

EM PAUTA

# Sneakhaus: a loja que entende a geração Z

**Nova marca do Cadile's estreia em Ijuí, onde o grupo nasceu há 30 anos**

**Patrícia Comunello**

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Acaba de nascer uma nova marca no varejo gaúcho com foco em tênis e roupas esportivas, mas conectada com a chamada geração Z (GEN Z), além de bem-estar (wellness). Outro detalhe que vem junto com a Sneakhaus é o de valorizar o berço do Grupo Cadile's, 30 anos no varejo gaúcho, com sede em Ijuí, no Norte do RS.

A Sneakhaus começa na sede com promessa de avançar não só pelo Rio Grande do Sul, mas para outras regiões do Brasil, como já ocorre com a marca mãe, a Cadile's Esportes, com 13 unidades, sendo uma em Santa Catarina e outra em Lavras, em Minas Gerais, aberta este ano.

A meta é ter mais duas até o fim de 2026. O CEO do grupo familiar, Lucas Neuhaus, une pelo menos três quesitos na nova

investida: coleção exclusiva (não há outro varejo local com as marcas ou modelos de tênis), tecnologia para reduzir fricção - facilitar a vida do cliente -, e ambiente com atrativos para gerar frequência e relação com a comunidade local. "A gente traz aqui um conceito mais ligado à moda, bem-estar, um público que cresce muito, que é o wellness. As novas gerações também estão cada vez mais exigentes.

Sobre a formatação da nova operação, que fica na rua 14 de Julho, 131, Neuhaus, que está no programa semanal do Minuto Varejo no YouTube e no Spotify, citou que, após anos de estudo, incluindo subsídios de idas a Nova York para pesquisas modelos e tendências, o grupo reviu tamanho de lojas e buscou caminho mais enxuto.

"A Sneakhaus aposta em um varejo conectado às pessoas. Temos modelos de calçados de marcas desejadas pelas pessoas. É o que jovens cada vez mais estão dando importância em suas combinações", cita o

jovem varejista, lembrando que no design visual do ponto tem o verde, com plantas, que "a gente vê nas lojas da Apple".

Outro mobiliário que entrou com tudo nas lojas físicas é o sofá, que está no centro da Sneakhaus, convidando o público para sentar, para experimentar produtos ou mesmo conversar. "A gente quer que as pessoas se sintam parte, de estar aqui em compras não no sentido apenas de transação, mas de ter um produto e fazer parte daquela comunidade também", define o varejista.

Para atrair este público, a estratégia de produtos da loja foca na moda esportiva do dia a dia e no wellness, segmentos com alta adesão, especialmente do público feminino. "O esporte deixou de ser apenas sobre performance física e passou a ser sobre qualidade de vida. O conforto virou inegociável. Ao longo de 30 anos, aprendemos que o maior erro é não evoluir junto com o cliente", complementa o presidente do Grupo Cadile's, Valdir Neuhaus.

Para facilitar a vida do cliente, a loja não tem caixa (aquela unidade, o móvel). Os vendedores fazem a transação onde está o consumidor. "Ele pode estar no sofá, não tem atrito", descreve Neuhaus. "Essa disrupção com inovação traz uma experiência positiva. Faz com que as pessoas queiram voltar, vir mais vezes e indicar os negócios", comemora o empresário.

O CEO destaca que a recepção do mercado foi ótima, tanto entre os GEN Z (nascidos de 1997 a 2009) como em outras faixas. Sobre expansão da nova marca, a rede está avaliando possivelmente a partir de 2027 e seguindo no canal de franquias, que já é a tônica na Cadile's Esportes. Para este ano, o grupo espera chegar a R\$ 30 milhões em receita de vendas, acima dos R\$ 25 milhões de 2025. "Sabemos que o varejo esportivo, seja nas linhas de moda ou de atletas, precisa de atenção, personalização e experiência para poder levar cada vez mais um modelo vencedor a mais cidades", calibra Neuhaus.



**"A Sneakhaus é um varejo conectado às pessoas. Temos marcas desejadas. É o que jovens cada vez mais estão dando importância em suas combinações. O sofá na loja é para o público sentar, experimentar produtos ou apenas conversar. A gente quer que as pessoas se sintam parte, de estar aqui em compras, não no sentido apenas de transação, mas de fazer parte da comunidade."**

**Lucas Neuhaus, CEO**

## Raio-x

- **Empresa:** Grupo Cadile's
- **Ano de fundação:** 1996
- **Cidade de origem:** Ijuí (RS)
- **Mercado consumidor:** portfólio com mais de 100 marcas de tênis para público infantil-juvenil a adulto masculino e feminino, roupas e acessórios. A nova marca (Sneakhaus) aprofunda a segmentação, com foco na Geração Z e no conceito de bem-estar (mercado de wellness), tanto em calçados como roupas.
- **Operação:** 14 lojas (13 Cadile's Esportes, sendo 11 no RS, uma em SC e uma em MG, uma Sneakhaus) e duas plataformas de comércio online. O faturamento saltou de R\$ 6,4 milhões, em 2018, para R\$ 25 milhões em 2025. Receita de vendas é projetada em R\$ 30 milhões em 2026.
- **Planos futuros:** expansão será pautada pelo canal de franquias, que estreou em 2022. A meta é abrir mais Cadile's Esportes este ano ainda, que teve estreia em Lavras (MG). Segundo o grupo, o "ritmo é conservador, fazendo negócios corretos". O custo da franquia Cadile's Esportes envolve investimento de R\$ 800 mil, incluindo estoque. O retorno é a partir de 36 meses.



Ambiente une modelos de tênis desejados, coleção focada em bem-estar e sofá para gerar mais interação e pegada de comunidade no ponto físico