EDIÇÃO 88 · MATÉRIA DE CAPA

Michael Xavier, CELADON

“From personal reinvention to building a new view of Brazilian luxury. In four years of operation, completed this November, an independent brand won over Iguatemi São Paulo and became sought after by the great international maisons.”

SÃO PAULO / NOVA YORK — A YOUR Magazine (edição comemorativa de 10 anos) apresenta na Edição 88 Interativa a pauta especial "Michael Xavier, CELADON", dentro da editoria Matéria de capa. “Da reinvenção pessoal à construção de um novo olhar sobre o luxo brasileiro. Em quatro anos de loja, completados neste mês de novembro, uma marca independente conquistou o Iguatemi São Paulo e passou a ser disputada pelas grandes maisons internacionais.”

“Da reinvenção pessoal à construção de um novo olhar sobre o luxo brasileiro. Em quatro anos de loja, completados neste mês de novembro, uma marca independente conquistou o Iguatemi São Paulo e passou a ser disputada pelas grandes maisons internacionais.”

O MENINO QUE TROCOU A CERTEZA PELA CORAGEM

VOCÊ SAIU DE CASA AOS 13 ANOS PARA TRABALHAR E NUNCA MAIS VOLTOU A MORAR LÁ. O QUE, NA PRÁTICA, TE LEVOU A UMA DECISÃO TÃO MADURA TÃO CEDO, E O QUE ELA TE ENSINOU QUE NENHUMA FACULDADE ENSINARIA?

ANTES DA CELADON, VOCÊ PASSOU POR C&A, RENNER, M. OFFICER, TNG E CARLOS MIELE. O QUE CADA UMA DESSAS EXPERIÊNCIAS DEIXOU DE MARCA NA FORMA COMO VOCÊ HOJE PENSA CURADORIA E EXPERIÊNCIA DE COMPRA?

QUAL FOI O MOMENTO EM QUE VOCÊ PERCEBEU QUE A MESA POSTA PODIA OCUPAR UM ESPAÇO MUITO MAIOR NO MERCADO DE LUXO BRASILEIRO DO QUE OCUPAVA ATÉ ENTÃO?

A CELADON NASCEU POUCO ANTES DA PANDEMIA, UM DOS PERÍODOS MAIS INCERTOS DA HISTÓRIA RECENTE. COMO FOI DECIDIR EMPREENDER JUSTAMENTE ALI, E O QUE TE DEU SEGURANÇA PARA SEGUIR EM FRENTE?

EM QUATRO ANOS, A MARCA SAIU DA ALAMEDA JAÚ PARA O SHOPPING IGUATEMI, UM DOS ENDEREÇOS MAIS DISPUTADOS DO PAÍS. O QUE MUDOU, DE FATO, NA OPERAÇÃO E NO POSICIONAMENTO DA CELADON DEPOIS DESSA CHEGADA?

HOJE SÃO AS MARCAS INTERNACIONAIS QUE PROCURAM A CELADON, E NÃO O CONTRÁRIO. COMO FOI ESSA VIRADA, DE QUEM IA ATRÁS DE FABRICANTES LÁ FORA PARA QUEM PASSOU A SER DISPUTADO POR ELES?

PENSANDO NOS PRÓXIMOS CAPÍTULOS, O QUE SIGNIFICA PARA VOCÊ CONSTRUIR UMA MARCA BRASILEIRA DE LUXO CAPAZ DE DIALOGAR COM O MERCADO INTERNACIONAL SEM ABRIR MÃO DA PRÓPRIA IDENTIDADE?

> *“Mais do que construir uma empresa de sucesso, meu desejo é que a CELADON atravesse gerações, preserve sua identidade e continue fazendo parte de momentos especiais na vida das pessoas.”*

CONTEXTO EDITORIAL E DISTRIBUIÇÃO

Publicado originalmente em Edição 88 Interativa (Matéria de capa). O conteúdo faz parte do acervo oficial da YOUR Magazine, que celebra uma década de jornalismo de luxo feito no Brasil para o mundo, reunindo 88 edições publicadas, mais de 300 capas digitais e mais de 218 entrevistas exclusivas.

SOBRE A YOUR MAGAZINE — 10 ANOS

Fundada há 10 anos e dirigida por Müller Ribeiro (CEO e Editor-Chefe), a YOUR Magazine conecta as principais capitais da moda, da cultura e da gastronomia aos destinos de hospitalidade mais exclusivos do continente. Sua rede de distribuição alcança mais de 120 jornalistas e colunistas, 80 revistas parceiras, 40 rádios e podcasts e 50 portais de notícias no Brasil e no exterior.

INFORMAÇÕES PARA A IMPRENSA

Este material de imprensa (release oficial, citações e ativos visuais) está liberado para reprodução editorial mediante crédito obrigatório à YOUR Magazine. Para solicitações de entrevistas, fotos em alta resolução ou credenciamento, entre em contato com a assessoria pelo e-mail muller@yourmagazine.com.br ou pelo WhatsApp +55 33 99903-2902.