



## HQ F&B mette le ali al catering

**A bordo di Jet privati, (oltre il) biologico, per la moda, il cinema e per eventi privati: quattro marchi specializzati per un'offerta f&b top level in tutti i settori del lusso**

di M.L.Andreis

Quattro catering d'eccellenza per ogni settore del lusso nati dall'intuizione di **Mauro Benincasa**, ceo di **HQ Food & Beverage**, che da 25 anni si occupa di ristorazione per il mondo luxury. Un'unica azienda che raggruppa quattro brand specializzati in diversi settori del lusso, tutti accumulati da un servizio sartoriale, flessibilità e rapidità dell'offerta.

Nato nel 1999, **Hi Fly Catering** è il primo marchio a venire alla luce: attivo nel campo del f&b

a bordo di jet privati, con oltre 4000 voli e 20mila passeggeri l'anno vanta una clientela d'élite. Da quest'esperienza ai più alti livelli del comparto lusso sono scaturiti nel tempo gli altri tre brand: **Dream-Eat**, catering che si rivolge prevalentemente all'alta moda, alle produzioni cinematografiche e pubblicitarie, le cui attività, spoiler dell'ultima ora, confluiranno per la maggior parte nel terzo nato in casa HQ, **BioQitchen**, specializzato in preparazioni biologiche, che



**MAURO BENINCASA**,  
Ceo HQ Food & Beverage

nel 2023 si è trasformato in un laboratorio integrato di co-ricerca e realizzazione del Food Design Sostenibile, in collaborazione con altri importanti partner come **Pastificio Felicetti**, **L'Agricologica**, **Alce Nero**. Last but not least, **HangarQ**, una pirotecnica location in via Tertuliano 68 a Milano dove organizzare eventi privati e aziendali in vero stile flight-experience.

## Fly Catering fa decollare il food

Ambizione, impegno e creatività sono i valori distintivi del gruppo milanese, che mette le ali a ogni richiesta del mercato con lo scopo di far... volare i clienti con la sua proposta ristorativa. Per Hi Fly Catering non esistono richieste impossibili, il mantra del brand.

Primi a credere in Italia nel business dei catering per jet privati, quest'avventura decolla nel 1999 da una lungimirante intuizione di Mauro Benincasa, che ha sviluppato per primo nel nostro Paese una struttura in grado di fornire un servizio totalmente personalizzato sui voli privati.

*"Tutto è successo quasi per caso, quando un mio socio, che aveva un servizio di noleggio di jet privati, ha avuto la necessità di offrire a dei suoi clienti una proposta ristorativa di maggiore qualità", racconta Benincasa. "Abbiamo quindi cominciato a offrire un servizio di piatti preparati da importanti chef, come Ernst Knam, ma non eravamo ancora in grado di proporre un servizio di alta personalizzazione, come ci veniva richiesto dalla clientela".*

Da qui la seconda tappa del viaggio che, dopo un solo anno dall'apertura di Hi Fly Catering, vede prendere quota un business più esteso, fino alla realizzazione nel 2005 di un proprio laboratorio di produzione. *"In oltre 20 anni di lavoro abbiamo puntato alla costante ricerca e all'innovazione, a partire dalla*

*sostenibilità e da un ciclo produttivo, che ci consente di preparare in una manciata di ore, non solo menu diversi per tutti i voli, ma addirittura per ciascun passeggero", riprende l'imprenditore.*

Da allora la specializzazione e il business sono cresciuti esponenzialmente tanto che questo



brand è tra i catering per jet privati più importanti a livello internazionale, scelto da stelle del cinema, illustri personaggi del mondo dell'economia, ceo e founder di multinazionali da tutto il mondo, capi di stato e

famiglie reali. Sono circa 20mila all'anno le personalità del jet set che si rivolgono a Hi Fly Catering per accompagnare i loro viaggi con gustose preparazioni. L'innovazione e la ricerca del marchio si

## HQ FOOD AND BEVERAGE, IDENTIKIT

- **Hi Fly**, catering per jet privati
- **BioQitchen**, il catering oltre il biologico
- **Dream Eat**, catering per la moda e le produzioni cinematografiche
- **HangarQ**, eventi privati e aziendali

sostanziano anche nella scelta del servizio a bordo, che vede packaging impilabili, studiati per limitare lo spazio nell'aereo, con coperchi trasparenti, ed ecosostenibili.

