



# MEDIOBANCA

## PROFILO DEL GRUPPO E OPPORTUNITÀ DI INVESTIMENTO

Settembre 2025



MEDIOBANCA



# Agenda

## 1. Profilo del Gruppo e opportunità di investimento

### 2. KPIs divisionali

1. Wealth Management
2. Corporate & Investment Banking
3. Consumer Finance
4. Insurance



MEDIOBANCA

# MEDIOBANCA - UNA STORIA DISTINTIVA DI CRESCITA E VALORE BEN POSIZIONATA NEL NUOVO SCENARIO MACRO

Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

**Negli ultimi venti anni Mediobanca ha sempre realizzato la propria strategia e target, senza aumenti di capitale, crescendo e rimodellandosi nel tempo, rafforzando la base ricavi e con rendimenti superiori a quelli del settore**

**Mediobanca: prospettive elevate nel Piano Strategico “ONE BRAND – ONE CULTURE”  
Mediobanca vuole essere leader per operazioni complesse, ad alto valore aggiunto, eseguite efficacemente grazie ai tratti distintivi di Mediobanca:  
qualità delle persone, cultura e responsabilità**

**Per raggiungere questi obiettivi faremo leva  
sul Brand Mediobanca e sulla valorizzazione sinergica del nostro modello di business**

**Vogliamo essere il posto migliore per le nostre persone, dipendenti e clienti, rimanendo fedeli al nostro approccio di Scuola di «Responsible Banking»**

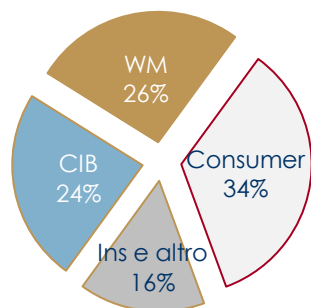
**Miriamo ad essere un'opportunità di investimento distintiva per i nostri azionisti, concentrata su una crescita a basso rischio e assorbimento di capitale, e sovraperformante rispetto al settore per remunerazione degli stakeholder**

# MEDIOBANCA IN SINTESI

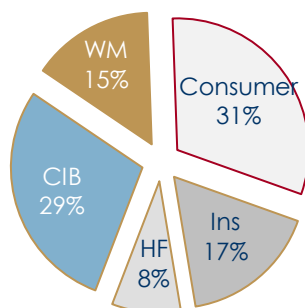
Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

**Ricavi<sup>1</sup>**



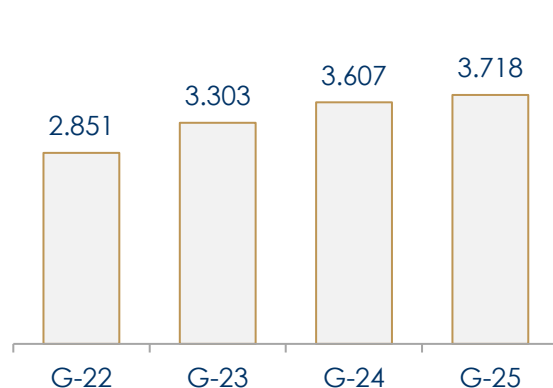
**RWA<sup>1</sup>**



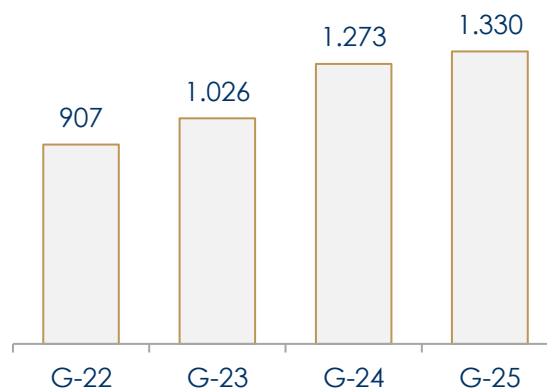
**Dati finanziari in sintesi (Giugno25)<sup>1</sup>**

|                      |         |                                       |
|----------------------|---------|---------------------------------------|
| ROTE <sup>2</sup> :  | 14%     | CET1 : 15,1%, Tot. Cap: 17,9%         |
| RORWA <sup>2</sup> : | 2,9%    | Moody's rating: Baa1                  |
| Indice C/I :         | 43%     | S&P rating : BBB+                     |
| RWA:                 | €46mld  | Fitch rating : BBB                    |
| Attivi:              | €104mld | Cash Payout FY25: 70%                 |
| TFA:                 | €112mld | Impieghi/Raccolta: 77%                |
| N. dipendenti:       | 5,5mila | Capitalizzazione <sup>3</sup> : €17bn |

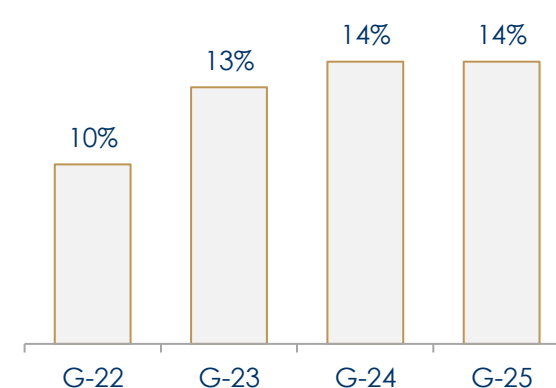
**Ricavi (€mln)**



**Utile netto (€mln)**



**ROTE rettificato<sup>2</sup>**



- 1) Esercizio termina il 30 Giugno. Dati di CE riferiti ai 12 mesi.
- 2) ROTE/RORWA calcolato con l'utile netto rettificato (margine operativo al netto di rettifiche nette su crediti, risultato di terzi ed imposte pari al 33% per Premier, CIB, CF e HF; 25% per PB e AM; 4,16% per Ins). CET1 include 70% pay-out e €400mln SBB (soggetto ad autorizzazione)
- 3) Prezzo per azione di MB al 29 Agosto 2025 (€20,5 pa)



# MODELLO DI BUSINESS EFFICACE E SPECIALIZZATO

Profilo del Gruppo MB

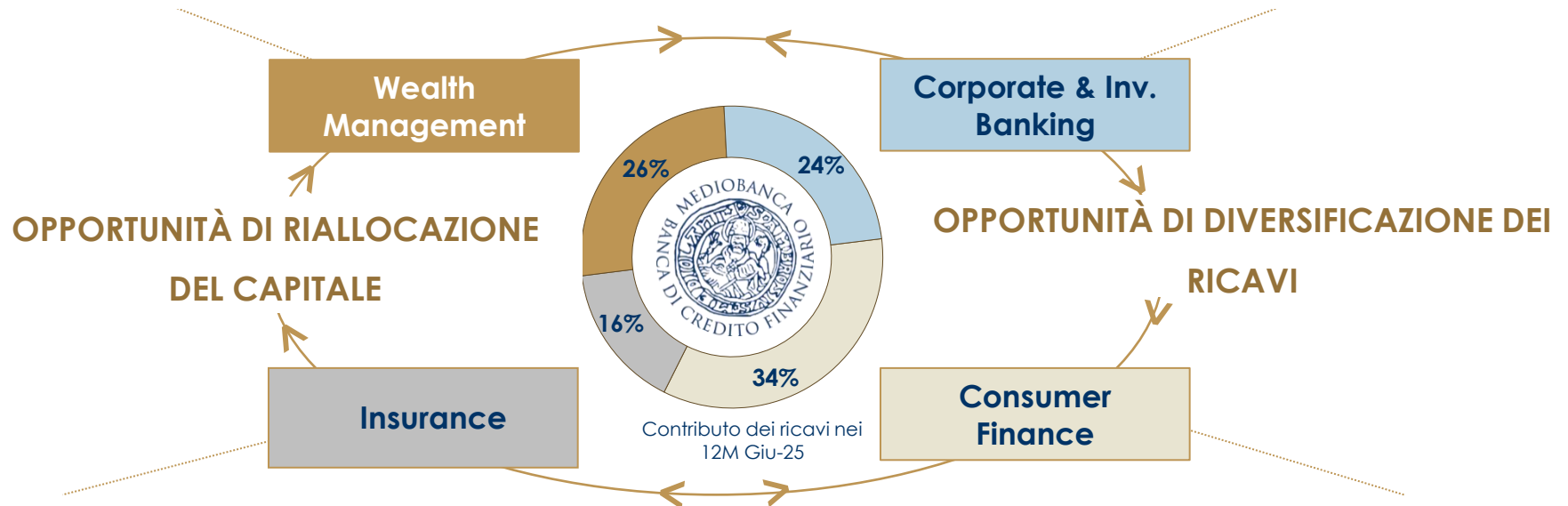
Sezione 1

## MEDIOBANCA, RIFERIMENTO PER IMPRENDITORI E IMPRESE

Posizionamento al top come Private Investment Bank

Offerta leader in termini di valore aggiunto, sofisticate soluzioni PIB per Private & Corporate

PIB: fonte di commissioni capital-light, elevata crescita



## BUSINESS ALTAMENTE PROFITTEVOLI E RESILIENTI CONTRIBUTORI FONDAMENTALI AI RICAVI E UTILI DI GRUPPO

Posizionamento al top per Consumer Finance e Insurance

CF: fonte di margine di interesse; elevata efficienza di provvista e di costo del rischio nel Gruppo MB

# BASATO SU UN FORTE POSIZIONAMENTO IN BUSINESS SPECIALISTICI E AD ELEVATA MARGINALITA'...

Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

## WEALTH MANAGEMENT – RORWA 3,8%<sup>1</sup>

**"MB : la Private Investment Bank italiana"**

Posizionamento distintivo nell'ampio e crescente mercato del risparmio privato italiano

Pronto a catturare il pieno potenziale dell'unicità della propria offerta con i clienti imprenditori HNWI/UHNWI

forza vendita: 1,3 mila professionisti, riduzione del gap dimensionale con i top asset gatherers italiani con riposizionamento e rebranding del segmento Premier

## CIB – RORWA 2,0%<sup>1</sup>

**"MB: leader Corporate & Investment Bank domestica, piattaforma EU efficiente nell'uso del capitale"**

"MB: leader Corporate & Investment Bank domestica, piattaforma EU efficiente nell'uso del capitale"

~50% delle operazioni M&A internazionali

Approccio più capital-light: maggiori investimenti in prodotti commissionali, ottimizzazione del capitale, approccio di rischio-rendimento efficiente

## CONSUMER FINANCE - RORWA 2,9%<sup>1</sup>

**"Compass: la piattaforma multicanale leader in Italia"**

Business altamente profittevole, specializzato e anticiclico

Capacità di prezzare e gestire il credito costruita in 50 anni, con rendimenti sostenibili e sopra la media

Approccio multicanale, ampliamento di clienti e mercati attraverso il digitale. Precursore nel BNPL

## INSURANCE – RORWA 3,6%<sup>1</sup>

**"Ricavi assicurativi non correlati:  
Quota del 13% in Ass.Generali"**

Stabilizzatore di ricavi, EPS e DPS

Investimento senza costi ed imposte

Potenziante fonte di capitale

Rischio assicurativo anti-ciclico e con rating elevato

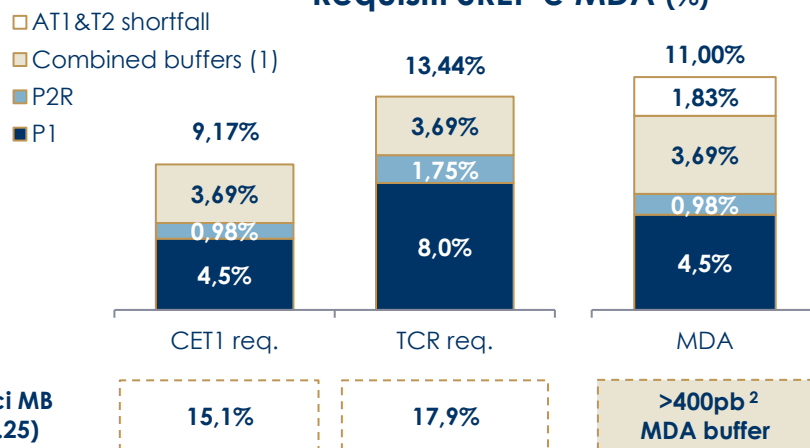
# E CON UN SOLIDO PROFILO DI RISCHIO

Profilo del Gruppo MB

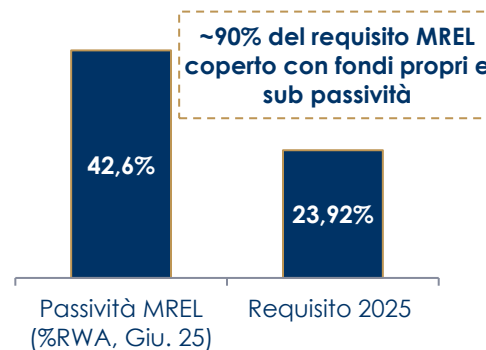
Sezione 1

**Solide posizioni di capitale, con ampi buffer sui requisiti, e leverage superiore ai peers**

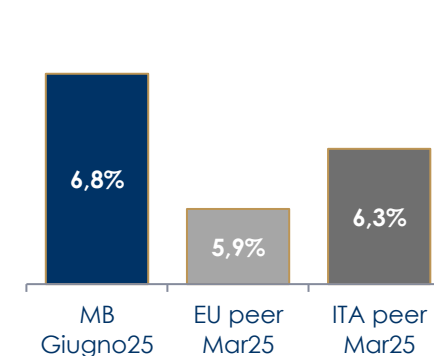
## Requisiti SREP e MDA (%)



