

PVRA®

GUIA DE NARRATIVA E EXPRESSÃO DE MARCA



POR QUE ESSE GUIA EXISTE?

Este guia traduz toda a identidade verbal da marca, seu jeito de falar, sua personalidade e sua forma de se expressar no mundo.

Se a PVRA fosse uma pessoa, ele seria do jeito que tá aqui nesse guia.

Todos os dias, a PVRA fala com restaurantes, hotéis, cafés e consumidores, transformando como entendemos o luxo, a sustentabilidade e a água. Falamos de questões profundas com elegância. Provocamos reflexão sem agressividade. Mudamos percursos de maneira natural.



PVRA

Água
futura.

PREMIUM. **ECO.** ÁGUA.

350ML

**ESSÊNCIA DA MARCA,
ARQUÉTIPO, TAGLINE,
RAZÃO DE EXISTIR
E MANIFESTO.**

**QUEM SOMOS, NO QUE ACREDITAMOS
E QUE MUNDO NÓS QUEREMOS.**

CONTEXTO

A ideia de experiência premium em restaurantes, cafés e hotéis mudou. A evolução da gastronomia e da hospitalidade:

Antes

Menus longos, insumos importados, rituais formais, ambientes mais intimidadores.

Hoje

Menus autorais, ingredientes sazonais, valorização de produtores locais.

CONTEXTO

Antes

Excesso,
ostentação,
valor à experiência
no instante.

Hoje

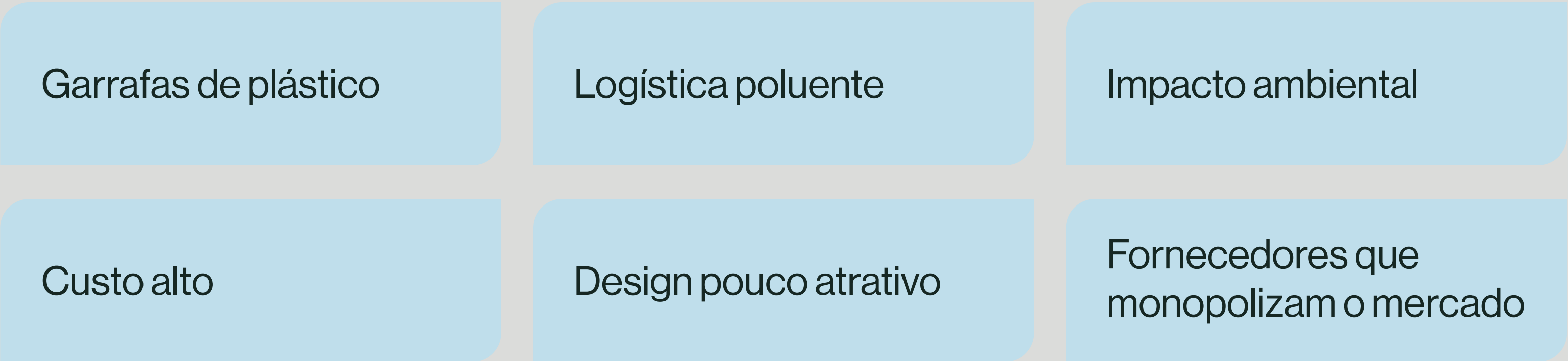
Essência,
responsabilidade,
histórias e valor à
origem e ao que
precede a experiência.

Hoje, valorizamos o começo, a origem, o jeito de fazer. Isso vale para cada insumo, inclusive a água.

CONTEXTO

A água é uma presença discreta e essencial em todas as mesas: não é protagonista, mas é indispensável. Mas será que o jeito como ela chega até nós é realmente atrativo?

Problemas atuais



O que deveria representar leveza, ainda
carrega excesso e desperdício.
Nossa marca surge desta inquietação.

NOSSA ESSÊNCIA

A água é um produto sustentável, a maneira como a consumimos, não.

E se a água que servimos e consumimos for o símbolo do novo luxo: consciente, discreto e questionador?

Para resolver isso, olhamos para as origens.

ITÁLIA

Dos aquedutos romanos desenvolvidos para transportar a água das fontes às cidades até a tradição em gastronomia, hospitalidade e design: tudo serviu de inspiração para este negócio.

