



Relojoaria portuguesa de confiança

A Celsus é uma marca de relojoaria portuguesa com 65 anos de história. Filipe Rocha é o filho do fundador e atual sócio-gerente, cuja visão impulsionou a marca em solo português e além-fronteiras.



Na génese da empresa está a experiência do seu pai, Adelino Teixeira da Rocha que foi, durante 20 anos, joalheiro e só depois progrediu em direção aos relógios. Nos anos 70 compravam-se os relógios a quem viesse a Portugal vender, onde havia um mercado muito amplo. Foi então que o nosso entrevistado iniciou funções e começou a ir ao estrangeiro comprar relógios, para obter exclusividade. A partir daí começaram a crescer no mercado nacional, com uma certa dificuldade pelo facto dos portugueses tendencialmente apreciarem mais o que é estrangeiro. No entanto foram trabalhando outros campos, nomeadamente a assistência, que era uma lacuna a nível nacional e que foi uma das bases do seu crescimento.

“Os clientes começaram a ver que não éramos apenas mais um e aí o nosso crescimento deu-se rapidamente. Depois abordámos outros mercados, exportando para o Luxemburgo e, mais recentemente, de há sete anos para cá, E.U.A., Canadá, Angola, Inglaterra, França e São Tomé e Príncipe”, enumera o dirigente. A partir daí, impuseram-se no mercado nacional, por começarem a usar a designação «Celsus by Portugal» e também no mercado internacional, já que o imigrante traz o relógio com o à vontade necessário, fruto da assistência técnica de excelência. Para além disso, a marca distingue-se pela relação qualidade/preço e o design sempre muito moderno.

A honestidade, a capacidade de aguentar as adversidades do mercado e o arrojo que colocam na atividade, procurando andar sempre à frente da concorrência, são os

segredos do sucesso evidenciado nestes 65 anos e que fazem da Celsus uma referência no setor. O desenvolvimento dos modelos dos relógios é feito pelos fornecedores e a empresa, ao selecionar o que acha mais indicado para o mercado, cria assim uma coleção. Um dos objetivos passa também por realizar, com a parceria de uma designer, alguns modelos próprios com fabrico em Portugal.

Hoje com sete colaboradores, a Celsus mantém uma estrutura muito familiar. A experiência tem dado conta do recado e visitam essencialmente duas feiras do setor, a de Basileia e de Hong-Kong, enquanto compradores. Como expositores, já estiveram presentes na feira de Las Vegas, Madrid, PortoJoia, Iconic ou Exposalão Batalha.

Para o futuro, a ambição é cimentar o trabalho que até hoje tem distinguido a marca, aliando a pretensão de se afirmar cada vez mais nos mercados em que está presente. "No horizonte está inclusivamente a tentativa de internacionalização em mais alguns países estratégicos como Moçambique e países sul-americanos", adianta o gerente.



Celsus 
by Portugal


Mathey-Tissot

