

# PLMJ aposta na renovação com nova imagem corporativa

Uma marca assente nos valores históricos da maior sociedade de advogados portuguesa e com carácter inovador.

**Márcia Galvão**  
mgalvao@economicasgpps.com

Uma nova identidade visual, traduzida na elaboração de um novo logótipo e de um novo site, tem como objectivo a consolidação da marca PLMJ. No restaurante Eleven, no alto do Parque Eduardo VII, a PLMJ, sociedade de advogados que ocupa neste momento o primeiro lugar do ranking nacional, com 190 profissionais jurídicos, apresentou a sua nova imagem. Prestígio, liderança e referência no mercado são valores para o novo rosto da PLMJ, que tenta conjugar o peso da tradição com um grafismo inovador.

Na apresentação, feita pela Zook, empresa responsável pela elaboração da nova imagem, destacou-se a que "comunicação da marca evolui para um posicionamento que não descarta este património, e torna mais evidente a sua liderança no mercado, substanciada na dimensão, na abrangência das áreas de especialização e na inquestionável qualidade dos serviços jurídicos que presta".

Embora a mudança tenha sido profunda, a nova identidade visual da PLMJ mantém o ambien-

te cromático anterior com o intuito de manter "uma ligação com o passado sólido de que a organização se orgulha e sobre o qual constrói o seu futuro", referem. O posicionamento da sociedade de advogados fundamenta-se "na história da sociedade, na reputação individual dos seus sócios mais emblemáticos, no elevado nível de competência dos

empresa responsável pelas novas páginas de Internet, mostrou algumas das funcionalidades e das informações que a partir de agora todos os cibercasualistas podem encontrar no site da PLMJ.

O grande objectivo da sociedade é claro: "Ter o melhor site nacional do sector e ser um site de referência a nível nacional e internacional", apontaram. Para

'user-friendly'; e conteúdos actualizados diariamente.

No final das apresentações, o sócio Fernando Campos Ferreira fez um retrato geral do que é a PLMJ hoje. Uma descrição da estrutura do escritório, desde os departamentos que o compõem até uma evolução do número de sócios, associados e estagiários nos últimos cinco anos. A PLMJ conta

## O novo logotipo

O universo cromático da nova marca assenta em dois tons neutros - o branco e o preto - que se conjugam com o vermelho denso formando um conjunto equilibrado. O novo 'lettering' liga a contemporaneidade aos valores clássicos. A estrutura geométrica do desenho, formada por um quadrado e um rectângulo, pretende passar uma imagem de pureza e sobriedade.



AM.PEREIRA, SÁRACGA LEAL, OLIVEIRA MARTINS, JÚDICE E ASSOCIADOS  
SOCIEDADE DE ADVOGADOS

diversos profissionais de renome que integra, e ainda o facto de ser a de maior dimensão no País", pode ler-se na newsletter.

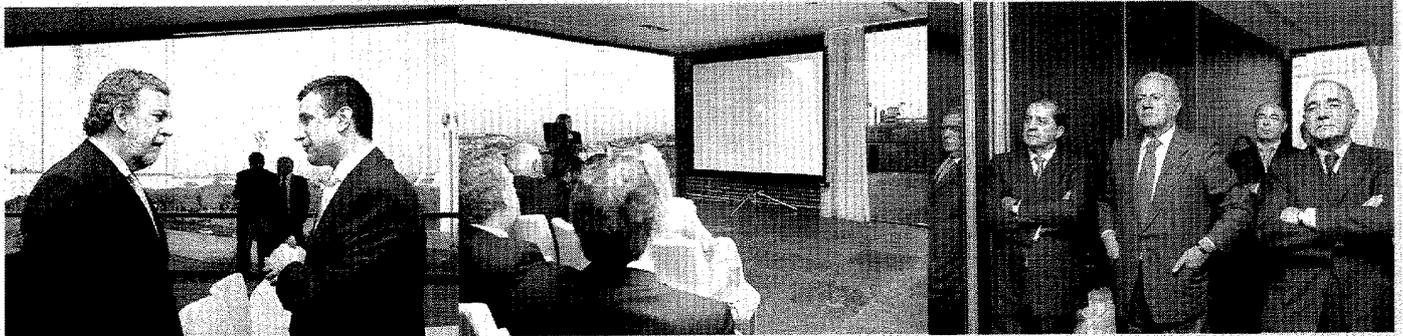
A renovação do site [www.plmj.com](http://www.plmj.com) foi outros dos momentos altos do cocktail. A Softway,

concretizar este objectivo, a Softway investiu em três vectores fundamentais: um design com grafismo dinâmico e inovador assente nas imagens do interior do escritório e nas obras de arte da Fundação PLMJ; uma estrutura

neste momento com 76 sócios, somando mais onze que no ano anterior. Quanto às receitas da sociedade em 2004, estas resultaram sobretudo das áreas de direitos especializados (32%) e de societário (22%).

