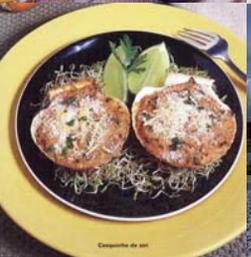




FAZENDA DO
Churrasco





Origine du Churrasco

Le churrasco vient de chez les indiens Arawak, rencontrés par Christophe Colomb et qui vivaient sur la côte des 3 Amériques. Ils faisaient leurs grillades de viandes en plein air sur une grille en bois : La Barbacoa qui est aussi à l'origine du nom Barbecue. C'était aussi une manière de fraterniser.

Depuis la fin du XIX^{ème}, dans l'état du Rio Grande do Sul, à l'extrême sud du Brésil, les gardiens de troupeaux se réunissent après le travail autour du feu, en plein air, pour griller boeufs, moutons et porcs... C'est l'occasion de faire goûter les viandes de chacun et aussi de bavarder...

En portugais, on ne sait pour quelle raison Barbacoa est devenu Churrasco.

Avec le temps qui passe, on commence à retrouver ce concept de restauration au bord des routes pour servir les camionneurs.

A partir du début des années 80, le concept s'impose dans les grands centres urbains avec un souci de qualité des produits et d'innovation des services : ajout d'un buffet de salades avec options de poissons.

*C'est ce concept que nous voulons vous proposer maintenant : **La Churrascaria Rodízio.***



FAZENDA DO
Churrasco

www.lfcmanagement.net

© LFC Management 2004 - Tous droits réservés



Définition

Une Churrascaria Rodízio est un restaurant où l'on mange en trois temps : les entrées présentées en buffet avec salades, crudités, poissons et d'hors d'oeuvres typiquement brésiliens, le tout à volonté. Puis des viandes grillées qui vous sont proposées à table, en permanence : Il n'y a pas de choix préalable à faire ; il suffit de refuser les broches qui passent. Un chariot de desserts est ensuite proposé en option.

Dans notre churrascaria, il y aura aussi un espace près de la sortie où les clients (ou passants) pourront acheter des produits à emporter.



Caractéristiques

- ✓ *Préférentiellement, premier lieu d'implantation à Paris ou Lyon*
- ✓ *Surface totale de 500 à 800 m², dont environ 2/3 pour la salle et l'espace de vente et 1/3 la cuisine, les stocks et l'administration*
- ✓ *120 places pour servir une moyenne de 300 couverts par jour avec pointes à 500 couverts*
- ✓ *Personnel : 28 personnes, soit 12 en salle, 3 en boutique, 9 en cuisine et 4 en back-office*



Principes

- ✓ *Offrir un cadre agréable (sophistication sans excès)*
- ✓ *où les clients n'ont pas à se préoccuper de choisir leur menu*
- ✓ *Assurer la rapidité du service, la qualité et l'abondance des mets*
- ✓ *Créer une ambiance où se retrouvent aussi bien les hommes d'affaires la semaine que les familles le week-end*
- ✓ *Offrir des hors d'oeuvres et des boissons alcooliques typiques du Brésil.*



- ✓ *Dans un premier temps, des grandes villes cosmopolites et touristiques : Paris, Lyon, Toulouse...*
- ✓ *Revenu moyen élevé permettant de payer un ticket moyen de 45 euros*
- ✓ *Des hommes et des femmes d'affaires qui par leurs voyages connaissent déjà le concept*



Stratégie Marketing

- ✓ *Créer une référence de qualité en reproduisant les modèles de succès qui existent au Brésil, aux USA et au Japon, largement appréciés par les clients locaux et les touristes*
- ✓ *Maintenir l'identité brésilienne, qui est appréciée des français et des européens, à tous les niveaux du concept : décoration de la salle, infrastructure de la cuisine, origine des produits et même main d'oeuvre brésilienne, au moins partiellement*
- ✓ *Profiter que l'année 2005 sera l'année du Brésil en France, avec des festivités qui auront l'aide des 2 gouvernements, ce qui permettra de bénéficier du support promotionnel du gouvernement brésilien*
- ✓ *Favoriser la découverte des produits de la Churrascaria Rodizio en ouvrant une boutique à l'entrée du restaurant qui s'adressera aussi bien aux clients du restaurant qu'aux passants*



Systeme d'approvisionnement

- ✓ *Toute l'infrastructure (cuisine, mobilier, couverts spécifiques) sera importée du Brésil de façon à maintenir l'unité de l'ambiance*
- ✓ *Les viandes, certains hors d'oeuvre et la boisson nationale (« caipirinha ») seront importés du Brésil à travers un sous-traitant spécialiste en logistique*
- ✓ *La main d'oeuvre d'origine brésilienne sera responsable de la formation de la main d'oeuvre française - elle est un élément important de l'image brésilienne du restaurant*
- ✓ *En 2005, l'aide du gouvernement brésilien dans le cadre des accords prévus est importante pour faciliter l'entrée temporaire de ces employés.*



Stratégie des prix et objectifs de marges

- ✓ *Ticket moyen à Paris de 45 Euros, dont 35 pour le système à volonté. Le reste serait pour le dessert et les boissons. Ces prix sont pratiqués par les restaurants dans les quartiers affaires (Neuilly, La Défense, 17^{ème}...)*
- ✓ *A Lyon, ticket moyen de 40 Euros, dont 30 pour le système à volonté*
- ✓ *Marge opérationnelle estimée de 65% à Paris et 55% à Lyon*
- ✓ *Bénéfices après impôts de l'ordre de 10%*



Opportunité

- ✓ *Le Brésil est en vogue en Europe et plus particulièrement en France*
- ✓ *Il n'y a pas d'équivalent de ce genre de restaurant en France*
- ✓ *La viande brésilienne est mondialement reconnue pour sa qualité ; Il n'y a jamais eu de problème sanitaire du cheptel brésilien*
- ✓ *Le gouvernement brésilien développe son aide aux implantations qui valorisent sa culture et l'exportation de ses produits*
- ✓ *La faiblesse du Real renforce la relation qualité/prix des produits*
- ✓ *Le Brésil a su stabilisé ses finances et le gouvernement ne pense pas revaloriser la monnaie nationale, car il a besoin d'une balance commerciale excédentaire*



Risques

- ✓ *Une nouvelle vague de vache folle qui affecterait la consommation de viande*
- ✓ *Le mauvais choix du local*



Les viandes...





Le buffet des entrées et les apéritifs



Buffet de salades



Pains au fromage



« Caipirinha »



L'entrée

La salle à manger

Le bar





Contact : Laurent Bernard - Directeur de projet

lbernard@lfcmanagement.net

São Paulo +55 (11) 51 81 92 35 (bureau)

+55 (11) 92 03 22 66 (mobile)

Paris +33 (0)1 40 26 14 24 (bureau)

+33 (0)6 60 43 40 14 (mobile)

www.lfcmanagement.net



FAZENDA DO
Churrasco

www.lfcmanagement.net

© LFC Management 2004 - Tous droits réservés