

# Banqueting & Catering

Arte ~ Scienza ~ Tecnologia

Raffaele De Giuseppe  
Franco Luise  
Vito Matarrese  
Luciano Parolari  
Andrea Quagliarella  
Giuseppe Vaccarini

Fotografie di Stefano Scatà

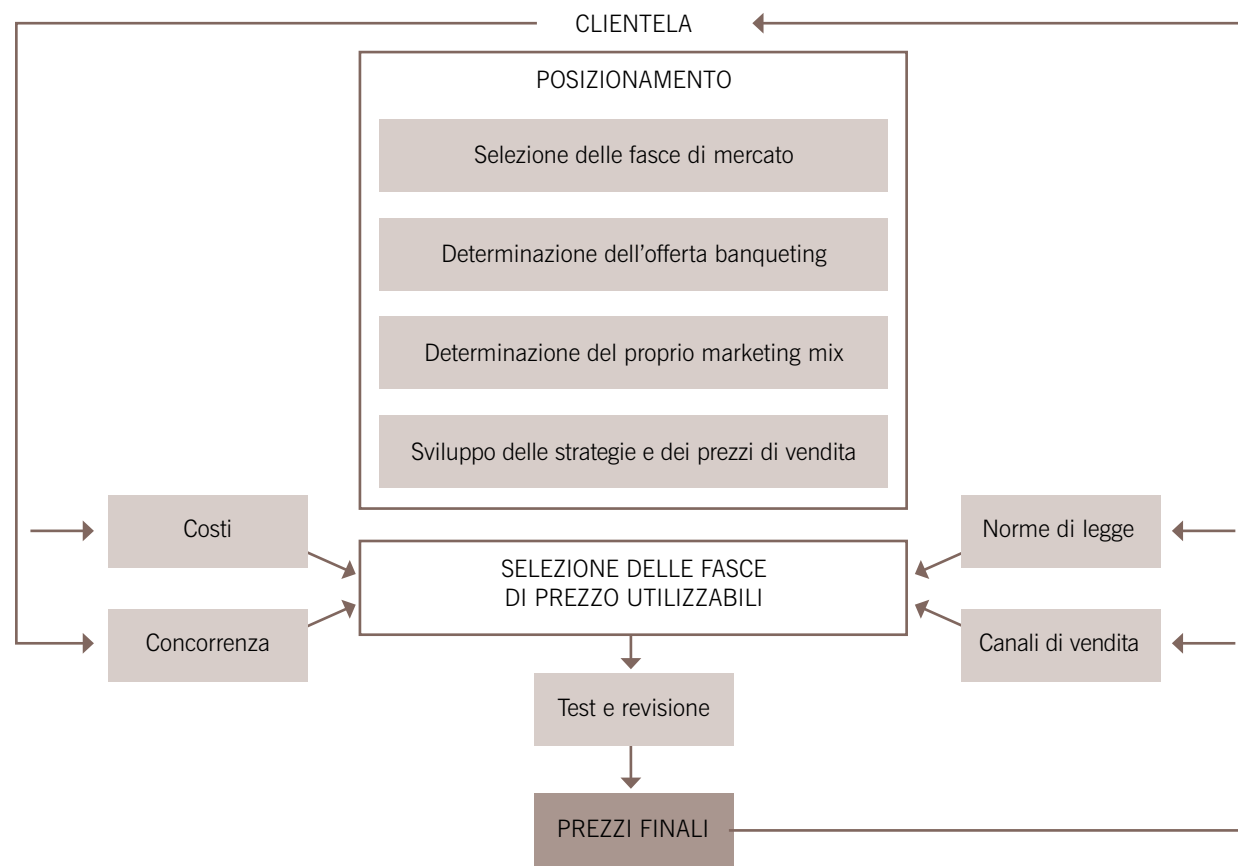
BIBLIOTHECA CULINARIA



## Sommario

Prefazione di Natale Rusconi	8	Banqueting & Beverage	354
Se il convivio va in giro	10	Dall'acquisto al servizio, un percorso articolato	356
Banqueting & Catering: due realtà a confronto	18	La location dell'evento	404
Alla ricerca di successo nelle operazioni di Banqueting & Catering	22	Evoluzione del costume	406
Banqueting & Marketing	24	Banqueting	408
I quattro pilastri del Banqueting	30	Catering	416
Il Banqueting Kit	32	Organizzarsi per le trasferte	426
Delle allergie ed intolleranze alimentari	78	Si va in scena	436
Dalla creazione del Banqueting Kit alla sua vendita	82	Ogni evento è uno spot aziendale	438
Tipologie di contratto	84	Lo spazio dell'evento e il suo allestimento	440
Banqueting Event Order (BEO)	102	La presentazione del cibo	448
Grand Hotel Villa d'Este, Cernobbio		Tempismo	454
Gala in rosa - Executive Chef Luciano Parolari	106	Molino Stucky Hilton, Venezia	
La gestione delle Risorse Umane	136	Business banqueting in Laguna - Executive Chef Franco Luise	456
Assumere	138	La festa è finita	484
Formare	174	Strategie per una giusta conclusione	486
Rapporti interdipartimentali	182	Indice	492
La grande cucina	186	Bibliografia	494
Il cuore dell'impresa	188	Indirizzi utili	495
Masseria Montalbano, Ostuni		Ringraziamenti	496
