

re2bit.com
requadro.com

Piattaforme a confronto: l'approccio alla comunicazione dei rischi

Elena Zuccollo



Scenario

I numeri del crowdfunding immobiliare cominciano a essere corposi. Nel 2021, le piattaforme di crowdfunding immobiliare (equity e lending) hanno incrementato la raccolta del 51% rispetto al 2020, sfiorando i 100 milioni (99,2) con 267 progetti finanziati rispetto ai 186 del 2020.

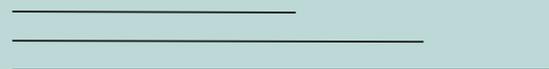


Lending: raccolti 57,1 milioni (+57% sul 2020)

Equity: raccolti 42,1 milioni (+43% sul 2020)

Fonte: Osservatorio Crowdfunding Buzz

Regolamento



Il comparto rappresenta una novità, e in quanto tale manca ancora di una regolamentazione completa.

Vi è il regolamento Ecsf che introduce sia per l'equity che per il lending crowdfunding una sorta di valutazione di “appropriatezza rafforzata” per i cosiddetti investitori “non sofisticati”.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32020R1503&rid=1>



Gestione efficace e prudente

l'Articolo 4 (Gestione efficace e prudente) del Regolamento (UE) 2020/1503 del parlamento europeo e del consiglio riporta che:

Qualora un fornitore di servizi di crowdfunding stabilisca il prezzo di un'offerta di crowdfunding, deve:

a)effettuare, prima della presentazione dell'offerta di crowdfunding, una **ragionevole valutazione del rischio di credito del progetto di crowdfunding** o del titolare del progetto, considerando anche il rischio che il titolare del progetto non effettui, in caso di prestito, obbligazione o altre forme di titoli di debito, uno o più rimborsi entro la scadenza”;



Analizzando un campione di piattaforme, si è quindi cercato di capire quante di esse disponessero di documentazione relativa al rischio del progetto protagonista della raccolta.

4 macro tipologie di rating

La non presenza del rating: in questa categoria sono state incluse anche le piattaforme che danno informazioni sulla rischiosità del progetto solo al momento dell'accettazione delle condizioni generali, senza fornire una documentazione relativa ai singoli progetti.

Il rating qualitativo, ovvero un rating discorsivo, che presenta un'analisi della società promotrice della raccolta e del progetto nel suo insieme. Questo rating non effettua proiezioni di rischio né impiega la metodologia what if. Si tratta di un insieme di informazioni che offrono un quadro generale e si concludono con un punteggio 'autoproclamato' in base a parametri stabiliti dalla stessa piattaforma.

Il rating parzialmente finanziario, che si può considerare come un rating più completo rispetto al qualitativo, ma non ai livelli del finanziario. La scelta di includere questa tipologia di rating è frutto di una riflessione, ovvero alcune delle piattaforme analizzate presentano un'unione fra rating qualitativo e analisi dei rischi legati a eventuali aumenti di capitale alla base del progetto.

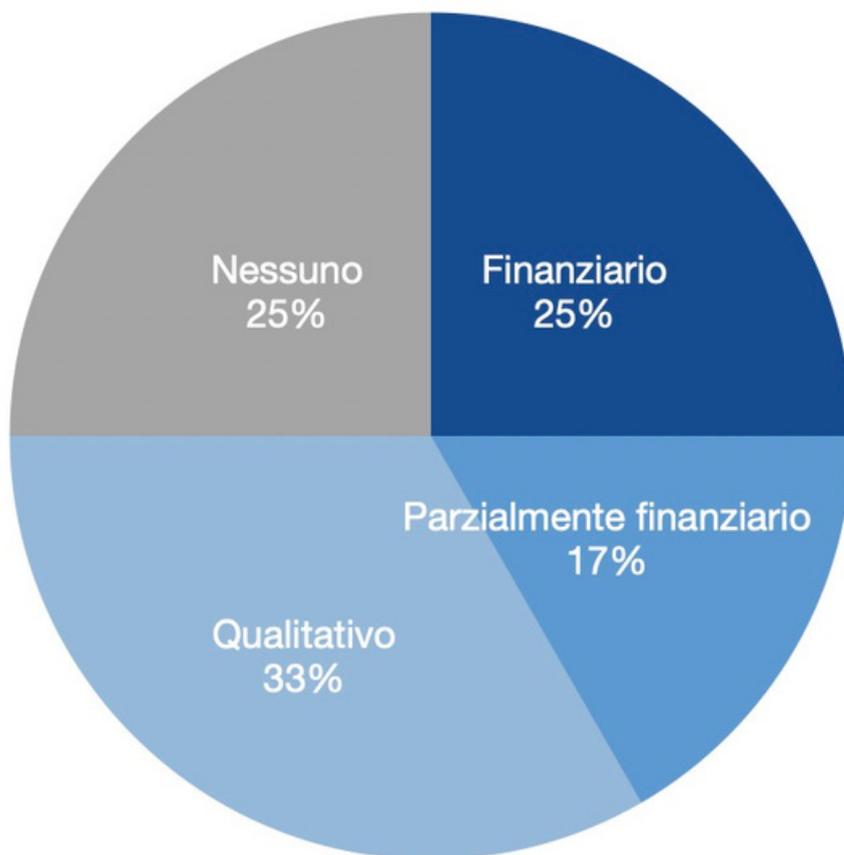
Mancano però i dati di sensitivity sul Roi analizzato e un rating di rischio chiaro, suddiviso fra rating di capitale, di interessi e di tempistica, scenari what if o semplicemente descrizione di scenari diversi (negativo, base, ottimistico)

