

# Catering usluge na europskim događanjima

---

**Sudar, Filip**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2021**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Libertas International University / Libertas međunarodno sveučilište**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:223:709538>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-07**



*Repository / Repozitorij:*

[Digital repository of the Libertas International University](#)



**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE**

**ZAGREB**

**FILIP SUDAR**

**CATERING USLUGE NA EUROPSKIM DOGAĐANJIMA**

**PRIMJER U PRAKSI**

**ZAVRŠNI RAD**

**Prosinac 2021.**

**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE**

**ZAGREB**

**PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ**

**Turistički i hotelski menadžment**

**CATERING**

**CATERING USLUGE NA EUROPSKIM DOGAĐANJIMA**

**PRIMJER U PRAKSI**

**KANDIDAT:** Filip Sudar

**KOLEGIJ:** Menadžment restoraterstva i catering

**MENTOR:** dr. sc. Damir Pavlović

Zagreb, prosinac 2021.

## SAŽETAK

Catering poslovanje općenito je pojam dostave, organizacije pružanje usluga te kvalitetnog prezentiranja kuće koja pruža usluge. Vrste cateringa su one primjerice one koje se odvijaju u prostorijama nekog restorana ili one koje se odvijaju na neutralnoj lokaciji. Kao temeljno poslovanje zahtjeva puno truda, ulaganja u imidž i pružanje visoke kvalitete koja može rezultirati dugoročnom suradnjom ili stvaranjem novih poslovanja. Ekonomski može biti dugoročno isplativ.

Ključne riječi; catering, poslovanje, pružanje usluge, kvaliteta, restoran, imidž.

## Sadržaj

1	UVOD .....	5
2	CATERING.....	6
2.1	Pojam i značenje.....	7
2.2	Povijest .....	8
2.3	Tipovi cateringa.....	9
2.4	On-premise catering .....	9
2.5	Off premise catering .....	9
3	VRSTE CATERING USLUGA .....	10
3.1	Pokretni catering.....	10
3.2	Dostava.....	10
3.3	Door-to-door.....	11
3.4	Catering na posebnim prigodama .....	11
3.5	Industrijski catering .....	11
4	OPERATIVNI PROCESI VEZANI ZA CATERING .....	11
4.1	GNK Dinamo u Uefa ligi prvaka.....	11
4.2	Izrada ponude .....	12
4.3	Koncept UEFA-inog šatora .....	15
4.4	Nabava namirnica .....	16
4.5	Ostali troškovi .....	17
4.6	Izrada ponude po količini jela i broju osoba.....	18
4.6.1	Predjelo.....	18
4.6.2	Glavno jelo .....	18
4.7	Vrednovanje točenja pića .....	18
4.8	Priprema za catering .....	19
4.9	Odlazak na catering .....	20
4.10	Izgled osoblja .....	22
4.11	Raspored jedinica u šatoru.....	22
4.12	Izgled švedskog stola.....	22
4.13	Održavanje reda i čistoće tijekom rada .....	23
4.14	Izrada računa i naplata usluge .....	23
4.15	Završna komunikacija sa Uefa-om.....	24
4.16	Komunikacija vezana za ostala natjecanja .....	25
4.17	Usporedba budžeta i traženog paketa .....	25
5	PRAKTIČNI PRIMJERI PRIMJENE CATERINGA U STVARNOSTI .....	26
5.1	Ponuda za svaku zasebnu utakmicu .....	26

5.2	Proces cateringa na ligaškoj utakmici .....	27
5.3	Efekt rada u instituciji kao što je dinamo .....	27
5.4	Primjer cateringa u vlastitim prostorijama za domjenke .....	28
5.5	Izgleđ restorana i proces rada .....	29
6	ZAKLJUČAK .....	30
	LITERATURA .....	31
	POPIS TABLICA, SLIKA, GRAFIKONA .....	32

## 1 UVOD

Tema ovog završnog rada bavi se pitanjem i proučavanjem catering poslovanja na primjeru restorana kojem catering nije temeljni posao, ali je svojom kvalitetom i zalaganjem i brigom o ljudima dosegao nivo velike popularnosti u gradu Zagrebu. Prostorije restorana koji otprilike ima dvjesto i pedeset kvadratnih metara dopuštaju da se prezentira u objektu, ali i van njega. Popularnost cateringa narasla je u zadnjih nekoliko godina zbog važnosti događanja na razini osoba koje organiziraju nekakve svečanosti, osobne proslave i slično. Zaista žele ostaviti dojam i shvatili su da to ne mogu učiniti osobno kao što to može kuće koje se time bave. Traži se profesionalnost, uslužnost, osmijeh na licu, srdačnost i fina hrana. Kako za mala tako i za velika događanja. Primjerice krovna europska nogometna organizacija UEFA i najveći hrvatski nogometni klub Dinamo. Očekuju se visoki standardi, efikasnost i diskrecija. Zadnjih godina zahvaljujuću uspjesima nogometnog kluba Dinamo Uefa je imala priliku iskusiti ugostiteljstvo i u Hrvatskoj. Navikli su na Englesku, Španjolsku i Francusku za koje imaju veće budžete, pa se postavlja pitanje kako zadovoljiti kriterije jedne takve institucije za znatno manji budžet koji daju za druge zemlje. Također se postavlja pitanje može li se tu profitirati i što ako se ne ispune kriteriji. Nimalo manje kriterije nema ni klub poput Dinama i ljudi koji dolaze na utakmice u svečane lože. Bitan je i sam proces rada, pristupanje klijentu za izradu ponude i manipuliranje troškovima pri nabavi namirnica kako bi bilo ekonomske računice. Minimalan broj cateringa u suradnji sa te dvije institucije je oko dvadeset s mogućnošću povećanja ovisno o uspjehu. Svaki taj put treba biti na najvišoj razini i svakom treba maksimalno ozbiljno pristupiti i pružiti kvalitetu usluge i namirnica. Ovdje se želi argumentirati kako poštivost i ustrajnost u pružanju kvalitete može rezultirati dobrim i kvalitetnim suradnjama i širenju poslovanja. Pokazat će se i parametri isplativosti i detaljan proces dogovaranja i organizacije jednog primjera velikog događanja. Zanimljivost ovog primjera je u tome što UEFA ima vlastite standarde koji su poznati u svijetu i ne odstupaju previše od toga i svi to moraju poštivati ukoliko žele suradnju. Oni kao brend ne dopuštaju da se išta osim poslovnih partnera prikazuje za vrijeme događanja jer ono što oni financiraju mora biti jednostavno samo u njihovim obilježjima i obilježjima njihov poslovnih suradnika. Tako primjerice „PEPSI“ i „HEINEKEN“ imaju svoje mjesto uz njih. Prezentirati će se i proces pregovaranja s izaslanicima UEFA-e. Naposljetku objasniti će se razmišljanje iz perspektive gosta koji organizira nekakvo događanje i postaviti će se pitanja što on zapravo želi i kako mu pristupiti s pojašnjenjem kako je catering jednostavnija i bezbrižnija opcija, te

kako sa strane ugostitelja izgleda proces pripreme u vlastitim prostorijama i matematika organizacije.

## **2 CATERING**

Catering je aspekt ugostiteljstva koji se brine za organizaciju i posluživanje hrane i pića gostima na raznim vrstama događanja. Povijest cateringa počinje još u Rimskom Carstvu, kada su se pojavili prvi oblici ugostiteljstva, do prvih pomoraca koji su zapošljavali ugostiteljske djelatnike kako bi im služili hranu i piće na brodu, do današnjih globalno razvijenih kompanija koje su usko povezane s hotelskom i turističkom industrijom. Također to je grana ugostiteljstva koja se bavi pružanjem ugostiteljske usluge, posluživanjem i pripremom hrane i pića izvan ili u ugostiteljskom objektu na različitim društvenim događanjima ili zabavama. Potreba za catering uslugama seže još u drevna vremena, u 4. st. prije Krista. U doba Rimskog Carstva postojale su brojne gostionice uz ceste namijenjene ponajprije vojnicima, a razvojem trgovine postale su dostupne i ostalom stanovništvu. Razvojem i poboljšanjem transporta, tehnološkim razvojem i inovacijama, povećanjem populacije, razvojem turizma i trgovine u turizmu te otvaranjem hotela dolazi do sve veće popularnosti ugostiteljstva što je uzrok potrebe za catering kompanijama koje su s vremenom svojim pozicioniranjem i strategijama poslovanja došle do razine da jedna od najvećih svjetskih kompanija zapošljava čak 600 000 ljudi što je zavidan broj zaposlenih općenito u bilo kakvom aspektu ugostiteljstva. Hrvatske catering kompanije počele su se razvijati ne tako davno i to u većim gradovima. Kao djelatnost registrirali su ih obrtnici, hotelske i vanjski suradnici ili su nastale izdvajanjem iz velikih sustava.