Matrimonio sotto le stelle - Executive Chef Raffaele De Giuseppe	270		
Stewarding: custodia e cura dell'equipaggiamento	296		
Il sistema Easy Storage	298		
Dall'acquisto delle materie prime al loro confezionamento	312		
Banqueting & Acquisti	314		
Banqueting & Food Cost	318		
Banqueting & Menu Engineering	326		
L'importanza dei prezzi e della comparazione	330		
Preparazione, cottura e/o rimessa in temperatura	334		
Villa La Massa, Firenze			
Summit manageriale - Executive Chef Andrea Quagliarella	336		

Il diagramma successivo illustra il processo di posizionamento dell'offerta banqueting di un'azienda, attraverso i vari passaggi necessari a raggiungere la tappa cruciale della determinazione finale dei prezzi di vendita.

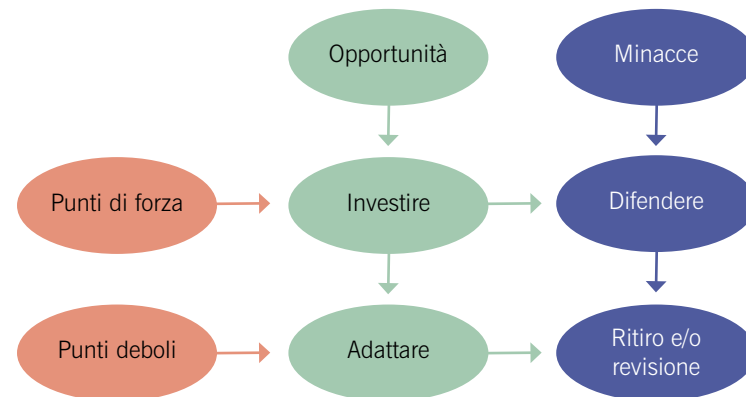


*“La ricerca delle migliori strategie è sempre un’operazione difficile e complessa. Per questo, riunisco la mia squadra in una sala, tutte le idee che sorgono dal nostro “brainstorming”<sup>1</sup> vengono scritte su grandi fogli di carta ed incollati lungo le pareti. Quando dobbiamo prendere le nostre decisioni, ci alziamo e rileggiamo i vari punti discussi. Alla fine, la soluzione al nostro dilemma si trova fra quelle pagine appese ai muri. Il “Wall Test” ci porta sempre a trovare l’idea giusta”.*  
Katharina, Hilton Molino Stucky, Venezia

<sup>1</sup> Brainstorming, letteralmente dall’inglese tempesta di cervelli. Indica lo scambio di idee e opinioni, frutto di una costruttiva riunione fra persone coinvolte sullo stesso tema ed alla ricerca di soluzioni.