## MREL (%)

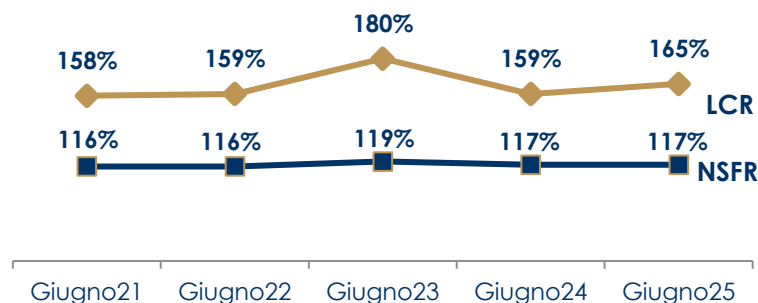


## Leverage ratio<sup>3</sup> (%)

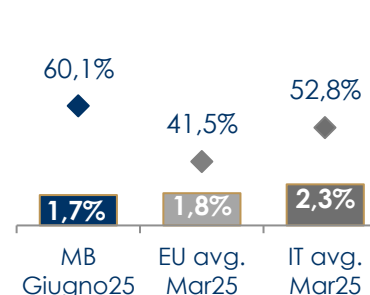


## Solidi indicatori di provvista e liquidità

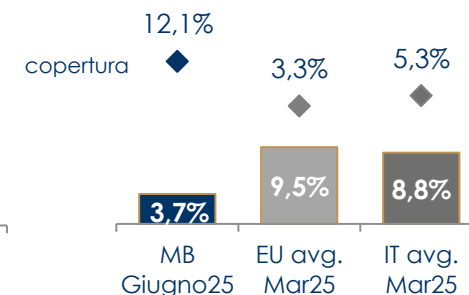
## Elevata qualità degli attivi



## NPL<sup>1</sup> % impieghi lordi



## Stage 2 loans<sup>1</sup> % impieghi lordi



- 7
- 1) Buffer combinati: CCB 2,5%, CCyB 0,14% (al 31/03/2025), O-SII 0,25%, SyRB 0,8%.
  - 2) MDA inclusi i deficit AT1/T2 (1,87%). MDA buffer esclude gli utili trattenuti nel periodo (~50pb, incl. gli effetti indiretti)
  - 3) Fonte: EBA Risk Dashboard
  - 4) Unencumbered eligible assets, post haircuts



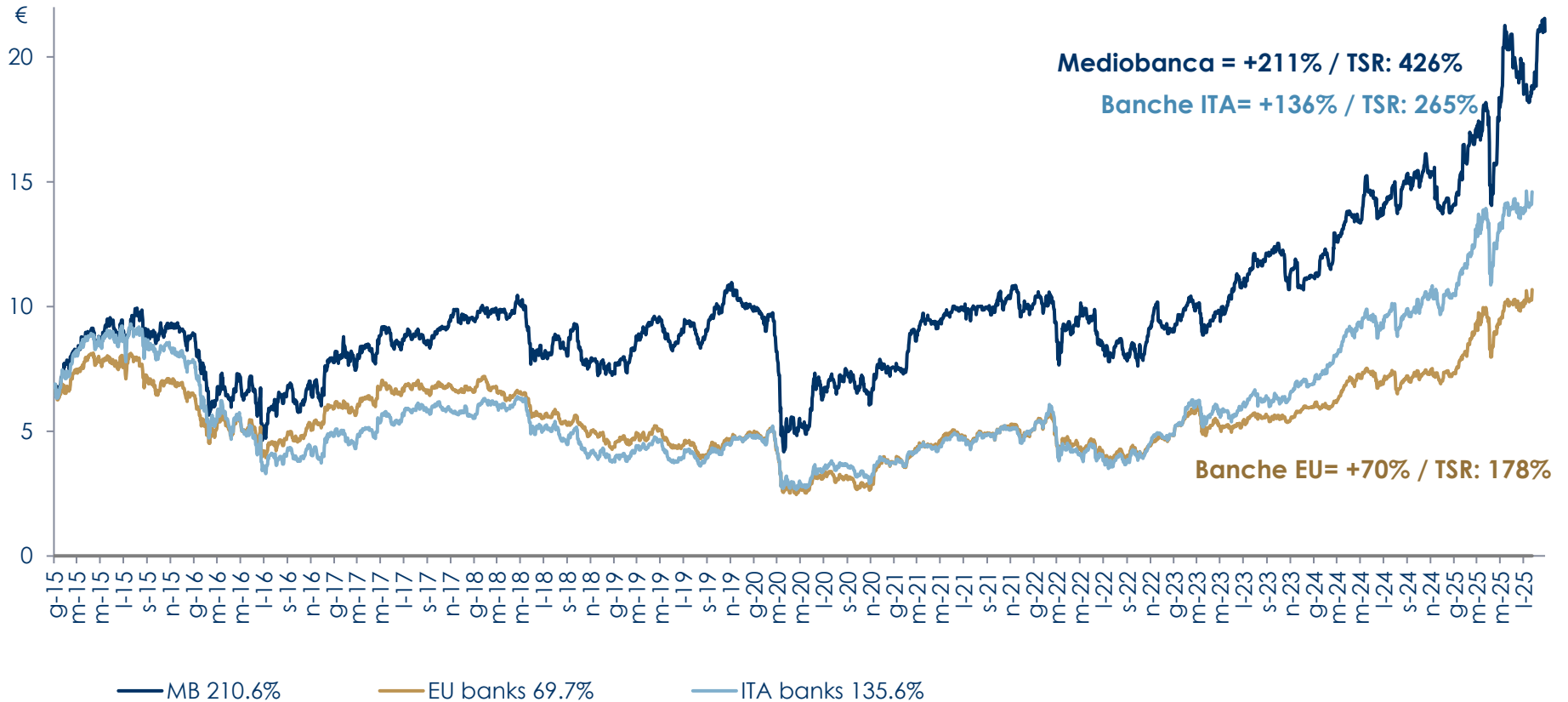
MEDIOBANCA

# PERFORMANCE DI MERCATO DELL'ULTIMO DECENNIO SUPERIORE AL SETTORE (TSR 426%)

Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

## Performance di mercato degli ultimi 10 anni e Total Shareholders Return (TSR)





# SUPERANDO COSTANTEMENTE GLI OBIETTIVI PREFISSATI

## AGGIORNAMENTO DEL PIANO “ONE BRAND ONE CULTURE” AL FY28

Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

|                              | BP 2013-16<br>“From Holding<br>to Banking<br>Group” | BP 2016-19<br>“Long-Term<br>Value<br>Player” | BP 2019-23<br>“Distinctive<br>Growth Player” | BP 2023-26<br>“One Brand –<br>One Culture”<br>Giu.25 (Y2) | Strategic plan<br>rolling<br>“One Brand –<br>One Culture”<br>2028T |
|------------------------------|---|--|--|---|--|
| Ricavi                       | €1,6mld a €2mld                                     | a €2,5mld                                    | a €3,3mld                                    | €3,7mld   | to >€4,4mld  |
| EPS                          | a €0,69   | a €0,93                                      | a €1,21                                      | a €1,64   | a €2,1 (ricorrente)<br>a €2,4 (contabile)                          |
| ROTE                         | 7%  | 10%  | 13%  | 14%   | al 17% (ricorr.)<br>al 20% (cont.)                                 |
| CET1                         | 12%   | 14%  | 15,9%  | 15,1%   | ~14%   |
| Distribuzione di<br>capitale | Totale= €0,5mld                                     | Totale= €1,3mld                              | Totale= €2.2mld                              | Totale 2anni:<br>~€2,4mld <sup>1</sup>                    | Totale:<br>~€5mld <sup>2</sup>                                     |
| Altro                        | Cessione<br>partecipazioni                          | Avvio del WM                                 | Migliorata presenza<br>internazionale IB     | Ottimizzazione/ Riallocazione<br>degli RWA                |  |

1) Includendo €0,6mld di buyback eseguiti da Giu.23 a Giu.25  
 2) Includendo dividendo cash: €4,5mld + SBB: €0,4mld (terza e ultima tranche del programma di Buyback di 3anni annunciato a Maggio23 per un totale di €1mld), già incluso nel payout/CET1 previsto per il FY25, soggetto all'approvazione della BCE e dell'AGM, da eseguire nel FY25/26

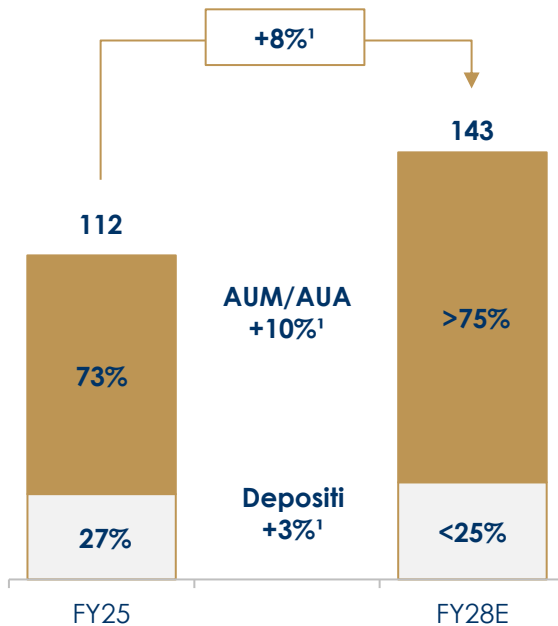
# NEI PROSSIMI 3 ANNI REALIZZEREMO UNA CRESCITA FORTE ED EFFICIENTE DAL PUNTO DI VISTA DEL CAPITALE

Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

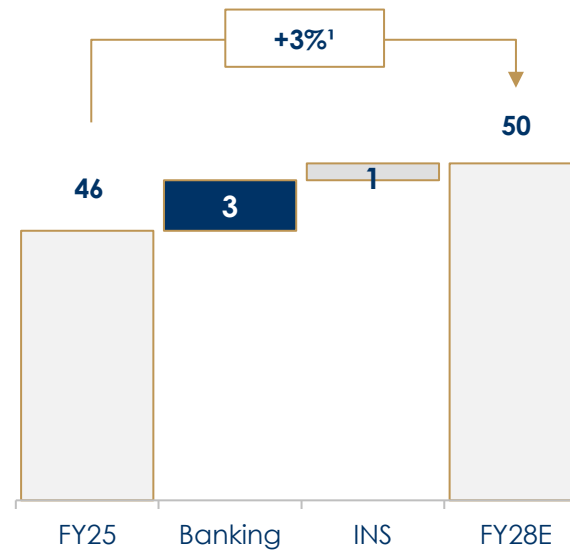
**TFA in aumento**  
TFA +€30mld in 3Y

(TFA di Gruppo, €mld, %)



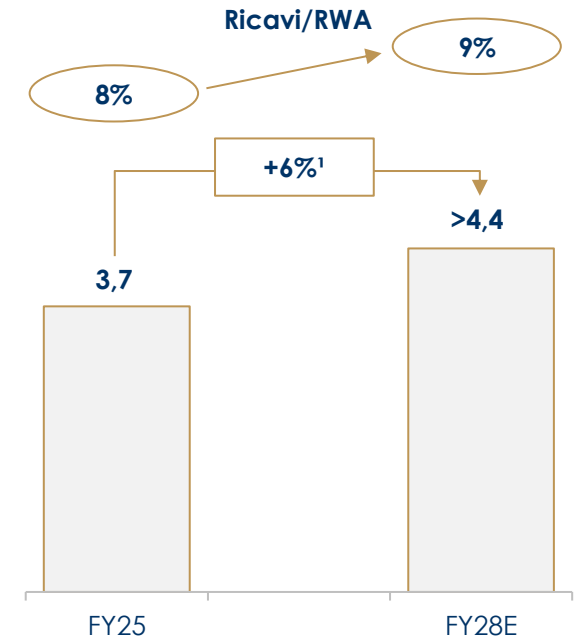
**Impieghi in aumento**  
RWA +€4mld, impieghi +€8mld in 3Y

(RWA di Gruppo, €mld)



**Ricavi in aumento**  
Rendimento degli RWA al 9%

(Ricavi del Gruppo, €mld)



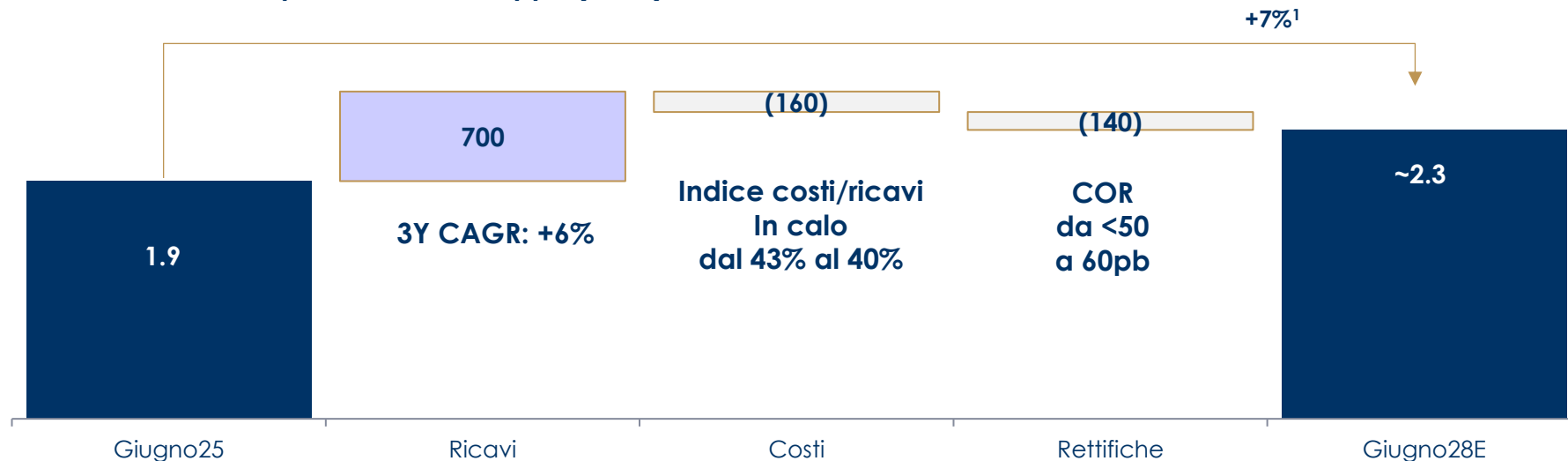
# ...RAGGIUNGENDO >€2,3MLD DI RISULTATO OPERATIVO (+7%<sup>1</sup>)

