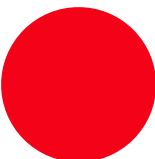


2026 - All Rights Reserved

PORT FOLIO

OLIVEIRA
 **NUNES**



PT **Transformo ideias em soluções criativas coesas que dão nas vistas.**

Self-taught illustrator turned brand and concept designer, freelance since 2022. My work has taken me from Portugal to Luxembourg, across payment processing, motorsports, luxury beauty, construction, and automotive. I believe design is a tool, not decoration a balance of looks, functionality, and intention, built on real strategy.

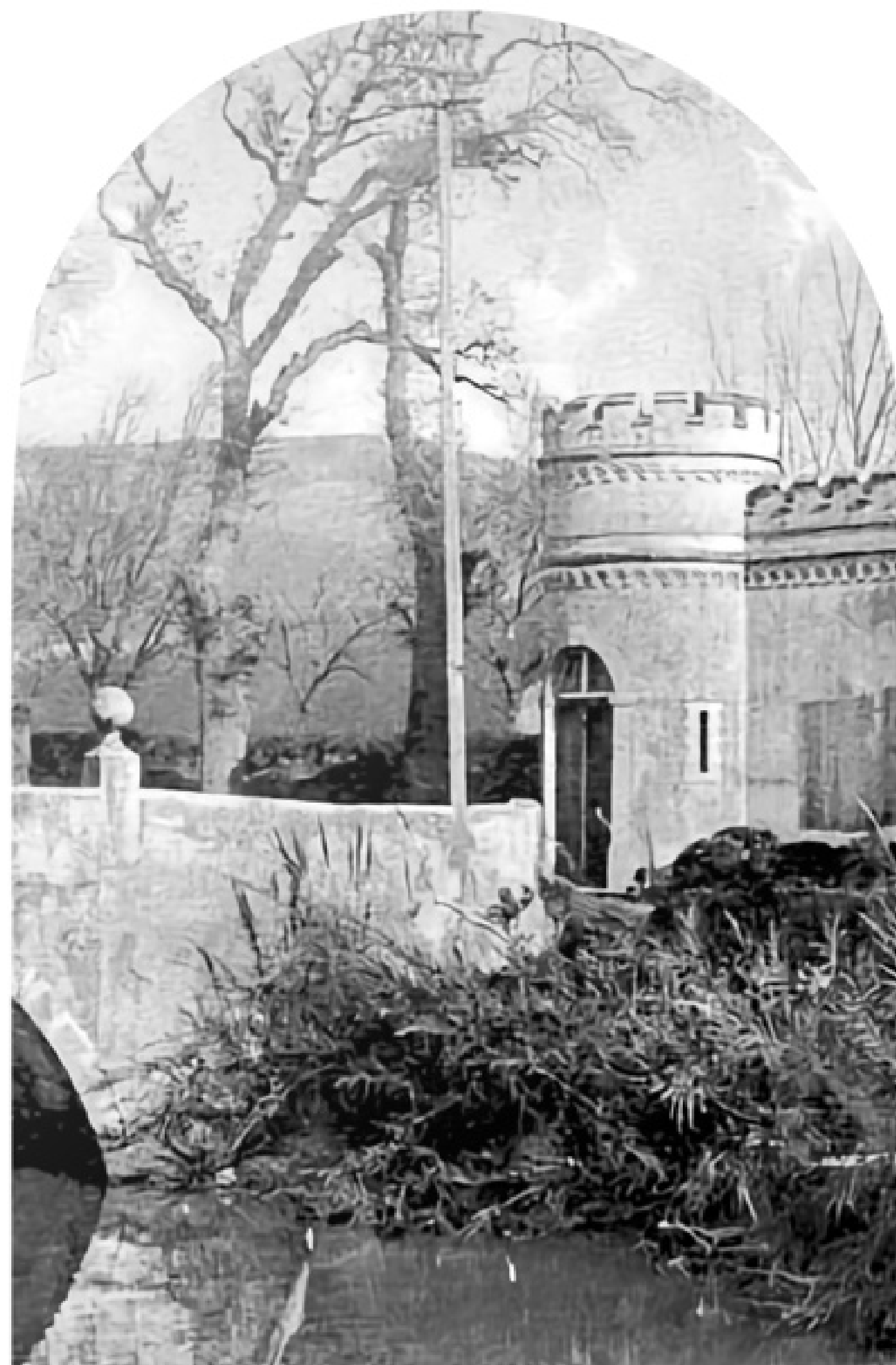
EN **I turn ideas into cohesive creative solutions that demand attention.**

Self-taught illustrator turned brand and concept designer, freelance since 2022. My work has taken me from Portugal to Luxembourg, across payment processing, motorsports, luxury beauty, construction, and automotive. I believe design is a tool, not decoration a balance of looks, functionality, and intention, built on real strategy.

2023

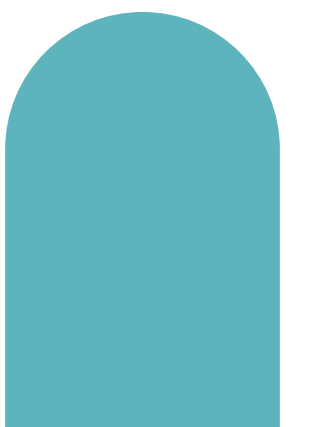
Luis Felipe Nunes

OPENING WINDOWS TO ALGÉS



PT **Algés é uma freguesia de Oeiras com forte identidade histórica, memória colectiva e um papel central de encontro comunitário na região. A identidade tinha de unir serviços muito diferentes, cultura, mobilidade, ambiente, avisos, debaixo de um único sistema reconhecível, sem se tornar um selo institucional preso ao passado.**

EN Algés is a parish in Oeiras with a strong historical identity, collective memory, and a central role as a community meeting point in the region. The identity had to unite very different services, culture, mobility, environment, alerts, under one recognizable system, without becoming an institutional seal stuck in the past.





A Solução

A investigação revelou o arco como elemento arquitectónico e social recorrente em Algés, presente em janelas, portas e no território. Reinterpretado como símbolo de abertura, tornou-se o motivo central do sistema, uma janela para o passado e para o futuro ao mesmo tempo.

