VirtùQuotidiane

“Minimarket”, il primo speakeasy di Palermo e il primo hi-fi bar del Sud Italia

20 Dicembre 2024

di Redazione



PALERMO – Nelle grandi città del mondo è già una tendenza. E dopo città del Nord e del Centro Italia come Milano, Roma e Reggio Emilia, è Palermo ad ospitare il primo listenig o hi-fi bar del Sud Italia, che sarà anche ‘secret’.

Hanno scelto infatti la loro città d’origine, Palermo, i tre giovani fratelli Bellavista – **Daniel, Greta** e **Priscilla** – per la loro nuova scommessa imprenditoriale: aprire un secret listening

bar sulla scia europea e internazionale di derivazione nipponica. Si chiama Minimarket e si rende visibile ai passanti con una piccolissima bottega illuminata dalla classica insegna luminosa rossa, nel cuore del centro storico, in piazza Rivoluzione. Dopo il successo di "Locale", ristorante di famiglia e cocktail bar noto in città per il suo stile da melting pot, i tre giovani propongono un'offerta più audace per una nightlife diversa, più intima e dall'anima internazionale.

"Mossi dalla passione per i secret cocktail bar, per i quali nel mondo esiste un turismo dedicato, dalla musica e con un know how ormai solido sulla mixology e sulla ristorazione, ci siamo innanzitutto chiesti se Palermo fosse pronta per secret hi-fi bar – dicono i tre giovani imprenditori -. Solitamente in città scattano delle mode passeggere e un locale lascia il posto ad un altro, quindi, investire fuori dalla comfort zone può essere un rischio se non sei a Milano, ma forti dell'esperienza di Locale, pensiamo che non sia così se riesci a rendere unico un luogo". "Abbiamo tanta passione e ci sono i presupposti per fare bene – aggiungono -. In questi anni abbiamo ricevuto tante opportunità e richieste per aprire un format come Locale in altre città, ma volevamo creare la nostra seconda creatura a Palermo".

E così Palermo ha il suo secret listening bar. In quanto tale la segretezza è un elemento imprescindibile. Come i secret cocktail bar diffusi nelle città del mondo trae origini dagli speakeasy nati durante l'epoca del proibizionismo, luoghi dove venivano vendute illegalmente bevande alcoliche: per entrare, infatti, era necessaria una parola d'ordine o un particolare segnale. Nel caso di Minimarket la parola segreta si sostituisce alla frase e al prodotto promozionale in codice da richiedere alla cassa, entrando all'interno del minuscolo market da Piazza Rivoluzione. Ma oltre ad essere un secret coctktail bar, è soprattutto un listening bar con un ambiente esclusivo dotato di un impianto hi-fi di altissima qualità. Ed è proprio questo che lo rende un luogo unico, un tempio per gli amanti della musica e del buon bere. Trae ispirazione da una tendenza ormai mondiale che si rifà ad un concept nipponico degli anni Cinquanta. In Giappone esistevano i jazz kissa (il nome deriva da kissaten, negozi di tè che si svilupparono nei primi anni del Novecento e si specializzarono nel servire caffè e alcolici), in un periodo in cui i vinili erano oggetti particolarmente costosi. In questi luoghi perfetti per la socialità, la musica era assoluta protagonista trasmessa dai giradischi e amplificata da impianti audio di altissima qualità.

"Pensiamo che sia giunto il momento di offrire alla città una proposta per la nightlife che la metta al passo con le tendenze europee e internazionali. Minimarket fin dal nome si ispira alle botteghe di una volta dove la socialità era importante e si instaurava un rapporto di fiducia tra il cliente e il titolare; i minimarket di oggi, evoluzione delle antiche botteghe, sono ormai destinati all'acquisto veloce dell'ultimo distante e diventano posti 'mordi e fuggi', ma il nostro minimarket, che sarà reale per fare acquisti di prodotti di prima necessità, è anche la

porta di accesso ad un luogo parallelo, fuori dal tempo e dallo spazio, dove l'unica cosa che si concede è la primaria necessità di stare bene, dimenticando orologi, agenda e stress. Entri e potresti essere ovunque, a Palermo, a Parigi, a New York, a Londra".

All'interno, un ambiente minimale e moderno, suddiviso in tre stanze: la cocktail room, la saletta relax intermedia e la listening room, luogo di culto dei vinili. Gli interni sono progettati per coniugare design, materiali naturali e sensazioni visuali quasi futuristiche grazie ad un gioco di specchi e di luci. Ogni dettaglio è fondamentale e curato, così come lo è la drink list all'altezza della situazione, che si ispira alla lista della spesa per i nomi dei cocktail, ed è opera dell'executive barmanFrancesco Di Verde, coadiuvato al bancone dal bartender Umberto Cangelosi. La drink list evolve e cambia e mette in evidenza alcuni "special" del mese. Ogni cocktail trae ispirazione da un ingrediente da mettere nella lista degli acquisti al minimarket.