Il rating finanziario, ovvero il più completo, analizza la rischiosità in termini di possibili perdite monetarie dell'investitore, sia in termini di rallentamento del progetto che di fattori altri, trovando la sua forma più raffinata – ed esaustiva – nelle proiezioni what if.

RISULTATO

Il 25% del campione di piattaforme analizzate presenta un rating finanziario, il 17% parzialmente finanziario, il 33% qualitativo e il 25% nessun rating.

● Finanziario ● Parzialmente finanziario ● Qualitativo ● Nessuno



Accesso alla documentazione

In questo scenario bisogna considerare la facilità di accesso alla documentazione.

Le piattaforme si comportano in modo **omogeneo**, ovvero offrono informazioni generiche nelle condizioni generali di utilizzo della piattaforma e condensano gli eventuali rating nella documentazione del singolo progetto, a cui si accede previa iscrizione.

Per quanto riguarda la terminologia di giudizio, in alcuni casi si nota l'impiego di un **gergo edulcorato**, dove una rischiosità elevata (C in una scala da A a C dove C è la rischiosità più alta) viene definita 'discutibile' e dove vi è un utilizzo del termine '**sensitivity**', che può risultare di difficile comprensione all'investitore non qualificato.

Brilla il marketing

La seconda viene aperta direttamente dalla piattaforma grazie all'email marketing, che avvisa dei progetti in corso e rafforza le possibilità di conversione, sulla base di uno strumento di marketing considerato fra i più incisivi, assieme all'advertising, ovvero agli annunci a pagamento.

Attrattivi, colorati, pop. Le piattaforme di crowdfunding immobiliare contengono tutti gli ingredienti del marketing digitale di ultima generazione, con un'attenzione particolare alla user experience, ovvero alla capacità di rendere la navigazione fluida e senza intoppi e lo scopo di convertire gli utenti in investitori, ovvero di chiudere il cerchio del web marketing.

Gli ingredienti del marketing digitale passano attraverso le grafiche, il copywriting di effetto, le chiamate all'azione incisive.



Curiosity

La struttura di alcune piattaforme riflette quella di vere e proprie **sale letter**, le lettere di vendita scritte e costruite con schemi definiti di marketing, dove titoli, paragrafi, immagini e pulsanti hanno una ragione d'essere e una posizione definita e dove chi amministra le pagine può controllare ogni singolo movimento degli utenti, anche i cosiddetti imbuti, ovvero le sezioni dove le persone si bloccano e non proseguono con la navigazione, al fine di ritoccare le pagine qualora fosse necessario.

In conclusione, la costruzione è affidata a professionisti del settore, e nessuna piattaforma analizzata ne è esclusa.

Vi è quindi una **forte componente di hype**, o **curiosity**, attorno ai progetti. Si tratta di una fase temporale in cui vengono svelate poche informazioni alla volta, in modo da creare la suspense che porterà gli utenti e tornare sul sito o ad aprire le mail che ne parlano.

Nella sezione dedicata ai progetti, vengono quindi evidenziati quelli in attesa di essere aperti e spesso semi-oscurati quelli conclusi. I primi vengono evidenziati con colori accesi come il giallo o il rosso, gli altri definiti da una sorta di penombra che porta visivamente a non considerarli.



Fattore recensioni

Oggi il marketing basa buona parte del suo successo, o insuccesso, sulle recensioni dei clienti e il crowdfunding immobiliare non fa eccezione.

