidade, profissionalismo (Reginaldo)
Dourado Fosco	#B6A281	Elegância, sabedoria, consultoria (Viviane)

Essas cores foram escolhidas para representar um binômio de força e sofisticação, conectando os valores de ambos os sócios e transmitindo uma imagem premium.

5. Posicionamento: "Estratégia Jurídica"

O uso do termo "**Estratégia Jurídica**" visa deixar claro que o foco do escritório é atuar de forma planejada, inteligente e preventiva:

- Reflete um modelo de advocacia mais proativo
- Ajuda a diferenciar o posicionamento da marca frente aos escritórios tradicionais
- Reforça a especialização em soluções para empresas e negócios

"Aqui, não apenas solucionamos problemas. Antecipamos riscos com clareza e planejamento."

6. Originalidade e Aplicabilidade

- A marca não utiliza ícones clichê do Direito (como balanças ou martelos), optando por um design exclusivo e atemporal.
- Foi pensada para funcionar bem em:
 - Papelaria institucional
 - Assinaturas digitais

- Materiais de apresentação
- Sinalização física (3D)
- Uso online e redes sociais

7. Guia Tipográfico da Marca (Web + Impressão)

A. Fontes principais:

Uso	Tipografia	Categoria	Plataforma
Títulos e Headlines	Playfair Display	Serifada Elegante	Web + Impressão
Subtítulos/Títulos menores	Libre Baskerville / Cormorant Garamond	Serifada Clássica	Web + Impressão
Texto corrido (body)	Lato ou Inter	Sans-serif Moderna	Web + Impressão

B. Hierarquia e aplicação recomendada:

- Títulos institucionais: Playfair Display 600 ou 700
- Subtítulos: Libre Baskerville 400 ou 600
- Texto principal: Lato 400 / Inter 400
- Chamadas ou call to action: Inter 600 ou Lato 700

C. Boas práticas para uso:

- Usar no máximo duas fontes por material para manter consistência visual.
- Tamanho mínimo para textos online: 16px.
- Evitar itálico em parágrafos longos.
- Utilizar bolds e tamanhos para hierarquia, e não misturar muitas fontes.

Com respeito e planejamento,

Mateus Mendes - Domínio Digital

@mateusmendes.r