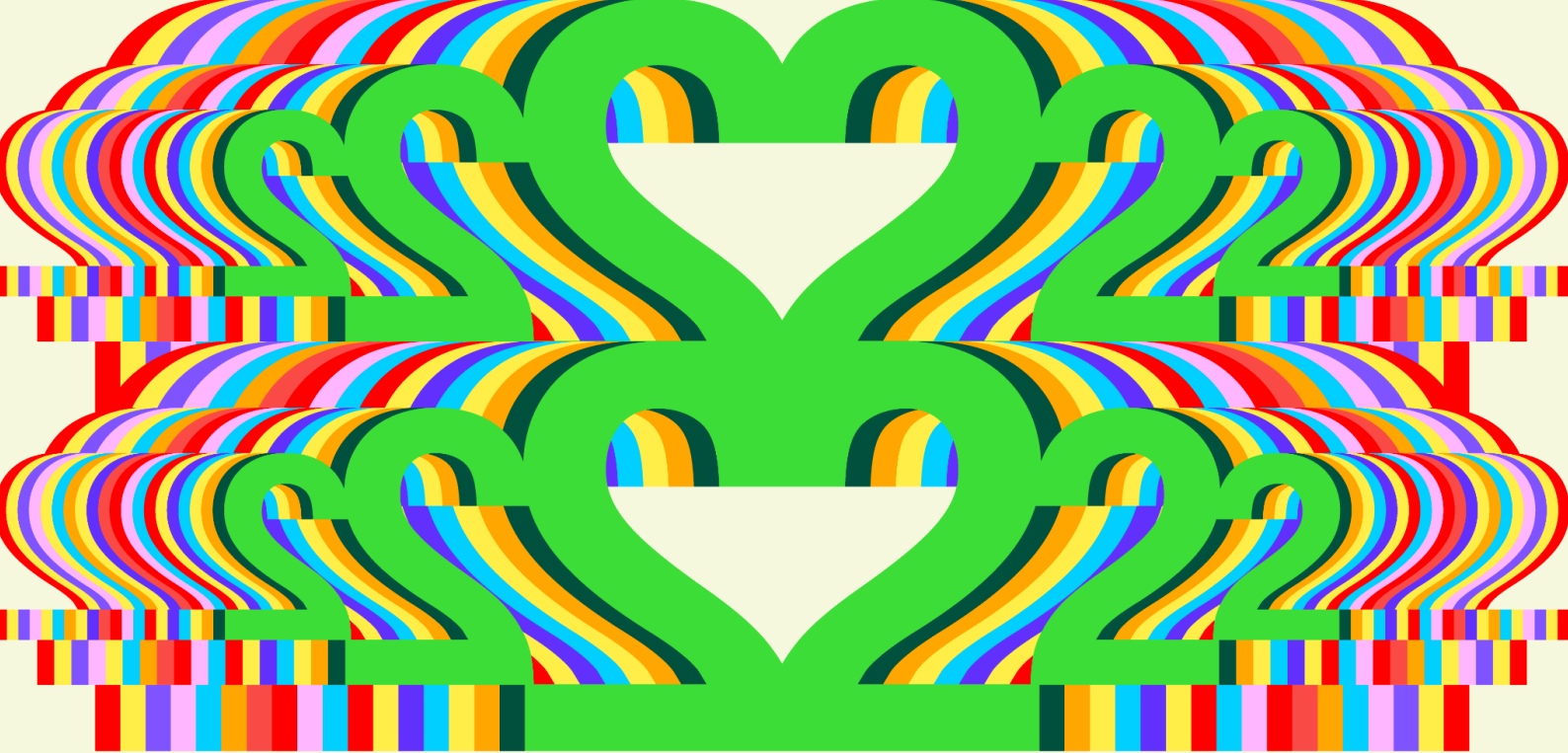




Ambos os dois

28º Festival CCP 2026
Semana Criativa de Lisboa
15—22 de maio

© Clube da
Criatividade
Portugal

Presidentes de Júri

28º Festival CCP 2026



André Moreira

Partner & Global Chief Creative Officer da T&P

Presidente de Júri de Publicidade

André Moreira é o CCO Global da T&P — está na empresa desde 2017 e, mais recentemente, desempenhou o cargo de CCO Global do Studio X, a rede global personalizada da WPP, responsável por desenvolver o conteúdo integrado da The Coca-Cola Company.