## 2.1 Pojam i značenje

Catering znači organizacija i pružanje ugostiteljske usluge na nekom udaljenom mjestu ili objektima poput restorana, bolnice, privatnih kuća, kruzera, javnog mjesta, mjesta za snimanje ili studija, mjesta za zabavu ili svečanih dvorana.

Prema Pravilniku o razvrstavanju i minimalnim uvjetima ugostiteljskih objekata (Narodne novine, 82/07): „Catering je ugostiteljski objekt u kojem se pripremaju jela, a mogu se pripremati slastice i napitci, koji se dostavljaju ili dostavljaju i uslužuju na drugim mjestima kao što su: prijevozna sredstva, odgovarajuće prostorije za prehranu djelatnika pravnih i fizičkih osoba, stanovi i sl., te prostorije i prostori gdje su organizirane svadbe, prijemi, banketi i drugi slični događaji.“

Minimalni uvjeti koje catering objekt mora zadovoljavati kako bi mogao poslovati su: „Pripremnica obroka (catering) mora imati kuhinju i prostoriju za čuvanje hrane i pića, opremu potrebnu za dostavu i posluživanje jela i pića na mjestu dostave te odgovarajuća vlastita dostavna vozila koja udovoljavaju propisima o higijeni hrane, te osoblje za posluživanje na mjestu dostave“ (Narodne novine, 82/07).

Catering je priprema i posluživanje hrane i pića u ugostiteljskom objektu ili izvan ugostiteljskog objekta na društvenim događajima i zabavama (Meštrić i sur., 2007). Catering uključuje planiranje, organiziranje, kontroliranje i izvršavanje dogovorenih zadataka koji se međusobno nadopunjuju i zajedno klijentu pružaju gastronomski užitak za njegov novac.

Ovdje valja naglasiti razlike između visokoprofesionalnog cateringa i banquetinga i onoga što je zakonom definirano kao „catering objekti“. Danas na tržištu zahvaljujući zakonskoj regulativi gotovo svaki ugostiteljski objekt u ponudi ima i usluge cateringa kao usputnu djelatnost. Pred zakonom nema razlike ako se radi o dostavi jedne pizze ili organizaciji domjenka za veći broj osoba jer je zapravo i jedan i drugi poslovni subjekt registriran kao „catering objekt“. Takva zakonska regulativa omogućuje pojedincima zloupotrebu istoga te ostavlja organizatore poslovnih i privatnih skupova nezaštićenima jer sami moraju procjenjivati i istraživati o kojem se stupnju kvalitete radi u pojedinim ugostiteljskim

objektima. Za razliku od cateringa, hoteli su kategorizirani pa naručitelji već u startu znaju kvalitetu usluge koju mogu očekivati u hotelu s tri, četiri ili pet zvjezdica.

Catering se nekada smatrao luksuzom, a danas je neizostavan dio poslovne i privatne svakodnevnice, nešto bez čega je kvalitetan sastanak, prezentacija, team building, kongres ili neki drugi poslovni i privatni događaj postao nezamisliv.

## *2.2 Povijest*

Razvoj ugostiteljstva i cateringa započeli su jačanjem trgovine pa su se u trgovačkim centrima i tržnicama pojavili prvi ugostiteljski objekti koji su pružali usluge pripreme i posluživanja hrane. Ugostiteljska industrija može se pratiti od prije Krista. U to se vrijeme pojavio u Egiptu i staroj Grčkoj, gdje je prvi hotel nudio hranu i piće. Postojao je i u Rimskom Carstvu i u ovom su ga obliku uglavnom koristili ljudi višeg statusa. U početku su se ugostiteljski objekti nalazili oko samostana i kršćanskih hodočasničkih mjesta u Europi, a pomorce su angažirali pomorci za pripremu i opskrbu službenika za hranu i piće. Nakon Francuske revolucije pojavio se prvi francuski restoran. Prvi restoran u SAD-u zabilježen je na balu u Philadelphiji 1778.

Sljedećih godina blagovaonica se pokazala vrlo cijenjenom. Organizator ugostiteljstva Robert Bogle (Robert Bogle) pretvara ugostiteljsku djelatnost u gospodarske djelatnosti i može pružiti širok spektar osobnih usluga. Znak sredine devetnaestog stoljeća bilo je sjedinjenje trgovačkih poduzeća, odnosno uspostavljanje partnerstva između restorana i ugostiteljskih poduzeća.

U novije doba catering se znatno razvija u SAD-u. Za vrijeme Drugoga svjetskog rata catering kompanije su vojnike i građane opskrbljivale hranom. Šezdesetih godina prošlog stoljeća catering postaje normalan za veći broj ljudi kojima je prehrana izvan svoga doma sve češća pojava.. Domaćice koje su pripremale hranu za razne kućne zabave, rođendane i proslave shvaćaju da bi to mogle ekonomski valorizirati, pa se odlučuju na osnivanje tvrtke za pripremu i dostavu hrane. I restorani se polako uključuju u catering, pa tako sve više restorana nudi catering usluge svojim gostima, pa tako osim dostave pomažu čak i u organiziranju događaja i s vremenom na sebe organizaciju protokola i samog događanja.

Razvoj tehnoloških inovacija, rast broja ljudi, jaki razvoj turizma i putovanja utjecali su na catering tako da je dobio na popularnosti te ima važnu ulogu u ekonomiji pojedine zemlje.

Catering je svojom pojavom ostavio trag na moderno društvo i postao neizbježan segment većine događaja i zabava, bilo kakve vrste zabave ili događanja (O'Sheas Catering, 2017).

Catering industrija razvila se do te mjere da je danas jedna od najvažnijih elemenata u industriji putovanja i turizma. Catering je prisutan u mnogim ugostiteljskim segmentima poput restorana, restorana brze prehrane, hotelima , prijevoznim sredstvima bolnicama te školama.

Catering industrija daje na važnosti u prodaji domaćih proizvoda , brendiranju neke turističke destinacije te je važan faktor u državnoj ekonomiji.

### 2.3 *Tipovi cateringa*

Dvije glavne vrste catering usluge su on-premises (u prostoriji) i off premises (izvan prostora). Razlikuju se samo u mjestu događanja. Off premise catering zahtijeva pripremu hrane u glavnoj kuhinji catering kuće te njenu dostavu na lokaciju događanja gdje se dio ili cijela proizvodnja hrane dovršava.

### 2.4 *On-premise catering*

Ovakav tip cateringa iziskuje pripremu i posluživanje hrane i pića u vlastitim prostorijama. Neki restorani su uspjeli odvojiti same prostorije restorane od prostorija za catering te su pritom omogućili nesmetan rad restoranu tako što su prilagodili posluživanje iz same kuhinje koja je bliža prostoriji za catering.

