



- 1] UNA GELATERIA DOVE LASCIARE UN CONO PAGATO
 2] BIGLIETTI "SOSPESI" IN UN CINEMA MILANESE
 3] IL SIMBOLO DEI LIBRI "SOSPESI" 4] STARBUCKS. IN CINA, HA STRETTO UN ACCORDO CHE PERMETTE DI LASCIARE I CAFFÈ PAGATI
 5] IL BANCONCINO DI UN BAR CON IL "CAFFÈ SOSPESO"



IN PRINCIPIO FU IL CAFFÈ ORA IL SOSPESO È UN AFFARE

di Anna Dichiarante

Nata nei bar dei vicoli di Napoli, questa antica tradizione di solidarietà si è allargata a libri, pranzi, spettacoli e voli aerei. Tanto da trasformarsi in una vera strategia di marketing

ROMA. Si dice che la tradizione del "sospeso" sia nata nel Dopoguerra, quando, a Napoli, nelle pizzerie dei Quartieri Spagnoli si concedeva ai clienti con poco denaro in tasca di saldare il conto a sette giorni. Una prassi che si è evoluta nell'usanza di pagare due caffè al bar, uno per sé e uno per chiunque venga dopo e non se lo possa permettere. Mentre fino a qualche anno fa, al di fuori del capoluogo campano, pochi lo facevano, oggi in tutta

Italia sono decine i bar dove si può offrire una tazzina. Anzi, da strumento dell'economia del vicolo il "sospeso" è diventato quasi una moda. E, in alcuni casi, rappresenta anche una scelta di marketing per incentivare i consumi.

Qualche esempio? Giocandoci un po' sopra, la compagnia di voli *low cost* Vueling ha attivato l'opzione "passeggero in sospeso": il cliente usa i propri dati per prenotare il volo anche a nome di altri (al massimo dieci persone), e l'acquisto si completa entro 72 ore. Così chi ha trovato un volo a un super prezzo, può prenotare subito anche per gli amici; lo stesso vale per chi ha in programma un viaggio d'affari ma non sa ancora chi sarà l'accompagnatore... Un indubbio vantaggio per il cliente. E un bel guadagno per Vueling. Un altro esempio? Starbucks testa il "caffè sospeso" in Cina: grazie a un accordo con WeChat, il sistema di *instant message*, i clienti possono lasciare pagato un caffè per gli amici, che poi lo consumano in una



Annamaria Testa: «Ormai è un marchio, speriamo non lo rubino»

ANNAMARIA TESTA (NELLA FOTO), ESPERTA DI COMUNICAZIONE, BLOGGER E SAGGISTA, SALUTA CON ENTUSIASMO LA DIFFUSIONE DEL "SOSPESO" E SOTTOLINEA SIA LA BONTÀ DI QUEST'USANZA, SIA IL RITORNO POSITIVO IN TERMINI D'IMMAGINE PER LE IMPRESE CHE DECIDONO DI ADOTTARLA. «CI SONO MOTIVAZIONI CHE RIGUARDANO LA SFERA DEL SINGOLO INDIVIDUO. LASCIARE UN'OFFERTA È UN GESTO CHE FA STARE BENE, PERCHÉ COMPIERE UN ATTO DI GENEROSITÀ È APPAGANTE PER SE STESSI. INOLTRE, C'È UN ELEMENTO DI FANTASIA, PERCHÉ IL DONO SI FA A UNA PERSONA ESTRANEA E SCONOSCIUTA: COSA CHE STIMOLA A FORMULARE IPOTESI E STORIE SULL'IDENTITÀ DEL DESTINATARIO». SE SI CAMBIA PROSPETTIVA, PERÒ, SI COMPRENDE CHE UN GESTO COSÌ SOLIDALE, PUÒ DIVENTARE



PAOLO BONA / MARKA

ANCHE UN OTTIMO AFFARE ECONOMICO. «DAL PUNTO DI VISTA DELLE IMPRESE QUESTA TRADIZIONE PORTA UN VANTAGGIO ECONOMICO, PERCHÉ SI VENDONO DUE PRODOTTI ANZICHÉ UNO. E PORTA SOPRATTUTTO IL VANTAGGIO DI QUALIFICARSI COME IMPRESA ATTENTA ALLA COMPONENTE SOCIALE PIÙ DISAGIATA. ALLO STESSO TEMPO, LA GENEROSITÀ QUALIFICA ANCHE LA CLIENTELA DI QUELL'ATTIVITÀ COMMERCIALE. E QUESTA QUALIFICAZIONE IN TERMINI D'IMMAGINE NON HA PREZZO. È, IN SOMMA, LA LOGICA DEL WIN-WIN, QUELLA IN CUI VINCONO TUTTI».