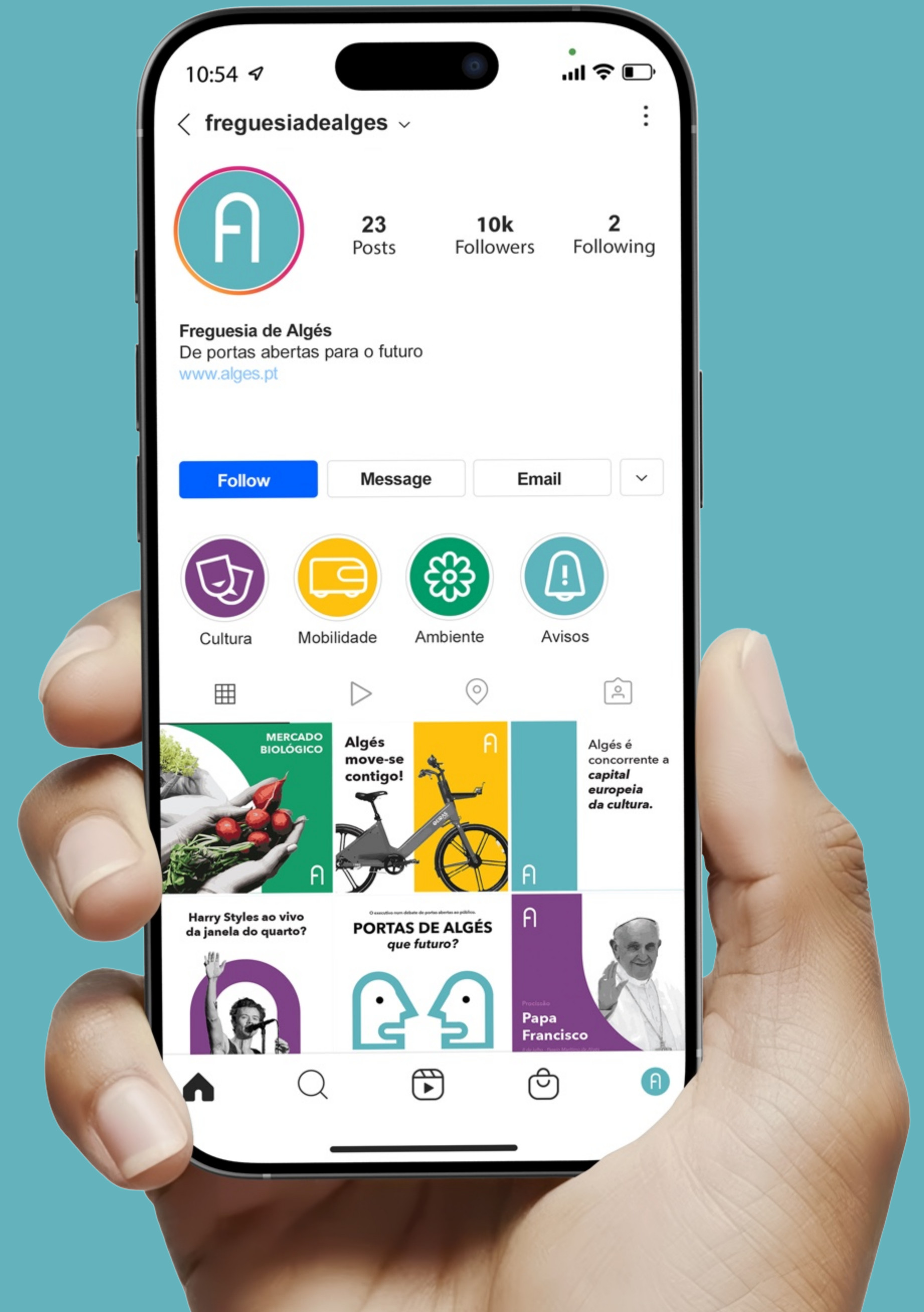
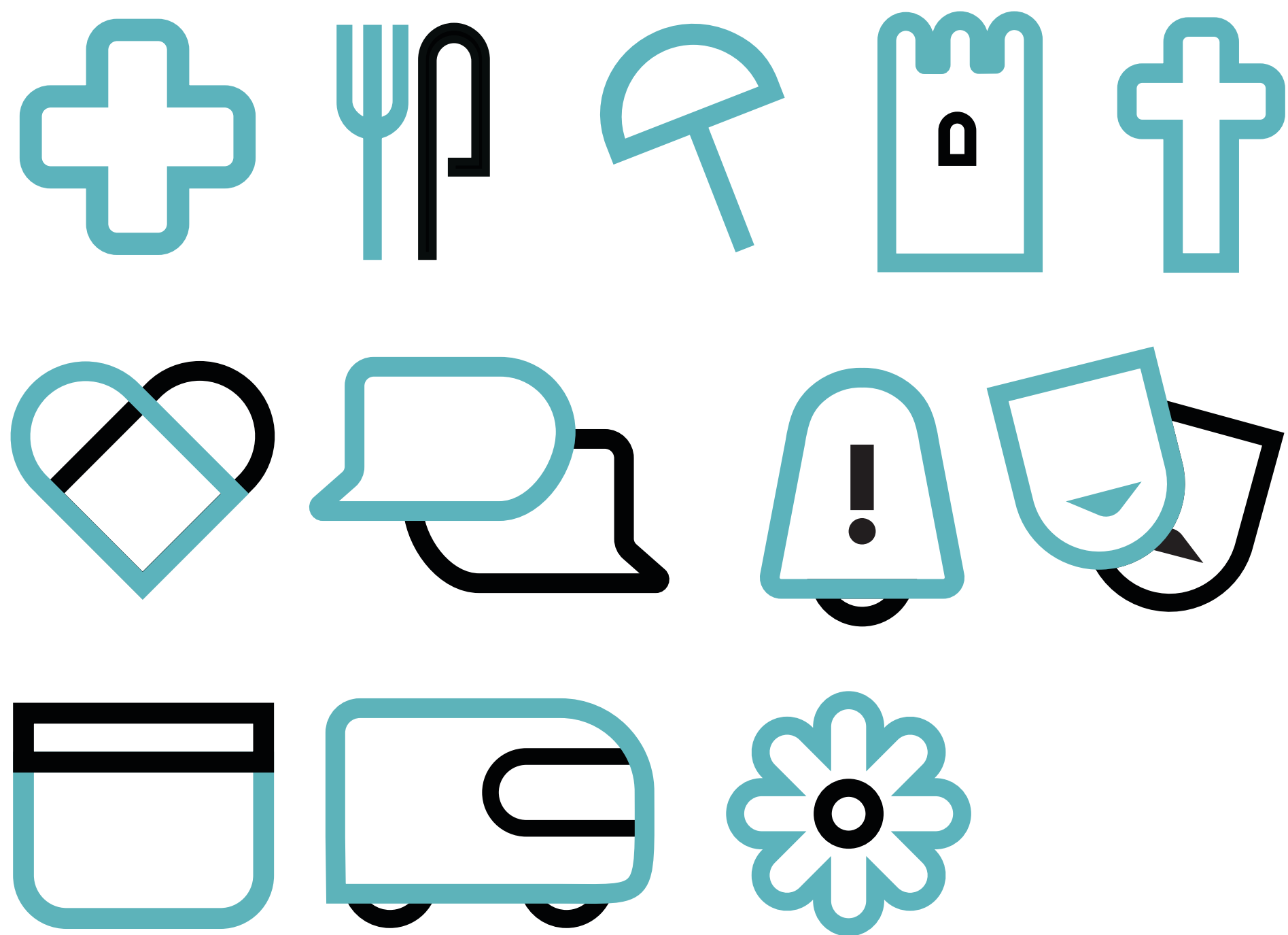


The Solution

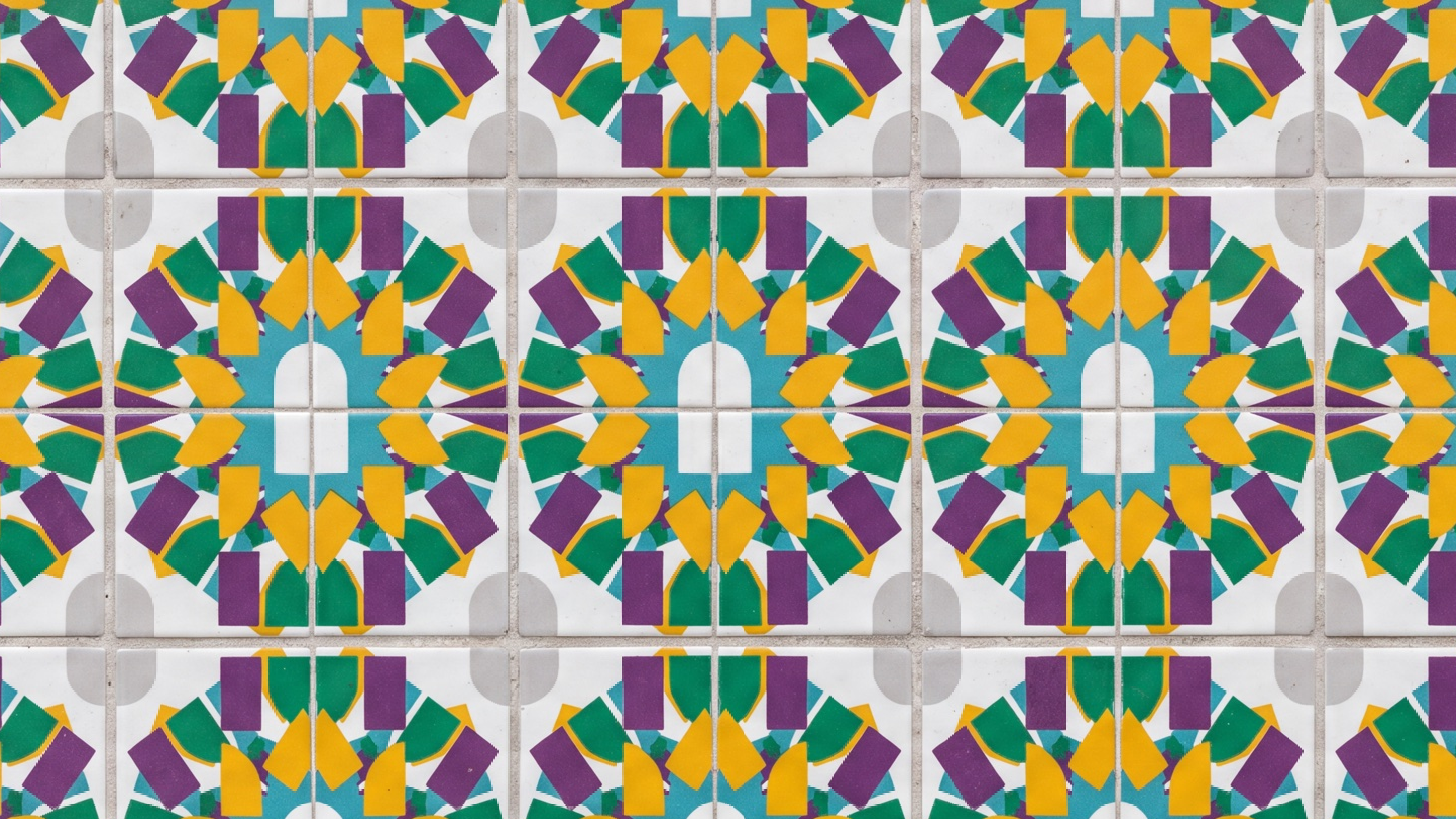
Research revealed the arch as a recurring architectural and social element throughout Algés, present in windows, doors, and across the territory. Reinterpreted as a symbol of openness, it became the system's central motif, a window onto both the past and the future.



noes







ALGÉS



**ALGÉS
AGORA
MOVE-SE
CONTIGO**

No âmbito do projeto Oeiras Move.