Insomma: molto più di un catering, un vero e proprio servizio di concierge. Hi Fly Catering si prende cura dei propri clienti in ottica tailor made, accontentando le richieste più inusuali, a partire dal reperimento della biancheria per la notte, ai libri, le creme di bellezza, i medicinali e tutto ciò che possa rendere unico il viaggio dei clienti. Attualmente i servizi di Hi Fly Catering sono presenti principalmente nel nord Italia, dagli aeroporti di Linate (headquarter), Malpensa, Bergamo, Brescia, Verona, Rimini, Genova, Torino, Cuneo, Piacenza, Pisa



LO CHEF EXECUTIVE ALESSANDRO FABBIANO DI BIOQITCHEN CON LO STAFF NEL CORSO DI UN EVENTO

e Firenze. Tra i partner privilegiati per la gestione di richieste speciali a bordo dei voli privati ci sono chef, ristoranti e prodotti di livello stellato (in tutti i sensi), tra cui spiccano **Ernst Knam, Claudio Sadler, Nobu, Seta Mandarin Hotel, Peck, Calvisius, Eataly e Giardino di Giada.**

## BioQitchen, catering oltre il bio (e luoghi comuni)

BioQitchen è l'anima green di HQ Food & Beverage, quella che punta non solo al gusto, ma anche alla sostenibilità. Un marchio scelto per eventi aziendali e privati, che utilizza prodotti bio e da filiera sostenibile.

Un servizio che nel 2023 ha fatto una scelta di campo, cambiando pelle e trasformandosi in un laboratorio integrato di co-ricerca e realizzazione del food design sostenibile, assieme ad altri importanti partner come i citati Pastificio Felicetti, Alce Nero, L'Agricola. Un vero laboratorio sperimentale, dove il punto di partenza sia pragmatico che concettuale è il "Fair Food Innovation Lab", una Carta di Intenti che pone delle basi di riconoscimento reciproco coi partner che lavorano con BioQitchen, e che vuole alimentare un confronto onesto sul tema della sostenibilità, anche con le istituzioni.

Un manifesto ragionato inclu-



naturali. Sostenibile: comprende il biologico e la riduzione degli sprechi, estendendosi alla sostenibilità economica e sociale, rispettando lavoratori e ambiente.

Bello: va oltre l'estetica, abbracciando la bellezza culinaria e del made in Italy, con paesaggi preservati e curati da chi rispetta natura e animali.

Sano: mangiare bene significa vivere bene, riflettendo sulla salute pubblica e sugli squilibri ambientali e sociali.

## Dream-Eat, il f&b da red carpet

sivo, che si fonda su cinque capisaldi: Gustoso, Sostenibile, Bello, Sano e Accessibile. Un approccio olistico, dove ogni parola non rimane vuota, ma viene riempita di contenuti interconnessi con gli altri, perché per funzionare davvero un ciclo produttivo alimentare, dovrebbe tenere presente tutti questi aspetti.

Gustoso: si parte dal rispetto per gli animali e le stagioni, privilegiando le papille gustative. Si mira a una consapevolezza più profonda, legata all'esperienza gastronomica e ai cicli

Dream-Eat è il catering pensato per la moda, le produzioni cinematografiche e pubblicitarie, capace di rispondere a qualsiasi richiesta di personalizzazione del cliente. A partire dai menu su misura, sino alle variazioni recepibili in meno di 12 ore, per passare dagli allestimenti, Dream-Eat è stato scelto per il backstage di film internazionali e spot pubblicitari di brand del lusso.

"Presenza e assistenza continua, durante l'intera giornata di riprese, sono le caratteristiche



che distinguono Dream-Eat da qualsiasi altro catering", ci dice Benincasa. "Siamo in grado di supportare la troupe a partire dalla colazione, ai kraft durante le pause tra una ripresa e un'altra con snack, caffè e bibite, fino alla preparazione di buffet e cene placée per la dirigenza". Dream-Eat è impegnato tutti i giorni su due o tre set, deliziando i palati di 25-250 persone al giorno.