Encontramos na Itália as respostas para um novo jeito de consumir água pura e excelente, que **diminui custos, elimina plásticos e eleva a experiência sensorial.**



QUEM SOMOS?

A **PVRA** é a solução que faz questionar: por que passamos tanto tempo servindo água em embalagens plásticas?

Com sistema italiano de ultrapurificação, permite que restaurantes, hotéis e cafés ofereçam a própria água premium.

O mínimo de custos, excessos e impactos. O máximo de pureza, consciência e design. Com ou sem gás.



O **V** do nosso nome é o U latino, que reforça a nossa origem italiana, que une tradição, tecnologia e design a serviço da gastronomia e da hospitalidade. Ele também representa os nossos cinco (V) pilares:

- Pureza**
- Saúde**
- Sustentabilidade**
- Rentabilidade**
- Diferenciação**

PILARES DA MARCA

PUREZA

Água 100 vezes mais purificada, em um processo transparente e sem excessos.

- B2B:** insumo superior, confiança para servir.
- B2C:** sabor equilibrado, confiança para consumir.

SAÚDE

Em tempos de busca constante por saudabilidade, o verdadeiro luxo é cuidar do corpo e sentir-se bem.

- B2B:** credibilidade e valor ao negócio.
- B2C:** bem-estar e cuidado.

SUSTENTABILIDADE

Simplifica a logística, economiza tempo e combustível e reduz drasticamente o impacto ambiental.

- B2B:** menor impacto ambiental, práticas ESG, percepção de marca.
- B2C:** elegância responsável, escolhas conscientes.

RENTABILIDADE

O empreendedor esquece fornecedores, reduz despesas, aumenta a margem e eleva a percepção do serviço.

- B2B:** economia de até 50%, operação mais ágil e previsível.
- B2C:** consumir o melhor sem custo adicional na experiência.

DIFERENCIAÇÃO

Tecnologia italiana, design limpo, estética refinada e luxo consciente.

- B2B:** elegância ao servir, cuidado com os detalhes, diferenciação competitiva.
- B2C:** experiência envolvente, mesa mais bonita, sensação de cuidado.





**Se um produto é sustentável, o
seu consumo também precisa ser.
Essa é a nossa transformação.**

O FORA- DA-LEI

O NOSSO ARQUÉTIPO DE MARCA:

As regras vigentes foram feitas para serem questionadas.
Esta é a motivação deste arquétipo: desafiar padrões ultrapassados, romper com o que não faz mais sentido e abrir outros caminhos, melhores.

Aqui, nosso jeito de questionar é refinado e elegante. Como a água que flui suave, mudamos os percursos com inteligência, sofisticação e impacto real.

Somos a água eco e premium em um ciclo totalmente puro.
Quando o ciclo é puro, tudo evolui para o futuro.

FUTURO - Da natureza, dos negócios e da sociedade. De quem serve e de quem consome. Do luxo, do serviço, do design, do meio ambiente.

NOSSA
TAGLINE

PVRA. ÁGUA
FUTURA.

Água - Tudo o que somos, tudo é sobre ela.
Futura - Inova, simplifica e cuida. A geração futura da
água hoje, tornando o amanhã possível e melhor.

MANIFESTO

Poucas coisas são tão essenciais quanto a água que tomamos e os hábitos que questionamos.

Como foi que passamos tanto tempo achando natural servir água em plástico?

A PVRA chegou pra mudar isso.

Com um sistema italiano de ultrapurificação, permite que restaurantes, bares e hotéis ofereçam a própria água premium, servidas em garrafas retornáveis e bonitas.

De um lado, o mínimo de custos e desperdícios.

Do outro, o máximo de pureza, consciência e design.

Assim, mesa a mesa, cuidamos de pessoas, negócios e natureza, em mudanças compactas, de alto impacto.

Revolucionar ideias pode ser mais leve. Com ou sem gás.

PVRA. Água futura.