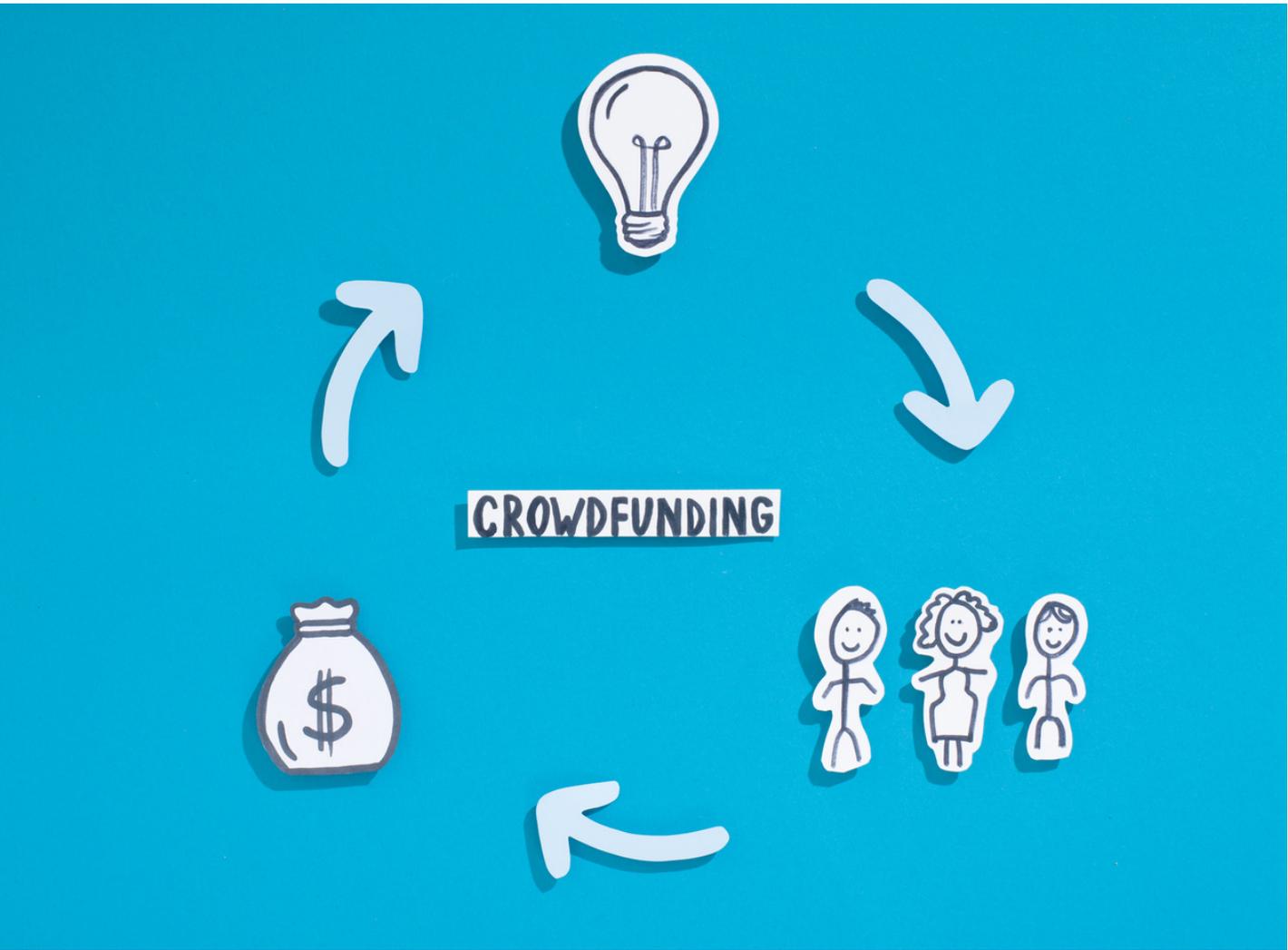
Si è considerato il portale TrustPilot e, per ogni piattaforma analizzata si è verificato il punteggio di gradimento globale, espresso in stelline da 1 a 5.

Sulla base di analisi di 8 piattaforme, il punteggio medio è di 3,85 su 5, dove il minimo riscontrato è di 2,2 per una piattaforma e il massimo di 4,4 per un'altra.

Secondo una ricerca dello strumento per il posizionamento sui motori di ricerca (Seo) BrightLocal, l'87% dei consumatori nel 2020 ha cercato online recensioni di attività commerciali prima di un acquisto. E il 75% dei clienti si è fidato di quanto letto nelle recensioni online.

Vox populi, che come ogni attività sul web può spingere o frenare gli investimenti in crowdfunding immobiliare, ma che stando ai numeri, può avere il suo peso nelle scelte degli investitori.





Grazie