### 2.5 *Off premise catering*

Off premise catering je vrsta cateringa u kojoj se hrana i piće poslužuju izvan prostorija catering kuće. Catering kuća vrši transport svog potrebnog inventara , hrane, pića i osoblja na mjesto događanja. Potreban je poseban prijevoz koji održava temperaturu hrane. Ovakav tip catering usluge može značiti serviranje hrane u posude , posluživanje hrane na nekom koncertu , sportskom događanju ili opskrbu hranom i pićem na nekom visokoluksuznom događanju. Catering kuće susreću se sa svim potrebama tržišta, od klijenata s manjim budžetom koji žele puno za malo novca do klijenata s visokom platežnom moći koji žele najbolju moguću uslugu. Valja naglasiti kako za neke događaje poput onih kod klijenata s visokom platežnom moći catering kuće imaju samo jednu priliku zablistati jer se ne događaju

svakodnevno a postoje i neke kod kojih ima mjesta za popravak ukoliko se dogodi bilo kakav nedostatak

### **3 VRSTE CATERING USLUGA**

Neke catering usluge prilagođene su specifičnim događanjima, a druge daju širi spektar usluga kako bi svaka želja bila ispunjena . Takav pristup stvara veći izazov i šire područje poslovnih mogućnosti catering kućama.

U catering usluge pripadaju (Strike, 2019):

- priprema i organizacija događaja
- priprema hrane i pića
- dostava hrane i pića te njihovo posluživanje
- pri završetku događaja čišćenje i pospremanje inventara

Catering se prilagođava željama i potrebama klijenata. Mogućnosti su velike te ovise o željama gostiju i ovise o tome koliko je veliko događanje. Stoga, catering može biti posluživanje hrane i pića za pet stotina ljudi na visokoj razini, a može biti i samo dostava gotovih obroka bez posluživanja. Na velikim događanjima šalje se čitavo osoblje koje je potrebno da se održi nivo događanja. Na nekim manjim zabavama nekada je potrebno samo dostaviti traženu hranu ili piće.

#### *3.1 Pokretni catering*

Pokretni catering iziskuje transport kombijem ili sličnim prijevoznim sredstvom , te pruža ograničen ponudu i količinu proizvoda te ne održava visoki nivo usluge pa mu je i cijena više nego pristupačna.

#### *3.2 Dostava*

Ovaj tip cateringa bavi se dostavom hrane klijentu. Ovakav tip usluge možda može pružiti već gotove plate nekih suhomesnatih proizvod, sireva ili zalogaja .Izbor ovisi o veličini narudžbe te može biti dostupan odmah ako je potrebno dostaviti u određenoj udaljenosti u određeno doba

### *3.3 Door-to-door*

Catering „od vrata do vrata“ nudi uslugu narudžbe hrane s važećeg jelovnika. Potrebna je oprema za održavanje topline hrane koja se može iznajmiti. Klijent koji je naručio hranu ima je pravo odbiti ukoliko ne zadovoljava uvjete za koje klijent plaća.

### *3.4 Catering na posebnim prigodama*

Ovaj tip cateringa iziskuje pružanje svih usluga koje događanje traži. Pod to spada da će ugostitelj hranu prezentirati na način da se objasni koje jelo što sadrži odnosno što je domaćin odlučio ponuditi. Takva događanja mogu zahtijevati da ugostitelj na sebe preuzme organizaciju i primjerice dekoriranje. Primjerice catering kuća u poslovnom cateringu bavi se pružanjem jelovnika za sastanke, treninge te ostale funkcije. Ova vrsta cateringa ima visoku potražnju i mogućnosti.

### *3.5 Industrijski catering*

Usluge u industrijskom cateringu uključuju usluživanje hrane većoj skupini ljudi, kao što aviokompanije, škole, bolnice i ostale institucije. Većina industrijskih catering ugostitelja ima godišnji ili polugodišnji ugovor. Ti ugovori pružaju dugoročan i stabilan rad obrta. Serviranje većinom nije potrebno jer se radi lokalno. Različite vrste catering usluga pomažu kako bi se različiti događaji učinili uspješnim i posebnim.

## **4 OPERATIVNI PROCESI VEZANI ZA CATERING**

### *4.1 GNK Dinamo u Uefa ligi prvaka*

Catering nije samo pripremiti odnijeti , poslužiti i vratiti hranu piće i inventar , već je to proces od pregovora ponude i pripreme. Primjerice kako to funkcionira sa jednom

institucijom kao što je krovna europska nogometna organizacija UEFA. Dakle UEFA se preko svojih referenata javlja catering kući u nadi kako bi na obostrano zadovoljstvo sklopili suradnju. Oni prvo ugrubo predstavljaju što zahtijevaju od catering kuće te ukoliko se smatra da se traženo može zadovoljiti. Zatim se sastavlja ponuda jela temeljena na njihovim zahtjevima koja iziskuje više različitih vrsta jela i pića s obzirom na prehrambene navike gostiju. Specifično je to što se traži i catering za UEFA-ino osoblje koje traje tri ili četiri dana ovisno o danu utakmice, dakle ako je utakmica u utorak, hranu za osoblje potrebno je dostaviti dan prije oko podneva na dan utakmice i dan poslije utakmice, ako se utakmica događa srijedom potrebno je produžiti za još jedan dan s time da UEFA financira i lunch pakete za medije koje također treba dostaviti dva sata prije utakmice. Nadalje pristupa se službenom sastanku kojem je naravno preduvjet dobro poznavanje engleskog jezika na kojem se pregovara o sadržaju jelovnika i cijeni, samoj izvedbi i protokolima. Ukoliko se sve uspješno dogovori potpisuje se ugovor o obavljanju djelatnosti na dogovorene cijene. Važno je naglasiti da u njihovoj politici plaćanja vanjskih suradnika ovisi najviše o tome iz koje ste države pa tako primjerice Španjolka, Engleska ili primjerice Francuska dobiju znatno veće budžete zbog veličine i popularnosti nogometnih klubova koji nastupaju u tom natjecanju, a i nacionalnih standarda.

#### *4.2 Izrada ponude*

Ponuda se uvijek sastavlja na temelju zahtjeva klijenta. U ovom slučaju traženo je nešto tradicionalno što se samo kod nas može probati. U obzir se uzima i budžet koji catering kuća naplaćuje po osobi i treba dati najbolje moguće za tu cijenu jer ako se pokaže može se nadati i budućoj suradnji. Oko izrade ponude si treba dati truda da bude vizualno prihvatljiva, čitka i jasna, te da se po mogućnosti u nazivu da do znanje što će se konzumirati. U slučaju izrade ponude za šator specifično je to što su sponzori poput Heineken-a omogućili svoje frižidere i proizvode.

Bitno je naglasiti da postoji i legenda kako bi se što lakše zbog prehrambenih navika prepoznalo jelo koje će se poslužiti. Točnije za mesna jela, vegetarijanska jela, za hranu koju konobari nose u rukama odnosno na odgovarajućim tacnama te za sami švedski stol. U ponudi je to naglašeno na ovaj način.

Vegeterian ( V)

Meat (M)

Flying buffet (FB)

Interactive food station (IFS)

Zatim se pristupa opisu hrane koje spada u predjela gdje se mora pored svakog označiti slovo iz legende. Isto tako je za glavno jelo. Važno je ranije naglasiti ukoliko netko od posjetioca primjerice ima problema s glutenom ili slično kako bi se na vrijeme zanlo i to isprezentirati i kako bi se izbjegle potencijalne neugodne situacije na samom događanju. Na kraju ponude iskazuje se dogovorena cijena po osobi. Isti primjer jelovnika se šalje također i za navedene obroke za osoblje i medije. U ponudama se navedene i točne satnice posluživanja pojedinog obroka. To je bitno za naglasiti jer UEFA. Ima svoje standarde za sve.