420

2025

420

— HOME IS ANYWHERE —

ALGÉS

OPEN WINDOWS
TO THE FUTURE

ALGÉS

420

2025

No 1º domingo de cada mês

MERCADO BIOLÓGICO



Jardim de Algés | 10 - 14 horas



PRAIA DE
ALGÉS



PARAGEM DO
ELÉTRICO



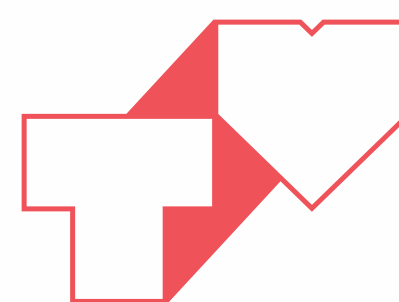
JARDIM DE
ALGÉS



2023

Luis Felipe Nunes
Daniela Cordeiro

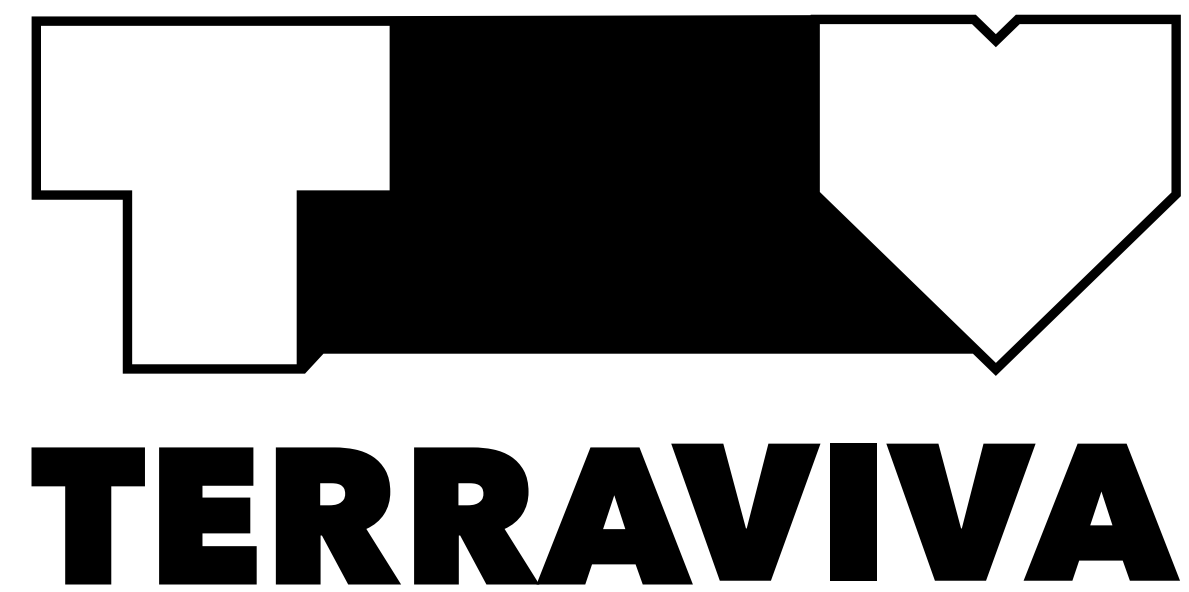
TER RA VI VA



PT **TerraViva é uma plataforma que liga entidades e criadores através de concursos de arquitectura e design. A identidade tinha de viver primeiro online, resistir a temas diferentes de concurso para concurso, e transmitir credibilidade internacional desde o primeiro contacto.**

EN TerraViva is a platform connecting entities and creators through architecture and design competitions. The identity had to live online first, hold up across different competition themes, and read as internationally credible from first contact.





TERRAVIVA

A SOLUÇÃO :

O T de "Terra" funde-se com um coração que é também um V de "Viva", carregando o conceito inteiro numa só forma. Essa simplicidade permitiu construir um sistema com variações de cor e aplicação, capaz de se adaptar a diferentes concursos sem perder reconhecimento nem credibilidade internacional.

THE SOLUTION :

The T of "Terra" merges into a heart that doubles as a V for "Viva", carrying the whole concept in a single shape. That simplicity made it possible to build a system with color and application variations, able to adapt across different competitions without losing recognition or international credibility.

TERRA



VIVA

**TERRA
VIVA**



**CALL OF
THE SEA**

TERRAVIVA



TED



TER
RA
VI
VA

THE CIVIC KIOSK





TERRA VIVA

Born under the guidance of the Californian architecture critic Richard Ingersoll, Terraviva started its journey as a didactic department at Politecnico di Milano, evolving in 2022 into a start-up currently accelerated by B4i - Bocconi for Innovation







STEFANO LARDERA

CEO & Co-founder @ Terraviva

stefano(at)terraviva.com
+39 338 129 6760

terravivacompetitions.com

2025

Luis Felipe Nunes

VC/

INFLUENCING , C

G , IN

A RIDING CLUB FOR BUSINESS MANAGERS



VC/

PT **BizzRiders é uma comunidade exclusiva para membros de conselhos de administração com interesse em desportos motorizados, nascida no Luxemburgo como espaço informal para ligar profissionais fora do contexto corporativo tradicional. A identidade tinha de soar credível a gestores de topo e ao mesmo tempo comunicar paixão por motociclismo, sem cair em clichê de marca de desporto nem parecer demasiado corporativa.**

EN BizzRiders is an exclusive community for board members with an interest in motorsports, born in Luxembourg as an informal space connecting professionals outside the traditional corporate setting. The identity had to sound credible to senior executives while still communicating a passion for motorsports, without falling into sports brand cliché or feeling too corporate.



The logo consists of the letters 'B' and 'R' in a bold, italicized, sans-serif font. A thick red diagonal line runs from the top right of the 'B' to the bottom right of the 'R', passing between the two letters.The word 'BIZZRIDERS' in a bold, italicized, sans-serif font. The letters 'B', 'I', 'Z', 'Z', 'R', 'I', 'D', 'E', 'R', 'S' are in a dark blue color, while the letters 'I', 'Z', 'Z', 'I', 'D', 'E', 'R', 'S' are in a light cream color. The entire word is set against a solid orange background.The word 'BIZZRIDERS' in a bold, italicized, sans-serif font. The letters 'B', 'I', 'Z', 'Z', 'R', 'I', 'D', 'E', 'R', 'S' are in a dark blue color, while the letters 'I', 'Z', 'Z', 'I', 'D', 'E', 'R', 'S' are in a light cream color. The entire word is set against a solid black background.

A SOLUÇÃO :

A solução equilibra dois registros que normalmente não coexistem, tipografia moderna, condensada e geométrica, aplicada com um tratamento visual que remete para estética vintage automóvel, grão fotográfico e paleta terracota envelhecida. O monograma B R aguenta essa tensão, simples o suficiente para escalar de favicon a sinalética de evento.

THE SOLUTION :

The solution balances two registers that don't usually coexist, modern, condensed, geometric typography applied with a visual treatment that leans into vintage automotive aesthetics, photographic grain, and an aged terracotta palette. The B R monogram holds that tension, simple enough to scale from favicon to event signage.



BIZZRIDERS

0 000 000
bizzriders.com

**PAULO
CAMPO**

PHONE: +352 000 000 000
E-MAIL: paulo@bizzriders.com

**PAULO
CAMPO**

PHONE: +352 000 000 000
E-MAIL: paulo@bizzriders.com



PC3

BIZZRIDERS

RIDING INFLUENCING CONNECTING  RIDING



NG

NG

IN

VC/



BIZZRIDERS



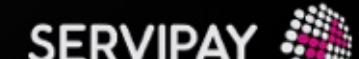
MORE THAN A RIDING CLUB

We're a **community** where bold thinkers connect, ride, and help elevate each other's next big move.



BIZZNESS meets RIDING

OUR PARTNERS



Where
BIZZNESS



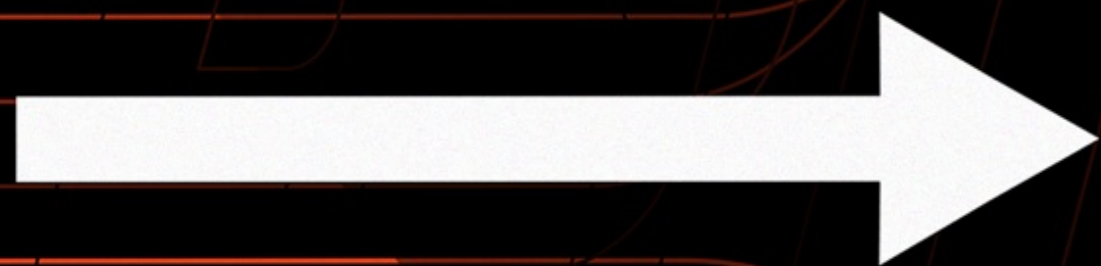
meets
RIDING

BIZZRIDERS



2026

SEASON OPENING
CONFERENCE



BIZZRIDERS



2023

Luis Felipe Nunes
Daniela Cordeiro
Maria Inês Estêvão

HELPING
OTHERS
HELP



PT **A Bolsa Social ONIS apoia famílias em situação de vulnerabilidade, oferecendo bolsas e recursos essenciais mesmo antes de existir um diagnóstico formal de necessidade. A identidade tinha de comunicar acolhimento e proximidade humana, sem parecer uma instituição fria, e ao mesmo tempo transmitir confiança suficiente para convencer doadores e parceiros a apoiar a causa.**

EN Bolsa Social ONIS supports families in vulnerable situations, offering grants and essential resources even before a formal diagnosis of need exists. The identity had to communicate warmth and human closeness, without feeling like a cold institution, while still building enough trust to convince donors and partners to support the cause.





Bolsa
Social
ONIS



A Solução

O símbolo de duas mãos a abraçar traduz esse acolhimento numa forma simples, capaz de se adaptar a papelaria, merchandising e materiais de agradecimento sem perder calor humano.

The Solution

The symbol of two hands embracing translates that warmth into a simple form, one that adapts across stationery, merchandise, and gratitude materials without losing its human warmth.