NOSSO PROPÓSITO

Revolucionar o consumo de água e criar um futuro mais puro, com **tecnologia, sustentabilidade e design.**

FRASES DE COMUNICA- ÇÃO

Revolucionar a hospitalidade na base da pureza.	Deixa o futuro fluir.
A vida mais pura. Com ou sem gás.	O luxo nunca foi tão transparente.
Fina, elegante e purificada. PVRA. Água futura.	Produza a própria água premium.
Eco é cool. PVRA. Água futura.	Discreta e revolucionária.
Premium. Eco. Água. PVRA.	Conscientize-se. Liberte-se. Hidrate-se.
Elegância não ocupa espaço. PVRA. Água futura.	Mais pureza à mesa.

FRASES DE COMUNICA- ÇÃO

Revolucionar ideias pode ser mais leve. Com ou sem gás.

Água 100 vezes mais pura e negócio 85% mais rentável? Aperte o botão.

A pureza aumentou, o faturamento também.
PVRA. Água futura

Essenciais: água e questionar o que não funciona mais.

Escolha compacta de alto impacto. PVRA. Água futura.

SÍNTESE FINAL

PVRA. ÁGUA FUTURA.

Quando o ciclo é puro, tudo flui para o futuro da natureza aos negócios, de quem serve a quem consome, do luxo ao design, da hospitalidade ao meio ambiente.

TOM DE VOZ E NOSSA FALA

**NORTEIA COMO AGIMOS E NOS AUXILIA A
SERMOS FIÉIS A QUEM SOMOS.**

NOSSA ESSÊNCIA

Como nunca pensamos nisso antes?
Questionar a normalidade e fazer a mudança parecer
tão óbvia que a evolução se torna natural.

PREMIUM

Porque redefine o que
luxo significa.

ECO

Como o único
caminho coerente.

ÁGUA

Como símbolo da futura
que estamos criando.

O que é a PVRA em uma linha:
**PVRA transforma água comum em experiência
premium. Zero plástico. Zero logística. no mínimo**

NOSSA
ESSÊNCIA

PREMIUM.
ECO. ÁGUA.

Tom de Voz Essencial da PVRA:

Fluidez Inteligente
Transparente
Inevitável
Essencial

NOSSA ESSÊNCIA

Premium Eco Água no Centro

A PVRA não escolhe entre ser premium OU eco. Ela redefine o que significa ser ambos. **O novo luxo:**

Antes: Luxo

Excesso, ostentação, escassez artificial.

Agora: Luxo

Essência, consciência, transparência.

Como comunicamos isso:

Nunca dizemos "somos premium e sustentáveis"

Mostramos que **ser sustentável
É a nova definição de premium.**

Exemplos:

"O luxo nunca foi tão transparente."
"Sofisticação é essencial."
"Premium. Eco. Água. PVRA."

NOSSA ESSÊNCIA

Fora-da-Lei da PVRA é diferente

Ele não enfrenta com brutalidade e sim com com inteligência. Seu poder é sutil, transformador e sempre atua de maneira **propositiva**, não impositiva.

Como ele atua:

A PVRA tem **autoridade técnica e moral** para questionar o status quo:

Autoridade técnica

Tecnologia italiana BluPura (maior empresa de purificação do mundo),
ultrapurificação comprovada

Autoridade moral

Solução real para problema ambiental urgente.

Isso permite que a marca questione **sem soar arrogante ou militante**.

NOSSA ESSÊNCIA

Soft Power significa:

Questiona, mas não acusa:

"Por que passamos tanto tempo servindo água em plástico e perdendo tempo com processos logísticos e de armazenamento?"

"Você está errado por usar plástico!"

Desafia, mas não intimida:

Apresenta uma alternativa tão clara que a mudança parece óbvia.
Não força conversão, inspira evolução.

Propõe, não impõe:

Convida para a transformação.
Não exige mudança imediata, mas planta a semente do auto questionamento.

A Reflexão Constrangedora

O maior poder da PVRA é gerar
aquele momento de "Por que não
pensei nisso antes?"

COMO CRIAR ESSE EFEITO

1. Expor o absurdo do óbvio:

"Como foi que passamos tanto tempo achando natural servir água de forma básica ou em plástico?"

→ Não é uma acusação. É um espelho. E o reflexo é desconfortável.