### Strategie

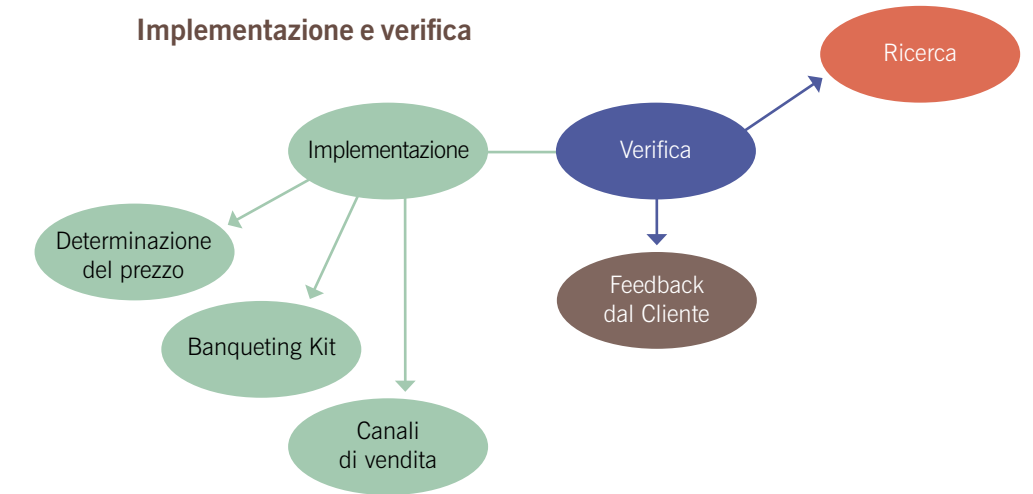
I dati ottenuti attraverso l’analisi SWOT permettono di pianificare ed organizzare gli investimenti e le operazioni necessarie per posizionare la nostra offerta sul mercato, usufruendo delle opportunità incontrate. Si dovrà pianificare tenendo in considerazione le debolezze che potrebbero ostacolare i migliori rendimenti degli sforzi intrapresi, senza dimenticare di redigere un piano di difesa, prevedendo la possibilità di dover ritirare e correggere il nostro prodotto dalle minacce insorte.



L’offerta potrebbe necessitare di un riposizionamento, qualora:

- nel corso dell’originale posizionamento sul mercato ci si imbatte in un errore che compromette i risultati aziendali
- i gusti e le preferenze dei clienti sono cambiati
- si sono rilevate nuove fasce di clienti con preferenze totalmente differenti rispetto all’offerta disponibile.

### Implementazione e verifica



*“Se possiedi un vantaggio competitivo sulla concorrenza, lo perderai! Per avere successo devi continuare a cercare nuove fonti per differenziarti, rinnovarti e trarne nuovi profitti”.*  
Cheki Dev, Cornell University, Ithaca

A questo punto non rimane che mettere in pratica tutte le decisioni prese nelle fasi precedenti, verificandone i risultati finali. Come?

**Determinazione del prezzo:** si è scelta la migliore politica di prezzi? Si è raggiunto il livello di competitività ottimale?

**Banqueting Kit:** l’offerta gastronomica è incentrata sulle reali esigenze della clientela? L’aspetto operativo è stato considerato? Il personale è qualificato ed è capace di rispondere alle esigenze della clientela?

- Saper rinnovare costantemente la propria offerta gastronomica
- Stabilire standard qualitativi degli ingredienti scelti per la realizzazione dei menu e considerare il ruolo importante della scelta di nuovi prodotti. Una società multietnica tende a cambiare le proprie abitudini alimentari
- Assumere personale qualificato, gratificarlo e renderlo libero di potersi esprimere al meglio delle proprie potenzialità

**Canali di vendita:** si riesce a far parlare dell’azienda? Sono stati utilizzati tutti i mezzi possibili per farsi conoscere?

- Avere cura dei clienti, del proprio business e del personale impegnato
- Potenziare i propri canali di vendita
- Creare un database dei potenziali clienti in modo da poter essere contattati in caso di promozioni o rinnovi
- Registrare i feedback: commenti e reclami della clientela

Al termine di questo poderoso lavoro deve essere effettuata la verifica delle azioni, valutando i successi e gli insuccessi ottenuti. Se si avvertono segnali di crisi, non resta che una sola cosa: ricominciare la ricerca di nuove idee e riavviare il ciclo marketing vincente.