Bolsa
Social
ONIS







Rua Lino de Assunção, nº 24
2770-177, Páco de Arcos
Portugal

Segunda - feira, dia 9 de janeiro de 2022

Bolsa
Social
ONIS

**IADE - Faculdade de Design, Tecnologia e
Comunicação da Universidade Europeia**

Avenida Dom Carlos I, nº 4
1200-649, Lisboa
Portugal



Bolsa
Social
ONIS





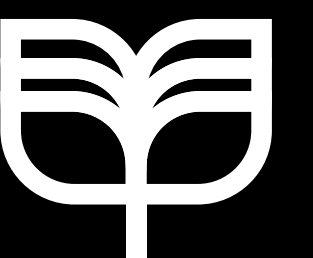


2026

STRONG WORK STRONG ROOTS

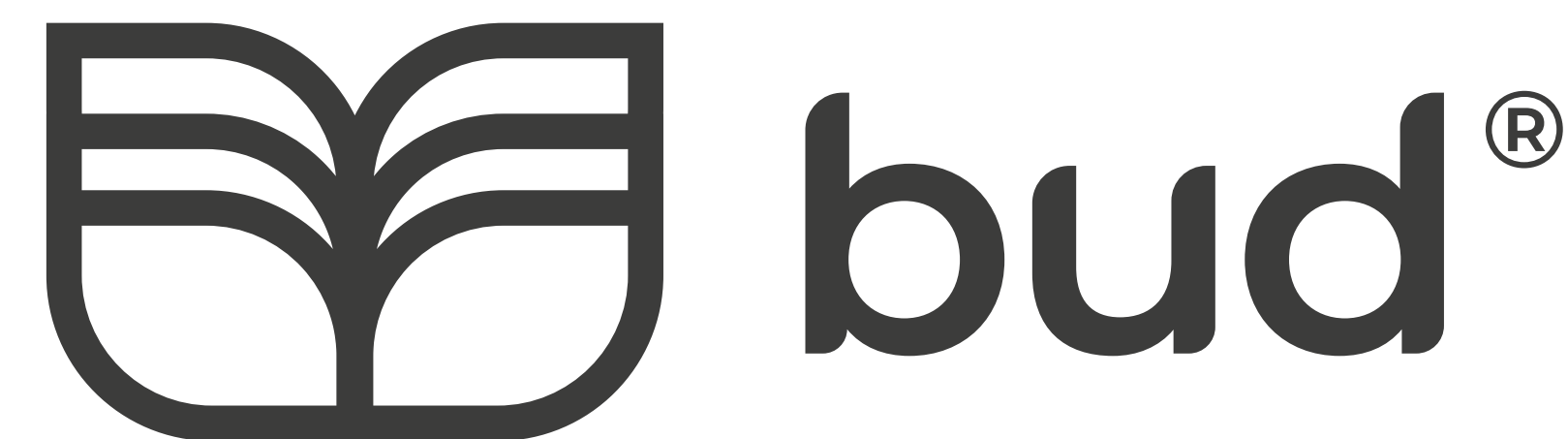
PT **O Bud é uma aplicação de hábitos que trata o crescimento pessoal como algo orgânico, não como uma lista de tarefas a cumprir. A maioria das apps de produtividade usa pressão e culpa para manter o utilizador ativo, por isso a marca precisava de uma linguagem visual e verbal que motivasse sem julgar.**

EN Bud is a habit app that treats personal growth as something organic, not a checklist to complete. Most productivity apps use pressure and guilt to keep users engaged, so the brand needed a visual and verbal language that motivates without judgment.





bud®

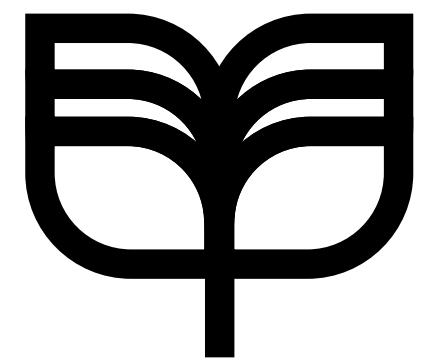


A Solução

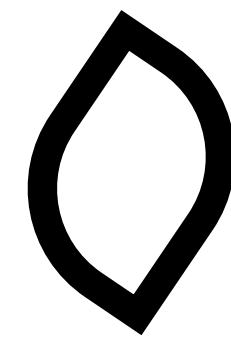
Um sistema de ícones em forma de planta acompanha o utilizador em cada estágio de progresso, e uma voz de marca calma, "Not here to impress, simply tryin' to grow", substitui a pressão por paciência.

The Solution

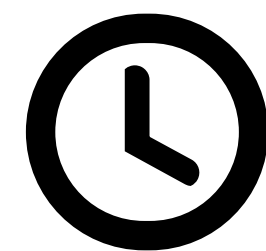
A system of plant shaped icons accompanies the user through each stage of progress, and a calm brand voice, "Not here to impress, simply tryin' to grow", replaces pressure with patience.