Proprio questa branca dell'attività di HQ è destinata a venire presto riassorbita in gran parte all'interno di BioQitchen, dimostrando una volta di più quanto la cucina green sia il futuro della ristorazione.

### HangarQ, quando decolla il divertimento

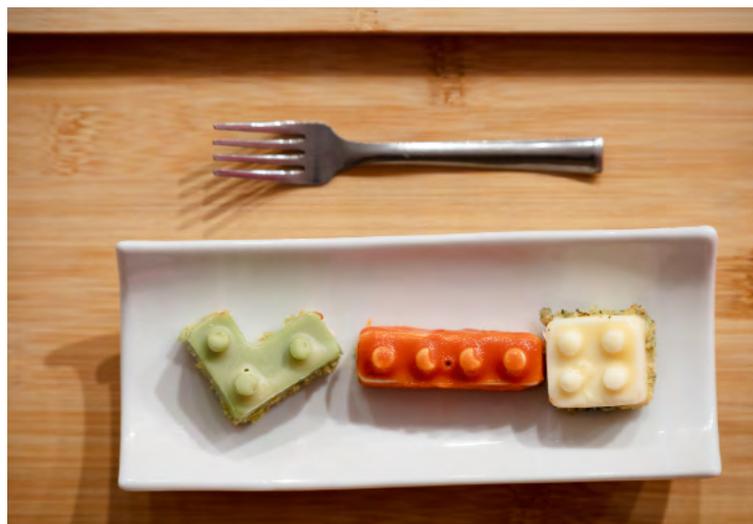
Infine, non poteva mancare una sede di rappresentanza dell'universo HQ Food and Beverage, il luogo dove trovare il meglio delle creazioni realizzate negli ultimi 20 anni dai vari brand del gruppo. Questa elegante location di 130 mq, in Via Tertulliano 68 a Milano, sa trasformarsi da fucina delle idee HQ in luogo ideale dove organizzare un evento privato o aziendale.

In questa sede si fondono la passione per l'aviazione e il cibo, creando una sorta di club privato riservato ai clienti, che

possono venire per un semplice caffè, o per organizzare una festa esclusiva: "Un luogo dove si respira la bellezza, un altro valore a cui tendiamo, arredato con pezzi unici recuperati da velivoli, con una cucina a vista di 90 mq unica nel suo genere", riprende il nostro interlocutore. Un sito dove si fondono i tre valori portanti di HQ: la creatività nelle preparazioni completamente personalizzabili, l'ambizione nella creazione di stile e bellezza e creare, l'impegno nella sostenibilità e nella qualità del servizio.

### Il senso di HQ per la sostenibilità

Trait d'union tra tutte queste variegata attività è la volontà



di perseguire una crescita sostenibile, integrata e circolare, che sappia essere etica nei confronti del pianeta, della società e dei partner.

"La sostenibilità economica deve andare di pari passo con la sostenibilità ambientale, territoriale, sociale, generazionale e di genere. La circolarità è quindi un aspetto cruciale nella filosofia di tutti i nostri marchi", ci tiene a rimarcare Benincasa.

"Cerchiamo di avere una visione a lungo termine, che garantisca innovazione e sviluppo, sia per le future generazioni, che per il pianeta. Senza questa lungimiranza si rischia di puntare a

obiettivi miopi, che non vedono cosa si potrà presentare tra 20 anni alle nuove generazioni".

Concetti che valgono sia a livello territoriale, con un impatto minimo sull'emissione di inquinamento acustico e dei fumi provenienti dalle cappe nella location di via Tertulliano 68; sia a livello sociale, gestendo contratti di assunzione per le brigate di sala e di cucina e turni che rispettino la qualità di vita. Non da ultimo, l'azienda sostiene la parità di genere, con una presenza del 50% di personale femminile sia a livello dirigenziale, che nelle varie brigate di cucina e sala.