

## Nota Biográfica



André Jacques

---

André Jacques, natural do Porto, em 1975, é licenciado em Gestão e Pós-graduado em Marketing, tendo ainda frequentado algumas formações executivas ao longo da carreira. Após ter acumulado breves experiências profissionais, durante o seu percurso académico, na área da restauração, têxtil, imobiliária e banca, ingressou a Unicer em 2001 onde acumulou diversas funções na área de marketing e de projetos especiais. Destacam-se a participação enquanto team leader do patrocínio da Carlsberg ao UEFA EURO 2004 e da UEFA Cup Final 2005, bem como do lançamento da primeira marca de Sidra em Portugal, a DECIDER em 2006.

Mais tarde, assumiu a gestão da marca Água das Pedras e posteriormente a Direção de Marketing de Águas e Refrigerantes da Unicer, período onde sobressaem diversas inovações e reposicionamento, que alargaram as ocasiões de consumo e, construíram de forma permanente uma imagem moderna e sofisticada, de uma marca que se assumiu cada vez mais destacadamente líder e que faz parte de um estrito grupo de marcas representativas da Portugalidade. Neste período lançou ainda diversas inovações na marca Vitalis e relançou Vidago, uma iniciativa conjunta com o projeto hoteleiro: Vidago Palace. Todos eles projetos que acumularam prémios na área do design e comunicação, quer a nível nacional quer a nível internacional.

Em 2011 integrou o Grupo Carlsberg nas funções de CMO, na região do Sudeste Europeu, onde lançou e relançou várias marcas de bebidas, líderes e challengers no mercado da ex-jugoslávia, gerindo equipas de diversas nacionalidades e culturas que poucos anos antes haviam enfrentado fissões abruptas que redefiniram a geopolítica e os mercados daquela região. Realça-se neste período a obtenção dos melhores resultados financeiros e em quota de mercado, até à data, da organização que representou.



APQ – ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA A QUALIDADE

---

No final da missão pelos balcões, regressou à Unicer em 2014 onde assumiu a função de Diretor de Inovação e Serviços de Marketing Global, assumindo desafios que já materializaram o seu caminho para o mercado ou estão em vias de o fazer. Junta-se à Direção da Porto Business School em 2016, abraçando no mote “make change happen”, com o objetivo de ajudar à internacionalização da organização e da sua afirmação nas áreas da inovação e do empreendedorismo com vista ao impacto económico no ecossistema onde se insere.

Fazer acontecer carece de visão e execução, de rigor, mas também de alguma extroversão e informalidade, razão e coração, porque todos os prismas da vida têm vários matizes. Exemplo disso é a sua paixão por viajar, muitas vezes para locais inesperados tais como Albânia, Guatemala, Líbano ou Coreia do Norte.