UNA LOGICA CHE DILAGA DA SUD A NORD. COME MAI? «È UNA PRATICA CHE SOMIGLIA MOLTO A NOI ITALIANI, UNA PRATICA BONARIA E CONCRETA. LA SUA DIFFUSIONE INDICA UN ACCRESCIMENTO DELLA SENSIBILITÀ SOCIALE VERSO UNA CERTA FASCIA DELLA POPOLAZIONE, UN EMERGERE DI SENTIMENTI ALTRUISTICI NEL GENERALE EGOISMO. SPERO CHE SI RIESCA A ESPORTARE ANCHE ALL'ESTERO, MANTENENDO PERÒ IL MARCHIO ITALIANO E LA DENOMINAZIONE DI "SOSPESO"».

(A.D.)

qualunque delle caffetterie Starbucks. Iniziative di *pure marketing*, che poco hanno a che vedere con l'analisi che fa del "sospeso puro" Domenico De Masi, professore di Sociologia del lavoro alla Sapienza di Roma: «Credo sia una spia del passaggio dall'ideologia liberale, basata sull'egoismo, alla solidarietà per superare le sperequazioni di ricchezza: si sta affermando una visione incentrata sul dono anziché sulla competitività».

Quantificare il fenomeno è difficile, perché non sempre esistono stime ufficiali. Qualche volta, inoltre, le iniziative vengono interrotte e magari riprese dopo mesi, perché a lasciare merce sospesa è soprattutto la clientela affezionata, costituita da una cerchia limitata di persone. Da Nord a Sud, comunque, le adesioni si moltiplicano, grazie al passaparola garantito da rete e social network. A Monza, per esempio, su proposta del Rotary Club, da dicembre in 29 locali della provincia si possono offrire pasti alle perso-

ne in stato di necessità. In meno di due mesi, ne sono state aiutate oltre mille. La stessa idea è stata attuata dalla Caritas Ambrosiana a Milano, in occasione di Expo 2015. In 23 ristoranti della città sono state raccolte offerte, poi convertite in buoni-pasto. Il progetto è proseguito e nel 2016 sono stati assegnati quattromila ticket per un totale di ventimila euro. A beneficiarne ogni giorno, per periodi da 3 a 6 mesi, sono stati 77 disoccupati, impegnati in percorsi di riqualificazione professionale.

C'è anche chi del "sospeso" ha fatto una

filosofia: in un'enoteca del Pigneto, a Roma, lasciare uno scontrino in regalo è una forma di socialità, mentre l'associazione Salvamamme ha pensato al gelato, con quasi quattrocento gelaterie aderenti in tutto il Paese e ventimila con distribuiti in due estati.

Ma la nuova frontiera è la cultura. Al museo Madre di Napoli, da marzo a dicembre 2016, si potevano trovare "biglietti pagati". Lo stesso al cinema Centrale di Milano e in 12 teatri di Palermo, dove si può regalare a prezzo ridotto l'ingresso a qualcun altro. Una sperimentazione lanciata anche al Teatro delle Muse di Roma, dove fino al 5 marzo si può usufruire di biglietti sospesi, con tanto di caffè offerto. Nei primi dieci giorni ne sono stati consegnati 21. E per sostenere l'editoria, ma anche per invogliare alla lettura, si è diffusa persino l'idea del "libro sospeso": apripista tre librerie, una di Palermo, una di Polla (in provincia di Salerno) e una di Milano.

+
A DESTRA, DOMENICO DE MASI, PROFESSORE DI SOCIOLOGIA DEL LAVORO ALLA SAPIENZA DI ROMA



FRANCO CAVASSI / AGE