

# Patate gourmet ripiene di ogni prelibatezza: le Jacked Potatoes di Poormanger arrivano Milano

Il marchio, nato a Torino nell'ottobre del 2011, arriva nel capoluogo lombardo nella seconda metà di aprile



Foto: Ig/Poormanger

**P**atate cotte nei forni che si usavano nell'Inghilterra vittoriana, rigorosamente con la buccia, e poi tagliate, mantecate e riempite praticamente con qualsiasi ingrediente. È questa la (squisita) ricetta di Poormanger, locale nato nel 2011 a Torino che ora, nella seconda metà di aprile, sbarca a Milano, in zona Navigli, con le sue ormai iconiche 'jacked potatoes'.

A guidare il ristorante, che nel 2020 è stato acquisito da Crifood Retail (ma mantenendo invariata gestione e collaboratori), tre giovani imprenditori torinesi, i quali nell'anno della pandemia hanno deciso di raccogliere una nuova sfida aprendo nel capoluogo lombardo. "Le Jacked potatoes - scrivono da Poormanger - 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".

E sin dall'esordio, ormai 10 anni fa, quell'idea si è rivelata vincente, con lunghe file di persone che aspettavano il proprio turno fuori dal primo piccolo locale, tanto che i suoi fondatori, hanno aperto un secondo punto vendita alla fine del 2020. "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 - racconta Valerio Ciardiello, fondatore del locale -. All'interno, proponiamo ogni tipo di farcitura: dai salumi più gustosi ai formaggi più freschi, dalle verdure di stagione alle nostre ricette regionali".

Quello proposto dal marchio è un menù alla portata di tutti, attento ai diversi stili di vita e alle esigenze dei clienti. "Il nostro slogan 'semplicemente diverso' racchiude questa filosofia - continua il socio Daniele Regoli -. 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".