## Aposta no Algarve

A PLMJ Algarve conta a partir desta semana com a presença do sócio João Maricoto Monteiro. Fortalecer a aposta da sociedade no mercado da fiscalidade no sul do país é o grande objectivo. O advogado sabe que conta com uma "equipa forte, jovem e dinâmica" e espera poder vir a "tornar o escritório ainda mais incontornável, à semelhança do que a PLMJ é a nível nacional". A aposta passa por uma melhor cobertura do território nacional. "Temos alguns clientes emblemáticos do Algarve há já algum tempo, como o Vale do Lobo e a Quinta do Lago". Embora confesse que a clientela é heterogénea, o turismo é uma área preferencial. "A PLMJ Algarve tem muitos investidores estrangeiros como clientes, mas realça que hoje já há empreendimentos com alguma dimensão e bastante interesse com capitais nacionais". **M.G.**



Na apresentação, e para além de José Miguel Júdice, estiveram também presentes Américo Amorim e Rui Machete, entre outros.

Inovar, sem tornar a marca comercialmente agressiva

## Reacção dos sócios à mudança foi "boa e imediata"

**Márcia Galvão**  
mgalvao@economicasgpps.com

A sócia da PLMJ, Gabriela Rodrigues Martins, falou ao DE da nova imagem da sociedade, agora apresentada ao público.

Como surge a imagem PLMJ? A imagem PLMJ foi a primeira a ser criada. Era uma novidade em Portugal, havia ainda a ideia de relacionar o nome, a marca e a imagem da sociedade ao nome e imagem dos sócios fundadores. Entretanto o mercado evoluiu.

"Procuramos uma marca que espelhasse aquilo que são os valores essenciais da profissão e da sociedade."

"É importante mudar alguma coisa na nossa forma de estar e de nos apresentarmos."

Achamos que este era o momento para fazer uma renovação da marca, do logótipo e da imagem que queremos transmitir. Procuramos que a marca espelhasse aquilo que são valores essenciais da nossa profissão, da nossa sociedade e da nossa atitude no mercado.

Porque decidiram lançar agora esta nova imagem?

Já estamos a pensar nisto há algum tempo. Para nós é importante mudar alguma coisa na nossa forma de estar e de nos apresen-

tarmos. A marca no fundo aparece no papel em que escrevemos todos os dias. Nos vários andares temos o logótipo impresso. É uma forma também de re-inovar o nosso ambiente dentro e fora do escritório.

É uma imagem inovadora?

É uma imagem nova e agradável. Quando foi apresentada ao Conselho de Administração, foi engaçado. Porque normalmente as pessoas resistem um pouco à mudança. E não aconteceu isso. Na apresentação que nos foi feita

houve logo uma adesão muito generalizada dos beneficiários.

Não houve posições mais conservadoras?

A reacção foi muito boa e imediata. Tanto dos mais velhos como dos mais novos. A ideia não foi alterar a marca para torná-la agressiva comercialmente. Procuramos um logótipo e uma marca que nos faça sentir bem, modernos, com umas cores diferentes e nos ajudem a renovar o nosso dia-a-dia. Não é uma marca comercial.

ID: 10400235	<b>Diário Económico</b>	Tiragem: 23931	Página: 28	-
Data: 06-04-2005		Pais: Portugal	Cores: Preto e Branco	
		Âmbito: Especializado	Área: 8,93X3,06 cm2	
		Perid.: Diária	Corte: 2 de 2	

### **PLMJ apresentou nova imagem**

Na segunda-feira, no restaurante Eleven, a sociedade de advogados PLMJ apresentou ao público uma nova imagem corporativa, com novo logotipo e um 'site' totalmente renovado. Inovar é a palavra de ordem para uma sociedade que pretende consolidar a sua marca e demonstrar prestígio, liderança e referência no mercado.