

# Poormanger, la patata ripiena gourmet, viene acquisita da Cirfood (e si espande)

La più nota insegna italiana di patate ripiene "gourmet", la torinese Poormanger, viene acquisita da Cirfood e mira ad aprirsi in ogni città, partendo da Milano.

[Home](#) > [Ristoranti](#) > Poormanger, la patata ripiena gourmet, viene acquisita da Cirfood (e si e...

di VALENTINA DIRINDIN 18 Marzo 2021



Poormanger, il ristorante (e poi format) di Torino che ha reso la patata ripiena sinonimo di successo, viene acquisita da Cirfood Retail, società cooperativa italiana di ristorazione, e come quasi sempre avviene in questo caso annuncia, contestualmente, un progetto di espansione.

Cirfood ha come obiettivo quello di costruire un portafoglio di marchi di ristorazione commerciale, e in questo progetto Poormanger è la terza insegna ad entrare in gioco: prima è stato il turno di Kalamaro, ristorante-piadineria di Riccione (che il gruppo ha già portato a Milano e a Firenze) e poi dell'Antica Focacceria San Francesco, storico marchio di Palermo, che il gruppo ha acquisito da Feltrinelli.

A Torino Cirfood ha avuto in gestione (tramite la newco Affida) la ristorazione di Piano35 dalla sua inaugurazione al 2018, anno in cui, a seguito del mancato rinnovo del contratto, il ristorante e il lounge bar del grattacielo torinese erano stati temporaneamente chiusi. Oggi il gruppo torna sotto la Mole, acquistando uno dei suoi brand di ristorazione più identitari, è il caso di dire.

## Leggi anche

Bar Nuzia a Roma, recensione: l'osteria inaspettata sulla Galleria



Dif Gostegni bis: cosa dice il nuovo decreto legge su lavoro, attività chiuse e agricoltura



Ristoranti: le anticipazioni sul nuovo decreto, del coprifuoco alle cene al chiuso



Torino: dieci ristoranti all'aperto che vi faranno sentire in vacanza



Ristoranti: tra chiusure e delivery, il bilancio della pandemia



*"Prendiamo le patate migliori, quelle con la polpa più farinosa, le tagliamo in due, le mantechiamo con olio EVO e sale e diamo spazio alla fantasia. All'interno, proponiamo ogni tipo di farcitura: dai salumi più gustosi ai formaggi più freschi, dalle verdure di stagione alle nostre ricette regionali."* racconta Valerio Ciardiello, founder di **Poormanger** *"abbiamo sempre voluto offrire un menu che fosse alla portata di tutti e che avesse anche molta attenzione agli stili di vita e alle esigenze di ogni cliente".*

*"La nostra idea di cucina parte dalle tradizioni e dai prodotti della terra, unendo l'attenzione alla sostenibilità con l'impegno a mantenere costi contenuti. Il nostro slogan "semplicemente diverso" racchiude questa filosofia."* continua **Daniele Regoli**, founder **Poormanger** *"Ci piace giocare con le parole, a partire dal nostro nome. L'inglese "Poor" richiama un cibo semplice, la patata. La pronuncia, invece, è "per mangiare" sia in francese che nel nostro dialetto piemontese."*

Con questo spirito Daniele, Marco e Valerio hanno portato **Poormanger** a crescere velocemente con un secondo punto vendita a Torino e, proprio alla fine del 2020, a concludere **l'acquisizione del brand da parte di CIRFOOD Retail**, continuando in due a gestirne la strategia e l'operatività, con la prospettiva di sviluppare nuove aperture nei prossimi anni, mantenendo alta la qualità dei piatti serviti ogni giorno.



Quest'anno, tra l'altro, segna il decimo compleanno del marchio di patate ripiene. Un punto di svolta anche anagrafico, quindi, che i tre ragazzi che hanno messo in piedi il progetto (oggi rimasti in due) hanno deciso di celebrare espandendo il proprio marchio con un partner importante. "Con questa operazione non cresciamo solo noi ma anche molti dei nostri fornitori", spiega Daniele, "che negli anni sono rimasti in gran parte gli stessi, nonostante l'aumento dei quantitativi". "I fornitori che ci sono, il personale che c'è, nulla verrà sostituito", spiega Leopoldo Resta, "la regola numero uno che ci siamo dati è: non si cambia nulla".

## Un Poormanger in ogni città d'Italia



"Vogliamo mantenere il format: andrà nelle città, non nei centri commerciali", spiega Resta. "Manterrà il suo stile vintage e tutto quello che l'ha reso quello che è: Poormanger è una macchina in grado di fare dei numeri pazzeschi (400mila patate nel 2019) ma di mantenere un'atmosfera familiare e genuina". "Quindi vogliamo costruire un percorso di crescita, ma una crescita comunque molto controllata, perché è un progetto che va gestito in una certa maniera, non si può aprire e basta". Cinque locali all'anno l'obiettivo ideale, che probabilmente il Covid potrebbe però rallentare.

"Il sogno è che ci sia un Poormanger in ogni città d'Italia, ma da soli non potevamo farlo", spiega Daniele, "abbiamo trovato un interlocutore che ci è sembrato giusto e oggi siamo pronti ad espanderci: il prossimo mese apriremo un nuovo locale a Milano". Il locale meneghino, in realtà, è pronto già dallo scorso autunno, ma l'apertura è stata posticipata per la pandemia ed è stata ora fissata – salvo disposizioni governative diverse – per la seconda metà di aprile.

"Vogliamo fare un percorso insieme a Cirfood senza snaturarci", spiega anche Valerio, il secondo dei soci originari di Poormanger, "e siamo d'accordo sul mantenere le cose che ci fanno sentire a casa e che hanno costruito la forza di Poormanger".

“Se non l’avessimo fatto noi, l’avrebbero fatto gli altri”, conclude Daniele, sottolineando quante volte format simili siano stati messi in piedi (senza peraltro, ribadiamo, riuscire ad eguagliare il successo del locale originale) e quante volte – probabilmente – sia stato loro chiesto di allargarsi fuori dal Piemonte. Ora è arrivato il momento, e siamo curiosi di sapere come andrà.