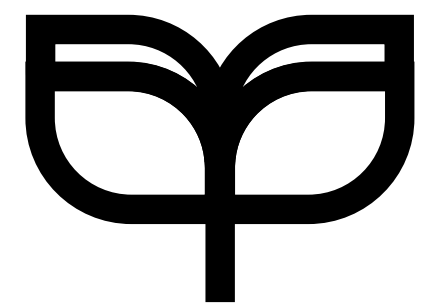
Plant Stage 4



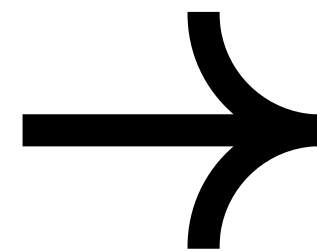
Seed



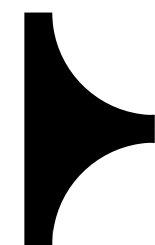
Reschedule



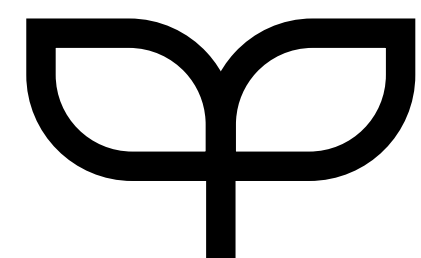
Plant Stage 3



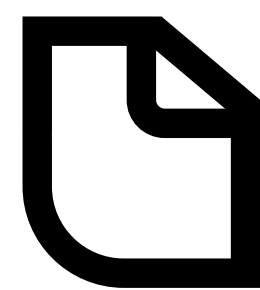
Arrow



Play



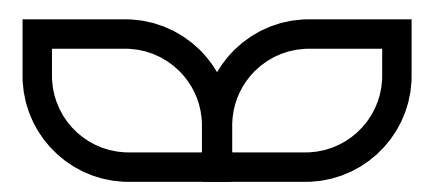
Plant Stage 2



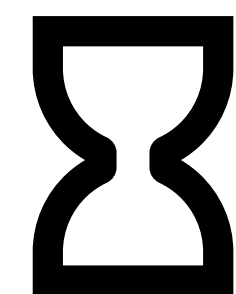
Notes



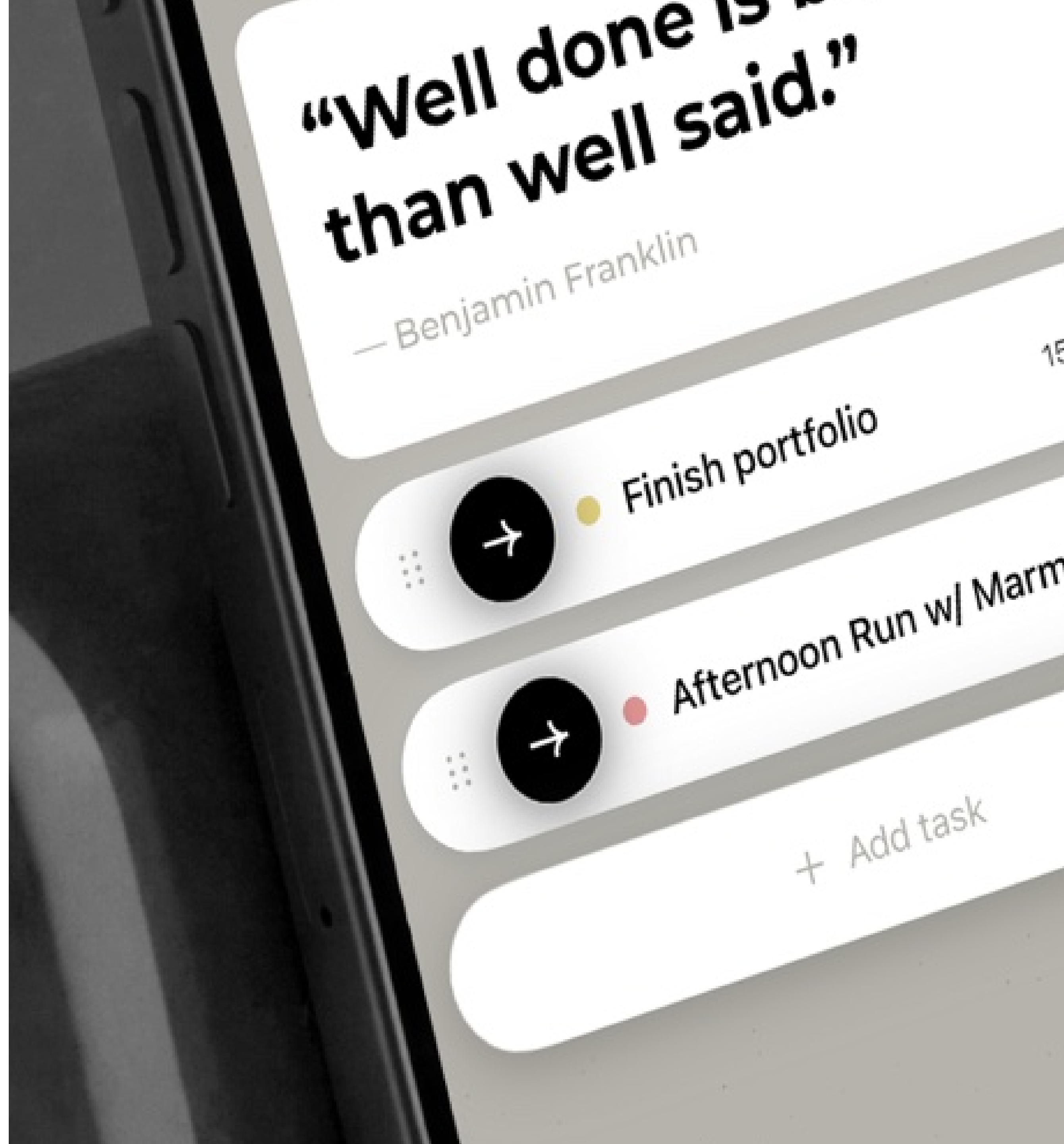
Pause



Plant Stage 1



Timer



Keep growing

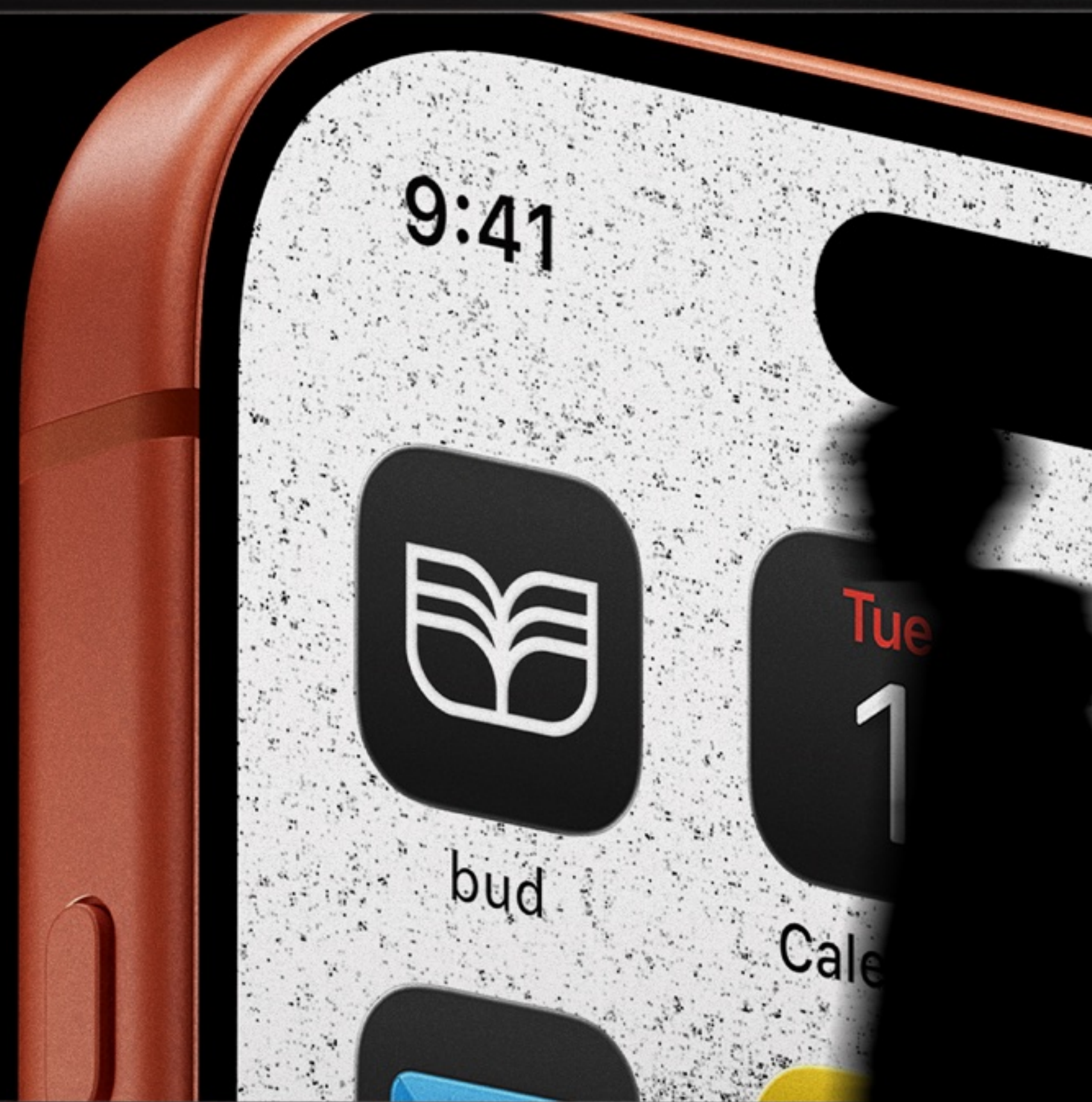


at your own pace

NOT
HERE TO
IMPRESS,



SIMPLY
TRYIN' TO
GROW.





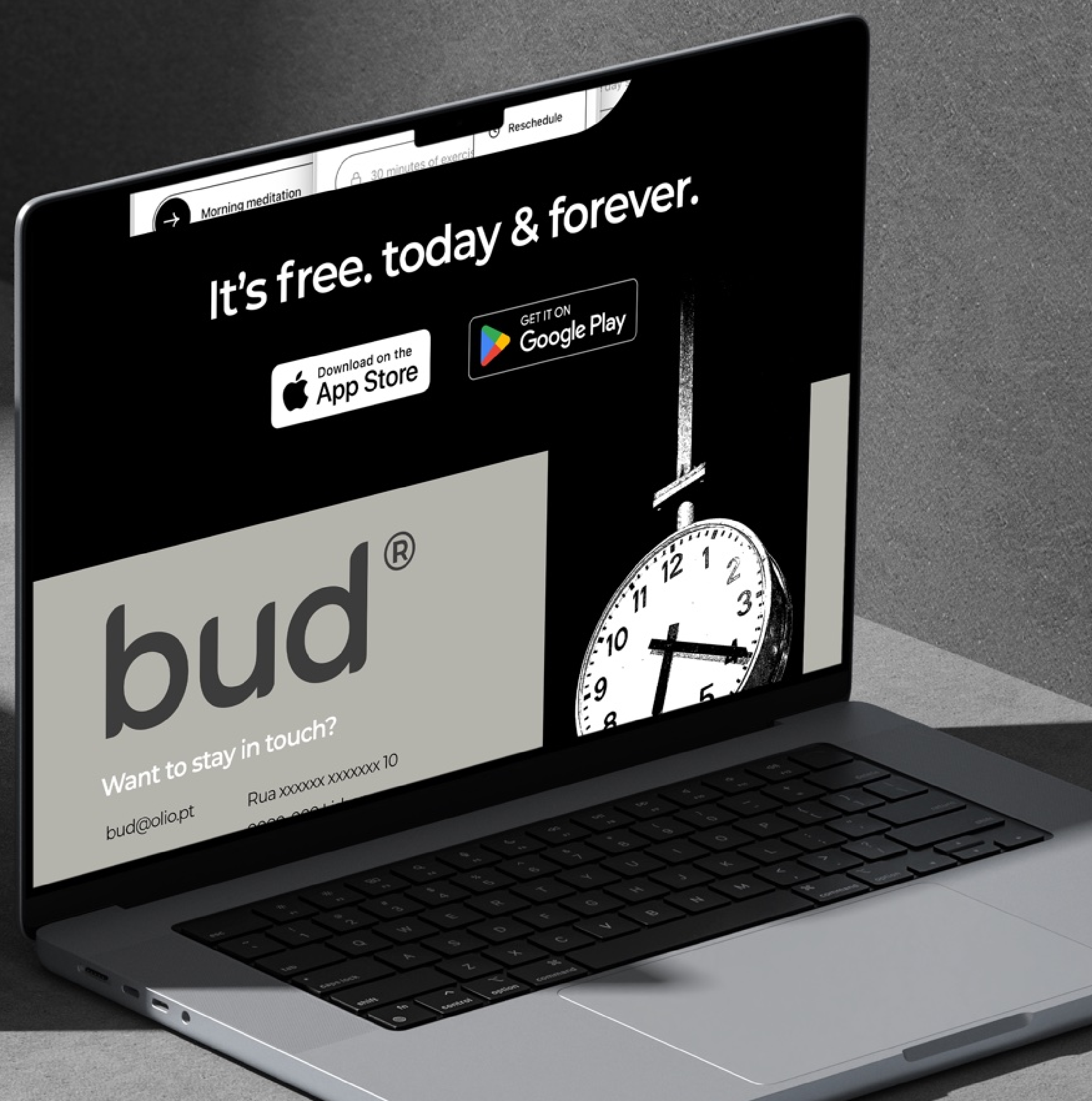
9:41



There's just
different stages
of growth

Does not mean you're behind.





2024

Luis Felipe Nunes
Daniela Cordeiro
Maria Inês Estêvão



USING BLOOD AS FOOD FOR DREAMS

PT **Este projeto foi apresentado pelo Hospital de São José, em Lisboa, e pelo Instituto Português do Sangue e da Transplantação. Constataram que o público mais jovem não estava a doar sangue com tanta frequência e que Portugal precisa de novos doadores e de doadores regulares. A doação de sangue não tem imagem simples de vender, a campanha tinha de tornar um gesto invisível em algo visualmente urgente, sem recorrer ao medo nem à estatística fria.**

EN This project was brought by Saint Joseph's Hospital in Lisbon and the Portuguese Institute of Blood and Transplantation. They noticed the younger public was not donating as often, and that Portugal needs new and regular donors. Blood donation has no easy image to sell, the campaign had to turn an invisible act into something visually urgent, without relying on fear or cold statistics.