Non può mancare l'olio nuovo, per esempio, che dà origine al cocktail composto da vodka, olive, martini ambrato e martini bitter riserva speciale. E le patatine che danno origine al cocktail Lime&Pepe Rosa, tequila bianco, pepe rosa, agave acido citrico, lime. E i mandarini freschi che conducono al drink con bitter bianco rouge, vermut, mandarino e soda. Sono solo alcuni esempi di una drink list particolare, che attinge ai prodotti alimentari della spesa, tra stagionalità, tipicità territoriali (come i mandarini siciliani), e richiami internazionali.

Gli "special" in menù, presentato come un volantino delle offerte al supermercato, cambiano di mese in mese e sono affiancate dalle proposte food, segnate su un foglio a righe dove nomi di piatti e tapas sono indicati come "lista della spesa". Le proposte food sono a cura dall'executive chef Lorenzo Muratore e dello chef in cucina Alberto Ferrara. Sono piatti e/o tapas fusion, con un'anima territoriale, per le materie prime, e con una vocazione internazionale per le tecniche e per le metodologie di cottura.

Concept, acustica e design degli interni

Minimarket, così come pochi altri locali del Centro e Nord d'Italia, risponde al principio di base di un'acustica progettata in modo da far apprezzare al meglio la musica, grazie anche a costosissime apparecchiature: casse Klipsch Heresy IV, amplificatore McIntosh MC152, giradischi Technics SL-1200 e mixer Alpha-Teta Euphonia rotary. Diventa un luogo di ascolto per un'esperienza immersiva in un luogo intimo e dal design accurato e all'avanguardia. Il viaggio sensoriale attraverso la musica si raggiunge una volta giunti nella listening room ma prima di arrivarvi c'è un percorso da seguire.

L'ingresso innanzitutto è limitato a coloro che conoscono la parola d'ordine, che nel caso di

Minimarket è una frase e un prodotto commerciale da chiedere alla cassa e da passare attraverso uno scanner affinché si apra una porta scaffale a scatto piena di articoli in vendita molto commerciali. Entrando si giunge in un altro luogo, innovativo e futurista. L'ambiente è suddiviso in stanze, la prima è la cocktail room dove domina la scena il cocktail bar, la seconda intermedia è una saletta più intima e avvolgente e infine la listening room, a cui si accede attraverso una tenda fonoassorbente.

Qui l'esperienza sensoriale si acuisce e la musica è trasmessa con impianti di altissima qualità. I cocktail sono preparati a vista al tavolo dal barman che arriva con un carrello della spesa adattato a cocktail station. Il progetto di interni è dell'architetto Vito Priolo.

La prima stanza, la cocktail room, con pareti specchiati che lasciano vedere fuori ma non viceversa, si presenta con un enorme specchio a parete e con un cocktail bar caratterizzato da pietra compattata color antracite, lampade di design Flos, e da un bancone mensola che passa dal banco bar fino a giungere alla parete a specchio in acciaio inox satinato. Nella sala, sedute con sgabelli alti e banchi di appoggio; un piccolo corridoio specchiato illuminato da riflessi rossi, come l'insegna dei minimarket, conduce in una zona relax e successivamente alla listening room con tetti a volta, elementi di design e una console centrale con alle spalle una parete di vinili esclusivi: è questo il palcoscenico di Minimarket.

In totale sono 125 metri quadrati per un ambiente raccolto, intimo, accogliente. I materiali usati sono specchi, acciaio inox, pietra compattata, derivata da scarti riutilizzati, marmi rossi di Castellammare, gli unici mantenuti. Verde, rosso e nero antracite sono i colori che dominano la scena. Il rosso è il colore dell'insegna dei minimarket, il nero evoca eleganza, il verde è il colore rilassante della listening room e rimanda alla natura e al benessere.

Cucina

L'idea di cucina descritta dai due chef esprime due generazioni a confronto. Da una parte c'è la lunga esperienza palermitana nella ristorazione di eccellenza dell'executive chef, Lorenzo Muratore, dall'altra il dinamismo di un giovane chef giramondo under trenta, **Alberto Ferrara**. La sintesi nei piatti si esprime nell'importante ricerca dell'essenza della materia prima, in vari casi trattata con metodologie orientali, con l'utilizzo del barbecue Yakitori e con altre tecniche per arrivare fino all'umami.