Figura influente na indústria, Moreira traz consigo mais de duas décadas de experiência em publicidade e media, com um historial comprovado de sucesso a trabalhar com marcas globais como a Coca-Cola, a Toyota e a Mars, em Lisboa, Amesterdão e Londres. O trabalho de André Moreira foi distinguido com mais de 100 prémios em grandes festivais, desde Webbies a D&AD Pencils, refletindo a sua abordagem diversificada à comunicação moderna e integrada. Mentor e jurado internacional requisitado — incluindo nos D&AD e nos Campaign Big Awards, no Reino Unido, país onde se radicou — fez parte da equipa que ajudou a Coca-Cola a conquistar o título de “Creative Brand of the Year” no festival Cannes Lions 2024.

A sua profunda compreensão das necessidades dos clientes, aliada à visão criativa e à abordagem inovadora, fazem dele o líder ideal para impulsionar o crescimento contínuo da T&P.

André Moreira is the Global Chief Creative Officer of T&P — he’s been at T&P since 2017 and most recently served as Global CCO for Studio X, WPP’s bespoke global network, delivering The Coca-Cola Company’s connected content.

An influential force in the industry, Moreira brings over two decades of experience in advertising & media, with a proven track record of success working with global brands such as Coca-Cola, Toyota, and Mars across Lisbon, Amsterdam and London.

Andre’s work has garnered over 100 major festival awards, from Webbies to D&AD Pencils, showcasing his diverse approach to modern, integrated communications. A sought-after mentor and international juror, including for D&AD and campaign Big Awards in his adopted UK, he was part of the team that helped Coca-Cola win ‘Creative Brand of the Year’ at the 2024 Cannes Lions.

His deep understanding of client needs — coupled with his creative vision and innovative approach, has made him the ideal leader to drive T&P’s continued growth.



Cesária Martins

Cofundadora e Diretora Criativa da Graficalismo

Presidente de Júri de Design

Cesária Martins é uma designer gráfica multidisciplinar. Fundadora do Graficalismo Design Studio especializado em identidade visual, editorial, design de ambientes, experiências de marca digitais e peças de design únicas. Criado em conjunto com Sebastião Teixeira, o motto do estúdio sediado em Lisboa é “our matter is creativity, no matter the medium”. O seu trabalho foi premiado em alguns dos maiores festivais de criatividade como Cannes Festival, Graphis, European Excellence Awards, ADCE Awards e The One Club for Creativity. O Graficalismo é a agência digital e Agência do ano no Clube de Criatividade Portugal 2024.

Cesária Martins is a multidisciplinary graphic designer. Founder and creative director of Graficalismo Studio specializing in visual identity, editorial, environmental design digital brand experiences, original creative content and unique crafted design pieces. Created with Sebastião Teixeira, the Lisbon-based studio's motto is “Our matter is creativity, no matter the medium”. Co-founder & creative director of clothing brand Maison Pixel. Her work has won numerous awards from most major design competitions including Cannes Festival, Graphis, European Excellence Awards, ADCE Awards e The One Club for Creativity. Graficalismo Design Studio was named digital agency and Agency of the year 2024 at Portugal Creativity Club.



Erik Lassche

CEO do Fullsix Portugal Group

Presidente de Júri de Digital

Erik Lassche é o CEO do Grupo Fullsix Portugal, a agência digital mais distinta do país, reconhecida pela WARC como a agência digital mais eficaz da. Juntou-se ao grupo em 2006 e auxiliou na integração no grupo Havas após a sua aquisição em 2015. Iniciou a sua carreira em marketing na Unilever, começando na China e depois em Portugal. Transitou para a Centralcer, onde foi responsável pela marca Sagres, antes de se juntar ao Grupo Fullsix.

Erik Lassche tem um MBA em Negócios Internacionais e Marketing pela Rijksuniversiteit Groningen (Países Baixos). É professor na NOVA School of Business Economics e é vice-presidente da APAP (Associação Portuguesa das Agências de Publicidade, Comunicação e Marketing).