## I BENEFICI IN TERMINI DI EFFICIENZA E DI SCALA COMPENSANO LA NORMALIZZAZIONE DEL COR

Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

### Andamento risultato operativo<sup>1</sup> del Gruppo (€mln)



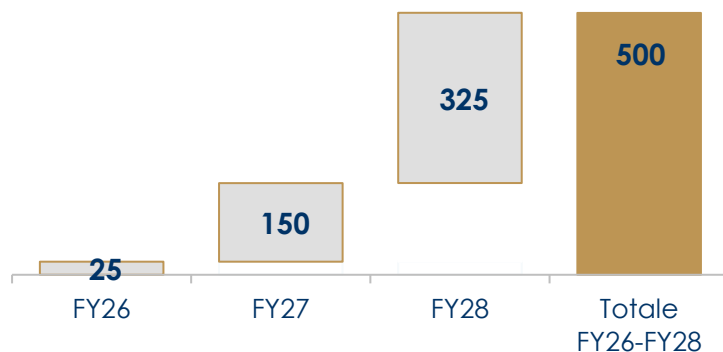
- ◆ **Risultato operativo del Gruppo in aumento a circa €2,3mld (7%<sup>1</sup>), includendo**
  - ◆ Una crescita dei ricavi di €700mln
  - ◆ Un aumento dei costi di €160mln, con miglioramento dell'indice costi/ricavi del Gruppo dal 43% al 40%, guidato dalla maggior efficienza nel WM
  - ◆ Rettifiche per €140mln per effetto della normalizzazione del CoR nel CF (controllo della qualità degli attivi e progressiva normalizzazione del CoR a 200pb) e rimanendo basso nel CIB (mantenimento di un solido profilo di asset e rating, con CoR al 5pb)

# PROGETTO IMMOBILIARE A MONACO DEL VALORE DI €500MLN

## Profilo del Gruppo MB

- ✓ **CMB Monaco realizzerà la sua nuova sede entro il 2028.** il Progetto prevede la **vendita dei piani residenziali**, la cui **promozione sarà avviata dalla prima metà del 2026**
- ✓ Il progetto prevede **24 piani** per un totale di **17.400 m<sup>2</sup>** (superficie netta incluse le terrazze), e **8 piani interrati**.
- ✓ CMB manterrà i primi 7 piani (3,700m<sup>2</sup>) che ospiteranno l'attività di private banking
- ✓ **Il contributo totale a MB in termini di utile ante imposte** (proventi dalla cessione al netto dei capex) **dovrebbe superare i €0,5mld, che verranno contabilizzati dal 2026 alla fine del 2028**

**Contributo all'utile ante imposte<sup>1</sup> del progetto Real Estate a Monaco al Gruppo MB (€mln)**



## Sezione 2

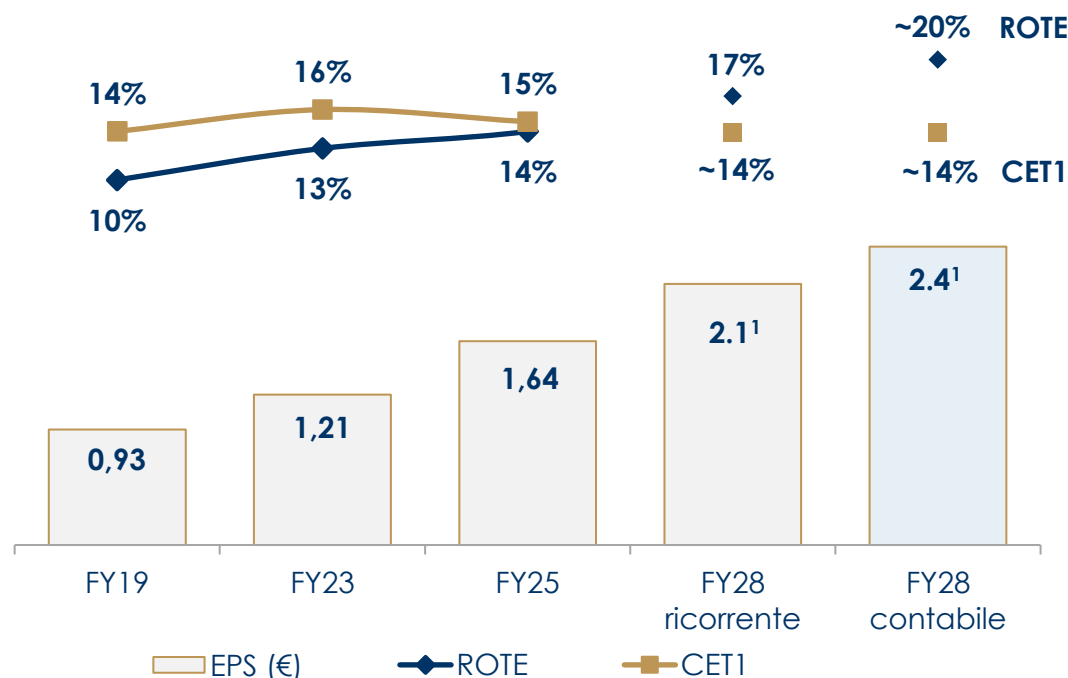


# ROTE IN AUMENTO AL 17% E EPS IN AUMENTO DEL 30% A €2,1

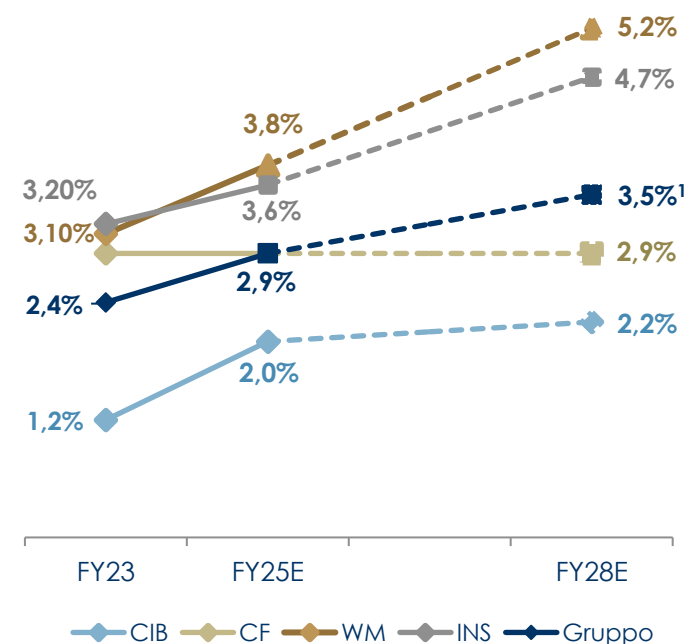
Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

Andamento EPS, CET1 e ROTE (% , €)



Andamento RORWA (%)



- ◆ Nei prossimi 3Y l'EPS<sup>28</sup> ricorrente in aumento del 30% a €2,1; EPS<sup>28</sup> contabile si attende in aumento del 45% a €2,4
- ◆ Nei prossimi 3Y il ROTE<sup>28</sup> ricorrente in aumento al 17% (dal 14%, +3pp); ROTE<sup>28</sup> contabile in aumento al ~20%
- ◆ Andamento della redditività (RORWA) solida in tutti i segmenti: WM al 5,2% (+120pb) – CIB al 2,2% (+30pb) – CF resiliente al 2,9% – Ins al 4,7% (+110pb)
- ◆ CET1 solido e ottimizzato al ~14%. Tier 1 al 15,5% con l'emissione di AT1

# DISTRIBUZIONE AI VERTICI DEL SETTORE

Profilo del Gruppo MB

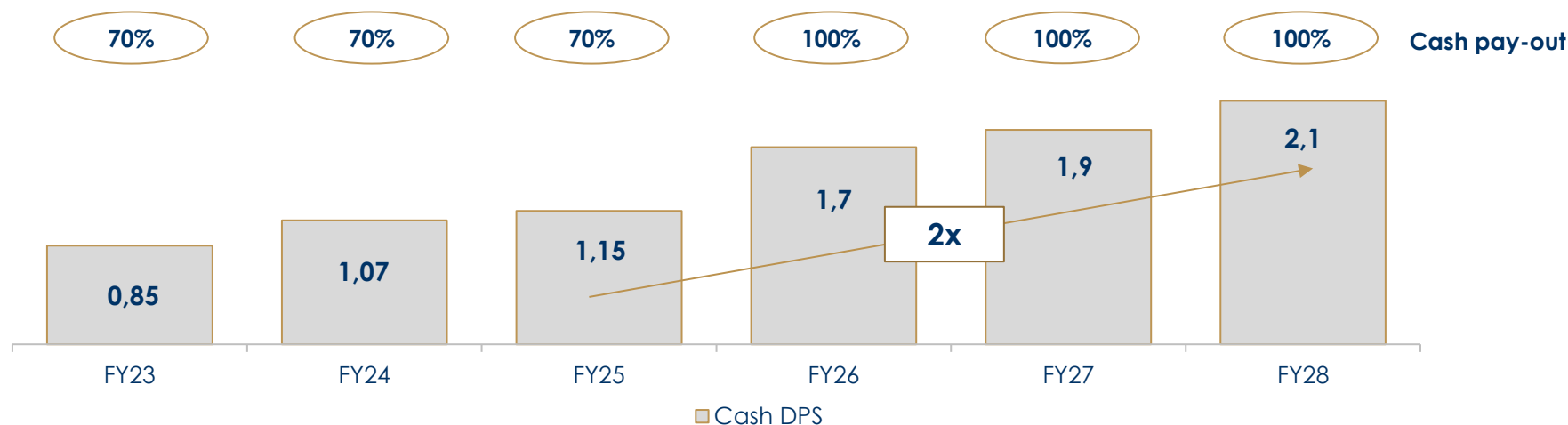
Sezione 1

## Traiettorie DPS cash (€)

Total pay-out 100%  
o.w. cash pay-out 70%

Distribuzione totale in 3Y: €5mld  
Dividendo cash: €4,5mld + SBB (€0,4mld<sup>1</sup>)

Pay-out cash ordinario 100%



◆ Nei prossimi 3Y: ~€5mld di distribuzione cumulata, equivalente al 30% della capitalizzazione di mercato corrente di MB:

- ◆ Dividendo cash pari a €4,5mld: cash pay-out al 100% del profitto previsto per gli anni FY26, FY27, FY28
- ◆ €0,4mld SBB<sup>1</sup> da eseguire nel FY25/26 (in riferimento agli utili del FY25)
- ◆ DPS: +50% nel FY26 (a €1,7) e raddoppiato nel FY28 (a €2,1)
- ◆ Confermato dividendo interim

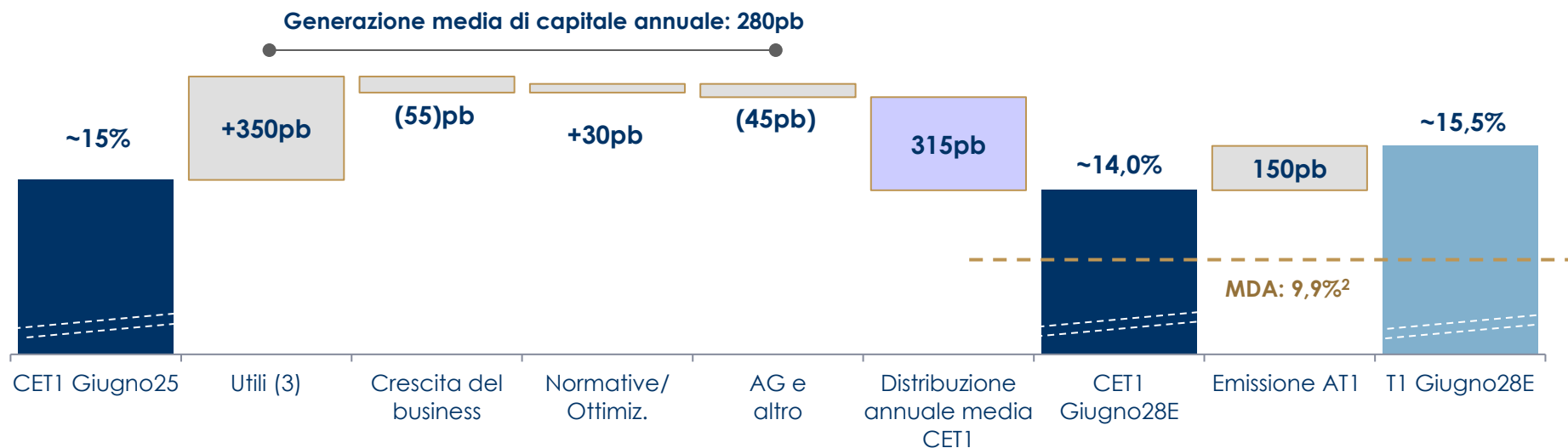
1) Terza e ultima tranches dello SBB annunciata a Maggio23 per un totale di €1mld (€0,6mld già eseguiti), già considerato per il FY25 payout/ CET1, soggetto all'autorizzazione della BCE e dell'AGM, da effettuare nel FY25/26  
2) Pay-out calcolato al lordo dei coupons AT1