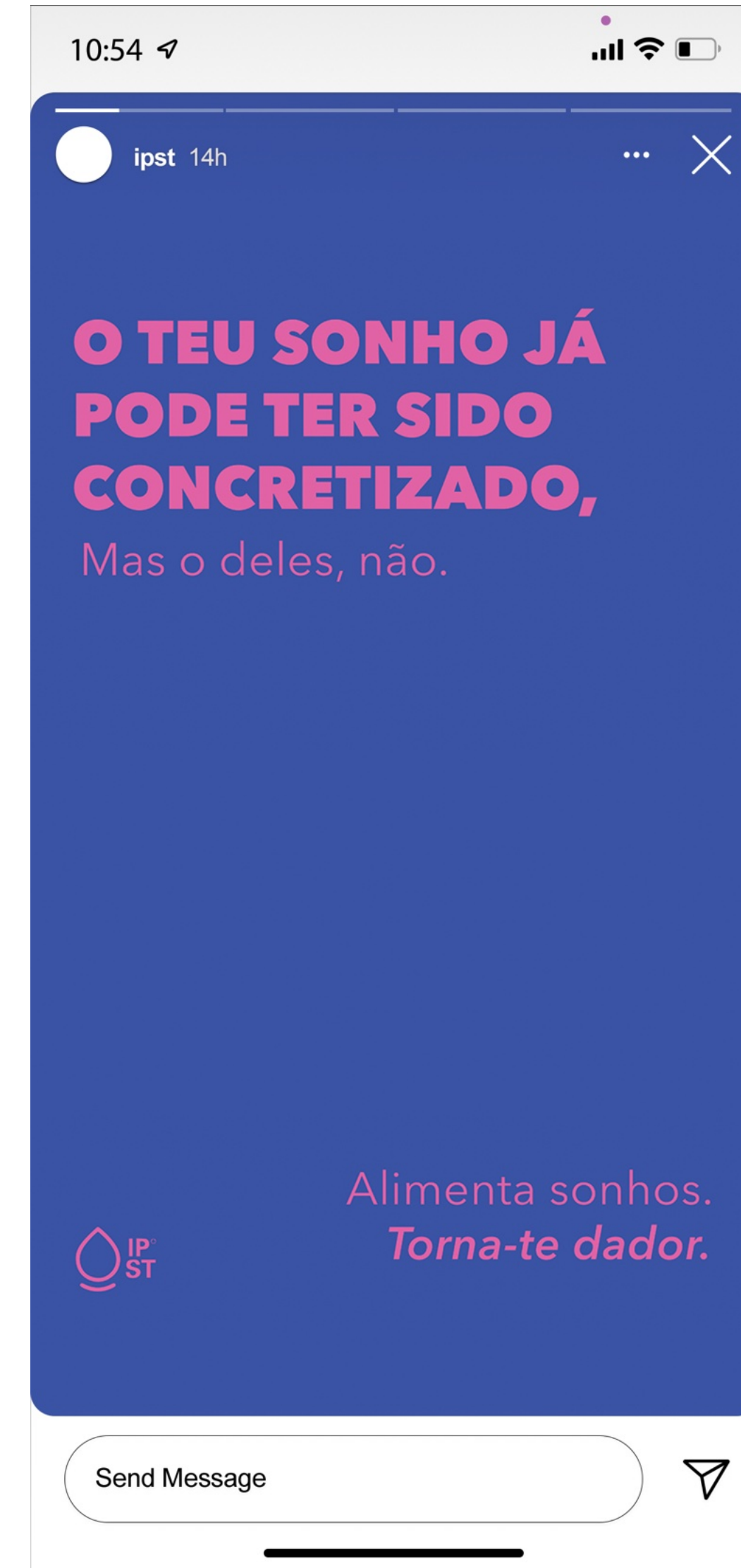
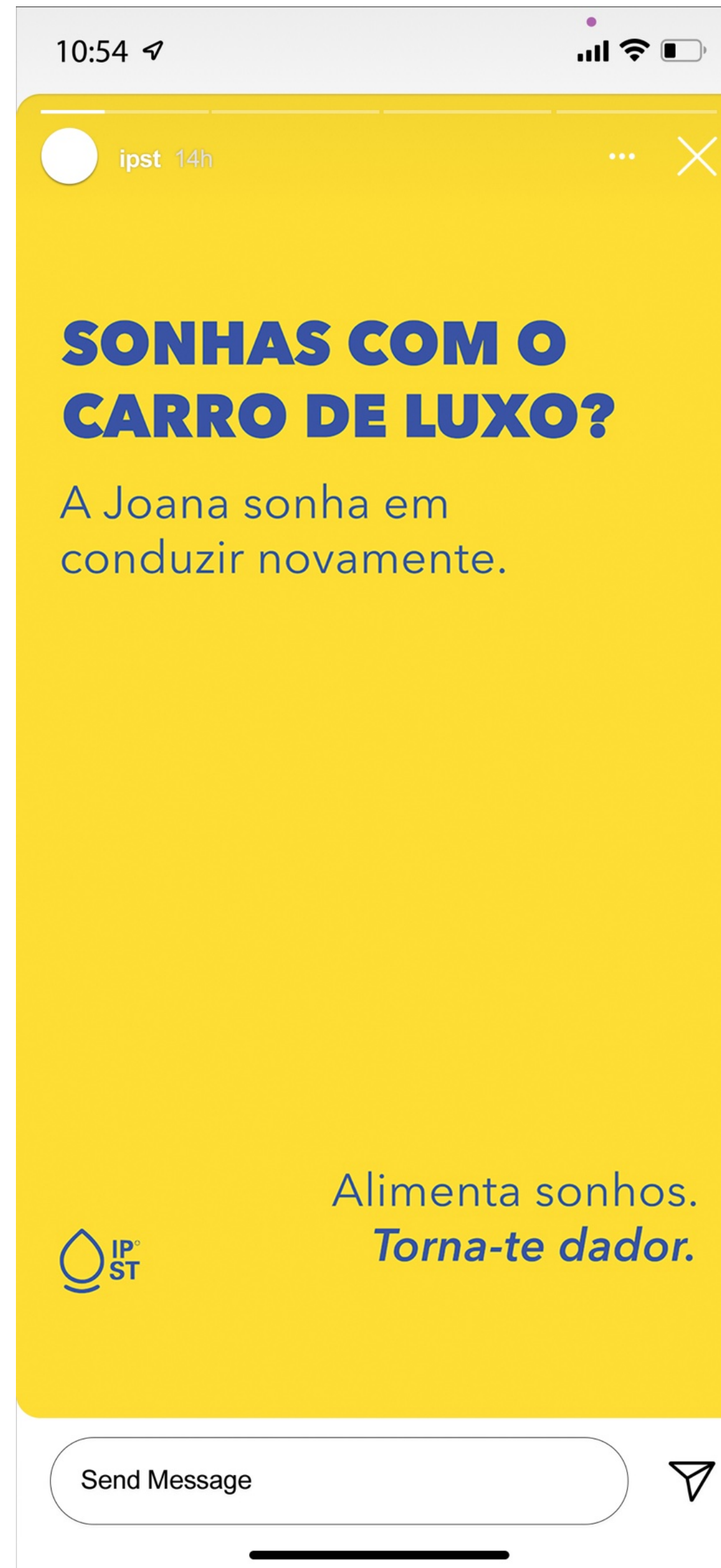
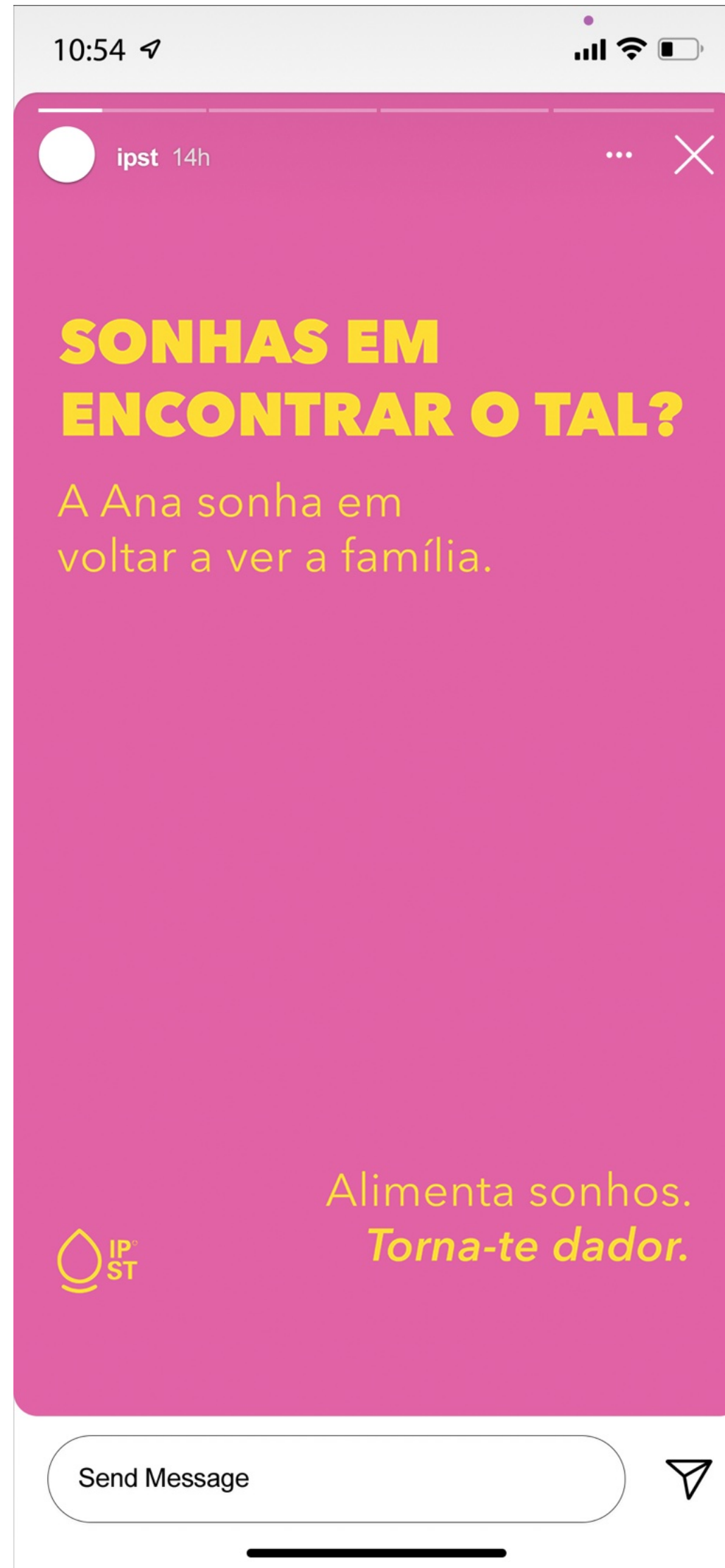
PHASE 1

PT

A primeira fase começou totalmente em ecrã, stories e redes sociais, dirigida a um público jovem que já não segue publicidade tradicional. As cores fortes competiam por atenção onde a rolagem é rápida e a memória curta.

EN

The first phase lived entirely on screen, stories and social media, aimed at a young audience that no longer follows traditional advertising. The bold colors competed for attention where scrolling is fast and memory is short.



PHASE 2

PT

A segunda fase saiu do ecrã para a rotina diária, do metro ao carrinho de compras, levando a mensagem a espaços onde a decisão de doar pode nascer sem aviso.

EN

The second phase moved off screen into daily routine, from the metro to the shopping cart, bringing the message into spaces where the decision to donate can arise without warning.