## Slika br. 1 - Ponuda

 <p style="text-align: center;"><b>Offer</b></p> <p><b>Occasion:</b> Home matches, GNK Dinamo Zagreb, UEFA Champions League</p> <p><b>Date:</b> The 3 home matches in the period from September to December 2021 Opening times: 2 hours prior to Kick-off, half time (15 minutes) and approx. 1 hour after the end of the match</p> <p><b>Amount of guests:</b> 300/400 pax <u>Lu</u> to 400 pax in SF)</p> <p><b>Location:</b> GNK Dinamo Stadium</p> <p><b>Dear Masiva,</b> We are sending you our offer as you requested. Kind Regards</p> <p><b>Filip Sudar,</b> Konoba Masklin i lata, 10000 Zagreb, A. Hebranga 11a Tel.: 01 / 4818273 Fax.: 01 / 4818273 E-mail: <a href="mailto:masklin.lata@gmail.com">masklin.lata@gmail.com</a></p> <p><b>Captions:</b> Vegetarian (V) Meat (M) Flying buffet (FB) Interactive Food Stations (IFS)</p> <p style="font-size: small; text-align: center;">Konoba „Masklin i lata“ / Ul. Andrije Hebranga 11, 10000, Zagreb / tel: 01 4818 273 / e-mail: masklin.lata@gmail.com</p>	 <p style="text-align: center;"><b>2 HOURS PRIOR TO KICK-OFF</b></p> <p style="text-align: center;"><b>FLYING BUFFET (FB)</b></p> <p style="text-align: center;">Tuna pate (V) Canapé snacks with salmon and fresh dill (V) Fried baby mozzarella with fruit jam (V) Turkey &amp; sesame strips with cocktail sauce (M) Crispy chicken rolls with cream cheese sauce (M)</p> <p style="text-align: center;"><b>WARM MEALS BREAKFAST FORM</b></p> <p style="text-align: center;">Prawns Pasta or Risotto on white - (IFS) (V) Medallions in green pepper sauce with homemade gnocchi (M) Grilled turkey with grilled vegetables (M) Veal medallions in <del>corciulosa</del> and sage sauce (M)</p> <p style="text-align: center;"><b>SALADS</b></p> <p style="text-align: center;">Mozzarella salad with tomato and basil (V) Greek salad with goat cheese and olives (V) Opera salad with turkey (M) Fresh leafy salads (V) Different types of bread</p> <p style="font-size: small; text-align: center;">Konoba „Masklin i lata“ / Ul. Andrije Hebranga 11, 10000, Zagreb / tel: 01 4818 273 / e-mail: masklin.lata@gmail.com</p>
 <p style="text-align: center;"><b>7:00 pm - 9:00 pm DELLY CORNER - (IFS)</b></p> <p style="text-align: center;">Dalmatian prosciutto, Slavonian <del>kulaga</del>, Homemade smoked <del>saussago</del>, (M) Black and green olives Grissini Homemade ham baked in bread (M) Horseradish sauce, homemade cheese and cream (V) A selection of top quality cheeses (V) Nuts (V) Homemade bread under baking lid</p> <p style="text-align: center;"><b>21:45 - 22:00 REDUCED WARM BUFFET</b> Homemade traditional „ŠTRUKLI“ (V) Veal shank baked with potatoes with vegetables (M)</p> <p style="text-align: center;"><b>21:45 - 22:00 FLYING BUFFET (FB)</b> Tartaretti with ham and cheese (M) Burraschi with tomato and mozzarella (V) Baby mozzarella on a stick with cherry tomato and arugula coulis (V) Coleslaw salad in a glass (V)</p> <p style="text-align: center;"><b>22:45 - 00:00 COLD &amp; WARM BUFFET</b> Mini Spicy Burgers (M) (FB) Turkey &amp; sesame strips with sweet and sour sauce (M) (FB) Canape with smoked salmon, cream cheese and fresh dill Crispy chicken rolls in cream cheese sauce (M) (FB) Italian „Fuži“ pasta with mushroom sauce Homemade „pilukanci“ pasta with smoked salmon and prawns (V)</p> <p style="font-size: small; text-align: center;">Konoba „Masklin i lata“ / Ul. Andrije Hebranga 11, 10000, Zagreb / tel: 01 4818 273 / e-mail: masklin.lata@gmail.com</p>	 <p style="text-align: center;"><b>22:45 - 00:00 DESSERT</b></p> <p style="text-align: center;">Fresh fruit selection Mini mignon cookies selection</p> <p style="text-align: center;"><b>Beverages Heineken</b> Will provide beer</p> <p style="text-align: center;"><b>PepsiCo</b> will provide soft drinks</p> <p style="text-align: center;"><b>Caterer</b> Will provide Wine red and white</p> <p style="text-align: center;">Price per person is 50 euros</p> <p style="font-size: small; text-align: center;">Konoba „Masklin i lata“ / Ul. Andrije Hebranga 11, 10000, Zagreb / tel: 01 4818 273 / e-mail: masklin.lata@gmail.com</p>

Izvor: Sistematizacija autora



### 4.3 Koncept UEFA-inog šatora

UEFA u svojim zahtjevima naglašava standardiziranost što znači da ima svoj pravilnik kako, što i tko treba izgledati. Valja naglasiti da isto tako zahtijevaju da apsolutno ništa osim njihovog brenda i brenda njihovih partnera ne smije biti vidljivo, što znači da primjerice ne smije biti logo catering kuće, ne smije biti vidljiv logo televizora i pogotovo nekakav proizvod partnerske konkurencije kao što je na primjer Coca-cola. S obzirom na pandemiju ponudili su više mogućnosti obavljanja rada i poslali egzaktnu upute. U uputama stoji primjer uređenja švedskog stola, dekoracija i izgled osoblja. Također iskazan je i raspored stolova i pozicije gdje bi što trebalo stajati.

Slika br. 2 – Informiranje o cateringu



#### Champions Club Catering Briefing

(normal scenario/ no Covid-19 restrictions)

Following your local authorities Safety Measures, the Catering trends and the UEFA Champions Clubs' level of service, please take into consideration the following topics for the new season:

**F&B: Buffet preferred**

- Live cooking Stations (Pasta, Crepes, etc...) that doesn't smell too much
- Sustainable organic cuisine
- Local supplied food and local dishes
- Excellent presentation
- Colourful buffet
- Typical dishes of the visiting Team country
- Healthy food and juices
- Unbranded catering material
- No plastic cutlery or tableware

**Set-up: High tables and bar stools**

- Glasses: red/white wine, water
- Cutlery bag and napkins
- Water (1 mineral per guest, 1 sparkling per 2 guests)
- Nibbles selection

**Service: Number of staffs to be discussed with the caterer depending on your venue**

- 1 Waiter for each 20 guests
- 1 Bartender per 80 guests
- Runners to clean the tables and refill the buffet



Waiter



Chef



Manager



Please note that under "normal" scenario, masks and gloves are not mandatory for the service staffs

#### Preferred Presentation



Izvor: Sistematizacija autora

## Slika br. 3 – Informiranje o cateringu



### Champions Club Catering Briefing (RTP Protocol / under Covid-19 restrictions)


Following the local authorities Safety Measures and the Return To Play Protocol, please make sure that the caterer is briefed accordingly and that the strictest measures are applied:

**F&B: Seated diner**


- Recommended Selection:
  - Starter: 6-8 finger food hot and cold (including vegetarian options)
  - Main course: hot food combo (2 meat options included) (vegetarian option should be available)
  - Dessert: trio dessert style
- Finger food or small/individual portions
- All drinks should be served at the table
- Sustainable organic cuisine
- Local supplied food and local dishes
- Excellent presentation
- Typical dishes of the visiting Team country
- Healthy food and juices
- If local Health & Safety requires food coverage, please prefer a recyclable material option
- Unbranded catering material
- No plastic cutlery or tableware

**Service: Number of staffs to be discussed with the caterer depending on your venue**


- 1 Waiter for 10-12 people
- 2-3 Bartenders
- Runners to clean the tables during the whole evening
- Cleaning service with disinfectant should be done during the match to prepare the room
- Service staff shall wear face mask and gloves at any time during the entire operations
- Disinfection dispensers shall also be made available to the staff
- Staff shall be trained to serve the food and drinks properly and to minimize proximity to the guests



Walter



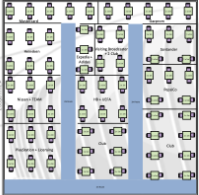
Chef



Manager

**Set-up:** Please see below our floor plan proposition for our Return to Play Champions Club Concept, taking into consideration tables of 4 guests only, subdivided into small groups per Partner. Please take note that this concept may be subject to modifications as the current situation evolves:

- Social distancing of 1.5m between tables, to be adapted per market
- Tables of 4 guests, all guests should be seated
- Dedicated staff per group in order to avoid contamination and reduce contact
- Glasses: red/white wine, water
- Cutlery bag and napkins
- Water (1 mineral per guest, 1 sparkling per 2 guests)
- Nibbles selection



Izvor: Sistematizacija autora

### 4.4 Nabava namirnica

Prema dogovorenoj ponudi dan i li dva prije događanja ovisno o složenosti pripreme hrane obavlja se nabava namirnica. Potrebno je konzultirati se sa šefom kuhinje o količini i vrsti namirnica pa bi bilo poželjno s njim to i obaviti. Valja naglasiti kako je ovo izniman događaj i potrebno se pokazati u najboljem svijetlu do najsitnijeg detalja jer bi dugoročna suradnja bila više nego poželjna. Stoga je potrebno izabrati svježije namirnice i pritom paziti na omjer cijene i kvalitete jer ipak postoji unaprijed određeni budžet. Namirnice poput voća i povrća pomno su odabrane sa zagrebačke tržnice Dolac isto kao i meso. Važno je to naglasiti jer od toga kvalitetnije ne može biti i okusom se na kraju primijeti kvaliteta same namirnice koja naravno ovisi i o pripremi. Troškovi namirnica obično ne premašuju više od 30% - 35% ukupne cijene koja će se na kraju naplatiti.

#### 4.5 *Ostali troškovi*

U ostale troškove koji se moraju izdvojiti spadaju inventar koji je potrošan a to su čaše , pribor za jelo , pribor za vađenje jela , dodaci za pripremu hrane dekorativna sredstva popu cvijeća ili nekih jestivih dekoracija. U trošak također ulazi transport , kao i struja . voda .plin i na kraju trošak osoblja to još iznosi nekih 15%-20% od ukupne cijene. U obzir treba uzeti i troškove za koje se ne nadamo ali treba pripaziti a to su kazne , troškovi nečeg zaboravljenog ili ne dogovorenog a zaista je klijentu potrebno , te na kraju porez. Iz rezimea troškova da se zaključiti kako catering ako se dobro obavi nabava i dogovori dobra cijena može biti isplativa djelatnost , ali naravno važan je obujam poslova , ne može se od jednog ovakvog živjeti. Također valja naglasiti da se po ugovoru ovakve događanje ukoliko sportska situacija to dopusti odvija minimalno tri puta. S obzirom na unaprijed određene datume odigravanja sportskih utakmica dosta vremena postoji da se dobro pripremi , pregledaju ponude dobavljača i odredi najbolja varijanta za nabavu svega potrebnog.

#### 4.6 *Izrada ponude po količini jela i broju osoba*

##### 4.6.1 Predjelo

Primjerice na bazi od pedeset osoba ponuda se sastavlja tako što se računa da svaka osoba osoba dobije minimalno porciju predjela i porciju glavnih jela. Izračun za predjela pošto je u ovom slučaju „finger food“ sastavlja se tako da svaka osoba dobije jednu vrstu „finger fooda“ što je u ovom slučaju pet vrsti zalogaja odnosno „finger fooda“. „Finger food“ je izraz za hranu koja se jede sa pladnja rukama nazivamo ih i zalogajima. Složeni su u obliku kanapea ili su servirani u čašicama za jednostavno rukovanje. Tako je primjerice porcija „rolica“ s piletinom servirana u staklenoj čašici u kojoj je na dnu umak od sira i vrhnja pa se tako najlakše moguće dobije potpuni okus kompletnog sadržaja čašice. Također desert je u obliku sitnih „mignon“ kolača pa se tako računa da je predviđeno ukupno 10 zalogaja po osobi. Svaki zalogaj se kreće po cijeni od 10 kuna stoga taj dio iznosi sto kuna po osobi.

##### 4.6.2 Glavno jelo

Glavna jela se računaju tako da svaki gost može računati na porciju hrane , ali ne od svakog jela stoga ako imamo pet različitih jela od svakog se daje po otprilike deset porcija i kako bi se izbjegla situacija od manjka hrane dodaju se među jela poput salata i naplaćuje se prema važećem cjeniku i ukupnim troškovima nabave i izrade i cijena iznosi sto i pedeset kuna po osobi. U tu cijenu su uračunati dostava, prikup robe , inventar te usluga profesionalnog osoblja. Jela između predjela i glavnog jela su u ovom slučaju bili domaći zagorski štrukli koje su dane u dvadeset i pet porcija iz razloga što u jednu porciju idu dva komada.

#### 4.7 *Vrednovanje točenja pića*

Valja napomenuti kako po ugovoru stoji da u službenom UEFA-inom šatoru piće dolazi od strane sponzora kao što su „Heineken“ i „Pepsi“ te se usluga u tom slučaju ne naplaćuje već je to uvjet kako bi se suradnja ostvarila. Međutim u prostorijama kluba kao što su svečane lože ili sama uprava gdje također dolaze gosti , i sve spada pod pokroviteljstvo UEFA-e nalaže se šankovi koje UEFA ne opskrbljuje sa sponzorskim pićem što znači da se tu vrši naplata usluge serviranja pića koja se naplaćuje po satu po radniku.

#### 4.8 Priprema za catering

Prije samog početka događaja, potrebno je napraviti dobru pripremu i osmisliti kvalitetan plan rada.

Prvi dio pripreme je nabava namirnica koju na vrijeme treba dostaviti kuhinji kako bi oni pravovremeno mogli dovršiti pojedine obroke. Obično su za catering od 50 ljudi potrebna 2 kuhara i 2 pomoćna kuhara kako bi na vrijeme sve izašlo van te pri tome ostalo čisto i uredno.

Dio inventara uzima kuhinja kako bi na njih adekvatno i estetski prihvatljivo složili predjela, glavna jela i deserte. Važno je naglasiti da se glavna jela čuvaju u posudama za održavanje topline, a iste se stavljaju u spremnik koji također čuva toplinu.

Slijedi organizacijski dio u kojem se kontroliram što je sve potrebno za nadolazeći događaj. Kontrolira se vrši na način da se u unaprijed izrađenoj tablici popunjavaju stavke koje se smatraju potrebnima za obavljanje rada.

Slika br. 4 – Organizacijska tablica



Datum:

Lokacija:

Početak događanja:

Broj gostiju:

Vrijeme dolaska:

	OPREMA	BROJ	*[?]/✓[?]		OPREMA	BROJ	*[?]/✓[?]
1.	Banje			19.	Pregače		
2.	Čaše			20.	Dresing za salatu		
3.	Tanjuri			21.	Etažeri		
4.	Sol, papar.			22.	Kibla		
5.	Maslinovo ulje			23.	Led		
6.	Abažuri			24.	Pepeljare		
7.	Stolnjak			25.	Posuda za beštek		
8.	Ubrusi			26.	Košara za kruh		
9.	Beštek			27.	Kruh		
10.	Hvataljke			28.	Traka		
11.	Gelovi			29.	Tacna		
12.	Vreće za smeće			30.	Špenadle		
13.	Otvarači			31.	Krpe za poliranje		
14.	Salvete			32.	Deterdžent		
15.	Čačkalice			33.	Spužva		
16.	Ovali			34.			
17.	Upaljač			35.			
18.	Drop stop			36.			

Izvor: Sistematizacija autora

Tablica nije nužna ali znatno olakšava sam proces rada i služi kao podsjetnik.

Sav inventar poput čaša, tanjura, pribora za jelo, priklano je umotan i prethodno opran kako bi čist došao na stol. Također ostali inventar je zapakiran tako da se ne prolijeva te da pritom ništa drugo ne ošteti. Sve se slaže u duboke plastične kutije koje su izrađene tako da se slažu jedna na drugu. Time se štedi prostor u transportu i olakšava pakiranje i slaganje potrebnog inventara. Prije polaska podjele se obveze, a od osoblja se očekuje da se svatko drži svojih obveza te pritom valja naglasiti kako je potrebno konstantno biti maksimalno čist, uredan i maksimalno pristojan.