# CET1 OTTIMIZZATO AL ~14% - T1 AL 15,5% CON EMISSIONE DI AT1 PER €750MLN

Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

## Evoluzione media annuale del CET1 del Gruppo



- ♦ **CET1 ottimizzato al ~14%, inclusa l'emissione AT1 di €750mln. MDA buffer di ~400pb**
- ♦ **Generazione annuale di capitale: 280pb**, includendo 350pb dagli utili, (55)pb dalla crescita degli RWA in parte compensata da ottimizzazioni (SRT, AT1 issuance<sup>1</sup>) e normative (rivalidazione del modello PD nel CIB, FRTB neutrale). AG assorbe 40pb p.a., a causa della crescita del BV
- ♦ **Distribuzioni media annuali: 315pb**
- ♦ **Distribuzione totale: €5mld cumulati in 3Y FY26/27/28**: €4,5mld di distribuzione cash in 3Y FY26/27/28 (media 315pb p.a.) + €0,4mld SBB, soggetto ad autorizzazione BCE e AGM, da eseguire nel FY26
- ♦ **100% pay-out degli utili ricorrenti nei 3Y FY26/27/28**

# OBIETTIVI ESG

Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

**Confermato l'impegno verso l'azzeramento delle emissioni nette di gas serra entro il 2050  
(obiettivo di intensità<sup>1</sup> -35% entro il 2030)**

|                            | Obiettivo   | Ambito   |
|----------------------------|---|--|
| BUSINESS                   | <b>5 miliardi di euro di finanza ESG<sup>1</sup> originata dal Gruppo nel triennio 2025-2028</b>  | Origination di obbligazioni ESG (quota di emissioni attribuibile a Mediobanca), impieghi ESG (Mediobanca CIB e Compass) e mutui green (Mediobanca Premier e CMB) concesso dal Gruppo. Importo cumulato |
|                            | <b>Mantenimento della quota del 50% di prodotti ESG nei portafogli dei clienti</b>                | % di fondi qualificati ESG (fondi SFDR Articoli 8 e 9) sul totale dei fondi nel portafoglio dei clienti  |
|                            | <b>Almeno tre emissioni di sustainability bond nel triennio 2025-2028</b>                         |  |
| PEOPLE<br>AND<br>COMMUNITY | <b>&gt;33% di talenti femminili in ruoli manageriali entro il 2028</b>                            | Con riferimento al 30/06/2025<br>(vedi Dichiarazione di Sostenibilità 2025 <sup>2</sup> )  |
|                            | <b>+15% di ore medie di formazione per dipendente erogate da Mediobanca Academy entro il 2028</b> | Con riferimento al 30/06/2025<br>(vedi Dichiarazione di Sostenibilità 2025 <sup>2</sup> )  |
|                            | <b>&gt;20 milioni di euro di sostegno a progetti con impatto sociale e ambientale</b>             | >20 milioni di euro<br>cumulati nel triennio 2025-2028   |

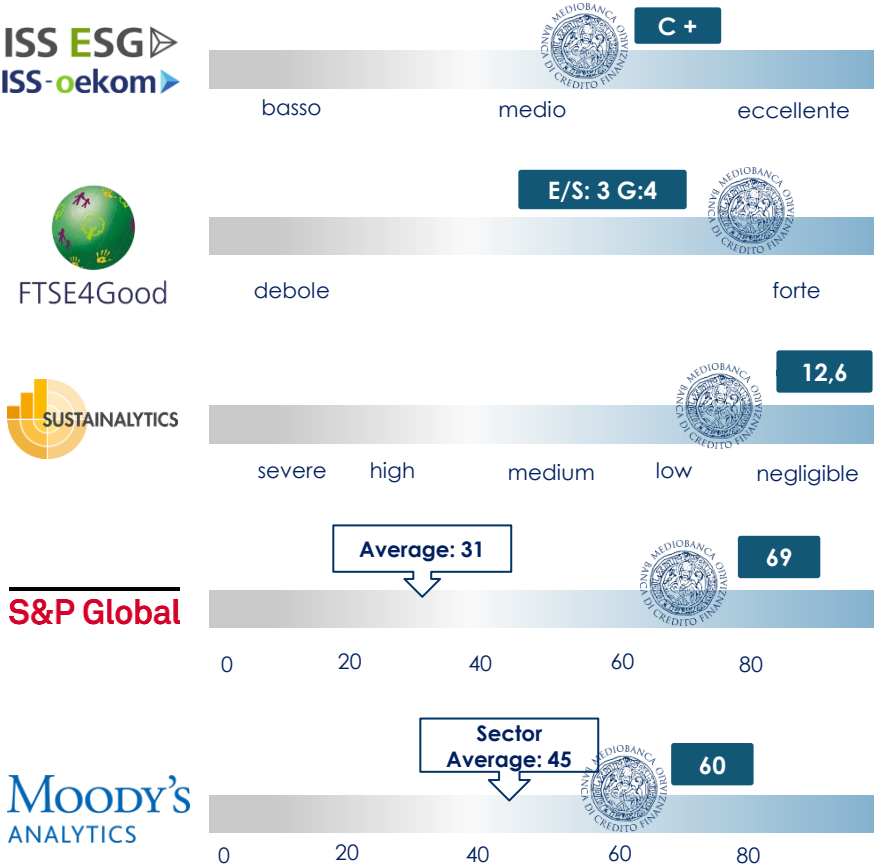
1) Intensità di emissioni finanziate nei prestiti CIB (escluso Specialty Finance) e nel portafoglio di investimenti proprietari in tutti i mercati.  
2) Da pubblicare a settembre 2025.



# RATING E INDICI ESG

## Profilo del Gruppo MB

## Sezione 1



# Agenda

## 1. Profilo del Gruppo e opportunità di investimento

## 2. KPIs divisionali

1. Wealth Management
2. Corporate & Investment Banking
3. Consumer Finance
4. Insurance



MEDIOBANCA

# MODELLO DI BUSINESS MEDIOBANCA


KPI divisionali

Sezione 2

## Gruppo Mediobanca al 30 Giugno 2025 (12M)

| Wealth Management (WM) |        | Corporate & Investment Banking (CIB) |        | Consumer Finance (CF) |          | Insurance (INS)     |        |
|------------------------|--------|--------------------------------------|--------|-----------------------|----------|---------------------|--------|
| Ricavi                 | 973mln | Ricavi                               | 888mln | Ricavi                | 1,277mln | Ricavi              | 522mln |
| Utile netto            | 232mln | Utile netto                          | 270mln | Utile netto           | 408mln   | Utile netto         | 516mln |
| Libro impieghi         | 18mld  | Libro impieghi                       | 19mld  | Libro impieghi        | 16mld    |                     |        |
| TFA                    | 112mld |                                      |        |                       |          |                     |        |
| di cui AUM/AUA         | 82mld  |                                      |        |                       |          |                     |        |
| RWA                    | 7mld   | RWA                                  | 13mld  | RWA                   | 14mld    | RWA                 | 8mld   |
| Indice Costi/ricavi    | 66%    | Indice Costi/ricavi                  | 46%    | Indice Costi/ricavi   | 31%      | Indice costi/ricavi | n.s.   |
| RoRWA                  | 3,8%   | RoRWA                                | 2,0%   | RoRWA                 | 2,9%     | RoRWA               | 3,6%   |

| Holding Functions (HF) |       | MB Group | Ricavi              | 3,719mln |
|------------------------|-------|----------|---------------------|----------|
| Ricavi                 | 81mln |          | Utile netto         | 1,330mln |
| Libro impieghi         | 1mld  |          | Libro impieghi      | 54mld    |
| RWA                    | 4mld  |          | TFA                 | 112mld   |
|                        |       |          | RWA                 | 46mld    |
|                        |       |          | Indice costi/ricavi | 43%      |
|                        |       |          | ROTE                | 14%      |
|                        |       |          | RoRWA               | 2,9%     |

 **MEDIOBANCA**

# Agenda

1. **Profilo del Gruppo e opportunità di investimento**

2. **KPIs divisionali**

1. **Wealth Management**

2. **Corporate & Investment Banking**

3. **Consumer Finance**

4. **Insurance**



MEDIOBANCA

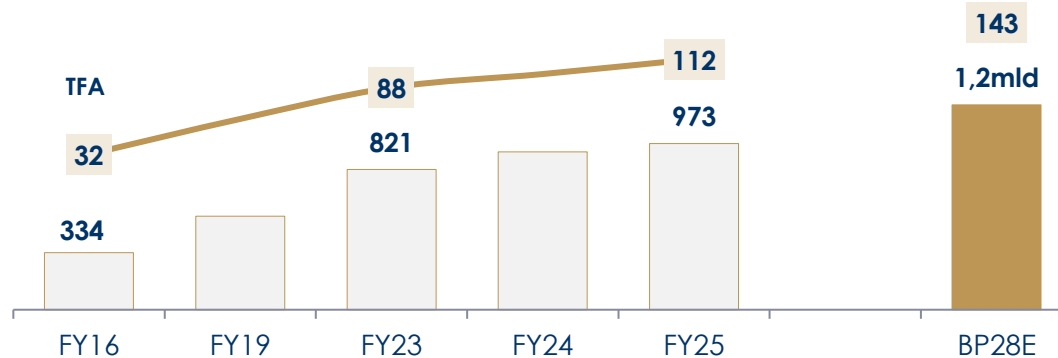
# MB WEALTH MANAGEMENT

Wealth Management

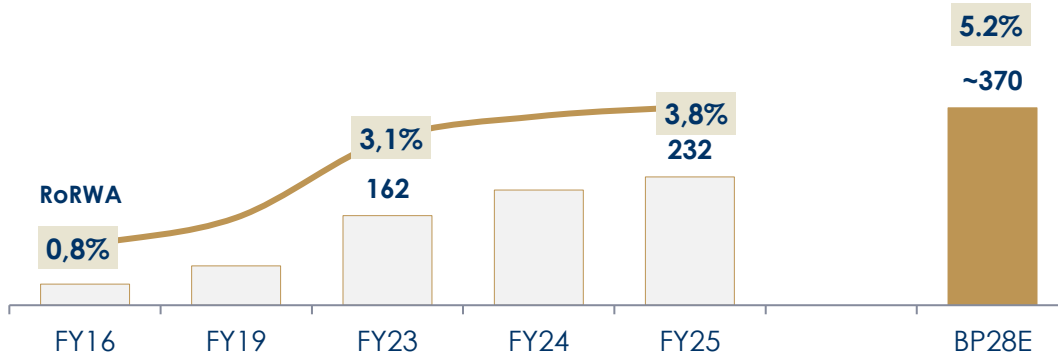
Sezione 2,1

**Nei prossimi 3Y MBWM diventerà il maggiore motore di crescita del Gruppo MB, capitalizzando i benefici delle economie di scala, consolidando il riposizionamento e l'efficienza**

## Andamento ricavi (€mln) e TFA (€mld) nel WM



## Andamento utile netto (€mln) e redditività nel WM



### Posizionamento WM

- ◆ **Posizionamento di leadership nel Private & Investment Banking ("PIB")**, facendo leva sul **Brand MB** e le capacità dell'IB, con **focus sulla clientela di fascia alta** favorita dal riposizionamento di MB Premier
- ◆ **Attrattiva per bankers e consulenti finanziari indipendenti** grazie alla qualità del brand e all'offerta PIB
- ◆ Presenza **digitale** e multicanale
- ◆ **Crescita e produttività superiori alla media** grazie anche al modello PIB e alla duplice leva di sviluppo su imprenditori e HNWI

### Traiettorie FY25-28

- ◆ **Media NNM p.a.: €10-11mld**, principalmente AUM/A
- ◆ **Reclutamento: +330**, guidato dai cons. finanz.
- ◆ **Ricavi ~€1,2mld entro Giugno28**
- ◆ **Indice costi/ricavi in calo dal 66% al 56%**
- ◆ **Utile netto in aumento a ~€370mln**

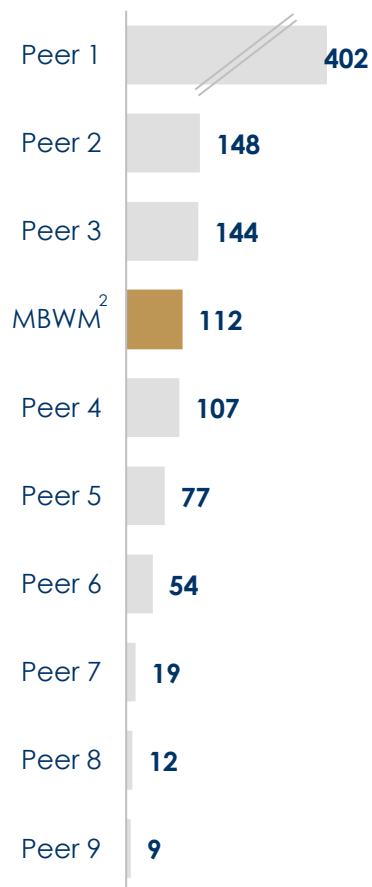
# POSIZIONAMENTO TRA GLI OPERATORI WM IN ITALIA

Wealth Management

Sezione 2.1

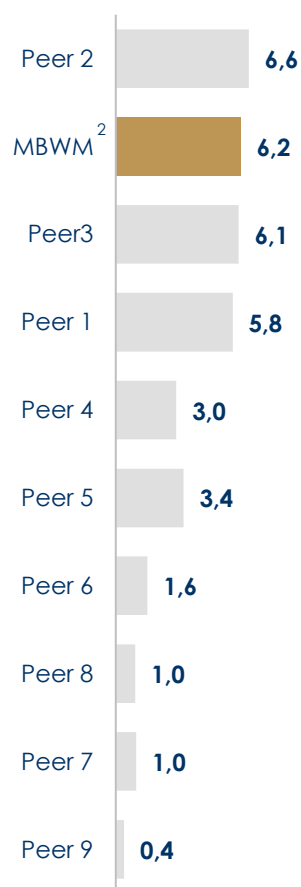
## Top 5 per TFA<sup>1</sup>

TFA (€mld)