COM A TUA AJUDA,
**A MARIA AINDA PODE
SONHAR EM VER OS
SEUS FILHOS CRESCER**



*Alimenta sonhos, **torna-te dador.***

COM A TUA AJUDA,
**O JOSÉ AINDA
PODE SONHAR
EM PASSAR O
NATAL COM A
FAMÍLIA**

*Alimenta sonhos, **torna-te dador.***





COM A TUA AJUDA,
**A DANIELA
AINDA PODE
SONHAR EM
CELEBRAR OS
SEUS 18 ANOS**

*Alimenta sonhos, **torna-te dador.***



**TU PODES AJUDAR A
ALIMENTAR SONHOS.**

TORNA-TE DADOR



SPMS
Serviços Partilhados do
Ministério da Saúde



REPÚBLICA
PORTUGUESA
SAÚDE



SNS
Serviço Nacional
de Saúde



EVSECO

15

15

15

15

15

15

15

15

15

15

15

15

15

PHASE 3

PT

A terceira fase fechou o ciclo emocional, agradecendo a quem doou através de posters, toldos e objetos físicos, transformando um gesto anónimo numa relação de reconhecimento.

EN

The third phase closed the emotional loop, thanking those who donated through posters, awnings, and physical objects, turning an anonymous gesture into a relationship of recognition.

**O SANGUE
MANTÉM O
SONHO VIVO!**

**AQUI
ALIMENTAM-SE
SONHOS**



SPMS
Serviço Partilhado do
Ministério da Saúde



REPÚBLICA
PORTUGUESA
SAÚDE



SNS
Sistema Nacional
de Saúde



IPST



SPMS
Serviço Partilhado do
Ministério da Saúde



REPÚBLICA
PORTUGUESA
SAÚDE



SNS
Sistema Nacional
de Saúde



IPST

**A MARIA
AGRADECE
POR TERES
VINDO**

ALIMENTAR SONHOS!



UMA MENSAGEM

DE UM DADOR PARA TI

PT

Um cartão em branco entregue ao dador, para escrever uma mensagem a quem vai receber a sua dádiva. Sem assinatura, para manter o anonimato entre dador e receptor.

O QUE DIRIAS À PESSOA QUE RECEBER A TUA DÁDIVA?

*A minha vida foi salva por um dador,
espero que a minha dádiva te ajude também.*

***POR FAVOR NÃO ASSINES ESTE CARTÃO

EN

A blank card given to the donor, to write a message to whoever will receive their donation. Left unsigned, to keep donor and recipient anonymous.

KEEPING EYES WIDE OPEN

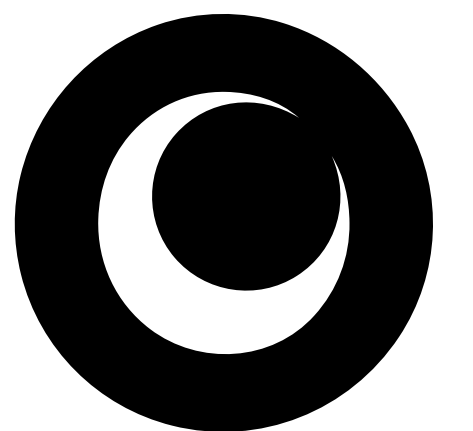
2026

Luis Felipe Nunes



PT **O OLIO é um coletivo de design independente criado para dar resposta a um mercado que exclui quem não tem experiência prévia em agência. A identidade precisava de comunicar observação constante e abertura, sem se tornar mais um logótipo de estúdio genérico.**

EN OLIO is an independent design collective created to respond to a market that excludes those without prior agency experience. The identity needed to communicate constant observation and openness, without becoming just another generic studio logo.





A Solução

Os dois O's tornam-se olhos, e as quatro peças do logótipo funcionam como módulos que se recompõem em qualquer formato, do favicon à esquina de um edifício.

OLIO



The Solution

The two O's become eyes, and the four pieces of the logotype work as modules that recombine across any format, from favicon to building corner.



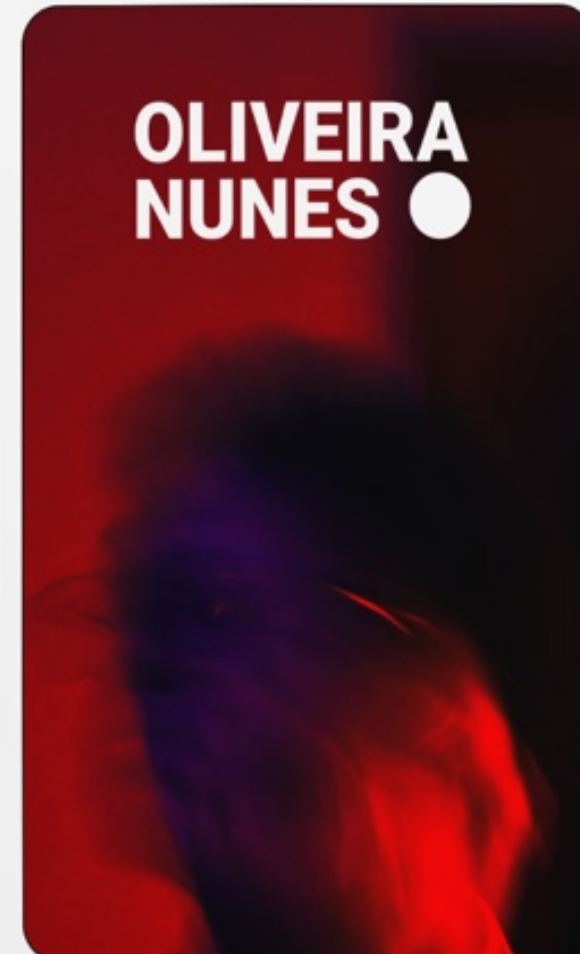
OLIO

WE CRAFT
DESIGN
FOR THE
LEADERS

Do you have a...
Company?
Project?
Concept?
Idea?

Let's talk,
we might be able to help.
geral@olio.pt

We're OLIO. Constant observation is part of us.



Independent design deserves a real home.

O OLIO nasce de uma convicção: o mercado criativo tradicional exclui quem não tem experiência prévia em agência, uma barreira que fecha a porta a recém-formados e a quem se desenvolveu como freelancer. O OLIO quebra esse ciclo. Sem competição interna. Sem gatekeeping. Uma classe de designers que se apoia mutuamente porque há espaço para todos. Skillsets diferentes, estilos diferentes, clientes diferentes.

