

# Marcas & Negócios

## RICCO BURGER

# Simple, honesto e memorável

Divulgação/Ricco Burger

Apesar de muitos acreditarem que o hambúrguer foi criado nos Estados Unidos, a primeira receita surgiu, na verdade, na cidade de Hamburgo, na Alemanha. A região, inclusive, inspirou a sua nomenclatura. Dois séculos depois, a invenção se popularizou com os norte-americanos e também chegou ao solo brasileiro.

Até 2028, o Brasil deverá registrar mais de 3,4 mil hamburguerias em todo o país. Além do número estimado, a Euromonitor, empresa responsável por pesquisas de mercado, destaca o crescimento de estabelecimentos nesse nicho. No período de 2015 a 2023, houve um aumento de 10,4% empreendimentos.

Em Brasília, referência na área, a Ricco Burger se tornou uma das marcas mais queridas da capital. Ricardo Rodante Sechis, aos 28 anos, é o sócio-fundador e diretor da hamburgueria. De acordo com o empresário, a mãe psicóloga, Vanda; e o pai, Antonio Ricardo, engenheiro e pecuarista, contribuíram significativamente para trazer visões de mundo diferentes para a sua vida — e fomentaram o desenvolvimento da veia empreendedora do jovem.

“Acho que a riqueza da minha vida começou aí”, avalia. Além dos seus pais atuarem em ramos diferentes, ele ressalta que, dentro de casa, sempre houve uma referência empreendedora. “Meu pai e as minhas irmãs, juntos, construíram uma marca de carne chamada Beef Passion”, conta.

Tendo essa referência familiar, Ricardo teve a sua primeira aventura empreendedora aos 16 anos, quando fez um curso de



empreendedorismo na escola e, unindo os conhecimentos adquiridos, montou a sua própria venda de espetinhos, feitos a partir da carne da Beef Passion. “Eu saía três vezes por semana mais cedo da aula e quando o restante dos alunos saía, os espetinhos já estavam prontos”, recorda.

Com essa iniciativa, não demorou muito para começar a

vender os espetinhos em alguns eventos de Brasília. “Um desses eventos foi o Na Praia. Lá, o Rick [Ricardo Emediato], um dos sócios da R2 Produções, me disse que a carne da minha família era incrível e eu era um ‘moleque’ ralador”, assinala.

Nessa época, Emediato deu a ideia a Ricardo de abrir a própria hamburgueria. Em 2017, os

### Três perguntas para

**RICARDO RODANTE SECHIS, SÓCIO-FUNDADOR E DIRETOR DA RICCO BURGER**

#### O que é o Enriquecimento Humano adotado pela Ricco?

Dentro de casa, o nosso Enriquecimento Humano (antigo RH) é voltado para o desenvolvimento integral do nosso time. Partimos do princípio que não existe separação da vida pessoal e profissional. Saúde (física, mental, emocional e financeira), transparência radical (números e decisões) e diversidade são alguns dos nossos pilares chave.

#### Quais foram os momentos mais especiais para a marca?

A gente foi eleito como a Melhor Hamburgueria de Brasília pela Revista *Encontro Gastrô* e recebemos o prêmio da *Veja* também, como Novidade do Ano. Outro momento especial foi quando eu e o Lucas saímos na *Forbes Under 30*, em 2024. Foi um reconhecimento muito legal, porque a gente foi capa da revista. Ano passado, os jogadores da Seleção Brasileira vieram à capital, nas eliminatórias [da Copa], e pediram para

comer Ricco no vestiário depois do jogo. Foi bem especial também. Mas se me perguntar qual foi uma das ocasiões mais legais, eu diria que foi a ação de Dia das Crianças que a gente fez com a equipe. Recebemos os filhos de todos os funcionários, que tinham até 12 anos e a gente passou uma tarde de brincadeiras. Eu saí com o coração completo.

#### A hamburgueria adota práticas sociais?

No âmbito social, desde 2022, decidimos apoiar ONGs que mexem com as raízes e não só com os sintomas de problemas da sociedade. Instituições que, além de dar o suporte, trabalham com capacitação e re-integração de pessoas marginalizadas ao mercado de trabalho. Hoje a organização que apoiamos se chama Ame Mulheres Esquecidas (A.M.E), que atua dentro e fora do presídio para a reinclusão de mulheres do sistema prisional à sociedade.

dois abriram a primeira unidade da Ricco. A marca também conta com os sócios Lucas Porto e a chef Renata Carvalho. Com quase oito anos de atuação, a hamburgueria busca oferecer um produto repleto de qualidade e excelência na procedência dos ingredientes.

“Um exemplo disso é o nosso blend, feito com carnes Angus e Wagyu de pequenos produtores, incluindo até mesmo as do meu pai”, comenta. A marca possui, atualmente, uma cozinha de produção na Asa Norte onde boa parte dos insumos são produzidos

diariamente e entregues nas lojas.

Na prática, a carne é moída todos os dias na central e, sem ser congelada, é distribuída para as lojas onde são grelhadas em uma parrilla a carvão. Seria mais fácil e barato fazer em uma chapa? Claro! Mas seria mais rico? Não! Um dos nossos princípios é que aqui a gente não vende o que a gente não come. Eu mesmo como cinco a seis hamburgueres quase toda semana há mais de sete anos”, brinca.

O lema “simple, honesto e memorável”, adotado pela marca, faz jus a toda produção da Ricco. “São realmente três valores e princípios que a gente tem. Quando a gente fala, por exemplo, do simple, a gente tem a ideia de que menos é mais. Então, o nosso produto de maior destaque é simplesmente o pão, a carne, o queijo e o molho”, contextualiza. “Já a honestidade tem a ver com origem e procedência dos ingredientes. A gente é transparente radicalmente em relação a todos os ingredientes”, pontua.

### Novidades

Com oito lojas em Brasília (Asa Sul, Asa Norte, Lago Sul, Águas Claras, Mané e ParkShopping, Noroeste e Na Praia), a marca conta com um time de 130 pessoas. Até o final do ano, Ricardo fará uma expansão com duas novas unidades: uma em Brasília; e a outra, em São Paulo, que será a primeira unidade fora da capital. Em termos de faturamento, o cenário também traz orgulho: “nosso faturamento em 2024 foi de R\$ 21 milhões. A projeção de 2025 é de R\$ 27 milhões”, afirma.

## BRASÍLIA

65 ANOS

**Você já reparou nos detalhes da capital do nosso país?** Seus cantos, suas ruas, os rostos e as histórias que a constroem todos os dias?

Para mergulhar nesse universo único que é Brasília, o **Correio Braziliense** promoverá uma exposição celebrativa para os 65 anos da cidade.

Um evento especial que traz recortes urbanos e cotidianos, revelando momentos históricos e emocionantes da nossa população.

Por meio de fotografias, arte e memórias, vamos reviver os acontecimentos que marcaram o ritmo de nossa cidade ao longo do tempo.

Save the date!

09 de abril

em frente à Casa de Chá

casa de chá

apoio:

SESI SENAI

ADEMI

casa de chá

SENAC Fecomércio SESC

realização:

CORREIO BRAZILIENSE

CB Brands ESTÚDIO DE CONTEÚDO