

11. ■■■■■

DESENHAR A EXCELÊNCIA: A MARCA CELSO DE LEMOS DESIGNING EXCELLENCE: THE CELSO DE LEMOS BRAND

● *Marlene Ribeiro*

Professora Adjunta Convidada Invited Assistant Professor | marlenefribeiro@ua.pt
ORCID iD · 0000-0003-0055-9851 | Ciência ID · EB1D-BC3F-D8E7



“A heráldica oferece um corpo de pensamento e terminologia relevantes para os criadores de marcas modernas. Entre as ideias úteis está o conceito de simplicidade.”

Mollerup (1997, p.20)

Celso de Lemos é uma marca registada em Portugal desde 2008¹, com desenho Providência Design², e proteção legal internacional desde 2022³. Orgulhosamente Made in, made by, made of Portugal, exporta 97% da sua produção e está presente em 61 países. A Celso de Lemos iniciou atividade em 1977 em Viseu, de onde é natural o fundador, engenheiro têxtil formado na Bélgica e que empresta o nome à marca (Freitas, 2020).

A procura da excelência orientou desde sempre a estratégia de negócio. Aliando uma criteriosa seleção de matérias-primas (com destaque para o certificado e raro algodão de fibra extra longa Giza 70 do Egito) ao controlo de todo o ciclo de produção e qualidade (desde a transformação em fio, ao tecido e confeção), conseguiu um excecional equilíbrio entre delicadeza e durabilidade que posiciona os têxteis Celso de Lemos no segmento de luxo, entre os melhores do mundo em tapetes de banho (Habidecor), toalhas de banho (Abyss) e roupa para cama (Celso de Lemos).

A paixão de Celso de Lemos pela região do Dão motivou a construção da Quinta de Lemos em 1997 (projeto de arquitetura de José Perdigão) para produção de vinhos monocasta e blend de alta qualidade (enólogo Hugo Chaves) e que também acolhe a Mesa de Lemos (projeto de arquitetura de Carvalho Araújo com interiores de Nini Andrade Silva e direção do chef Diogo Rocha, estrela Michelin desde 2019).



“Heraldry offers a body of thought and terminology that is relevant to the creators of modern trademarks. Among the useful ideas is the concept of simplicity.”

Mollerup (1997, p.20)

Celso de Lemos is a brand registered in Portugal since 2008¹, with design by Providência Design² and has enjoyed international legal protection since 2022³. Proudly Made in, made by, made of Portugal, exports 97% of its production and is present in 61 countries. Celso de Lemos began operating in 1977 in Viseu, where the founder, a textile engineer trained in Belgium who lends his name to the brand, was born (Freitas, 2020).

The pursuit of excellence has always guided the business strategy. Combining a careful selection of raw materials (notably the certified and rare extra-long staple Giza 70 cotton from Egypt) with control over the entire production and quality cycle (from the transformation into yarn to the fabric and manufacturing), it has achieved an exceptional balance between delicacy and durability that positions Celso de Lemos textiles in the luxury segment, among the best in the world in bath rugs (Habidecor), bath towels (Abyss), and bed linen (Celso de Lemos).

Celso de Lemos' passion for the Dão region led to the construction of Quinta de Lemos in 1997 (architectural project by José Perdigão) to produce high-quality single varietal and blend wines (winemaker Hugo Chaves), also hosting Mesa de Lemos (architectural project by Carvalho Araújo with interiors by Nini Andrade Silva and led by chef Diogo Rocha, Michelin-starred since 2019).

Invited to define the communication strategy for the group's brands and their specific applications (packaging,



Convidado a definir a estratégia de comunicação das marcas do grupo e respetivas aplicações específicas (embalagens, rótulos, sinalética), Francisco Providência propôs Celso de Lemos como marca unificadora e uma representação declinada desta, às restantes Abyss & Habidecor, Quinta de Lemos e Mesa de Lemos. Enfatizando no símbolo o argumento semântico presente no escudo do brasão de família, exhibe *quadrifólio* (quatro luas crescentes compostas em cruz grega) associado ao nome de cada marca em Scala Sans regular (fonte humanista desenhada por Martin Majoor para a FontShop International em 1993). O conjunto apresenta-se elegante e depurado a uma cor – preto, branco ou ouro (nos rótulos de vinho, a paleta aumenta por atribuição cromática a cada casta).