04 ALIMENTO PARA SONHOS

06 ALGÉS

08 BIZZRIDERS

10 BIBLIOTECA DA MEIA-NOITE

12 ATELIER EVA MORIM

14 BÁLTICO MOBILIÁRIO

16 NISSAN QASHQAI

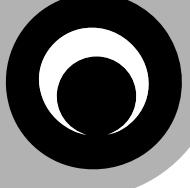
18 CAFETERIA UNIVERSITÁRIA



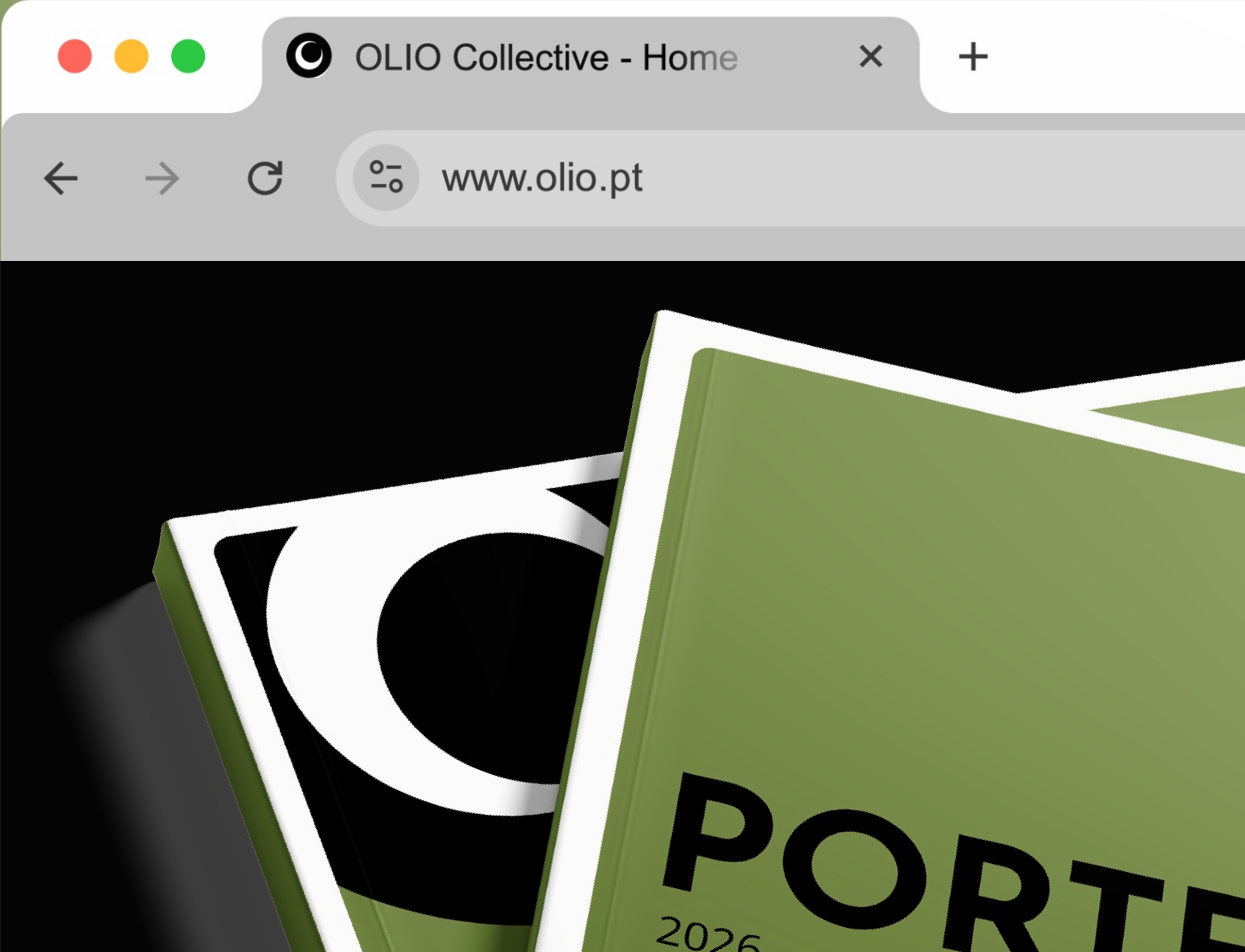
FINANCES

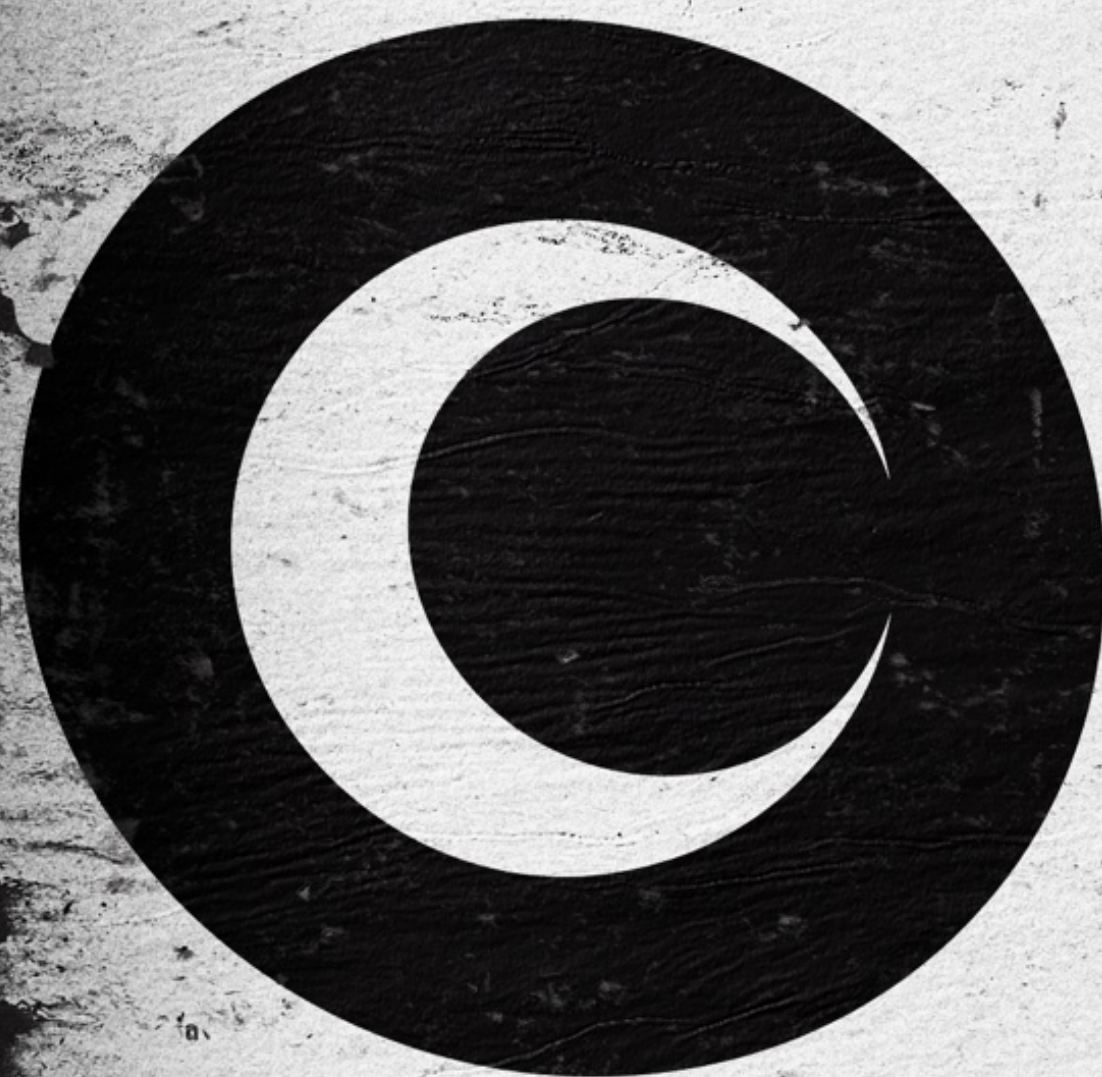


CLIENTS &
LEADS



PORTFOLIO





**WE CRAFT
DESIGN
FOR THE
DREAMERS**



PŌE

OS

OLIOS

NISTO

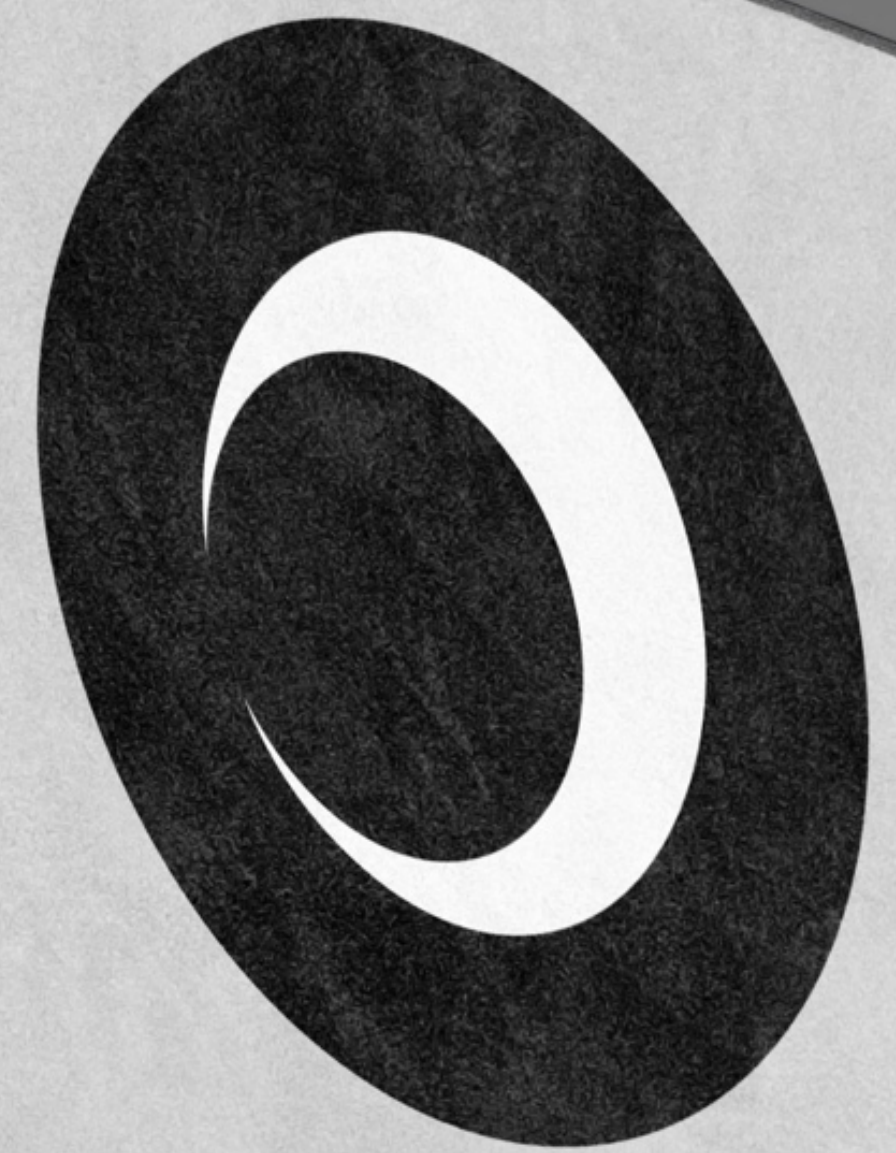
A weekly series by OLIO Collective with the purpose of showcasing amazing independent designers.



DEIGN



GREAT IDEAS,
JUST AROUND
THE CORNER



DESIGN / CON

CREATED TO HELP
THOSE WHO DARE
TO TRY!

About us

Contact Us

Handpicked
Professionals
For Each Project



Transparency &
Fair Billing

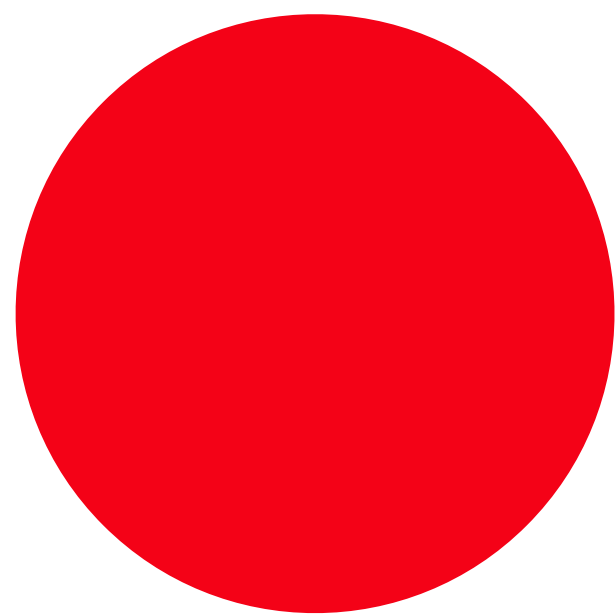


Personalized
Strategies



DESIGN / CON

THANK YOU



2026

*Lisbon Based
Available Worldwide*

Luís Oliveira Nunes

*hello@oliveiranunes.xyz
@iamoliveiranunes*

+ info

