



---

## **News release**

**Data** 6 de Outubro de 2010

**Contacto** Diana Aguilar | [Diana.aguilar@porternovelli.pt](mailto:Diana.aguilar@porternovelli.pt)  
213 136 117 | 933 382 131  
Rui Silva | [Rui.silva@porternovelli.pt](mailto:Rui.silva@porternovelli.pt)  
213 136 104 | 933 062 131

---

### **PwC lança rebranding global da marca**

*Nova marca simplifica o nome e acentua a importância de criar valor e estabelecer relações*

**Lisboa, 6 de Outubro de 2010** — A PricewaterhouseCoopers, a marca mais reconhecida entre as Quatro Maiores redes mundiais de serviços profissionais (conhecidas como as Big Four), apresentou a sua nova imagem em todo o mundo, com o objectivo de reforçar e modernizar a marca da sua rede mundial perante os seus clientes, profissionais e mercados em que opera.

A nova marca inclui um logótipo simplificado, formado pelas iniciais “pwc” escritas em letras minúsculas. Na realidade, desde 1998 que as iniciais PwC têm sido utilizadas, dentro e fora da firma, como alternativa ao nome completo PricewaterhouseCoopers. Assim, esta simplificação formal do nome permite o uso coerente da marca por todas as firmas da PwC espalhadas pelo mundo. O nome PricewaterhouseCoopers continuará a ser o nome completo da firma para efeitos legais e a ser utilizado para esse efeito.

O novo logótipo surgiu após uma consulta feita junto dos clientes, sócios e profissionais da PwC e está desenhado para facilitar a sua utilização e adequação aos meios digitais.

De acordo com Dennis Nally, CEO da PwC Internacional “*A nova identidade visual da nossa marca distingue a PwC, da mesma forma que a qualidade e o know-how dos nossos profissionais marcam a diferença. Durante a última década, a PwC tem continuado a crescer e a evoluir. Por isso, uma marca consistente e concisa torna mais fácil valorizar o que somos, o que fazemos e como operamos nos mercados.*”

“*Subjacente a estes elementos visuais está aquilo que a PwC realmente representa – como somos vistos pelos nossos clientes, pelos nossos profissionais e pelos stakeholders. Além da nossa capacidade e experiência, o nosso objectivo é que a PwC seja conhecida pela criação de relações de enorme proximidade com os clientes que lhes permitam criar o valor que procuram*” salienta Carlos Lourenço, Territory Senior Partner da PwC em Portugal.

O novo posicionamento da marca PwC é o resultado do trabalho da PwC’s Global Brand Team e da Network Leadership Team, com o apoio do consultor global da marca, Wolff Olins. O site [pwc.com/pt](http://pwc.com/pt) também foi redesenhado com a nova imagem.

# # #

As firmas da PwC prestam serviços profissionais de auditoria, fiscalidade e assessoria de gestão orientados por indústria, de forma a acrescentar valor aos seus clientes. Mais de 161.000 profissionais em 154 países distribuídos pelas firmas da rede da PwC partilham as suas ideias, experiências e soluções para desenvolverem novas perspectivas e uma assessoria efectiva. Para mais informações aceda a [www.pwc.com](http://www.pwc.com).

---



A PwC alterou o seu nome de PricewaterhouseCoopers para PwC. PwC é escrito com o P e o C em letra maiúscula. Apenas o logótipo da PwC é representado com todas as letras em minúsculas.

“PwC” é a marca sob a qual operam e prestam serviços as firmas que fazem parte da PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). Juntas, estas firmas formam a rede PwC. Cada uma das firmas é uma entidade legal distinta e não actua como agente da PwCIL, nem das restantes entidades membros da network. A PwCIL não presta serviços a clientes. A PwCIL não assumirá qualquer responsabilidade por actos ou omissões praticados no exercício da actividade profissional dos seus membros, nem exerce qualquer controlo sobre, ou os vincula juridicamente.