# Joe Bastianich firma l’esordio di JB Burger a Milano e del pastrami nel menu

4e37a609-3c8b-4a82-9f66-3efeb78c7154

E dopo l’hinterland milanese, JB Burger sbarca a due passi dalla Madonnina. La catena, nata lo scorso aprile dalla joint venture tra **Joe Bastianich** e **Vincenzo Ferrieri**, amministratore delegato di Bun, apre le porte del suo nuovo ristorante in Via dell’Orso 20, nel cuore di Brera.

Un passo importante per questa realtà che si appresta ad avviare un importante piano di ampiamento sul territorio nazionale, valutando anche la possibilità di esordire in altri paesi.

## Apre anche la Dark Kitchen

Il concept di questa realtà ricalca il più fedelmente possibile quello di una classica **hamburgheria americana**. Si respira l’atmosfera degli States, terra natia e cara a Bastianich che ha inserito alcune sue personali creazioni culinarie nel menu, per insaporire smash burger e patatine fritte di diversi tipi.

Sua, per esempio, è la salsa che arricchisce di gusto il New York Cheeseburger, ma lo è anche l’idea di chiamare un panino Sloppy Joe, ovvero burger con doppio cheddar, ragù di carne e salsa Alabama. E non solo. Nasce dalla creatività culinaria del noto anchorman del food la ricetta speciale del pane che avvolge la carne.

Tutte preparazioni già presenti nei punti vendita della catena, vale a dire i due presenti in centri commerciali a Rozzano, in città nel caso di Roma, Cagliari e Torino. A questi locali si aggiunge un’altra fresca apertura, sempre a Milano, ovvero la **Dark Kitchen** di JB Burger operativa da giovedì 5 novembre e che offrirà esclusivamente un servizio di consegna a domicilio.

## Novità Pastrami Reuben

Smash burger quindi, ma l’opening milanese si accompagna da una ghiotta novità, ovvero il **Pastrami Reuben**. Si tratta di uno dei sandwich simbolo degli Usa e, da JB Burger, lo si prepara osservando tutte le regole del caso, cucinando a lenta cottura al barbecue del petto di manzo Black Angus, aggiungendo spezie tradizionali, crauti, formaggio e salsa Alabama, con bark in superficie, ovvero la classica crosta speziata che contraddistingue questa ricetta. Il tutto preparato nella cucina a vista, sotto gli occhi quindi dei clienti del locale.

Con questa nuova proposta gastronomica, la catena ribadisce il suo stretto e indissolubile legame con la **classica tradizione street food a stelle e strisce**.

Quote

Il pastrami e i nostri burger sono un’ulteriore conferma del desiderio di rimanere fermamente ancorati al concetto di autenticità della ricetta originale. Vogliamo replicare quel sapore immediato e riconoscibile nella sua reale essenza americana. Per intenderci: quello che assaporavo io da piccolo quando vivevo a New York. Cerchiamo, dunque, di differenziarci dai competitor, consolidando la nostra identità in una direzione ben precisa. Una scelta che consideriamo essenziale per essere competitivi in un mercato dove la concorrenza è molto serrata.

Joe Bastianich, founder JB Burger

## In agenda due nuove aperture a Milano

In questo processo di differenziazione potrebbe trovare spazio la **mixology**. «Il mondo dei cocktail è sicuramente interessante – conferma Bastianich, pronto a tornare prossimamente in tv con nuove puntate del suo programma Foodish –. Detto questo, non è nei nostri piani immediati. Siamo una realtà giovane e dobbiamo, in questa fase di lancio, occuparci di consolidare i ristoranti appena aperti. Non escludo però che la miscelazione possa essere coinvolta in futuro, probabilmente in quelle location con una superficie più grande».

Il pastrami segna dunque il debutto dell’insegna a Milano, città cardine per chiunque abbia oggi un’attività ristorativa. E dopo Brera, almeno un **paio di altre inaugurazioni** sono in arrivo. Di queste si sa che una si troverà in zona di Porta Romana e aprirà i battenti tra il prossimo gennaio e febbraio, mentre nei mesi successivi un terzo punto vendita è stato messo in conto.

## Espansione anche in altre città italiane

Ma non c’è solo la Madonnina nel programma di espansione. L’obiettivo è essere presenti in diverse città della Penisola, «con la previsione di contare, entro la fine del 2027, almeno 15 punti vendita e raddoppiare il fatturato nel 2027, che significa passare dagli attuali 10 a **20 milioni di euro**», fa sapere Bastianich che non nasconde di guardare con interesse anche all’estero: «JB Burger è un concept che ben si adatta ad essere internazionalizzato – dice con tono sicuro –. Stiamo dunque studiando la possibilità di entrare in città europee. Penso, per esempio, a Zagabria, ma anche ad alcune città della Svizzera vicine all’Italia e della Spagna. Mi affascina l’idea che, se dovessimo operare in altri paesi stranieri, potrei divertirmi a creare ricette ad hoc per ognuno di questi mercati».