

# Poormanger festeggia i 10 anni e punta in alto

March  
19  
2021



Mariella Belloni  
Marketing Journal

- Scheda utente
- Altri testi utente
- RSS utente

**PINKO**

**LA BANDANA  
PER L'ESTATE  
È IN REGALO  
PER TE!**

**SCOPRI I NEGOZI**



*Dall'acquisizione da parte di CIRFOOD Retail, alla fine del 2020, fino alla nuova apertura a Milano, in primavera. La sfida di tre giovani imprenditori torinesi, "quelli delle patate", si concretizza proprio nell'annus horribilis della pandemia.*



Poormanger nasce nell'ottobre del 2011 a Torino, con l'intento di proporre qualcosa di unico e innovativo nel panorama della ristorazione locale e nazionale.

La formula è semplice: portare in Italia le patate ripiene. Le *jacked potatoes*

hanno influenzato la memoria gastronomica di buona parte di coloro che sono rientrati da un Paese anglosassone, proprio come è successo a Valerio, uno dei soci, che le ha scoperte durante un viaggio a Edimburgo ed è tornato con un'idea che avrebbe cambiato la vita a lui e ai suoi due ex compagni di scuola. I tre giovani, allora poco più che ventenni, pensarono di declinare quell'idea avvicinandola a uno stile tutto italiano e molto legato al territorio. Materie prime di qualità e abbinamenti golosi diventano e rimangono le basi del successo di questo gruppo di giovani neo-imprenditori torinesi. "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.

“Ho conosciuto Poormanger grazie a mia nipote, che è una grande fan delle loro “patate gourmet”, e sono stato colpito da un format così semplice eppure tanto efficace, oltre che dall'autenticità e dall'entusiasmo di questi giovani ottimi imprenditori” dichiara Leopoldo Resta, Amministratore Delegato di CIRFOOD Retail “CIRFOOD Retail è nata, sotto l'ala di CIRFOOD, proprio per far crescere format originali, con una fortissima identità, una storia importante e un legame vero con il proprio territorio. Abbiamo iniziato con Kalamaro Piadinaro, un format di alto profilo che coniuga la tradizionale piadina romagnola a ricette gourmet a base principalmente di pesce: da Riccione lo abbiamo portato a Milano e in un anno abbiamo aperto altri punti vendita in Italia, sempre accompagnati da Gabriele Urbinati, il patron. Sempre nel 2020, invece, abbiamo rilevato da Feltrinelli le quote di Antica Focacceria S. Francesco, riportando a bordo, senza riserve, la famiglia Conticello, storico titolare del locale. Grazie a loro abbiamo valorizzato, nuovamente, lo spirito originale e verace del loro splendido progetto. Lo stesso abbiamo fatto e faremo con Poormanger, mantenendo il medesimo assetto manageriale e i collaboratori. La nostra volontà è dare sempre più spazio a questi ragazzi. Nonostante le enormi difficoltà del 2020 non abbiamo mai rinunciato all'idea di legarci a Poormanger e di credere in un nostro progetto comune. Proprio per questo, da quasi un anno lavoriamo all'apertura di un punto vendita a Milano, pronto dallo scorso autunno e per il quale abbiamo deciso di posticipare l'apertura nella seconda metà di aprile, ovviamente salvo diverse indicazioni da parte del Governo. L'obiettivo di questa apertura meneghina è quello di portare alla città lo spirito autentico dell'offerta gastronomica di Poormanger.

CIRFOOD Retail, la società 100% di proprietà di CIRFOOD, è dedicata al rafforzamento e allo sviluppo nel mercato della ristorazione commerciale in ambito urbano in Italia e all'estero. L'obiettivo della società è di sviluppare un portafoglio di marchi retail autentici e di successo: da un lato la strategia di gruppo è aggiungere al core business della collettiva quello della commerciale e dall'altro creare un portfolio di brand, principalmente attraverso acquisizioni di piccole realtà di successo, per svilupparle su scala nazionale, e successivamente su scala internazionale. CIRFOOD Retail opera con diversi format che ruotano attorno ai concetti chiave di sincerità, autenticità e accessibilità. È importante fare una distinzione fra i marchi di servizio, come Rita, Tracce e Chiccotosto, e i marchi retail, come Kalamaro Piadinaro, acquisito nel 2019, e Antica Focacceria S. Francesco nel 2020, le cui acquisizioni sono risultate importanti e strategiche per il mercato e per la società.

CIRFOOD – Cooperativa Italiana di Ristorazione. Con oltre 50 anni di storia CIRFOOD Cooperativa Italiana di Ristorazione è una delle maggiori imprese italiane attive nella ristorazione collettiva (ristorazione scolastica, sociosanitaria, aziendale, per militari e per comunità), nella ristorazione commerciale, nel banqueting e nei servizi per il welfare alle imprese, con un fatturato di gruppo di 664 milioni di euro. Oggi siamo presenti in 17 regioni e 73 province d'Italia, in Olanda e Belgio producendo oltre 100 milioni di pasti l'anno grazie al lavoro di oltre 13.000 persone, che sono la vera forza dell'impresa. "Rendere accessibile a tutta la società il piacere e la qualità della nutrizione, frutto di un lavoro che dia dignità alle persone", questo è il nostro modo di vivere la ristorazione e di nutrire il futuro.