2. Apresentar a solução como evolução natural:

"A PVRA chegou pra mudar isso."

→ Não é uma revolução violenta. É uma correção de rota que sempre deveria ter sido feita.

3. Fazer a mudança parecer inevitável:

"Margem maior. Ciclo mais puro. É Água Futura."

→ Não é "se" você mudar. É uma necessidade estratégica.

CLAREZA ESSENCIAL

Como um texto bem escrito que você lê sem tropeçar nas palavras, a comunicação da PVRA é clara e precisa.

Princípios dessa Clareza:

Cada palavra tem função:

- Zero adjetivos decorativos
- Zero palavras de enchimento
- Zero ruído na mensagem

A forma serve o conteúdo:

- Não há pirotecnia verbal
- Não há floreios desnecessários
- O design da frase é tão limpo que você vê através das palavras e não se prende a elas

CLAREZA ESSENCIAL

Exemplos práticos:

Em uma frase institucional:

"Se a água é sustentável, porque o seu consumo ainda não é?"

Questiona (Soft Power) + É óbvio quando dito (Reflexão constrangedora) + Muda percurso.

Em uma frase comercial:

"Sua água premium, sustentável, e sempre disponível."

Convida sem forçar + Essencial mas discreto + Redefine autonomia.

Em uma frase de produto:

"Água 100 vezes mais pura. Com ou sem gás."

Preciso + Confiante + Completo sem excessos.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

PUREZA

Conceito Verbal:
CRISTALINO

Inspirado em: *Técnico + Explicativo + Confiante*
Falamos com transparência absoluta. Explicamos processos complexos de forma límpida, sem jargões desnecessários. Como a água: clara, sem ruídos, sem excessos.

Características:

- Frases curtas e diretas.
- Ausência de adjetivação excessiva.
- Dados precisos exemplificados de maneira acessível.
- A confiança é resultado da segurança que se tem ao falar, provocar e questionar.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

1. Comunicamos com transparência absoluta (Público Geral).

Nas redes sociais, nossos assuntos trazem clareza sobre:

- O processo de ultrapurificação e suas etapas
- Dados técnicos apresentados de forma acessível
- Comparativos honestos sobre qualidade da água
- Certificações e padrões de pureza
- Bastidores da tecnologia italiana
- Questionamentos e provocações que quebrem o status quo de como lidamos com a água em seus processos comerciais e lógica de consumo.

PUREZA

Conceito Verbal:

CRISTALINO

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

PUREZA

Conceito Verbal:
CRISTALINO

2. Falamos de modo claro e preciso.

Exemplo B2B (Restaurantes/Hotéis):

"Água 100% pura, controlada e saudável. A solução definitiva para hotéis, restaurantes e bares."

Genérico, promessa questionável tecnicamente, sem diferenciação.

"Água 100 vezes mais pura. Processo transparente em 2 etapas. Sem excessos e desperdícios."

Dados concretos, benefício mensurável, confiança técnica.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

PUREZA

Conceito Verbal:
CRISTALINO

2. Falamos de modo claro e preciso.

Exemplo B2C (Consumidor final):

"Nossa tecnologia de ponta garante a melhor água que você já experimentou em toda sua vida!."

Promessa vazia em tom publicitário.

"Pureza é essencial. Questionar o que não funciona mais também. Veja como a PVRA vem elevar o nível da qualidade da água que vc serve e consome."

Experiência sensorial e confiança técnica.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

PUREZA

Conceito Verbal:

CRISTALINO

3. Usamos recursos visuais para tornar a mensagem clara e impactante.

No site, materiais e comunicação digital:

Big numbers com descrições curtas:

- 100x mais pura
- 2 etapas de ultrapurificação
- 0 plástico no processo
- pH 9 e mineralização equilibrada

Recursos visuais:

- Infográficos simples mostrando o antes/depois da purificação
- Laudos técnicos mostrando a diferença de qualidade antes e depois do processo de ultrapurificação

NA PRÁTICA

Fluir para o futuro, é sinônimo de Água Futura.

100 vezes mais pura. Zero excessos e desperdícios.



PUREZA

Conceito Verbal:
CRISTALINO

Pureza visível, processo transparente.