#### *4.9 Odlazak na catering*

Ukoliko utakmica počinje u 21 h, prema protokolu, catering bi trebao biti spreman 2,30 h prije početka utakmice. U prvoj dostavi se nosi sav potreban inventar te se ugrubo slaže izgled švedskog stola. To je idealna prilika za izradu plana rada i kretanja. Od samog početka potrebne su akreditacije za kretanje u krugu stadiona. Sigurnosne kontrole su na nivou tako što se pregledavaju sve akreditacije te policija prije dolaska samih gostiju s obučenicima provjerava mogućnost postojanja eksploziva. Uz takve kontrole po cijelom stadionu je i policija koja nadzire situaciju, a u policijskim prostorima na vrhu stadiona red čuvaju i dva vojnika. U drugoj dostavi, catering dolazi s kompletnim osobljem, hranom za šator i hranom za medije koji su financirani od strane UEFA-e. Njihov paket sadrži voće, vodu, čokoladicu i topli obrok za koje se također radi zasebna ponuda.

## Slika br. 5 - Ponuda



Izvor: Sistematizacija autora

Pri ulasku u šator i prije odijevanja u službene uniforme, slaže se konačan izgled i raspored švedskog stola. Hrana mora biti servirana uz adekvatan pribor za uzimanje hrane i ona hrana koja se nalazi u posudama za čuvanje topline mora biti prikladno složena kako bi grijači grijali vodu koja održava toplinu hrane. Prema UEFA-inim protokolima, glavno jelo nije dopušteno konzumirati prije kraja prvog dijela utakmice stoga su do tada poslužena samo predjela, a tek se na odmoru poslužuju glavno jelo i desert.

Za vrijeme utakmice nije dopušteno konzumiranje hrane i pića kako bi se održala gledanost sportskog natjecanja. Šator je namijenjen isključivo za UEFA-ine suradnike, a za goste i djelatnike nogometnog kluba Dinamo, organizira se poseban catering iste catering kuće u prostorijama kluba odnosno svečanim ložama. Jelovnici se ne razlikuju te je svaki gost iste važnosti i svakome je potrebno posvetiti jednaku

pažnju i vrijeme. Na početku drugog dijela utakmice, izgled šatora i loža se mora dovesti na nulu što znači da ne smije biti ni jednog prljavog tanjura niti čaše jer je gostima odobren ostanak i pola sata nakon utakmice. Na kraju cateringa, nakon odlaska svih gostiju, obavlja se prikup svog inventara, prenosi se u dostavno vozilo te se vraća u jedinicu za pranje.

#### *4.10 Izgled osoblja*

Kao što je i na slici 3 prethodno prikazano, osoblje mora biti prikladno obučeno, tako da će glavni i odgovorni nositi svečanije odijelo, naravno bez ikakvog reklamnog obilježja. U slučaju da je dogovorena live kuhinja, kuhar mora biti odjeven u kuharsku uniformu te na posljertku konobari moraju imati pregače, bijele košulje, crne hlače i cipele također bez ikakvih obilježja.

#### *4.11 Raspored jedinica u šatoru*

Pri ulazu u šator potrebno je pokazati svoju akreditaciju s osobnim podacima. U prvom dijelu se nalaze visoki stolovi, presvučeni u crvene stolnjake s visokim bijelim stolcima. Na sredini se nalazi jedinica – švedski stol, a zamišljena je tako da sa bilo koje strane na kojoj se gost nalazi bude dostupna ponuđena hrana. Na kraju šatora nalazi se lounge dio gdje gosti mogu sjesti i konzumirati hranu i piće. Njihov je izbor hoće li utakmicu pratiti u šatoru ili na tribini. Šank se nalazi uz rub na sredini kako bi imali pregled događanja te kako bi svima bio lako dostupan. Piće je u ovom slučaju osigurano od strane sponzora natjecanja. Osiguran je jedan ulaz i jedan izlaz kako bi nesmetano cirkulirali, a da pritom ne smetamo gostima.

#### *4.12 Izgled švedskog stola*

Šank je jedinica gdje se toči piće dogovoreno i dostupno za konzumaciju, a unatoč željama gostiju za nečim nedostupnim, potrebno je objasniti kako pića dolaze od strane suradnika. Čaše jednakog izgleda bi trebale biti poslagane u redove po kojima razlikujemo gdje i koje piće točimo. Čaše za vino su staklene na stalku, a još razlikujemo čaše za sok i pivo koje su



također staklene. Prije dolaska gostiju poželjno je natočiti nekoliko čaša unaprijed kako se ne bi stvorila bespotrebna gužva na šanku. Čaše se nakon skupljanja vraćaju na šank te se spremaju u kutije predviđene za njih.

Švedski stol je jedinica koja treba izgledati najbogatije i najurednije. To podrazumijeva pribor za jelo složen u platnene ubruse prekrivene kako bi ih zaštitili od prašine, adekvatno zapakirane začine (sol, papar, maslinovo ulje) te višeslojne salвете i čiste i neoštećene tanjуре koje svakako valja prije pregledati. Svaki pribor za vađenje jela mora imati svoj tanjurić na koji se odlaže nakon korištenja, a svi poklopci i metalni inventar moraju biti bez mrlja i otisaka. Stol je prekriven bijelim ili crnim stolnjakom, a na sredini stola stoji bogata cvjetna dekoracija.

#### *4.13 Održavanje reda i čistoće tijekom rada*

Tijekom pripreme potrebno je osim samog inventara uzeti i sredstva koja služe za održavanje reda i čistoće. To su vreće za smeće, vreće za plastiku, krpe za poliranje, krpe za brisanje stolova, a u vrijeme pandemije i maske i rukavice. Potrebno je držati do svega navedenog kako bi se iskazao profesionalizam i odgovornost jer i to je vrlo bitan čimbenik za nastavak suradnje. Vreće su posebno odvojene kao i apservis jer taj dio nije adekvatan za prostor gdje gosti borave pa se tako stavlajući sve na pravo mjesto održava red pri odnošenju prljavog posuđa. Prljavo posuđe vraćamo u plastične kutije te odvajamo tanjуре, pribor za jelo i ovale na kojima je bila hrana kako bi olakšali transport i proces pranja istoga. U red spada i komunikacija osoblja s gostima što znači da nije prikladno da se konobar upušta u bilo kakve rasprave s drugom stranom. Komunikacija sa strane osoblja je reducirana na: „Dobar dan“, „Izvolite“, „Možemo li vam što donijeti“ i „Nadam se da Vam je bilo sve u redu“ kako bi se izbjegli svi nepotrebni incidenti i pritom se zadržala profesionalnost.

#### *4.14 Izrada računa i naplata usluge*

Naplata usluga se vrši prema ponudi. Dakle u kasu se stavljaju svi artikli koji su količinski prethodno dogovoreni. Primjerice pedeset pilećih rolica , dvadeset i pet porcija štrukli , te deset porcija rižota s jadranskim kozicama. Naravno i svi ostali u ponudi navedeni artikli.



potrebno poboljšali ono što je bio nedostatak. U pregovore za sljedeću utakmicu se ulazi otprilike 10 dana prije same utakmice jer tako raspored natjecanja dopušta i osmišljen je na način da se zaista sve na vrijeme da organizirati. Nakon prikupljanja svih povratnih informacija piše se završni mail zahvale na povjerenju i daje se do znanja kako bi voljeli na temelju pozitivnih iskustava nastaviti suradnju. UEFA je institucija koja zahtijeva visoki nivo i visoku kvalitetu svega , te u ostalim natjecanjima kao što su Europska liga i sada po novom Konferencijska liga preporuča catering kuću koja se iskazala na najvišem nivou natjecanja kao što je Liga prvaka. Komunikacija s njihove strane tokom cijele suradnje je jasna , pristupačna i povoljna zaista svakome. Za svaku nejasnoću stoje na raspolaganju i trude se objasniti ju što je jednostavnije moguće. Čak ako i nastane problem iznimno su ažurni u rješavanju istog što je odlika sposobnih i kvalitetnih ljudi.