Erik Lassche is the CEO of Fullsix Portugal Group, the country's most distinguished digital agency, recognized by WARC as Europe's #1 most effective digital agency. He joined the group in 2006 and assisted with its integration into the Havas group following its acquisition in 2015. He started his career in marketing at Unilever, beginning in China and then in Portugal. He moved to Centralcer, where he was responsible for the Sagres brand, before joining the Fullsix group.

Erik holds an MBA in International Business & Marketing from Rijksuniversiteit Groningen (Netherlands). He is a professor at NOVA School of Business Economics and is vice-president of APAP (Portuguese Association of Advertising, Communication, and Marketing Agencies).



Marcelo Lourenço

Cofundador e Diretor Criativo da Coming Soon

Presidente de Júri de Experiências de Marca

Marcelo Lourenço é publicitário e autor do famoso 'Filme do Avião', a campanha contra o racismo que se transformou no anúncio português mais visto na história do YouTube.

Em parceria com Pedro Bexiga, formou uma das duplas criativas mais premiadas do país, apelidada pela revista Briefing de 'Os Rocky Balboa da Publicidade'.

Em 2018, depois de 20 anos à frente das maiores agências multinacionais de Portugal, decidiu lançar a sua própria agência, a Coming Soon, eleita duas vezes a Agência Portuguesa Independente do ano pelo El Ojo de Iberoamérica, além de ser a primeira agência criativa a conquistar o Prémio El Ojo Emotion e a primeira agência nacional a ter uma campanha na capa do Epica Book.

Marcelo Lourenço também escreve livros infantis, é cartoonista e assina a coluna mensal “Corta para Packshot” na revista Marketeer.

Marcelo Lourenço is an advertising creative and the author of the famous 'Airplane Film'—an anti-racism campaign that became the most-watched Portuguese commercial in YouTube history.

Alongside his partner Pedro Bexiga, he formed one of the country's most awarded creative duos, once dubbed the "Rocky Balboas of Advertising" by Briefing magazine.

In 2018, after 20 years leading Portugal's major multinational agencies, he launched his own independent shop, Coming Soon. The agency has since been named "Portuguese Independent Agency of the Year" twice by El Ojo de Iberoamérica. It also holds the distinction of being the first creative agency to win the El Ojo Emotion award and the first Portuguese agency to have a campaign featured on the cover of the Epica Book.

Beyond advertising, Marcelo is a children's book author, a cartoonist, and writes the monthly column “Corta para Packshot” for Marketeer magazine.



Pedro Varela

Realizador na More Maria

Presidente de Júri de Craft

Pedro Varela formou-se no palco, primeiro como ator, depois como encenador. Esse contacto moldou o seu olhar e a forma de contar histórias. Entre viagens, países e diferentes períodos vividos fora de Portugal, entre o Rio de Janeiro e Los Angeles, o caminho levou-o naturalmente para trás da câmara.

De volta a Lisboa, com outro olhar e outro tempo, começou a escrever e a dirigir para cinema e TV séries e filmes que se tornaram referências por uma abordagem autoral, herdada do teatro e do trabalho íntimo com os atores. São dele, entre outras, a criação e direção das multipremiadas séries *Os Filhos do Rock* (2013) e *Esperança* (2022), vencedora do Globo de Ouro de melhor projeto de ficção.

A sua primeira longa-metragem “A Canção de Lisboa” foi o filme português mais visto em 2016. Em 2024 estreou nos cinemas do Brasil e Portugal “Vidro Fumê”, coprodução internacional que escreveu e dirigiu.

Desde o início da década de 2010, desenvolveu uma relação contínua e feliz com a publicidade, onde encontrou liberdade criativa, colaboração próxima com agências e diretores criativos. Assinou campanhas para grandes marcas, tornando-se referência também na publicidade nacional e internacional, conquistando o seu primeiro Leão em Cannes e vários prémios e grandes prémios nacionais com “Can’t Skip Us”, a multipremiada campanha do Turismo de Portugal, as marcantes campanhas do Lidl ou o inovador e singular Ídolo para a Samsung.