Transparência do processo, pureza no resultado.



COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

SAÚDE

Conceito Verbal:
EQUILIBRADO

Inspirado em: *Convidativo + Tranquilo*

Falamos de bem-estar sem promessas exageradas. Reconhecemos a busca com empatia legítima e convidamos a pensar em saúde como parte de uma experiência de alto valor. Como a água: essencial, nunca invasiva, sedutoramente convidativa.

Características:

- Acolhedor, mas não emocional demais.
- Presença discreta.
- Benefícios reais, sem apelos vazios.
- Respeito pela escolha individual, entendemos que o questionamento não é algo natural de todos. Sempre apresentamos um novo ponto de vista, com visão de futuro e empatia.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

SAÚDE

Conceito Verbal:
EQUILIBRADO

1. Nossa fala é direcionada e empática.

Exemplo B2B (Gestores):

"Ofereça aos seus clientes a água mais saudável e transformadora do mercado!"

Superlativo vazio, promessa exagerada.

"Seus clientes buscam por saúde, e ela estará no centro da experiência. Com e sem gás."

Reconhece a necessidade e convida ao alinhamento com o propósito.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

SAÚDE

Conceito Verbal:
EQUILIBRADO

1. Nossa fala é direcionada e empática.

Exemplo B2C (Consumidor final):

"Mude sua vida completamente com a água PVRA! Você nunca mais será o mesmo!"

Apelativo, promessa irrealista.

"O verdadeiro luxo é cuidar do corpo. Água pura. Bem-estar natural."

Convite suave, benefício genuíno.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

SAÚDE

Conceito Verbal:
EQUILIBRADO

2. Convidamos à experiência, não à conversão forçada.

"Credibilidade começa na experiência que você serve."
PVRA. Água futura.

"É essencial fazer boas escolhas. Já parou pra pensar na qualidade da água que
você consome? Seu corpo agradece."
PVRA. Água futura.

"Luxo mesmo, é sentir-se bem. Naturalmente."
PVRA. Água futura.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

SUSTENTA- BILIDADE

Conceito Verbal:
QUESTIONADOR

Inspirado em: *Insurgente + Provocador + Reflexivo + Inteligente*
Este é o coração do arquétipo Fora-da-Lei. Aqui, a PVRA questiona padrões ultrapassados com sofisticação. Provoca reflexão sem agressividade, como a água que muda percursos: suave, mas inevitável.

Características:

Perguntas estratégicas que incomodam.	Mantém elegância mesmo ao questionar.
Desafia o status quo do plástico descartável.	Provoca reflexão sobre impacto ambiental.
Levanta questões e apresenta problemas de maneira refinada (nunca agressiva).	Apresenta contraste entre problema e solução.
Questionamentos inteligentes.	

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

SUSTENTA- BILIDADE

Conceito Verbal:
QUESTIONADOR

1. Comunicação propositiva e instigante.

Evitamos o tom hesitante ou culpabilizante. Somos diretos ao questionar.

Exemplo: Todos os públicos.

"E se você parasse de usar plástico? Já pensou no mal que isso causa?"

Tom culpabilizante, hesitante.

"Por que passamos tanto tempo servindo água em plástico, ou com processos logísticos desnecessários?"

Questão direta, reflexiva, sem culpa.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

SUSTENTA- BILIDADE

Conceito Verbal:
QUESTIONADOR

1. Comunicação propositiva e instigante.

Evitamos o tom hesitante ou culpabilizante. Somos diretos ao questionar.

Exemplo: Todos os públicos.

"Você deveria se preocupar mais com o meio ambiente."

Moralista, agressivo.

"Se a água é sustentável, o seu consumo também precisa e deve ser."

Lógico, elegante, provocador.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

SUSTENTA- BILIDADE

Conceito Verbal:
QUESTIONADOR

2. Contrastamos problema e solução com clareza.

Para B2B:

Problema

Solução

Garrafas de plástico.	Garrafas retornáveis foscas.
Logística poluente.	Autonomia total.
Dependência de fornecedores.	Tecnologia própria.
Impacto ambiental.	Ciclo sustentável.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

SUSTENTA- BILIDADE

Conceito Verbal:
QUESTIONADOR

3. Unimos sustentabilidade e rentabilidade.

- "Sustentabilidade que gera rentabilidade."