#### *4.16 Komunikacija vezana za ostala natjecanja*

Liga prvaka kao najviša razina nogometnog natjecanja obuhvaća najbolje sponzore , najpoznatija imena kompanija koje su suradnici u održavanju natjecanja pa su tako i budžeti na najvišem mogućem nivou za pojedinu naciju. Stoga javlja se problematika konkretno u Hrvatskoj. Naime u Ligi prvaka očekuju se najbolje delicije koje se mogu ponuditi u dogovorenom budžetu , ali niža razina natjecanja koja se imala prilike odvijati u Hrvatskoj je Europska liga za koju se podrazumijevaju niži budžeti jer to ipak nije vrh europskog nogometa. Budžeti su znatno niži za čak pedeset posto. To ne bi predstavljalo problem da oni ne zahtijevaju istu uslugu kao što je na razini Lige prvaka. Nezgodno je pregovarati u tom slučaju jer to može utjecati na daljnju suradnju u bilo kojem pogledu natjecanja stoga pažljivo treba pristupiti dogovoru i ponudu prilagoditi budžetima.

#### *4.17 Usporedba budžeta i traženog paketa*

Primjer za usporedbu je paket hrane za medije. Dakle u Ligi prvaka budžet je dvanaest eura po paketu koji sadrži sendvič , voće , vodu i čokoladicu. Dakle to je oko devedeset kuna po paketu koji je poprilično bogat. Za Europsku ligu taj budžet pada za pedeset posto te iznosi šest eura po paketu. Cijena u nabavi paketa jednostavno je prevelika da bi se to isplatilo ponuditi. Voda u prosjeku iznosi pet kuna , čokoladica oko tri do pet kuna voće iznosi oko dvije do četiri kune te sendvič sa svim potrebnim namirnicama iznosi do deset kuna. Svakako

u trošak treba uračunati transport , radnike koji to pripremaju i ambalažu u koju se to pakira. Stoga se doista mora maksimalno ozbiljno pripremiti za pregovore i objasniti situaciju te ponuditi rješenje koje zadovoljava obje strane.

## **5 PRAKTIČNI PRIMJERI PRIMJENE CATERINGA U STVARNOSTI**

GNK Dinamo svake godine raspisuje natječaj za vanjske suradnike za sektor cateringa. Daju se ponude hrane za primjer neke od utakmica s visokom gledanošću , a to su obično derbiji protiv Hajduka, Rijeke ili Osijeka. Ponuda se radi za glavnu svečanu ložu , dvije sporedne lože , upravu kluba te jedinice gdje su smješteni šankovi. Nakon što se prihvati najbolja ponuda na natječaju pristupa se pregovorima. Sezona obuhvaća minimalno osamnaest domaćih ligaških utakmica te utakmice u Hrvatskom nogometnom kupu koje ovise o uspjehu momčadi. Svaki catering se naplaćuje zasebno te se mora postići ukupna dogovorena cijena kroz minimalan broj utakmica, a sve ono što je dodatno primjerice skupštine kluba i kup utakmice u koje se klub plasira naplaćuju se dodatno. Klub zahtijeva da se dio iznosa uplaćuje za marketinške svrhe iz razloga što se logo i ime kuće koja pruža usluga izlaže na svim domaćim utakmicama prvenstva i kupa. Dinamo ima pravo na to jer je stvorio svjetski poznato ime svojim uspjesima i svatko bi volio naći se među izloženima kao partner odnosno suradnik kluba.

### *5.1 Ponuda za svaku zasebnu utakmicu*

Nekoliko dana prije same utakmice nadležna osoba kluba šalje elektroničku poštu sa svim potrebnim podacima za izradu ponude za nadolazeću utakmicu. Potrebni podaci su vrijeme početka utakmice , broj pozvanih gostiju te napomene vezane za jelovnik. Ponuda se kreira kao i uvijek prema broju osoba željama klijenta te se cijena formira ovisno o željenim jelima i namirnicama koje su potrebne za izradu istog. Najgledanija utakmica je ona protiv splitskog Hajduka te ta mora uvijek sadržavati najbolje za domaće goste i goste koji dolaze iz drugog grada. To ne znači da se ostali klubovi i gosti na bilo koji način zanemaruju ili su na bilo

kakav način manje vrijedni , već ovo je prilika za nekakvo odskakanje što se tiče jelovnika , a na pružatelju usluga je da svakog gosta gleda na isti način te pruži maksimalnu kvalitetu, ali radi gledanosti i ostavljanja dojma angažiraju se još suradnici koji su zaduženi za predstavljanje nekog poznatog pića kako bi dojam bio potpun. Sama ponuda od strane catering kuće vrlo je jasna i precizna te se ispunjava u potpunosti.

## *5.2 Proces cateringa na ligaškoj utakmici*

Prema protokolu jela trebaju biti spremna jedan sat prije početka utakmice što znači da kompletno osoblje treba biti spremno za rad barem tri sata prije početka kako bi se nesmetano obavio transport , posložio švedski stol te pripremio kompletan izgled i imidž catering kuće što podrazumijeva urednost , jednolik izgled sa logom odnosno natpisom na pregačama , bijelom košuljom , crnom kravatom , crnim hlačama i crnim cipelama. Osobe sa većom odgovornošću nose svečana odijela. Osim cateringa za sigurnost su zaduženi redari na svakom ulazu u ložu te u aranžmanu kluba na ulazu stoje zagrebačke mažoretkinje. Proces rada i završetka rada je isti kao u i europskim natjecanjima što podrazumijeva odlazak nakon svih gostiju te urednost pri samom radu i pakiranju stvari za odlazak sa lokacije rada.

## *5.3 Efekt rada u instituciji kao što je dinamo*

Naime uvijek se na obavljanju rada gosti ukoliko su zadovoljni vole raspitati otkud hrana dolazi i tko je zaslužan za takav kompletan izgled i profesionalnost. Pošto je dobar dio gostiju visoke platežne moći vole imati nekoga tko može pružiti i kvalitetu kada se događa nešto i u njihovom aranžmanu. Stoga se promet i broj cateringa povećava i takva događanja služe kao odlična reklama proizvoda i usluge. Sam dojam stola obučenog u bijeli svečani stolnjak i plašt koji je omotan oko stola , platnenih ubrusa , srebrnog pribora za jelo i inventara u kojemu su jela servirana označavaju visoke standarde u ovoj branši i ako se tome doda događaj na kojemu se to može prezentirati to zaista može dobro utjecati na poslovanje. Još k tome valja dodati kako logo na stadionu uvijek upadne u oko.



Slika br. 7 – Reklama i promocija restorana za vrijeme Dinamove utakmice

Izvor: [www.zonadinama.com](http://www.zonadinama.com)

Iz svega se da zaključiti da je suradnja sa velikim imenima dugoročno isplativa i da se treba maksimalno dati u svakom pogledu što se tiče namirnica , pripreme i izbranog najljubaznijeg osoblja za održavanje suradnje na ovakav način. Valja opet naglasiti kako se uvijek javlja prilika za suradnju i u europskom dijelu koji je također odlična prilika za rast poslovanja i svačije zadovoljstvo.

