

BRASIL: O NOVO CÓDIGO DO LUXO

16/07/2025



O Brasil está escrevendo um novo capítulo no mercado de luxo — e a narrativa que ganha força é feita de autenticidade, brasilidade e profissionais preparados para criar experiências com alma.

Em entrevista à Jovem Pan Curitiba, no programa *Grands por Bessa*, Celina Bühler — fundadora da RARIT LUXURY é uma das vozes mais influentes na elevação do Brasil como referência global em experiências de luxo — compartilhou mais do que sua trajetória: revelou uma mudança de era. Um novo olhar sobre o que significa excelência em um país que, por muito tempo, consumiu o luxo com lentes estrangeiras.

Uma nova lente sobre o que é, de fato, excelência em um país que por muito tempo consumiu o luxo com filtros estrangeiros.

Nascida em Curitiba, Celina viveu e absorveu os códigos de mercados exigentes como Canadá, África do Sul e França e em suas viagens por mais de 30 países e 4 continentes. Com formação e atuação profissional em Paris, berço do *mercado de luxo*, que Celina estruturou a atuação da RARIT LUXURY, consultoria focada na aceleração de negócios alto padrão com foco no mercado brasileiro, visando construir marcas com propósito, estética refinada e uma assinatura que une sofisticação global à alma brasileira.

Ao relembrar essa trajetória, Celina lançou uma mensagem potente:

Voltar à origem é reencontrar o verdadeiro valor da marca que queremos deixar no mundo. E isso não limita o voo — ao contrário, prepara as asas para que ele seja sustentado com verdade.

Esse movimento acompanha o cenário global. Segundo o Bain & Company Luxury Report, o mercado de luxo deve crescer entre 5% e 7% ao ano até 2030. E no Brasil, esse crescimento já é realidade: pequenas e médias marcas vêm mostrando que o luxo está menos ligado à escala e mais à profundidade, à experiência, à conexão.

A Geração Z tem papel fundamental nessa virada de chave. Com repertório digital, visão global e critérios emocionais, essa geração valoriza marcas autênticas, com propósitos claros e estética sensível. O luxo, para esse novo consumidor, é o lugar onde se sentem bem. Onde há pertencimento. Onde a experiência é o verdadeiro valor.

Hoje, além de liderar esse movimento de valorização da identidade brasileira, Celina também ministra o curso “Serviços e Experiências no Mercado de Luxo” que marcou o lançamento do Hub de Luxo da ESPM em Curitiba — um marco para o setor e a prova de que o Brasil não quer mais apenas consumir o luxo – quer, de fato, produzi-lo.

E não está só. Uma nova geração de designers, estrategistas e empreendedores está redesenhando o mapa do luxo no país. Profissionais que entendem o valor do tempo, da ancestralidade, do toque artesanal e da hospitalidade à brasileira. Que enxergam o Brasil não como um mercado emergente, mas como um polo criativo

legítimo.

O mundo está de olho.

E o Brasil começa, finalmente, a ditar seus próprios códigos.