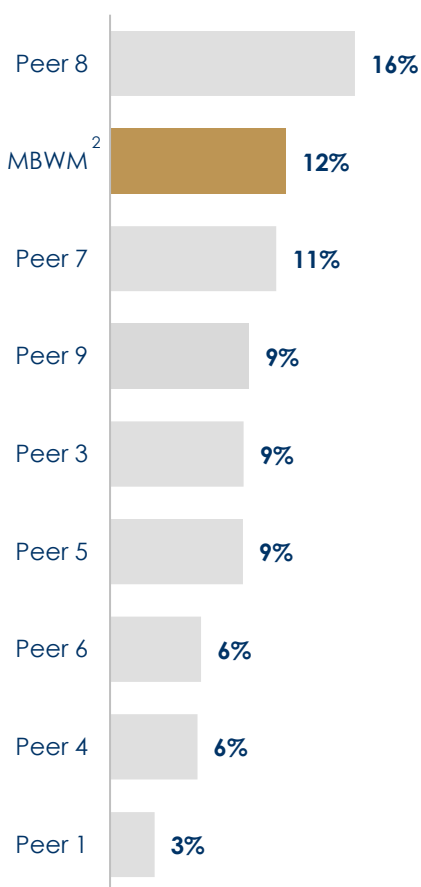
## Top 3 per raccolta netta<sup>1</sup>

6M di raccolta netta dalla rete (€mld)



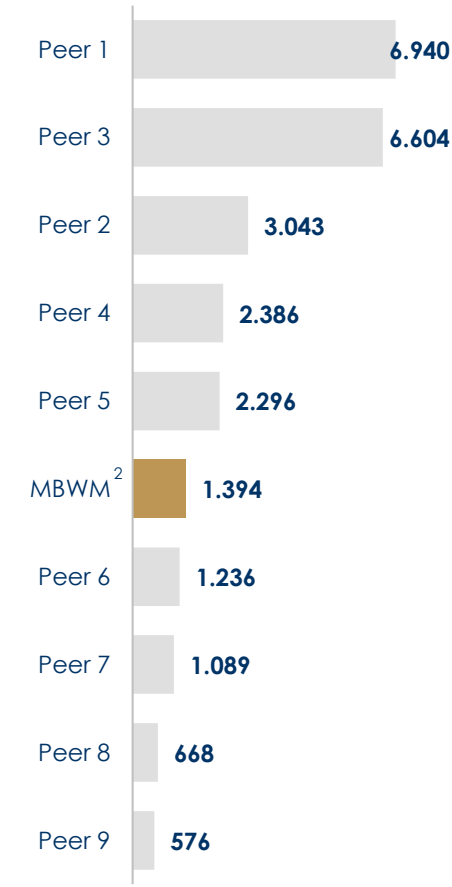
## Top 3 per produttività<sup>1</sup>

6M raccolta netta/stock TFA (%)



## 6° per dimensione rete<sup>1</sup>

Professionisti (#)



1) Fonte: report societari e Assoreti. NNM: 6M Gen-Giu25; TFA e rete a Giu25. Assoreti TFA stock a Marzo25 se i dati dell'azienda non sono disponibili. Gruppo di peer : Allianz Bank FA, Banca Generali, Banca Mediolanum, BNL Life Bankers, Credem Group, Fineco, Intesa Sanpaolo Group, Banca Widiba, Zurich Italy  
2) Include tutte le divisioni MBWM, banker e consulenti finanziari

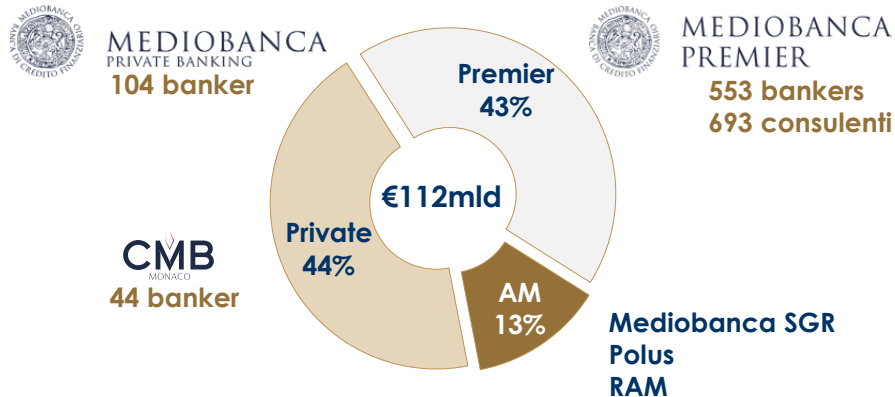


# SOSTENUTO DA UN EFFICACE MODELLO DI BUSINESS, DA UNA BASE RICAVI DIVERSIFICATA

## Wealth Management

**Focalizzata su segmenti di clientela profittevoli attraverso società specializzate con offerta dedicata**

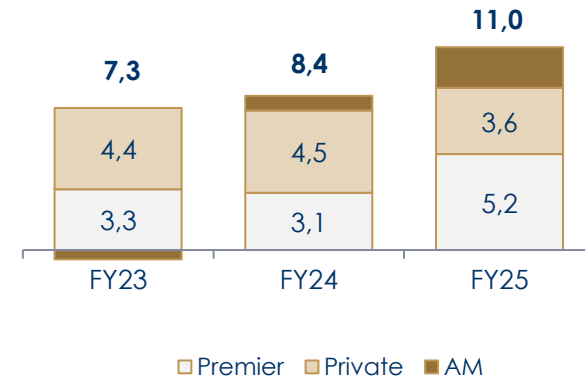
(TFA per segmento, Giugno 24)



## Sezione 2.1

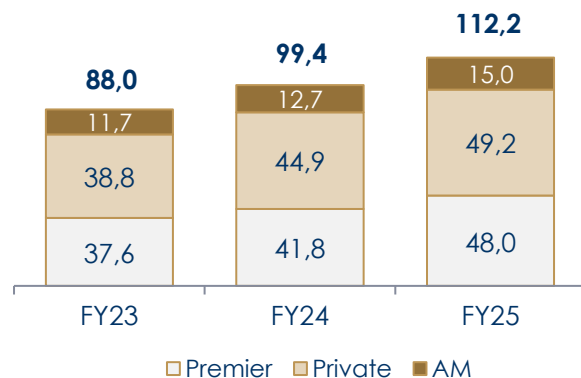
**Crescita della NNM grazie ad eventi di liquidità, rafforzamento della rete e crescita organica**

(Evoluzione NNM, €mld)



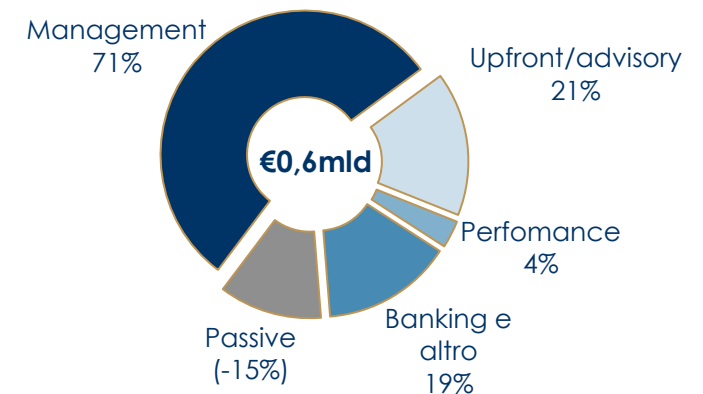
**Comprovata crescita: TFA quasi 4x da 31mld nel FY16 a 112mld nel FY25**

(Ricavi, €mln)



**Commissioni WM prevalentemente ricorrenti e pari al ~50% delle commissioni del Gruppo (30% nel FY16)**

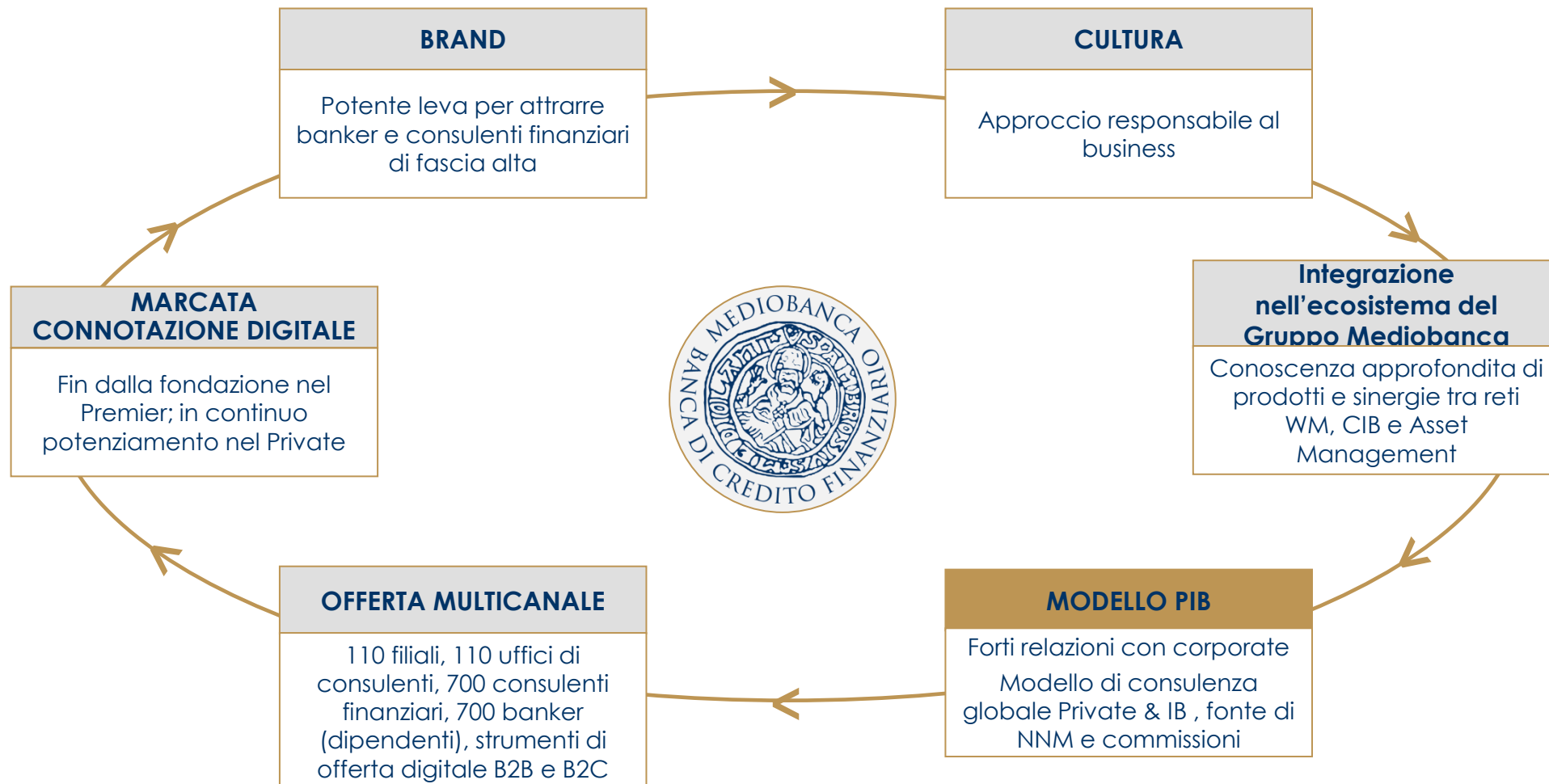
(Commissioni per tipologia, %)



# OLTRE CHE DAI NOSTRI TRATTI DISTINTIVI

Wealth Management

Section 2.1





# AMBIZIONE: FONDARE UN UNICO BRAND E UN'UNICA CULTURA “MEDIOBANCA”

## COGLIENDO NEL WM TUTTO IL POTENZIALE DELLE CAPACITÀ E CULTURA DELL'IB

Wealth Management

Section 2.1

Mediobanca  
Private and Premier Banking



Mediobanca  
Investment Banking

- ◆ Il Brand Mediobanca è associato a valori fondanti (Fiducia, Solidità, Appartenenza), ad un'elevata specializzazione nel settore (conoscenza approfondita di operazioni complesse, approccio personalizzato) e ad una clientela consolidata (famiglie imprenditoriali)
- ◆ Per queste ragioni, il Brand è ben noto ai professionisti sul mercato, ed è una **potente leva per attrarre Private Banker e consulenti finanziari di fascia alta**
- ◆ **Comprovata capacità di crescere ad un tasso superiore al mercato grazie a:**
  - ✓ **Elevata NNM nel Private Banking sostenuta dalla doppia copertura PB-IB – capacità di intercettare eventi di liquidità (ad esempio IPO) – e dall'offerta distintiva nel Private Markets**
  - ✓ **Opportunità senza precedenti di acquisire/reclutare nuovi clienti/consulenti finanziari grazie al riposizionamento di CheBanca! in Mediobanca Premier**
  - ✓ **Qualità e capacità consulenziali distintive, grazie alla “Mediobanca Academy – Scuola di Banking Responsabile”, che replica ciò che storicamente è stato fatto nel CIB, trasmettendo la nostra etica, competenza, visione e valori per aumentare il senso di appartenenza e creare una cultura del Brand distintiva e visibile**

# PERCORSO WM “ONE BRAND-ONE CULTURE” AL FY28

Wealth Management

Sezione 2.1

**WM: principale opzione di crescita e priorità per il Gruppo MB**

## CONTINUARE A CRESCERE AI MASSIMI STANDARD DEL SETTORE

- ◆ Valorizzare il PIB in tutte le reti
- ◆ Massimizzare il potenziale del franchise attuale
- ◆ Crescita della distribuzione (consulenti finanziari/Banker)

## COMPLETARE IL RIPOSIZIONAMENTO

- ◆ Ampliare i servizi di consulenza
- ◆ Internalizzare le competenze dell'AM
- ◆ Ampliare l'offerta alla nuova generazione di clienti wealth