Na sua versão principal (horizontal estendida) exhibe o símbolo à esquerda elevado da baseline com o centro alinhado ao topo das ascendentes do nome (exceção para Abyss & Habidecor que recorre ao símbolo para separar os dois nomes).

A gestão do Design na Celso de Lemos manifesta-se na forma ótima, comunicação depurada e posicionamento estratégico no mercado, confirmando ser um aliado sábio para a empresa (Ribeiro & Providência, 2024) e motor de valorização económica, social e criativa do território através da marca (Ribeiro, 2021).

labels, signage), Francisco Providência proposed Celso de Lemos as the unifying brand, and a derived version of it for the remaining Abyss & Habidecor, Quinta de Lemos and Mesa de Lemos. Emphasising in the symbol the semantic argument present in the shield of the family coat of arms, it displays a quatrefoil (four crescent moons composed in a Greek cross) associated with the name of each brand in Scala Sans regular (humanist font designed by Martin Majoor for FontShop International in 1993). The overall identity is elegant and reductive, presented in a single colour –black, white or gold (on the wine labels, the palette increases by chromatic attribution to each grape variety).

In its main version (extended horizontal), it displays the symbol on the left, raised from the baseline, with its centre aligned to the top of the ascenders of the name (with the exception of Abyss & Habidecor, which uses the symbol to separate the two names).

Design management at Celso de Lemos is expressed in optimal form, reductive communication and strategic market positioning, confirming Design as a wise ally for the company (Ribeiro & Providência, 2024) and a driver of the territory's economic, social and creative value through the brand (Ribeiro, 2021).

Abyss  Habidecor
FINEST TOWELS & RUGS · PORTUGAL

 Celso de Lemos
PORTUGUESE EXCELLENCE

Recebemos na segunda edição do Encontro da Indústria com o Design na Universidade de Aveiro, em 2025, Pierre de Lemos. Representando a segunda geração dos Lemos à frente dos negócios da família, resumiu a excelência da Celso de Lemos com simpatia, sorriso no rosto e paixão na voz que lhe denuncia a origem belga: *Simplicité et qualité mon ami, c'est ça*.

- 1 Marca Nacional n.º 436474 registada no Instituto Nacional de Propriedade Industrial.
- 2 Escritório de Design do Porto desde 1985, www.providenciadesign.com
- 3 Marca da União Europeia n.º 18619341 registada na EUIPO European Union Intellectual Property Office e WIPO World Intellectual Property Organization com proteção garantida no Canadá, China, Federação Russa e Estados Unidos da América.

Freitas, R. (2020, March 17). *Fabrico Internacional: Celso de Lemos* [Broadcast]. RTP Rádio Televisão Portuguesa. <https://www.rtp.pt/play/p6943/e462269/fabrico-internacional>

Mollerup, P. (1997). *Marks of excellence: the history of trademarks*. Phaidon.

Ribeiro, M. (2021). Design da marca como mediação territorial dos agentes científico, económico e político [PhD thesis, Universidade de Aveiro]. <http://hdl.handle.net/10773/33348>

At the second edition of the Meeting of Industry with Design at the Universidade de Aveiro, in 2025, we welcomed Pierre de Lemos. Representing the second generation of the Lemos family at the helm of the family businesses, he summed up Celso de Lemos's excellence with warmth, a smile on his face and a passion in his voice that reveals his Belgian origin: *Simplicité et qualité mon ami, c'est ça*.

- 1 National Trademark no. 436474 registered at the Instituto Nacional de Propriedade Industrial.
- 2 Design Studio from Porto since 1985, www.providenciadesign.com
- 3 European Union Trademark no. 18619341 registered at the EUIPO European Union Intellectual Property Office and WIPO World Intellectual Property Organization with guaranteed protection in Canada, China, Russian Federation and United States of America.

Ribeiro, M., & Providência, F. (2024). Design Management: the strategic wise ally for businesses. In D. Raposo, J. Neves, R. Silva, L. C. Castilho, & R. Dias (Eds.), *Advances in Design, Music and Arts III: 9th International Meeting of Research in Music, Arts and Design, EIMAD 2024, June 27–29, 2024, Castelo Branco, Portugal - Volume 2* (Vol. 2, pp. 431–442). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-74975-9_33