PVRA. Água futura.
- "Rentabilidade para o negócio. Sustentabilidade para o planeta."

PVRA. Água futura.
- "Atitude que retorna em lucro e legado."

PVRA. Água futura.
- “Rentabilidade no presente do seu negócio. Rentabilidade para o futuro do mundo.”

PVRA. Água futura.

NA PRÁTICA

Unimos sustentabilidade e rentabilidade

SUSTENTABILIDADE

Conceito Verbal:
QUESTIONADOR

Servir água premium com autonomia total.



O que deveria representar leveza ainda carrega excesso.



Revolucionar ideias em seu estado mais puro.



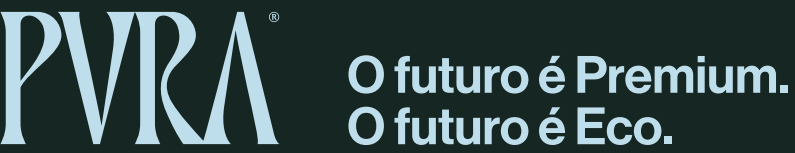
Revolucionar ideias pode ser leve. Com ou sem gás.



NA PRÁTICA

Unimos sustentabilidade e rentabilidade

Quando o ciclo é sustentável, tudo flui para a futura.



Se é essencial. É água futura.



SUSTENTABILIDADE

Conceito Verbal:
QUESTIONADOR

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

RENTABILI- DADE

Conceito Verbal:
ESTRATÉGICO

Inspirado em: *Habilidoso + Confiante + Lógico*
Falamos de resultados com clareza cirúrgica. Números concretos, benefícios tangíveis, sem rodeios. Modifica o presente, pensando na futura.

Características:

Orientada a ROI e eficiência.	Foco em resultado, não em promessa.
Assertiva sem rodeios.	Pragmático e sofisticado.
Confiante nos dados.	Confiança inabalável.
Dados concretos e verificáveis.	

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

RENTABILI- DADE

Conceito Verbal:
ESTRATÉGICO

1. Falamos de resultados com clareza cirúrgica.

Exemplo: Donos/Gestores.

"Com a PVRA você tem a possibilidade de economizar e melhorar seus processos..."

Hesitante, sem confiança.

"Economia de até 50%. Margem maior. Rentabilidade sustentável, para o seu negócio e para o mundo."

Dados claros, confiança absoluta.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

RENTABILI- DADE

Conceito Verbal:
ESTRATÉGICO

1. Falamos de resultados com clareza cirúrgica.

Exemplo: Donos/Gestores.

"Imagine quanto dinheiro você poderia economizar ao longo do tempo..."
Hipotético, fraco.

"Reduza custos. Aumente a margem e o nível da experiência."
Imperativo, direto, confiante.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

RENTABILI- DADE

Conceito Verbal:
ESTRATÉGICO

2. Mensagem para Restaurantes: Valor + Qualidade + Margem.

O desafio: Mostrar que não precisa alterar o preço cobrado e ainda aumenta margem.

Frases estratégicas:

"Mantenha o valor. Eleve a qualidade. Aumente a margem em no mínimo 50%."

PVRA. Água futura.

"Valor inalterado. Qualidade elevada. Rentabilidade ampliada de forma inteligente."

PVRA. Água futura.

"Seu cliente paga o mesmo. Você lucra mais. A água é melhor."

PVRA. Água futura.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

RENTABILI- DADE

Conceito Verbal:
ESTRATÉGICO

3. Convidamos à ação com números.

Para B2B:

"Escolha o sustentável com retorno imediato."

PVRA. Água futura.

"Menos fornecedores. Mais margem. Melhor serviço. Apenas o essencial."

PVRA. Água futura.

"O nível da experiência aumenta, enquanto o seu custo diminui inteligentemente."

PVRA. Água futura.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

RENTABILI- DADE

Conceito Verbal:
ESTRATÉGICO

1. Convidamos à ação com números.

Para B2B:

"A Água futura que reflete o futuro do seu negócio."
Premium Eco Water.

