



Dopo il fast food alla piemontese arriva la Mole Cola

La storia

PAOLO FERRARI

Autunno di nuove sfide per M** Bun, il marchio principe del fast food a chilometro zero piemontese. La novità della settimana si chiama Mole Cola, la bevanda analcolica che va ad aggiungersi alla galleria dei marchi alternativi a Coca e Pepsi, dalla romana Appia Cola all'islamica Mecca Cola. Con il valore aggiunto di una qualità nettamente superiore, come certifica il primo assaggio.

Il debutto

Il debutto avverrà mercoledì nei due punti ristoro di corso Siccardi e di Rivoli. L'altro fronte è dietro l'angolo: martedì 4 dicembre aprirà i battenti il nuovo fast food, in via di rifinitura al 4 di via Urbano Rattazzi.

Radio digitale

Sono gli spazi un tempo occupati dalla libreria Campus e dal negozio di dischi Rock & Folk. Che torneranno in qualche modo anche alla musica e alla cultura, dal momento che vi troveranno sede la radio digitale dell'azienda, già attiva ma provvisoriamente di stanza in un ufficio non visi-

L'APERTURA

Nel nuovo locale
30 dipendenti, la radio
e un'area giochi

bile dal pubblico, e una piccola biblioteca.

Tutta farina del sacco di Francesco Bianco, quarantadue anni, domenica scorsa in onda su «Mela Verde» di Canale 5 con Edoardo Raspelli:

Solidarietà

«La Mole Cola non è un prodotto strettamente legato a M** Bun, anche perché non risponde alla sua filosofia del chilometro zero. È nata da un'idea condivisa con un'azienda di Firenze, e dopo 90 giorni in esclusiva nelle nostre agro hamburgerie affronterà il mercato. Sempre però con la sua prerogativa solidale: il 30% degli utili andrà al progetto S.O.S. Villaggi dei Bambini Italia».

E in due versioni: quella classica ha una lattina rossa tendente al granata, la sorella senza zucchero dà sul bianconero. Tutto molto torinese e sovrastato da una fascetta



Il terzo M**Bun dal 4 dicembre in via Rattazzi

Francesco Bianco propone la bevanda in versione granata e in bianconero per la prima volta in Piemonte al M**Bun di Rivoli e di corso Siccardi: dal 4 dicembre nella nuova sede di via Rattazzi

che rivendica: «è un prodotto italiano».

Nuova sede

Intanto prende forma il nuovo fast food, due piani per 550 metri quadrati che porterà i dipendenti di M**Bun dall'attuale organico di 50 a sfiorare le 80 unità: «La nuova sede ci per-

mette di realizzare un po' di sogni. In primo luogo quello di dare visibilità alla radio, che sarà fisicamente qui con i conduttori in vetrina; si parte con mezz'ora al giorno del programma Coffee Break, poi settimana dopo settimana aumenterà la copertura. Cresce inoltre l'accoglienza per i bambini, con

un'area giochi tutta per loro. Per gli adulti nasce un punto di scambio libri, se ne porta uno e se prende un altro, mentre chi è da solo può leggere mangiando. E per la prima volta avremo un ufficio collegato al negozio, non ci sembra vero, finora giravo col computer portatile da un tavolo all'altro per lavorare, fare gli ordini, tenere i rapporti con il resto del mondo».

Look pop

Molto pop il look del locale, affidato a giovani creativi torinesi coordinati da Viviana Bruno: «Abbiamo un quadro agro rock che si chiama "Cowie" ed è una mucca truccata alla David Bowie, mentre "Bun In The Bottle" è un hamburger che viaggia dentro una bottiglia della nostra birra, la Mac Biunda e la Mac Rusa. Il 4 per il party di inaugurazione, dalle 18 alle 21, il pittore Max Petrone dipingerà dal vivo all'ingresso un'opera dedicata al negozio».