## MASSIMIZZARE LE ECONOMIE DI SCALA

- ◆ Razionalizzare funzioni comuni, centri di costi e attività marginali
- ◆ Valorizzare la presenza digitale e l'AI

## KPI - Giugno 28E

**PERSONE: +330 forza vendita, principalmente cons. finanz.**

**Upskilling per 30 profili in 3Y**

**NNM: 8-10% p.a.**

**+€1mld di eventi di liquidità p.a.**

**TFA: €143mld (+8%<sup>1</sup>)**  
**AUM/AUA >75% (+10%<sup>1</sup> a €110mld)**

**COMMISSIONI DI GESTIONE LORDE +3pb**

**RICAVI: €1,2mld (up 8%<sup>1</sup>)**

**INDICE COSTI/RICAVI: 56%**  
**(in calo di 10pp)**

**RORWA in aumento al 5,2%**

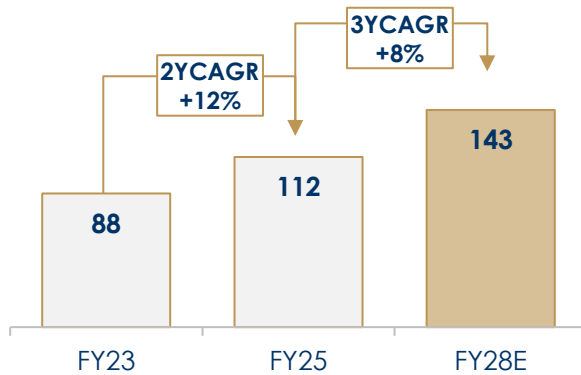
# DATI FINANZIARI WM

## Wealth Management

## Sezione 2.1

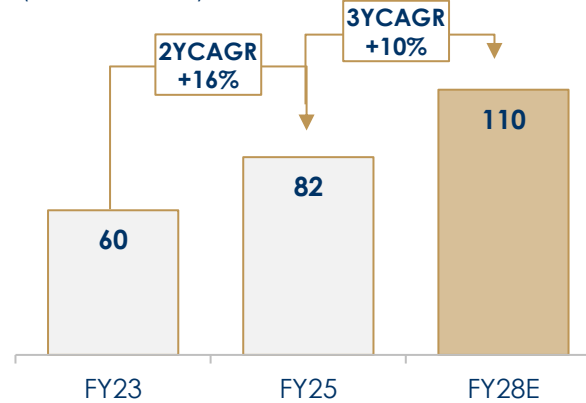
**Crescita sostenuta delle TFA...**  
+8%<sup>1</sup> a >€143mld

(TFA, €mld)



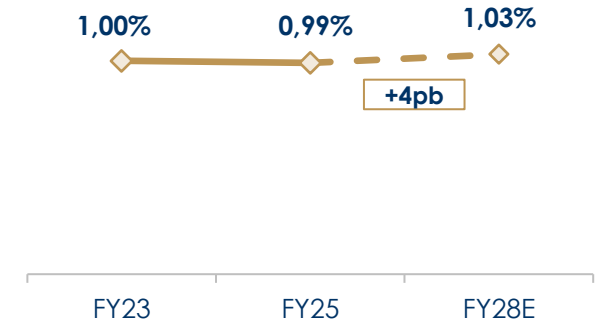
**principalmente per gli AUM/AUA...**  
+10%<sup>1</sup>, >75% delle TFA

(AUM/AUA, €mld)



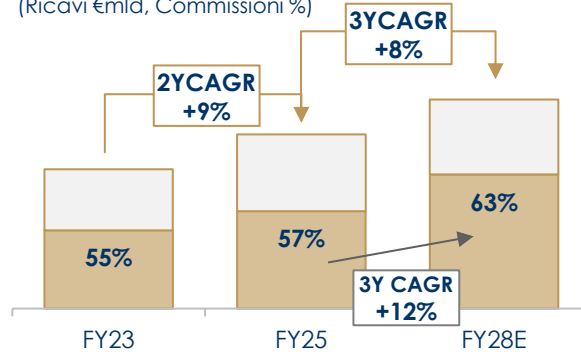
**con commissioni mgt lorde stabili...**  
In lieve miglioramento a 103pb

(commis. management lorde franchise/AUM+AUA)



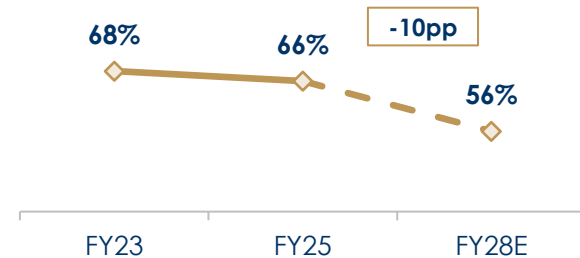
**ricavi a €1,2mld (+8%<sup>1</sup>) ...**  
commissioni +11%<sup>1</sup>

(Ricavi €mld, Commissioni %)



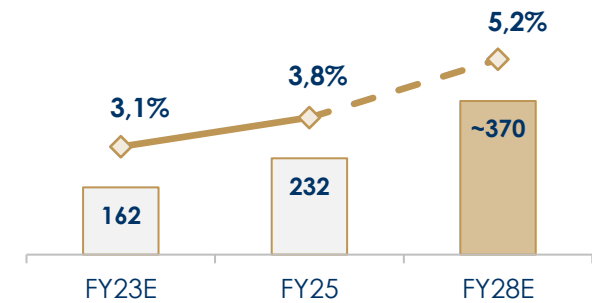
**con una piattaforma più efficiente...**  
Indice costi/ricavi in calo di 10pp

(indice costi/ricavi, %)



**l'utile netto crescerà ed il RoRWA**  
aumenterà al 5,2%

(RoRWA, %; Utile netto, €mln)



# Agenda

1. **Profilo del Gruppo e opportunità di investimento**
2. **KPIs divisionali**
  1. **Wealth Management**
  2. **Corporate & Investment Banking**
  3. **Consumer Finance**
  4. **Insurance**



MEDIOBANCA

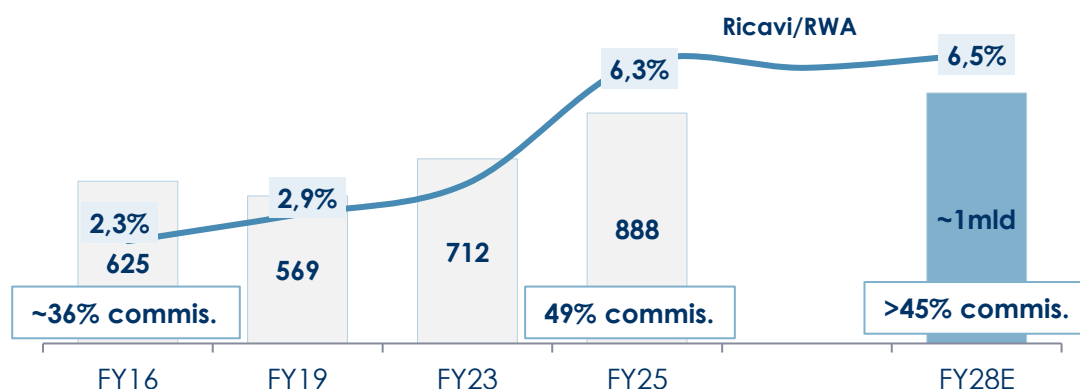
# MB CORPORATE E INVESTMENT BANKING

Corporate & Investment Banking

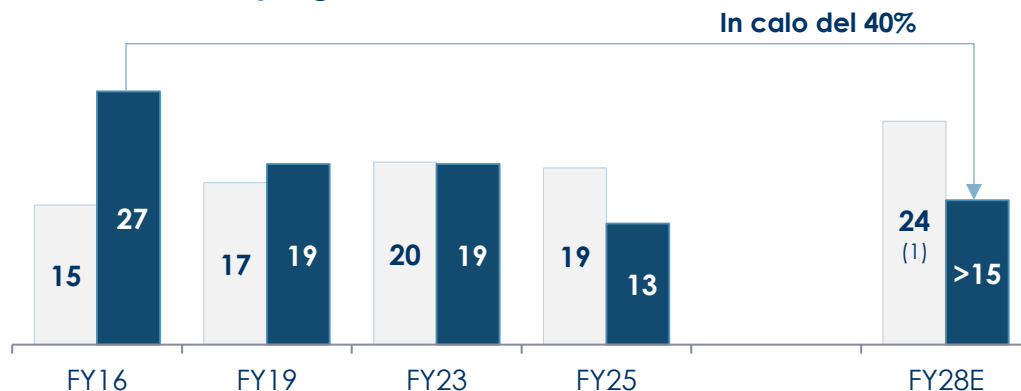
Sezione 2.2

**Il CIB è ora ben posizionato, focalizzato sull'advisory e più internazionale. La trasformazione realizzata consentirà a MBCIB, nei prossimi 3 anni, di valorizzare i solidi risultati ottenuti nel FY25 e di ottenere un RORWA in crescita**

## Andamento ricavi CIB (€mln)



## Andamento impieghi CIB e RWA (€mld)



□ Impieghi ■ RWA

## Posizionamento

**MB CIB ha avviato una significativa ristrutturazione del mix di ricavi e dell'intensità degli RWA**

- ◆ **Diversificato:** business bilanciato tra i servizi di advisory, lending e markets
- ◆ **Internazionale:** >50% dei ricavi CIB; ~65% dei ricavi advisory (dal 30% nel FY16)
- ◆ **K-light:** ricavi/RWA in aumento dal 2,3% a del 6,3% negli ultimi 10Y
- ◆ **Sinergico con il Gruppo MB:** modello PIB
- ◆ **Sostenibile:** profilo di rischio forte, bassa volatilità dei ricavi

## Traiettoria FY25-28

- ◆ **Ricavi ~€1,0mld entro Giugno28**
- ◆ **Indice costi/ricavi <50%**
- ◆ **Utile netto ~€330mln**
- ◆ **Impieghi +€4mld<sup>1</sup> (RWA in crescita <€2bn)**
- ◆ **RoRWA in aumento al 2,2%**

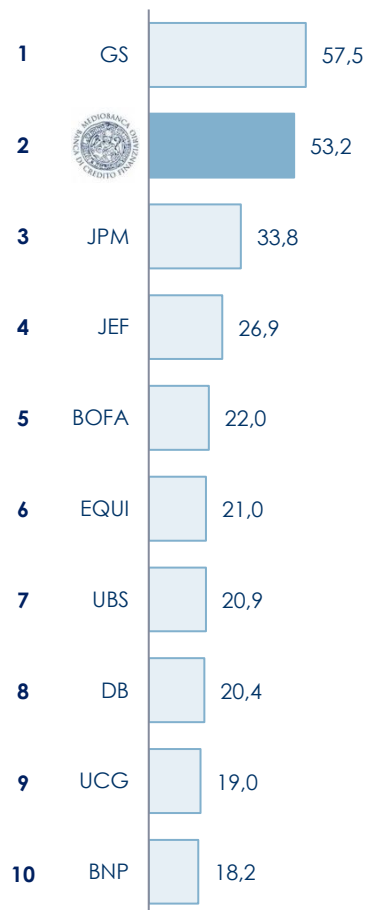
1) €1mld si riferiscono agli impieghi leasing. Dopo l'acquisizione totale del controllo di Selma, le attività leasing sono passate dalla HF al CIB insieme a Facta e lo Specialty Finance

# CONFERMA DEL RUOLO DI BANCA D'AFFARI LEADER IN ITALIA...

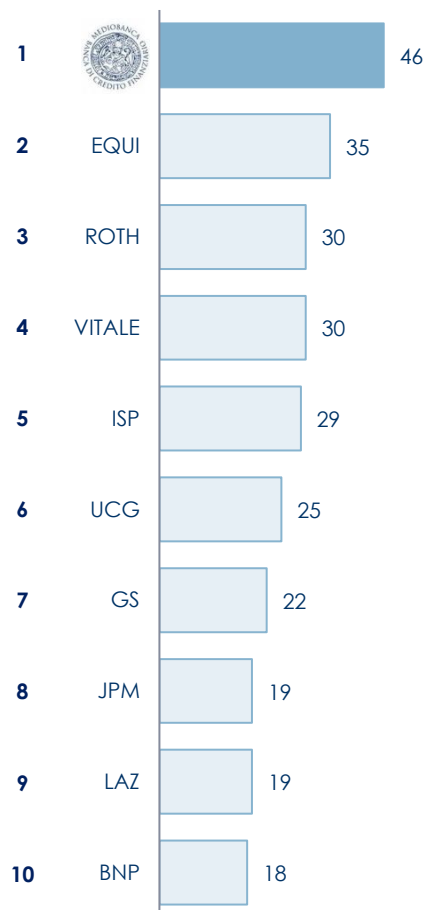
## Corporate & Investment Banking

## Sezione 2.2

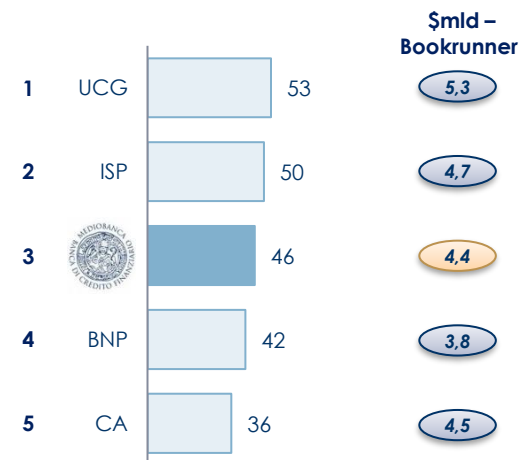
M&A Italia 12M FY24/25 per valore dell'operazione (\$mld)<sup>1</sup>