“Rentabilidade no presente do seu negócio. Rentabilidade para o futuro do mundo.”
Premium Eco Water.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

RENTABILI- DADE

Conceito Verbal:
ESTRATÉGICO

1. Convidamos à ação com números.

Para B2B:

"Escolha compacta de alto impacto." <i>PVRA. Água futura.</i>
"Rentabilidade no presente. Sustentabilidade no futuro." <i>PVRA. Água futura.</i>

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

DIFERENCIA- ÇÃO

Conceito Verbal:
REFINADO

Inspirado em: *Requintado e Sedutor*

O luxo consciente não ostenta. A sofisticação aqui sussurra, como a água servida em uma garrafa fosca de vidro: elegante por natureza, não por necessidade de provar.

Características:

Elegância minimalista.	Deixar espaços em branco (o não-dito).
Luxo como consequência, não objetivo.	Experiência estética refinada.
Sedução pela experiência, não pelo excesso de descrição.	Textura fosca, detalhe sensorial importante.
Diferenciação pela elegância natural.	

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

DIFERENCIA- ÇÃO

Conceito Verbal:
REFINADO

1. Nossa fala é sutil e envolvente.

Exemplo B2B (Restaurantes/Hotéis premium):

"Tenha a água mais luxuosa, exclusiva e sofisticada do mercado brasileiro!"

Ostentação, grito, insegurança.

"Tecnologia italiana. Design limpo. Garrafa fosca e elegante."

Discreto, confiante, sofisticado.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

DIFERENCIA- ÇÃO

Conceito Verbal:
REFINADO

1. Nossa fala é sutil e envolvente.

Exemplo B2C:

"Você merece o máximo de luxo e exclusividade!"

Apelativo, vazio.

"Sinônimo de luxo. Água Futura."

Poético, inteligente, refinado.

"Made in Italy. Bottled locally."

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

DIFERENCIA- ÇÃO

Conceito Verbal:
REFINADO

Deixamos espaços em branco na comunicação.

O não-dito é tão importante quanto aquilo que dizemos. Seduzimos pela experiência sugerida, sem precisar de excesso de descrições.

Para todos os públicos:

"Fina, elegante e pura." PVRA. Água futura.	"Discreta e revolucionária." PVRA. Água futura.
"Sofisticação é essencial." PVRA. Premium Eco Water.	"O futuro da experiência é premium. É Eco." PVRA. Premium Eco Water.

COMO SE COMUNICAM OS 5 PILARES

DIFERENCIA- ÇÃO

Conceito Verbal:
REFINADO

Deixamos espaços em branco na comunicação.

O não-dito é tão importante quanto aquilo que dizemos. Seduzimos pela experiência sugerida, sem precisar de excesso de descrições.

Para todos os públicos:

"Garrafa fosca. Elegância tátil. Design italiano."

PVRA. Água futura.

"Textura fosca. Presença discreta. Sofisticação ao toque."

PVRA. Água futura.

“Pureza visível. Processo transparente. Em uma garrafa fosca com design premium.”

PVRA. Água futura.

PRINCÍPIOS GERAIS DE ESTILO E REDAÇÃO

DICAS DE ESTILO

A nossa temperatura? A ideal.

Nem fria demais, nem quente demais. A PVRA mantém o equilíbrio perfeito:

NÃO É FRIA
(corporativa/distante)

- Não usa jargões técnicos desnecessários.
- Não se esconde atrás de formalidade burocrática.
- Não trata relacionamentos como transações.

NÃO É QUENTE
(apelativa/efusiva)

- Não usa exclamações excessivas.
- Não faz promessas exageradas.
- Não força intimidade artificial.

É IDEAL
(presente/natural)
Em temperatura ambiente, equilibrada, segura e confortavelmente presente.

Tom ideal: Como um sommelier experiente, acessível sem ser invasivo, conhecedor sem ser arrogante.

DICAS DE ESTILO

Emojis: uso mínimo e intencional

Preferimos a força das palavras à ilustração visual. Quando usados, devem ser discretos e funcionais:

- ✔️ 💧 Para representar água de forma literal.
- ✔️ ✅ Para confirmações e validações.
- ✔️ ➡️ Para indicar transformação ou fluxo.