# Banqueting Event Order (BEO)

Nei capitoli precedenti sono stati analizzati in dettaglio tutti i passi necessari per giungere a concretizzare le vendite dell'offerta di banchettistica, suggellando il tutto con la firma del contratto da parte del cliente. L'ufficio vendite dovrà trasmettere ai reparti operativi tutte le informazioni per l'acquisto delle materie prime necessarie, l'organizzazione dell'evento, il reclutamento del personale extra e la riuscita finale dell'evento. Per fare questo è indispensabile la compilazione di un documento che contenga tutti questi importanti dati, permettendo quindi la loro comunicazione ai reparti interessati. Questo documento è definito ordine di servizio o Banqueting Event Order (BEO). L'ordine di servizio deve riportare:

- numero progressivo
- ragione sociale del cliente
- data dell'evento
- tipologia dell'evento richiesto
- orario dell'evento
- persona di contatto o autorizzata alla firma del conto
- numero dei coperti
- nome della sala in cui avverrà l'evento
- orario dell'evento e orario di termine previsto
- menu venduto
- prezzo di vendita e modalità di pagamento
- informazioni sull'allestimento della sala, tovagliato, stampa dei menu, ecc.
- beverage richiesto
- nel caso di grandi strutture ricettive, il nome della persona coinvolta nella vendita dell'evento e di riferimento per tutte le ulteriori informazioni.

L'emissione di questo documento costituisce il primo passo verso la concretizzazione operativa delle operazioni di banchettistica e l'importanza della sua stesura non andrà mai sottostimata.

Il BEO deve essere preparato per ogni servizio di cibo e bevande. Tutti i reparti che siano direttamente o indirettamente interessati all'evento dovranno riceverne una copia. La stesura e consegna di tale documento deve avvenire con un anticipo minimo di 8 giorni, in modo da assicurare l'organizzazione di ciascun reparto.

I BEO vanno generalmente numerati in modo sequenziale per un loro facile riferimento.

Alcune compagnie di catering o di banqueting preferiscono informare con ampio anticipo in merito alla portata delle future attività ed eventi. Per esempio, quando si desidera trasmettere a ciascuno l'entità ed il numero di banchetti prenotati per il mese seguente, si suggerisce la stesura di un documento che raccolga tutte le prenotazioni, inserendo una breve nota sulla tipologia e sul numero di clienti coinvolti nei vari banchetti richiesti. Questo permetterà ai reparti di organizzare per tempo gli ingaggi del personale necessario, prevedere con ampio anticipo gli acquisti delle derrate alimentari, favorendone il loro stoccaggio, e il reparto Stewarding potrà calcolare le quantità di materiale da utilizzare. Segue un esempio di BEO, utilizzato per la preparazione di uno specifico evento.

A destra, pianificazione settimanale dei BEO





Presentare l'Event Manager in veste attiva offre, però, un ritratto parziale. Altrettanto importante è il suo ruolo riflessivo. In pochi incontri deve inquadrare i desideri del cliente, la sua idea di servizio e cosa lo spinge ad assumere il ruolo di anfitrione. Una sorta di confessore, raccoglie i sogni raccontati, li interpreta e li restituisce in forma di una festa. Deve anche saper dire di no. Evitare una delusione vale quanto consegnare piacere. Lezione del giorno: "Ascoltare anche quello che il cliente non dice".



- **la zona per il confezionamento o la sosta delle preparazioni da veicolare**, adiacente alla zona di cottura e direttamente raggiungibile dalle aree adibite alla preparazione e stoccaggio dei “freddi” destinati al consumo tal quale o alla rimessa in temperatura per il servizio
- **la zona per il lavaggio e disinfezione dei contenitori**, delle stoviglie e degli accessori di rientro dalle sedi di svolgimento degli eventi e conseguente stoccaggio organizzato per il riutilizzo. Dovrebbe essere adiacente alla zona di lavaggio utilizzata per le esigenze interne o, se fruibile e nel rispetto dei requisiti normativi, corrispondente alla stessa
- **la zona di sosta degli automezzi attrezzati per veicolare le derrate**, quando possibile adiacente alla zona di confezionamento e sosta delle preparazioni in uscita, per facilitare le operazioni di logistica.