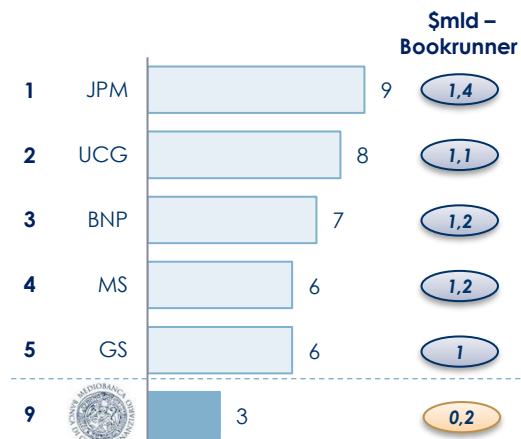
M&A Italia 12M FY24/25 per # di operazioni<sup>1</sup>



DCM Italia 12M FY24/25 per # di operazioni<sup>2</sup>



ECM Italia 12M FY24/25 (\$mIn - Bookrunner)<sup>3</sup>



# IMPORTANTE PER FAVORIRE LA CRESCITA INTERNAZIONALE E IN ATTIVITÀ CAPITAL LIGHT

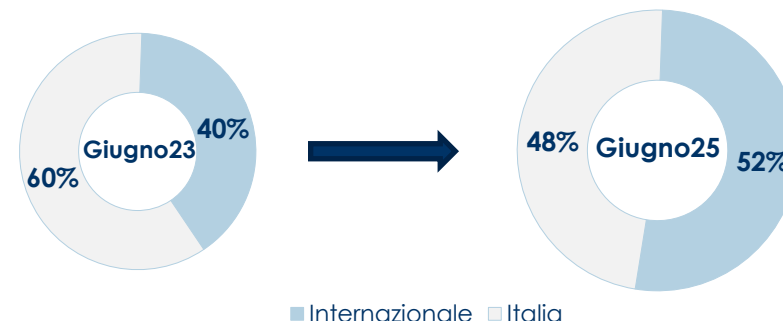
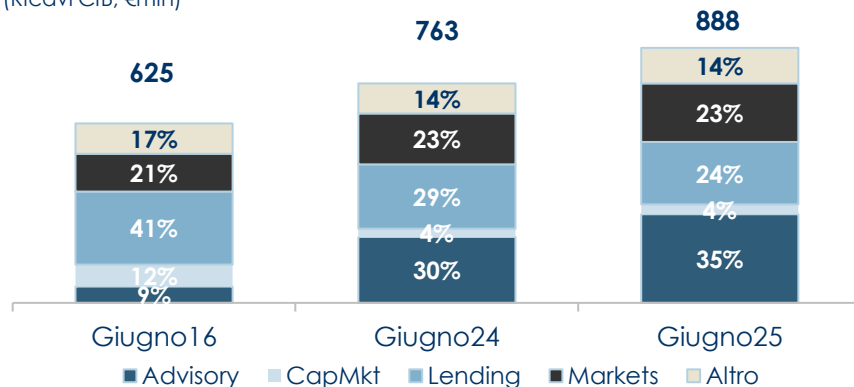
Corporate & Investment Banking

Sezione 2.2

**Crescente focus su attività capital light, con la quota dell' Advisory triplicate rispetto a giu.16, e maggiore diversificazione geografica**

(Ricavi CIB, €mln)

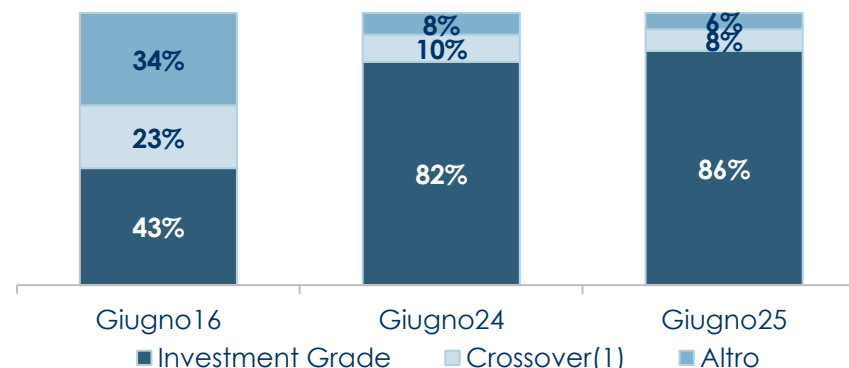
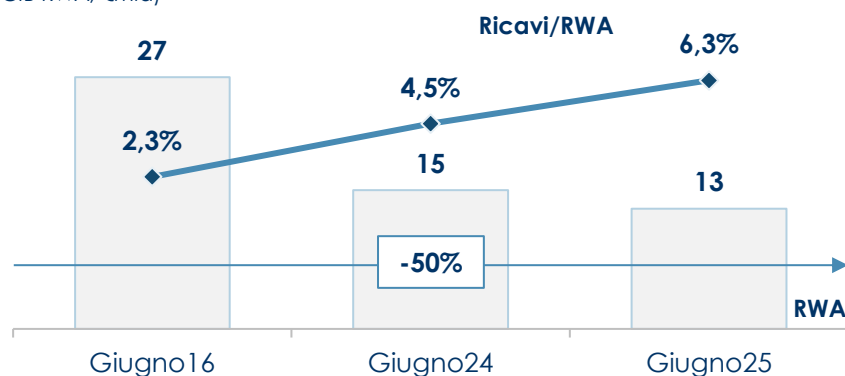
(ricavi² WB %, €mln)



**Elevata disciplina per i prodotti ad alto assorbimento di capitale, che si riflette in RWA ottimizzati grazie al maggior ricorso a misure di mitigazione del rischio, ed erogazioni selettive con crescente focus su controparti IG**

(CIB RWA, €mln)

(Impieghi WB)

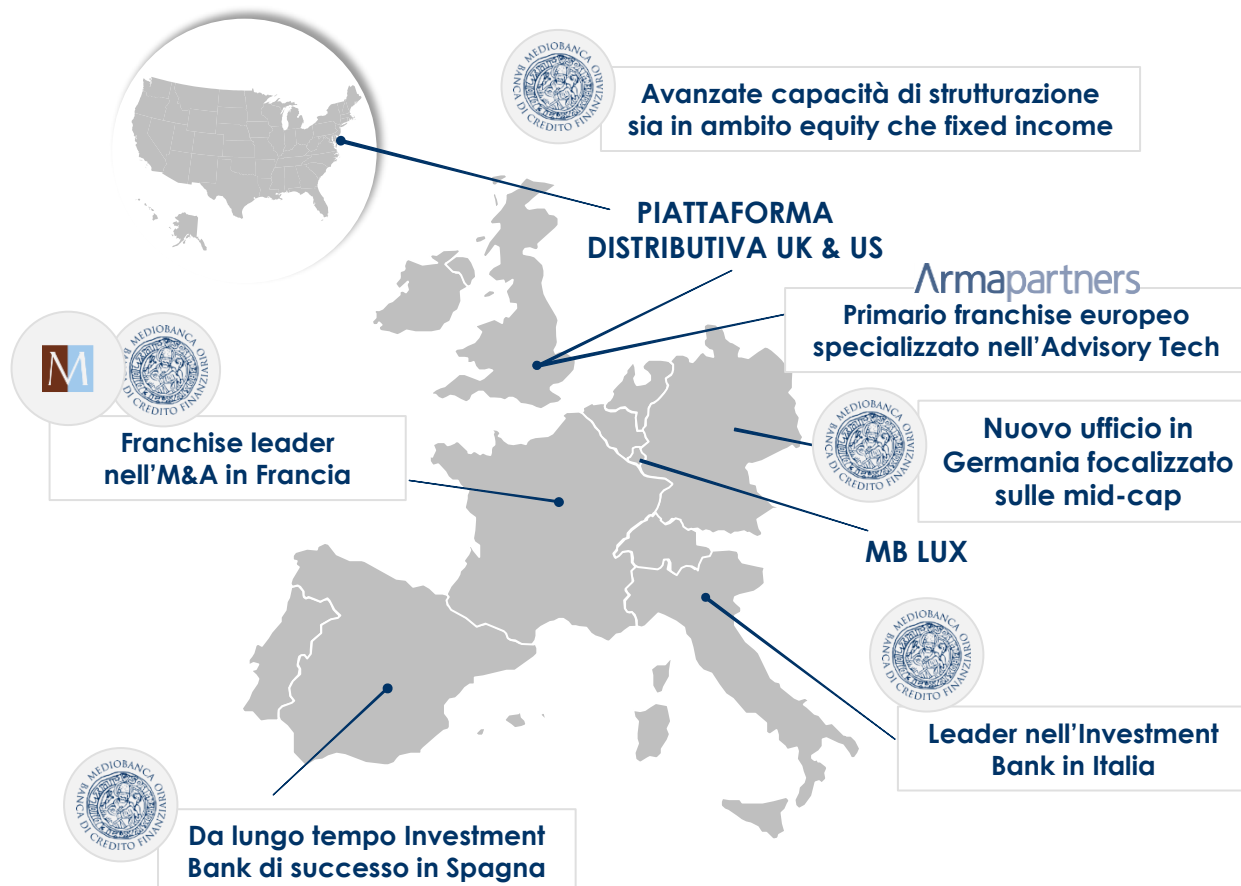


# MB CIB OGGI: PRESENZA INTERNAZIONALE CON APPROCCIO ORIENTATO AL CLIENTE...

Corporate & Investment Banking

Sezione 2.2

**MB CIB – Presenza europea di successo e in crescita: leader in Italia e con un posizionamento solido e ben definito in Spagna, Francia e UK...**



**...costruita su talento, internazionalità e una cultura unica**

## LE PERSONE

- ◆ Oltre 460 banker totali di cui più di 250 internazionali
- ◆ Permanenza media degli MD di 6 anni
- ◆ Sedi principali: Milano, Roma, Parigi, Londra, Madrid, Francoforte, New York

## LA CULTURA

- ◆ “DNA IB”: imprenditoriale, agile e con un focus sulla crescita
- ◆ Il cliente “AL PRIMO POSTO”
- ◆ Reputazione “COME MUST”
- ◆ “DISCIPLINA” del costo e del rischio



# ED ELEVATA DISTINTIVITÀ DEL PROPRIO MODELLO DI BUSINESS

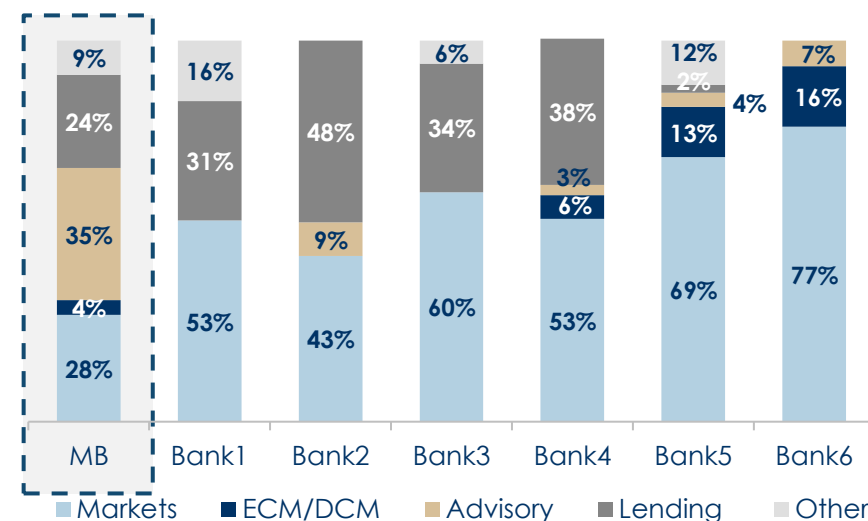
Corporate & Investment Banking

Sezione 2.2

## TRATTI DISTINTIVI DEL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS

- ◆ Business storicamente nel DNA di Mediobanca essendo una delle principali attività svolte con successo dalla banca fin dalle sue origini
- ◆ Modello di business di tipo commissionale basato su un approccio orientato al cliente, cui si aggiunge un'evoluzione selettiva degli attivi
- ◆ Diversificazione per prodotti e geografie (Italia, Francia, Spagna e UK)
- ◆ Integrazione di CIB e WM nel modello Private Investment Banking
- ◆ Qualità degli attivi solida (~85% del portafoglio impieghi corporate sono IG, con indice su att. det. lorde 0,2%) e struttura dei costi snella (indice costi/ricavi a ~50%)

## CONFRONTO DEL MIX RICAVI: MBCIB VS BANCHE EU<sup>1</sup>



- ◆ Maggiore rilevanza dell'Advisory
- ◆ Minore esposizione all'attività di «Markets» solitamente più volatile
- ◆ Markets trainati principalmente dal Client business

# CIB: PERCORSO STRATEGICO “ONE BRAND-ONE CULTURE”

Corporate & Investment Banking

Sezione 2.2

**Crescita CIB: a basso assorbimento di capitale, maggiore diversificazione geografica, nuovi prodotti**

## MODELLO DI CRESCITA K-LIGHT

- ◆ Diversificare le fonti di ricavo da commissioni
- ◆ Ottimizzazione RWA: nuovo modello della PD, opportunità SRT
- ◆ Approccio rigoroso alla redditività (ROAC) nel Lending con focus sul cross-selling con l'advisory, DCM e i prodotti Markets

## RAFFORZARE LA COPERTURA INTERNAZIONALE/CLIENTI

- ◆ Espansione dell'advisory nelle geografie internazionali core
- ◆ Espandere la piattaforma internazionale mid-cap
- ◆ Nuove geografie nel Markets: Medio Oriente e Stati Uniti
- ◆ Ampliare il modello PIB su large e mid cap

## SVILUPPARE NUOVI PRODOTTI

- ◆ Nuove asset class nella divisione Market: Oro e Crypto
- ◆ Advisory sul debito
- ◆ Nuovi prodotti per aumentare l'accesso di Private Capital (Continuation Funds, partnership di Private Credit)