Evitamos sequências excessivas ou emojis coloridos demais:

- ❌ " ✨🌟🎉 " - não combina com sofisticação discreta.
- ❌ Nunca para substituir palavras que deveriam estar escritas.

DICAS DE ESTILO

Pontos de exclamação: raros e estratégicos.

Usamos com parcimônia. Preferimos o ponto final que confia no peso da frase.

- ✔ "Água futura." (*confiante, definitivo*)
- ✔ "Quando o ciclo é sustentável, é sinônimo de água futura." (*reflexivo, elegante*)
- ✘ "A PVRA é incrível! Venha conhecer! Você vai amar!"
- ✘ "Revolucione agora mesmo!!!"

Exceção: Em momentos de celebração genuína com stakeholders:

- ✔ "Meta alcançada! Parabéns pela escolha inteligente."

DICAS DE ESTILO

Evitamos exagero e efusividade

Falamos com elegância contida.

- ✔ "Bom dia. Vamos começar?"
- ✔ "Bem-vindo à água futura."
- ✘ "Oiieee! Tudo beeeem? Que máximo ter você aqui! 🎉"

Evitamos formalidade corporativa excessiva.

Somos sofisticados, mas acessíveis. Refinados, mas humanos.

- ✘ "Prezado(a), informamos que sua solicitação foi processada com sucesso conforme protocolo nº 12345." **(Frio, burocrático, distante)**
- ✔ "Sua solicitação foi concluída. Tudo pronto para o próximo passo." **(Claro, direto, humano)**

DICAS DE ESTILO

Em momentos de erro ou crise: ação, não desculpas vazias.
Mostramos responsabilidade através de soluções, não lamentações.

-  "Lamentamos profundamente o ocorrido. Pedimos sinceras desculpas." **(Vazio, burocrático)**
-  "Identificamos o problema. Estamos resolvendo agora. Você recebe atualização em [tempo específico]." **(Ação, transparência, confiança)**

DICAS DE ESTILO

Metáforas e referências: sempre relacionadas à água.

Quando usamos linguagem figurada, mantemos coerência com nossa essência.

- ✔ "Como a água que encontra seu caminho, a mudança flui naturalmente."
- ✔ "Transparência não é uma característica. É nossa natureza."
- ✔ "Quando o ciclo é sustentável, é água futura."
- ✘ "Voe alto com a PVRA!"
- ✘ "Acelere seus resultados!"

DICAS DE ESTILO

CTAs (Calls-to-Action): convites, não ordens.

-  "CADASTRE-SE AGORA!"
-  "CLIQUE AQUI URGENTE!"
-  "Conheça o sistema."
-  "Fale com nosso time."
-  "Veja como funciona."
-  "Conheça a experiência inteligente PVRA."

Tom ideal: Convidativo e confiante. Como quem sabe que o valor é evidente.

DICAS DE ESTILO

Assinaturas e fechamentos.

Simples. Diretos. Memoráveis.

Em comunicações gerais:

"PVRA. Água futura."

Em e-mails/atendimento:

*"À disposição,
[Nome]
PVRA"*

Em materiais institucionais:

*"Quando o ciclo é sustentável, tudo flui para a futura.
PVRA."*

DICAS DE ESTILO

Palavras e expressões a EVITAR.

- ❌ "Incrível" / "Maravilhoso" / "Fantástico"
- ❌ "Revolucionário" (*exceto quando realmente questionamos padrões*)
- ❌ "O melhor" / "O maior" / "O mais completo"
- ❌ "Aproveite essa oportunidade única!"
- ❌ "Não perca tempo!"
- ❌ "Garanta já!"
- ❌ "Produza" (*no contexto de fazer água, soa artesanal/inseguro*)

DICAS DE ESTILO

Consistência visual na escrita.

Sempre que mencionar a marca:

"PVRA" (sempre em caixa alta)

Tagline:

"Água futura" *(sempre em minúsculas, exceto início de frase)*

Conceitos-chave:

- Luxo consciente
- Novo luxo
- Água futura
- Ciclo sustentável
- Premium Eco Water

PVRA®