Attività logistiche di catering: controllo materiali e carico



#### LAYOUT ZONA INTEGRATIVA PER ATTIVITA' DI CATERING

Le modalità di rifornimento di cibi e bevande, a seconda della destinazione (se in esterna o nell'ambito della stessa struttura di produzione ma su livelli diversi o in più punti di distribuzione, dislocati a distanza dal centro di produzione) e delle tipologie di servizio di ristorazione da espletare, potrebbero essere effettuate in legame fresco-caldo e refrigerato con l'ausilio di apparecchiature e mezzi idonei, nel caso in cui gli alimenti non debbano subire ulteriori manipolazioni e siano destinati alla diretta somministrazione; in alternativa, le modalità di rifornimento potrebbero essere effettuate in legame refrigerato prevedendo operazioni di rifinitura o rigenerazione sul posto di somministrazione, con il supporto di una cucina “satellite” equipaggiata con alcune apparecchiature che consentano la cottura espressa (per quelle portate in menu che, come i primi piatti, necessitano di essere preparate al momento della somministrazione) il mantenimento e/o la rigenerazione alle temperature di servizio, ed elementi adeguati alla finitura per la porzionatura, la guarnizione e la distribuzione delle portate.



## Il sistema Easy Storage

Il merito del successo di un evento è comunemente attribuito alla creatività e professionalità dei team di cucina e sala. Non si deve però dimenticare che l'esito è fortemente influenzato anche dall'efficienza del reparto responsabile della preparazione, del conteggio, della pulizia e del riordino di tutto il materiale necessario per l'evento pianificato. Questo reparto, identificato col termine inglese *stewarding*, custodisce tutta l'attrezzatura necessaria alla realizzazione degli eventi ed è responsabile della loro pulizia e cura.

È fondamentale che esso sia rigorosamente organizzato e capace di pianificare in tempo utile lo spostamento di tutto il materiale necessario per la cucina e la sala. In una struttura che ospita eventi multipli con centinaia di partecipanti, la movimentazione delle attrezzature e stoviglie è intensa. Sono molte le persone coinvolte nei continui spostamenti e, se questo flusso non venisse monitorato e controllato, si trasformerebbe velocemente in caos.

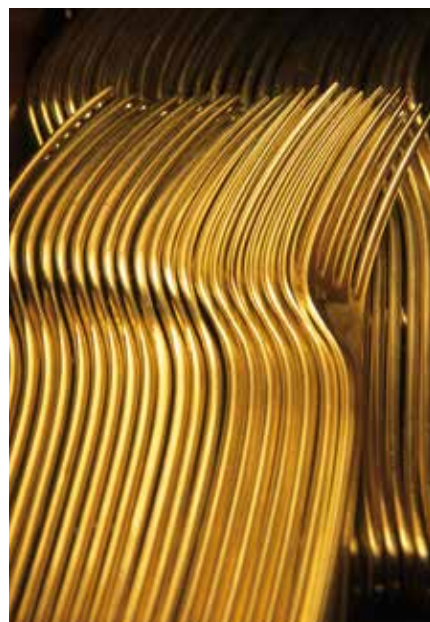
Il sistema *Easy Storage* conferma l'utilità dell'informatica anche per questo settore. Implementato da Alberto Marchi, Chief Steward del Molino Stucky Hilton di Venezia, e dalla sua squadra, assicura un continuo aggiornamento dell'inventario degli utensili di cucina, di sala e bar, del vasellame, della cristalleria, dell'argenteria e dei supporti necessari per buffet e coffee break, come elencato di seguito:

### Cucina

- Attrezzatura di cucina
  - pentolame
  - minuteria di cucina (mestoli, colini, imbuti, grattugie, setacci, ecc.)
  - contenitori in polietilene
  - coltelleria
- Attrezzatura di pasticceria
  - placche
  - stampi metallici o in silicone
  - minuteria di pasticceria (tasche da pasticciare, dosatori, bilance, palette, pennelli, ecc.)
  - cestelli, carrelli, contenitori gastronorm
  - accessori vari

### Sala

- cristalleria
- piatti
- piatti di servizio
- posate dei commensali e di servizio
- materiale in plastica/monouso
- accessori vari
- chafing dishes
- buffet e display
- materiale per il beverage: secchielli del ghiaccio, loro supporti, ecc.



