

## Daprà (Moneyfarm): nel prezzo è compreso anche un consulente

di Paola Valentini

**M**oneyfarm si conferma il principale digital wealth manager italiano, esiste dal 2011 ma è nell'ultimo anno che è cresciuto molto. Nei primi sei mesi i suoi asset in gestione sono saliti del 46% rispetto al primo semestre dell'anno scorso, a quasi 2,9 miliardi di euro. I clienti sono aumentati del 50% e oggi sono oltre 90 mila. Anche i flussi netti sono superiori all'anno scorso (+36%). «Il nostro modello è ibrido, non si tratta di robo advisory pura: innanzitutto le scelte di investimento vengono fatte da un team di fatto di persone, e poi abbiamo una squadra consulenti finanziari pronti a supportare quegli investitori che preferiscono la guida di un esperto anziché fare tutto da soli su [moneyfarm.com](https://www.moneyfarm.com)», premette Giovanni Daprà, fondatore e ceo di Moneyfarm.

**Domanda. Quale pubblico attira?**

**Risposta.** Si tratta di risparmiatori

che possono permettersi di non tenere la totalità dei propri risparmi nel conto corrente per soddisfare bisogni di brevissimo periodo e che, a maggior ragione quando non sono detentori di grandi patrimoni, sono coscienti della necessità di mettere al lavoro i risparmi in una soluzione come la nostra, anziché lasciarli fermi. I nostri clienti, nella stragrande maggioranza dei casi (90%), non sono alle prime armi con gli investimenti. I Millennials, ovvero i 28-42enni, rappresentano il 43% dei nostri clienti, seguiti da un 28% di Gen X (43-57enni), e da un 14% di Baby Boomer (58-76enni), a conferma del crescente interesse anche da parte di risparmiatori un po' più giovani per soluzioni alternative ai canali bancari tradizionali.

**D. Quali sono i costi del servizio?**

**R.** C'è un'unica commissione di gestione, annuale, dallo 0,4% all'1%, a seconda del capitale investito. Non ci sono costi di ingresso, di uscita, di trading o di performance né retrocessioni a terze parti. La guida del consulente è parte integrante di questo servizio. Il risparmiatore con Moneyfarm sa di poter sempre contare su molteplici canali di contatto diretto con i nostri consulenti, via mail, chat, telefono e video call.



Giovanni Daprà Moneyfarm

**D. Come vede il mercato italiano della digital wealth advisory?**

**R.** È un mercato in continua evoluzione e che può incanalare sempre di più il risparmio delle famiglie verso soluzioni semplici ed efficienti. Ritengo molto positive due evidenze in atto. La prima è che, rispetto alla prima metà dell'anno scorso, in questo primo semestre 2022 abbiamo visto crescere masse e clienti nonostante il momento non fosse certo caratterizzato da una propensione a investire particolarmente elevata tra i risparmiatori. La seconda è il grande interesse che riscontriamo da parte dei grandi player anche esteri a studiare insieme a noi nuove soluzioni di investimento da offrire alla loro clientela. Non ultima la società di gestione inglese M&G che ha guidato il nostro ultimo funding round e ha poi siglato con noi una partnership commerciale per il lancio, nel mercato britannico, di una soluzione di investimento tutta digitale, rivolta ai clienti retail di nuova generazione. (riproduzione riservata)

**D. Come va la collaborazione con Poste?**

**R.** Dal 2019 è cresciuta esponenzialmente. È partita dal digitale, con il prodotto Postefuturo Investimenti, si è allargata ai clienti Premium in collaborazione con BlackRock, e da quest'anno approda agli uffici postali: da fine maggio la gestione patrimoniale Moneyfarm è disponibile in 12 mila uffici postali in tutta Italia.

