

Social lending. La via per dribblare banche e finanziarie

In Italia due piattaforme per il prestito diretto

Per chi concede il denaro i proventi sono soggetti all'aliquota Irpef marginale

Un prestito personale per acquistare un motorino, senza banche e istituzioni finanziarie specializzate? Dall'inizio di quest'anno si può. È il *social lending*, l'ultima frontiera del credito al consumo, non più consultati allo sportello e costose intermediazioni, ma una semplice registrazione a una piattaforma virtuale per chiedere un prestito o investire in maniera alternativa. Il funzionamento di questi siti, che iniziano a svilupparsi in America con **Prosper.com** e approdano in Italia sulla scia dell'esperienza anglosassone di **Zopa.com**, è semplice: su un portale si incontrano prestatori e richiedenti, si decidono importi, durata e tassi di interesse, i soggetti interagiscono tra loro, senza bisogno dell'intermediazione di altre figure professionali, il tutto contornato da un fine etico e da tassi decisamente concorrenziali.

L'accesso a questi siti segue la logica dei *social network* e delle potenzialità espresse dalla rivoluzione di internet nel web

2.0, basato su piattaforme tecnologiche sempre più semplici che facilitano la possibilità per i navigatori di associarsi in comunità; un utente si iscrive, compila un profilo personale, utilizza un *nickname* (pseudonimo) e nelle transazioni può conservare il proprio anonimato. In Italia sono due le piattaforme dedicate al credito personale: **Zopa.it** e **Boober.it**. In entrambi i casi gli utenti possono iscriversi o come richiedenti o come prestatori (in media i secondi sono in numero inferiore, ma offrono cifre, dati alla mano, che coprono in maniera più che abbondante le richieste approvate dalle piattaforme), i requisiti per accedere alla comunità cambiano a seconda della posizione che si intende assumere.

Il richiedente, una volta iscritto, specifica l'importo desiderato (che va dai 1.500 ai 15.000 euro per Zopa e dai 2.000 ai 10.000 euro per Boober) e la durata (dai 12 ai 36 mesi nel primo caso, dai 6 ai 60 mesi nel secondo). Le società, in base alle informazioni reddituali e patrimoniali fornite dalla persona al momento dell'iscrizione, e dopo un controllo sulla sua situazione creditizia, inseriscono i richiedenti all'interno delle quattro classi di merito (si va da A+ a C) previste da Zopa.it e delle sei (da tripla A a D) contemplate da Boober.it. I rating servono per dimostrare al prestatore l'affida-

bilità dei soggetti richiedenti. In alcuni casi può accadere che

un richiedente presenti un profilo inferiore alla classe di merito minima e, pertanto, debba essere escluso dalla possibilità di ottenere un prestito.

Il prestatore a sua volta, per partecipare alla comunità, può mettere a disposizione una somma che può variare da un minimo di 100 euro (nel caso di Zopa.it) a un massimo di 50mila euro per una durata che può andare da 12 a 36 mesi per Zopa e da 6 a 60 mesi per Bo-

ober. Le piattaforme frazionano l'importo del prestatore su più soggetti richiedenti, questo allo scopo di minimizzare il rischio di insolvenza.

«Si tratta di un'offerta di investimento addizionale - afferma Maurizio Sella, amministratore delegato di Zopa Italia - ma anche eticamente positiva in quanto i soldi vanno a finanziare persone fisiche che hanno bisogno, uomini in carne e ossa. In un certo senso siamo i "buoni del mondo finanziario", la possibilità di entrare in questa finanza "buona" rispetto a quella tradizionale, considerata "cattiva" è una cosa che può attrarre gli investitori». Non dobbiamo però dimenticare che non si tratta di beneficenza, ma di business, anche se etico, di conseguenza «c'è anche la necessità di abbassare i tassi per essere concorren-

ziali. Se i prestatori offrissero tassi troppo elevati non saremmo competitivi, è una sorta di Borsa ci dev'essere un tasso giusto, altrimenti non ci sarebbe domanda»

Il funzionamento di Boober ha un'altra particolarità. La piattaforma *peer to peer* (pari a pari), segue i principi dell'asta virtuale, un'evoluzione di eBay verso strutture creditizie, non più beni da scambiare con denaro, ma denaro da scambiare con denaro. Chi ha bisogno di un prestito decide tutte le condizioni del finanziamento: ammontare, tasso e durata; in seguito pubblica la sua richiesta nella bacheca on line, che viene così visibile alla *community* dei finanziatori. «In Italia c'è ancora un po' di vergogna nel recarsi in banca a chiedere un supporto finanziario - dichiara Manolo Maffei, amministratore delegato di Boober -, una mentalità completamente diversa rispetto a quella dei paesi anglosassoni. Il fatto di poter fornire in propri dati via internet senza dover necessariamente interloquire con una persona fisica è uno degli aspetti più apprezzati». Al momento nessuno è in grado di fare previsioni sulle prospettive di espansione di questo mercato. «Dipende dalla possibilità di contenimento del rischio - conclude Maffei -, anche perché è un business giovane e ancora poco conosciuto».

Raffaella Ulgheri

I numeri del social lending in Italia

	Zopa	Boober
Numero clienti	23.242	2.000 circa
Prestatori (%)	35	30
Richiedenti (%)	65	60*
Età media (anni)	35/44	35/49
Tasso lordo remunerativo medio per i prestatori (%)	7,66**	-
Tasso d'interesse medio per chi contrae (%)	9,45**	10,39
Capitale intermediato (€)	2.787.090	500.000
Capitale messo a disposizione (€)	3.700.940	3.000.000
Numero dei prestiti	535	80
Importo minimo prestatore (€)	100	500
Importo massimo prestatore (€)	50.000	50.000
Importo minimo richiedente (€)	1.500	2.000
Importo massimo richiedente (€)	15.000	10.000
Durata media (mesi)	31 (min 12, max 36)	32,21 (min 6, max 60)
Percentuale d'insolvenza/ritardi (%)	1,89	0,30

*10% iscritti solo a newsletter; **al lordo di tasse (che dipendono dall'aliquota marginale della dichiarazione dei redditi del prestatore) e commissioni pari all'1% Fonte: Sole 24 Ore su dati forniti dalle società