Conteggio e controllo dei piatti prima dell'evento



**Il ghiaccio** Viene utilizzato direttamente nei cocktail e nelle bibite analcoliche, ma serve anche per mantenere alcuni cibi alla corretta temperatura al momento della presentazione (panetti di burro, componenti dei buffet di insalate, plateau di ostriche, ecc.). Per eventi in trasferta il ghiaccio è spesso impiegato anche per raffreddare le bibite o in situazioni di stoccaggio durante il tragitto. Il calcolo della quantità di ghiaccio necessaria per un evento dipende da numerosi fattori oltre al numero dei commensali: la stagione dell'anno, la durata dell'evento, la possibilità o meno di rifornirsi alla location finale, la presenza di secchielli per bottiglie di vino, spumanti o Champagne e perfino aspetti culturali (i nord americani preferiscono maggiori quantità di ghiaccio nelle loro bibite). Pochi dettagli quanto la mancanza di ghiaccio contribuiscono a creare velocemente nell'ospite un'impressione negativa. Quando il ghiaccio scarseggia, si alza il rischio di mettere a repentaglio la qualità e la finezza di cibi costosi e delicati (vedi le ostriche), di suscitare subito un senso di sciattezza (insalate appassite, panetti di burro che si sciolgono) e, se la prima cosa che arriva ad un ospite di un ricevimento estivo è una bibita tiepida, difficilmente sarà molto ben disposto verso quello che segue.

È sicuramente meglio abbondare, anche perché il ghiaccio che avanza può essere utilizzato per raffreddare materie prime inutilizzate.

La varietà di macchine per la produzione di ghiaccio disponibile sul mercato assicura ad ogni dimensione d'impresa un modello adatto alle proprie esigenze. Nella scelta non va trascurata la forma e le dimensioni dei pezzi di ghiaccio prodotto: chi farà molti cocktail verificherà che i cubetti sono più facilmente impilabili mentre le forme tonde riempiono meglio i bicchieri; i cubetti piccoli si adattano ad una più ampia gamma di bicchieri mentre quelli grandi si sciolgono meno velocemente. In ogni caso, il ghiaccio deve presentarsi in forma cristallina e deve essere preparato con acqua fresca e limpida, leggera e dallo scarso contenuto di calcare così come dall'assenza di cloro o di altri additivi dal forte odore che, normalmente utilizzato per disinfettare le acque potabili, viene trasmesso inesorabilmente nel cubetto di ghiaccio e successivamente nelle bevande, come i cocktail, peggiorando il loro gusto finale. Inoltre, essendo a diretto contatto con i liquidi o con gli alimenti che raffredda, non deve essere mai riutilizzato o trasferito da un contesto ad un altro.

#### L'ACQUISTO DELLE BEVANDE E IL BEVERAGE COST

Per affrontare il tema degli acquisti delle bevande, è necessaria un'analisi delle esigenze, tenendo conto delle tipologie e delle quantità dei diversi prodotti. Le figure preposte a queste funzioni sono diverse, in base alle dimensioni dell'azienda; in quelle piccole, questa mansione spetta direttamente alla direzione con la collaborazione del sommelier; nelle grandi aziende ristorative, invece, è il Food & Beverage Manager che se ne occupa, avvalendosi dell'aiuto del sommelier.

#### Strutturare la cantina e scegliere i fornitori

Prima di entrare nello specifico del servizio di banqueting e catering, è utile fornire una panoramica generale in merito all'acquisto di vini, liquori e altre bevande: si tratta, infatti, di una fase gestionale delicata per il sommelier poiché i costi elevati, soprattutto di alcuni vini pregiati e delle acqueviti, determinano una forte immobilizzo di capitali. Gli acquisti, perciò, vanno effettuati sulla base dei consumi registrati ed è importante controllare costantemente gli stock di cantina.

Sono diverse le variabili che possono influenzare gli approvvigionamenti di cantina. Fra tutte, citiamo lo studio preliminare del mercato, in relazione al tipo di clientela e alle capacità di acquisto, e l'analisi delle vendite e delle possibilità di stoccaggio che prevedono una vera e propria cantina.