Recentemente estreou a série “Nazaré - Onde nascem gigantes”, em coprodução com a Red Bull Studios. A sua mais recente criação é a minissérie “AZUL”, com estreia marcada na Opto SIC para este ano.

Pedro Varela started his career on the stage, first as an actor and later as a director. That experience shaped his perspective and his way of telling stories. Between travels, countries, and different periods living outside Portugal—between Rio de Janeiro and Los Angeles—his path naturally led him behind the camera.

Back in Lisbon, with a new outlook and a different sense of time, he began writing and directing for cinema and television, creating series and films that became benchmarks for

their auteur approach, inherited from theatre and from an intimate way of working with actors. Among his works are the creation and direction of the multi-award-winning series Os Filhos do Rock (2013) and Esperança (2022), the latter winner of the Golden Globe for Best Fiction Project.

His first feature film, A Canção de Lisboa, was the most watched Portuguese film of 2016. In 2024, Vidro Fumê, an international co-production that he wrote and directed, premiered in cinemas in Brazil and Portugal.

Since the early 2010s, he has developed a continuous and rewarding relationship with advertising, where he found creative freedom and close collaboration with agencies and creative directors. He has directed campaigns for major brands, becoming a reference in both national and international advertising, earning his first Cannes Lion and several national awards and Grand Prix with Can't Skip Us, the multi-award-winning campaign for Turismo de Portugal, as well as the striking Lidl campaigns and the innovative and singular Ídolo for Samsung.

More recently, he premiered the series Nazaré – Onde nascem gigantes, co-produced with Red Bull Studios. His latest creation is the miniseries AZUL, set to premiere this year on Opto SIC.



Joana Duarte

Fundadora & Diretora Criativa da Kitchenette

Presidente de Júri Social & Conteúdos

Joana é fundadora da Kitchenette, uma agência criativa que liga marcas e food culture através de campanhas social-first. Com formação em publicidade e marketing, construiu o seu percurso entre marcas, agências e empreendedorismo, sempre com foco em estratégia, criatividade e comunicação digital.

Iniciou a carreira em departamentos de marketing de marcas como Motorola e Samsung, antes de passar para o lado das agências, integrando a Torke 2.0 e, mais tarde, a Leo Burnett / ARCWW (Publicis Groupe). Aí, ajudou a criar e liderou o departamento de social media e ativação digital como Head of Social, trabalhando marcas como Samsung Portugal, Heineken, Garnier e Beefeater Gin.

Mais tarde, como freelancer, desenvolveu consultoria de estratégia criativa para redes sociais e conteúdo para marcas como Worten, Startup Portugal (programa From Start to Table), Comissão para a Igualdade de Género e EatTasty.

Depois de lançar a Kitchenette em 2019 como um projeto híbrido ligado à gastronomia, Joana foi evoluindo a agência para um território mais amplo, onde a comida funciona como ponto de partida — não como uma limitação de setor. Hoje, lidera uma equipa que desenvolve ideias, conteúdo e campanhas para marcas que veem nas redes sociais um verdadeiro canal de criatividade, e não apenas de distribuição.

Joana is the founder of Kitchenette, a creative agency that connects brands and food culture through social-first campaigns. With a background in advertising and marketing, she has built her career across brands, agencies and entrepreneurship, always focused on strategy, creativity and digital communication.

She began her career in the marketing departments of brands such as Motorola and Samsung, before moving to the agency side, joining Torke 2.0 and later Leo Burnett / ARCWW (Publicis Groupe). There, she helped build and led the social media and digital activation department as Head of Social, working with brands including Samsung Portugal, Heineken, Garnier and Beefeater Gin.

Later, as a freelancer, she provided creative strategy consulting for social media and content for brands such as Worten, Startup Portugal (From Start to Table programme), Commission for Gender Equality and EatTasty.

After launching Kitchenette in 2019 as a hybrid project connected to gastronomy, Joana gradually evolved the agency into a broader territory, where food works as a starting point — not as a sector limitation. Today, she leads a team that develops ideas, content and campaigns for brands that see social media as a true space for creativity, not just distribution.