Il buyback sparisce dai bar americani. E con lui un pezzo di cultura del bere

Secondo quanto racconta Punch, il buyback, ovvero l'usanza di offrire ogni tanto un drink gratis a un habitué, è una tradizione della cultura dei bar americani che risale almeno all'abolizione del Proibizionismo, quasi un secolo fa. Da un quarto di secolo, però, la pratica si sta lentamente esaurendo, tanto che c'è chi in rete ne ha annunciato la morte improvvisa. La causa principale, spiega un barman intervistato da Punch che lavora da vent'anni dietro il bancone, non è il cambio generazionale ma il POS: quando i bar hanno iniziato a processare le carte di credito, il buyback ha cominciato a perdere colpi. Ai tempi del contante, il 10% dell'incasso giornaliero poteva tranquillamente finire in drink offerti; oggi, tra commissioni sulle transazioni e software gestionali, i margini si sono ristretti al punto da lasciare meno spazio ai regali. C'è anche un effetto collaterale sulla mancia: mentre il buyback in contanti lasciava più soldi in tasca al cliente da girare al barman come tip, quello a carta ha l'effetto opposto, perché intacca il subtotale su cui molti calcolano la percentuale da lasciare.

In Italia il problema non si pone, per il semplice motivo che qui il buyback non è mai stato un'istituzione: al massimo un ammiccamento del gestore all'amico di vecchia data, mai una regola tacita del mestiere. Ma la logica di fondo, quella sì, ci riguarda eccome. Anche da noi il margine si è ristretto, tra materie prime più care e commissioni sui pagamenti elettronici che non perdonano; e anche da noi la fidelizzazione del cliente si gioca sempre meno sul drink omaggio e sempre più su qualcos'altro, che si tratti di riconoscimento, di servizio, o semplicemente di farsi ricordare il nome. La domanda che gli americani si fanno guardando sparire i buyback, in fondo, è la stessa che dovrebbe farsi ogni gestore italiano: se il gesto gratuito non è più sostenibile, cosa lo sostituisce per tenere un cliente legato al locale?