Altrettanto importanti sono i dati che riguardano i tipi di menu, in funzione della cucina proposta (creativa, regionale, classica, a base di pesce, carne o vegetariana, ecc.) e della stagionalità che deve tenere conto del clima, proponendo per esempio vini meno ricchi in alcol nei mesi estivi e viceversa in quelli invernali.



# Lo spazio dell'evento e il suo allestimento

## Spazio per persona

Normalmente il comfort è legato allo spazio personale, quel "guscio" vuoto che ci circonda e che ci fa sentire a nostro agio. La sua ampiezza varia al variare dell'età e del sesso delle persone (donne e anziani si sentono più sicuri con un po' più di distanza interpersonale), ma può anche essere influenzato da fattori culturali. L'affollamento è sgradevole alla maggior parte delle persone ed è essenziale avere un concetto chiaro del corretto rapporto tra lo spazio a disposizione e il numero di persone che si pensa di ospitare. La tabella sottostante evidenzia le differenze anche in funzione del tipo di evento:

Evento	m <sup>2</sup> per persona
Cocktail/ricevimento in piedi	2
Cocktail/ricevimento con qualche possibilità di seduta	2,5
Conferenza/riunione con seduta in stile teatrale	2
Banchetto (tavoli rettangolari)	2,5
Banchetto (tavoli rotondi da 10 persone)	3
Banchetto (tavoli rotondi da 6, 8 o 12 persone)	4
Pista da ballo	1-2
Podio	3,5

In caso di utilizzo di tensostrutture, le misure standard prevedono le seguenti possibilità:

Area in m <sup>2</sup>	numero di persone	evento
25	47 persone	in piedi
	33 persone	buffet seduto
	25 persone	cena seduta
38	65 persone	in piedi
	56 persone	buffet seduto
	40 persone	cena seduta
60	107 persone	in piedi
	92 persone	buffet seduto
	64 persone	cena seduta
90	193 persone	in piedi
	133 persone	buffet seduto
	107 persone	cena seduta
150	353 persone	in piedi
	282 persone	buffet seduto
	242 persone	cena seduta

Come già accennato, le zone di passaggio tra i singoli tavoli dovrebbero avere una larghezza minima di metri 1,50 e quella delle sedie dal muro di metri 1,30. In caso di eventi con un elevato numero di partecipanti, i tavoli vanno raggruppati in sezioni e queste divisi da corridoi larghi circa 2 metri per permettere al



personale di servizio un facile passaggio simultaneo in due direzioni diverse. In ogni caso, sarà importante che le persone incaricate dell'allestimento abbiano nozioni basilari sulle linee guida dei vigili del fuoco riguardo gli spazi di passaggio in luoghi pubblici.

Stabilita l'area di azione degli ospiti, è necessario porsi alcune domande riguardo al loro movimento in termini di spazio/tempo per facilitare ulteriormente decisioni riguardante l'ubicazione dei vari punti strategici:

- dove sarà il punto d'arrivo degli ospiti?
- arriveranno tutti più o meno insieme o in piccoli gruppi attraverso un arco temporale stabilito?
- quale tipo di servizio è previsto?
- l'evento prevede un discorso e quando avrà luogo (prima, durante o dopo il servizio a tavola)?
- ci sono portatori di handicap tra gli invitati? Le sedie a rotelle necessitano di più spazio per manovrare
- dove dirigere gli eventuali fumatori? È importante che il passaggio al punto in esterno più accessibile non intralci il servizio in corso.

## Working lunch buffet

Le riunioni rappresentano sempre una sfida per lo chef: la rapidità del servizio deve essere accompagnata da una buona scelta di pietanze e da uno standard qualitativo elevato. Il *roll-in buffet* rappresenta una soluzione ottimale: un vero e proprio buffet mobile che entra nella sala riunione, pronto per esaudire in un colpo solo le esigenze dei partecipanti gourmet con una selezione composta da: carpaccio micuit con croccante alle erbe, fettuccine in salsa d'astice, branzino all'amatriciana e zabaione di sapori mediterranei.



*Roll in buffet: cibo in movimento*





€ 59,90

ISBN 978-88-95056-30-2



9 788895 056302