#### *5.4 Primjer cateringa u vlastitim prostorijama za domjenke*

Znatno je lakše organizirati i pravovremeno pripremiti događanje u vlastitim prostorijama. Mnogi faktori utječu na to poput prometnih gužvi , vremenskih prilika, ili nekakvih ograničenja koja su nam svima sada poznata u pandemijsko vrijeme. Naime kada restoran organizira događanje u svojim prostorijama potrebno kompletno prenamijeniti izgled. Dakle obično su u restoranu postavljeni stolovi kako bi ljudi mogli ugodno sjesti , raskomotiti se i uživati u hrani u piću na svojem mjestu. Proces započinje tako što klijent dolazi na dogovor i samo razgledavanje prostorija gdje mu se objasni ideja kako bi raspored stolova , švedskog stola i princip rada trebao izgledati. Zatim slijedi razgovor gdje klijent iznosi svoje želje. Ljudi imaju razne zahtjeve koje je nekad ne isplativo prihvatiti zato se mora mudro pristupiti razgovoru kako bi obje strane bile zadovoljene. Primjer je taj da se nekad gost želi rastereti

većeg troška pa moli da on ili ona budu slobodni donijeti piće u vlastitom aranžmanu što je jako ne isplativo za restoran. Piće u ugostiteljstvu ima veliku maržu pogotovo u restoranu koji je primjerice smješten u centru grada. Stoga se postavljaju opcije da se ispuni njihov zahtjev, ali da se pritom naplati najam prostora i dodatne dnevnice za osoblje. Postoji i mogućnost odobrenog popusta na piće i bez plaćanja najma prostora jer se ugostitelj nekako mora osigurati. Kada i ako gost pristane na neku od tih varijanti pristupa se dogovoru oko jelovnika. Nerijetko se iskazuju želje za nečim specijalnim što inače nema na redovnom jelovniku pa se sve to treba zabilježiti kako bi se formirala konačna cijena. Cijena se formira prema važećem cjeniku osim ako se traži nešto van jelovnika to se dodatno naplaćuje zbog pripreme i moguće rijetkosti namirnice. Nakon dogovora šalje se službena ponuda kao pisani trag i dogovor. Predujam nije obavezan. Piće se naručuje od uobičajenih distributera i naplaćuje se također prema važećem cjeniku.

### *5.5 Izgled restorana i proces rada*

Restoran se najčešće uređuje prema vlastitim mogućnostima i željama osim ako klijent ne osigura uređenje sa treće strane. Dakle svi restoranski stolovi se sklanjaju kako bi se napravilo mjesto za švedski stol i visoke stolove i stolice. Stolovi su prekriveni bijelim svećanima stolnjacima kao i švedski stol. Prenamjena restorana iziskuje puno vremena stoga treba pristupiti tome nekoliko sati prije samog događanja kako bi sve bilo spremno na vrijeme. Švedski stol se postavlja posljednji kako bi hrana bila što svježija. Na samom ulazu u restoran postavlja se mini šank koji služi za posluživanje pića dobrodošlice, slijedi praćenje gostiju do mjesta koja su predviđena za njih, uzimaju se kaputi po potrebi te se odlažu u garderobu pod brojem koji se daje gostu. Govori im se usputno kako se mogu poslužiti te ako žele popiti nešto drugo mogu slobodno doći do šanka i naručiti. Konobari su odjeveni u bijele košulje, duge pregače i uljepšani su sa crnom kravatom. Kako se prezentiraju van objekta tako treba biti i u samom objektu. Nadopuna hrane vrši se tokom događanja. Želje gostiju poštuju se u skladu s dogovorom kao i dogovoreno radno vrijeme. Pristojno je upozoriti osobu s kojom se dogovaralo pola sata prije isteka radnog vremena kada se gasi i glazba da svi ostali posjetioci mogu mirno otići bez ikakvog požurivanja. Na izlazu se vraćaju kaputi te se srdačno zahvaljuje na posjeti. Zatim se izgled restorana vraća u početno stanje. Naplata se vrši u sustavu „Remaris“ te se račun izdaje na firmu koja je bila klijent.

## 6 ZAKLJUČAK

Catering kao temeljno poslovanje donosi mnogo mogućnosti. Sama isplativost se na kraju ne pokazuje samo kroz zaradu, već kroz prezentiranje, širenje dobrog glasa i pružanje usluge na visokom nivou što i samo daje satisfakciju. Možda je u početku ljudima koji nisu upoznati s time teško takvo što tražiti jer im se čini u neku ruku skupo, ali ako se klijentu pristupi sa uvjerenjem da će dobiti najbolje za uloženi novac i pritom izgledati prema njegovim željama zadovoljstvo bude obostrano. Ekonomski gledano sa strane gosta možda nije najisplativije, ali ako se uzme u obzir da klijent organizira neko svečano događanje treba svakako napomenuti da primjerice naručivanje pizze ili neke dostave neće ostaviti dojam na posjetioce jer će biti zapakirano u kartonske ili aluminijske ambalaže. Osoba sama mora voditi brigu o čistoći te kasnije oprati sve što se koristilo. Dakle dosta posvećenosti i obaveza na događanju u kojem s treba uživati i to će platiti otprilike nekakvih osamdeset do devedeset kuna po osobi ako ne naručuju veću količinu hrane. Ako se odluče ipak na naručivanje cateringa prvo trebaju znati da nemaju nikakvu obvezu čišćenja, pripremanja i posvećenosti i brige oko posuđa i ostalog inventara. Osim toga osoblje se brine o posluživanju gostiju te brine da nikome ništa ne fali. Nije isto kada se negdje dođe i vidi se primjerice kartonske kutije i kada do osobe dolazi konobar uredan i odjeven u bijelu košulju i donosi gostu ono što želi. Dakle ako se želi ostaviti dojam i impresionirati goste opcija cateringa je svakako bolja opcija. Gledano sa strane ugostitelja, to je djelatnost koja je ekonomski dosta isplativa i pogodna manipuliranju troškova. Pod to spada primjerice kupnja pića po jeftinijim cijenama ili mogućnost kupnje hrane po jeftinijim, ali bitno je održati kvalitetu kupnje proizvoda. Primjerice može se naplatiti i dekoracija koja se više puta može iskoristiti, kao i inventar poput stolnjaka i stolova koji se uvijek daju u najam za događanja. Iznajmljuju se u setovima dakle stol sa stolnjakom formira cijenu, pa se količinski može dobro nakupiti. Spomenuto je već kako se dobro odrađenim poslom širi i dobar glas pa tako i posao što je veliki plus u ovoj branši. Stjecanje novih gostiju je bitno kao i zadržavanje koje se samo može postići davanjem kvalitete. Kaže se da je najbolji gost onaj koji se vrati. Sezonski ugovori poput onog s Dinamom daje sigurnost da se i investira u nekakve novitete kao bi se obnovio i inventar i uložilo se u ugled jer se zaista može doći do nekakve unikatnosti po kojoj će kuća i usluga biti prepoznata i tražena. Stoga iz svega navedenog se može zaključiti kako savjesno obavljanje posla, pružanje vrhunske kvalitete svima s kojima se surađuje mora biti prepoznato i nagrađeno novim prilikama za rad i prezentiranje. Potrebno je dati sebe u obavljanje ovih djelatnosti i



maksimalno se posvetiti obavljanju rada koji se dobio priliku napraviti upravo zbog održavanja poslovanja.

## 7 LITERATURA

1. Ketterer, M. (1991). How to Manage a Successful Catering Business, Second Edition. New Jersey: John Wiley & Son (10.12.2021.)
2. Pravilnik o razvrstavanju i minimalnim uvjetima ugostiteljskih objekata iz skupina Restorani, Barovi, Catering objekti i Objekti jednostavnih usluga. Narodne novine, 82/2007. (10.12.2021)
3. Dostupno na: [http://www.uoz.hr/pdf/pravilnik/PRAVILNIK\\_MTU\\_RESTORANI.pdf](http://www.uoz.hr/pdf/pravilnik/PRAVILNIK_MTU_RESTORANI.pdf)
4. Adria grupa, gastro i catering (bez dat.).  
Dostupno na: <https://adria-grupa.hr/gastro-icatering>
5. Compass Group, services (bez dat.).  
Dostupno na: <https://www.compassgroup.co.uk/meet-the-family/>
6. History of catering (bez dat.)  
Dostupno na: <https://medium.com/made-fromscratch-fine-catering/the-history-of-catering-in-the-united-statesb7a3c64184f4> (12.12.2021.)

## **8 POPIS SLIKA**

Slika br. 1 - Ponuda

Slika br. 2 - Informiranje o cateringu

Slika br. 3 - Informiranje o cateringu

Slika br. 4 - Organizacijska tablica

Slika br. 5 - Ponuda

Slika br. 6 – Primjer računa

Slika br. 7 – Reklama i promocija restorana za vrijeme Dinamove utakmice