EDIÇÃO 88 · MATÉRIA DE CAPA

Michael Xavier, CELADON

“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.”

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.