## KPI - Giugno 28E

**Impieghi in crescita di €4<sup>1</sup>mld,  
RWA in aumento di <€2mld**

**COR @5pb**

**Ricavi in aumento di €1mld  
(+4%<sup>2</sup>)  
commissioni in aumento del 3%<sup>2</sup>**

**Indice costi/ricavi: stabile al 46%  
RoRWA in crescita a più del 2%**

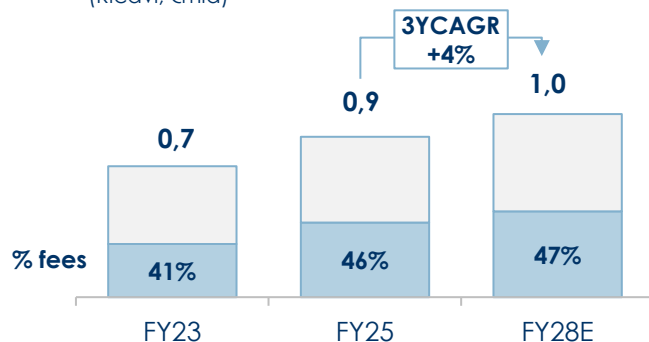
# DATI FINANZIARI<sup>2</sup> CIB

Corporate & Investment Banking

Sezione 2.2

## Crescita dei ricavi trainata dalle commissioni...

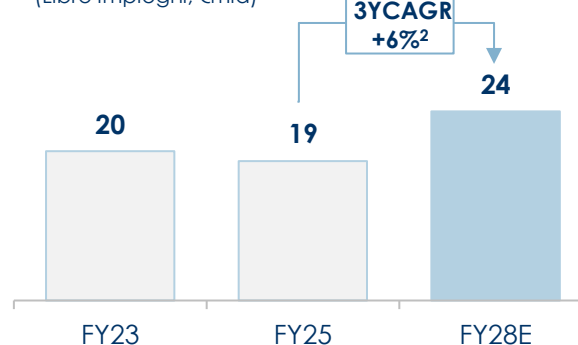
(Ricavi, €mld)



## ...con crescita degli impieghi...

Impieghi +6%<sup>1</sup>

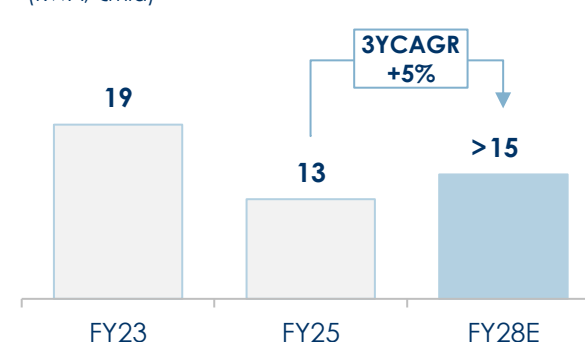
(Libro impieghi, €mld)



## ...mantenendo l'efficienza del K...

RWA +5%<sup>1</sup>

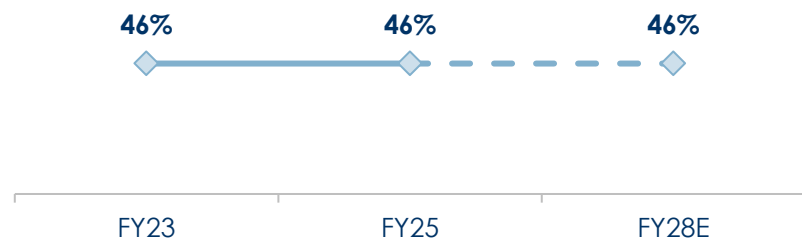
(RWA, €mld)



## che, insieme a un forte controllo dei costi...

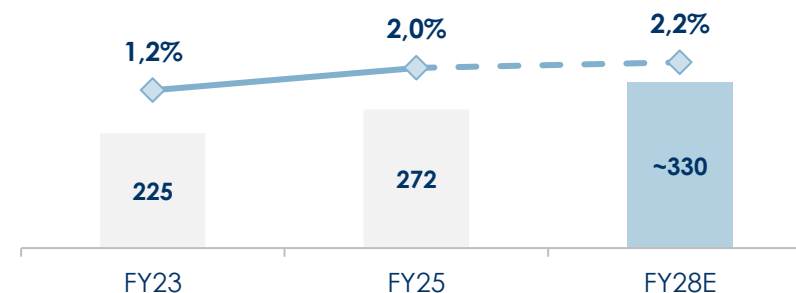
Indice costi/ricavi stabile al 46%

(indice costi/ricavi, %)



## ...comporterà ad una crescita dell'utile netto ed un aumento del RoRWA a più del 2%

(RoRWA, %; Utile netto, €mld)



# Agenda

1. **Profilo del Gruppo e opportunità di investimento**
2. **KPIs divisionali**
  1. **Wealth Management**
  2. **Corporate & Investment Banking**
  3. **Consumer Finance**
  4. **Insurance**



MEDIOBANCA

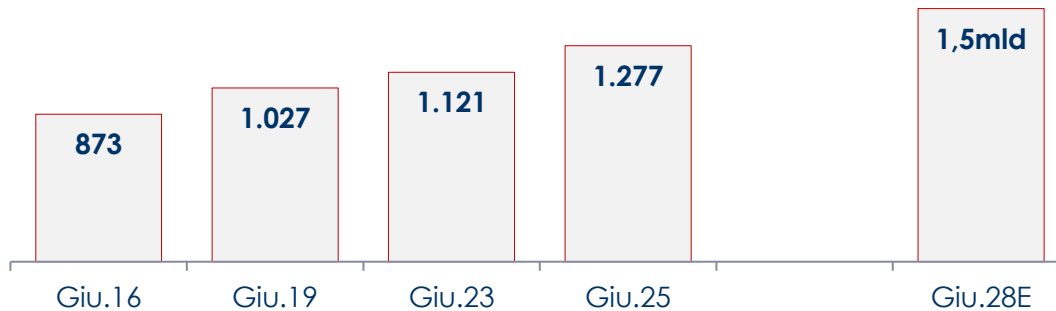
# CONSUMER FINANCE

Consumer Finance

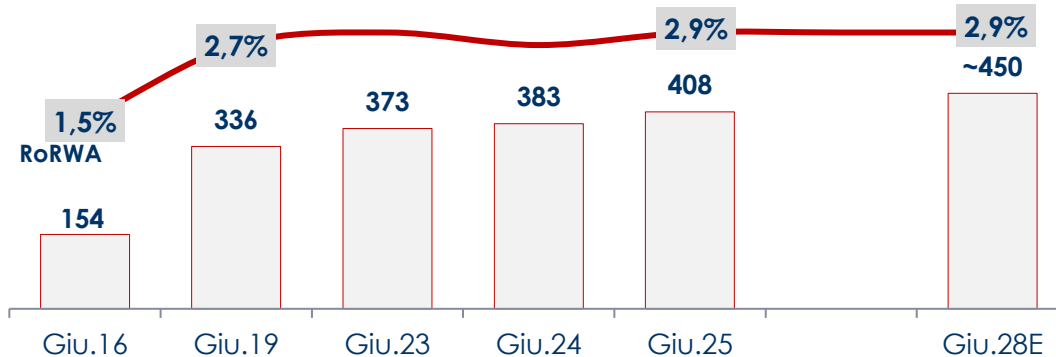
Sezione 2.3

Nel prossimo triennio si prevede che Compass realizzerà una crescita dell'utile netto nonostante la normalizzazione del COR/azzerato degli overlay, grazie alla crescita/marginalità dei prestiti

## CF evoluzione dei ricavi (€mln)



## CF evoluzione dell'utile netto e della redditività (€mln)



### Posizionamento

- ◆ **Top3 in Italia<sup>1</sup>, #1 per redditività con la migliore gestione del rischio e capacità di crescere profittevolmente in ogni ciclo economico**
- ◆ **Approccio solido all'innovazione** per implementare la tecnologia a favore dell'efficienza operativa, dei prodotti e della distribuzione
- ◆ **Ampie gamma di prodotti che sfruttano la distribuzione digitale** (mldPL e prestiti personali)
- ◆ **Rete di distribuzione multicanale ampia e integrata** (>300 filiali, di cui metà a costo variabile)
- ◆ **Approccio al business orientato al valore** (nuova produzione trainata esclusivamente da rendimenti risk-adj e redditività a lungo termine)

### Traiettorie FY25-28

- ◆ **Ricavi a 1,5 miliardi di euro a giugno 28**
- ◆ **Redditività resiliente fino al 2,9% di RORWA**

# COMPASS È OGGI UNA PIATTAFORMA DI CREDITO AL CONSUMO UNICA IN TERMINI DI ORIENTAMENTO AL VALORE (NO VOLUMI)

Consumer Finance

Sezione 2.3

## PUNTI DI FORZA DISTINTIVI

**AMPIA GAMMA DI PRODOTTI  
APPROCCIO INNOVATIVO**

**RETE DI DISTRIBUZIONE AMPIA, INTEGRATA  
E MULTICANALE**

**SUPERIORI CAPACITÀ DI VALUTAZIONE E  
APPREZZAMENTO DEI RISCHI**

**APPROCCIO GESTIONALE  
ORIENTATO AL VALORE**

Il rendimento al netto del rischio come unica metrica  
decisionale rilevante per la nuova produzione  
Margini e redditività preservati

**ECCELLENTE QUALITÀ DELL'ATTIVO ED  
EFFICACI PROCESSI DI RECUPERO**

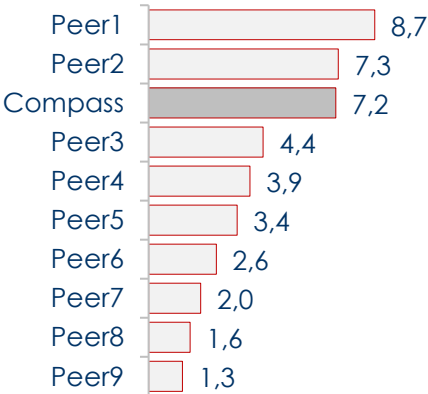
Att. det. nette/Imp.: 2,1%, Sofferenz. nette/Imp.: 0,03%  
Attività deteriorate coperte al 100% in 12mesi  
Ampia disponibilità di overlay

**STRUTTURA EFFICIENTE**

Indice costi/ricavi stabilmente basso (~30%)  
Ampliamento della rete di distribuzione diretta  
a costo variabile

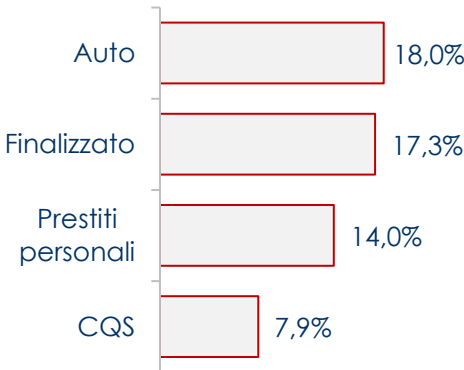
### Top 3 nel mercato italiano per erogato<sup>1</sup>...

(erogato, €mld, 2024)



### con quote di mercato leader nei prodotti più redditizi<sup>1</sup> ...

(erogato, €mld, 2024)



### e un'eccezionale redditività basata sul valore<sup>2</sup>

(Dati Peer a dic.24, dati Compass a giu.25)

|                         | Peer1 | Compass | Peer2 |
|-------------------------|-------|---------|-------|
| Impieghi lordi(€mld)    | 22,9  | 17,1    | 17,7  |
| Quota di mercato (2023) | 17%   | 14%     | 15%   |
| Marg. di interesse      | 4,1%  | 6,7%    | 4,1%  |
| Indice costi/ricavi     | 43%   | 31%     | 43%   |
| ROA                     | 0,8%  | 3,6%    | 1,7%  |
| Att.det./imp.(netti)    | 2,1%  | 2,1%    | 1,5%  |
| Copertura att.det. (%)  | 55%   | 61%     | 70%   |
| filiali #               | 319   | 335     | 221   |

1) Fonte: Assofin, escluse carte di credito  
2) I principali peer di Compass sono operatori specializzati detenuti da gruppi bancari internazionali

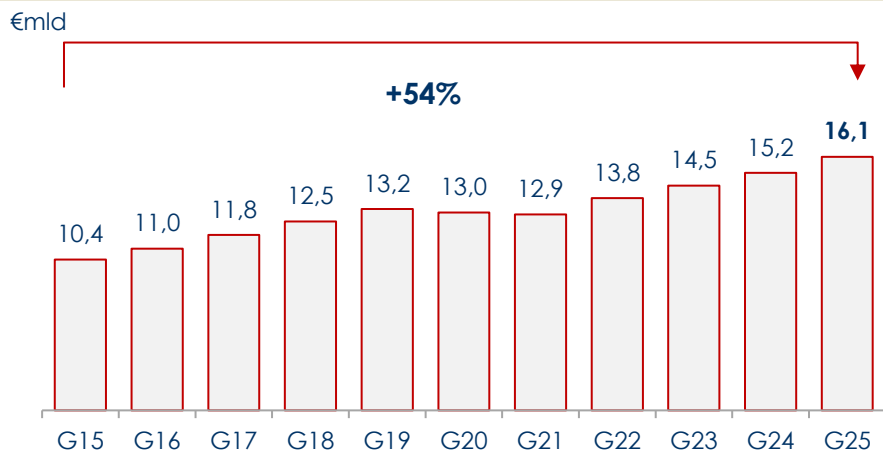


# CAPACITÀ DI CRESCERE IN TUTTE LE FASI DEL CICLO ECONOMICO

## Consumer Finance

### In 10 anni gli impieghi sono cresciuti del >50%...

Crescita degli impieghi rallentata solo a causa del Covid



### CoR sotto controllo per l'attenta gestione del rischio...

Normalizzazione del CoR ai livelli pre-Covid, anche per > quota PP

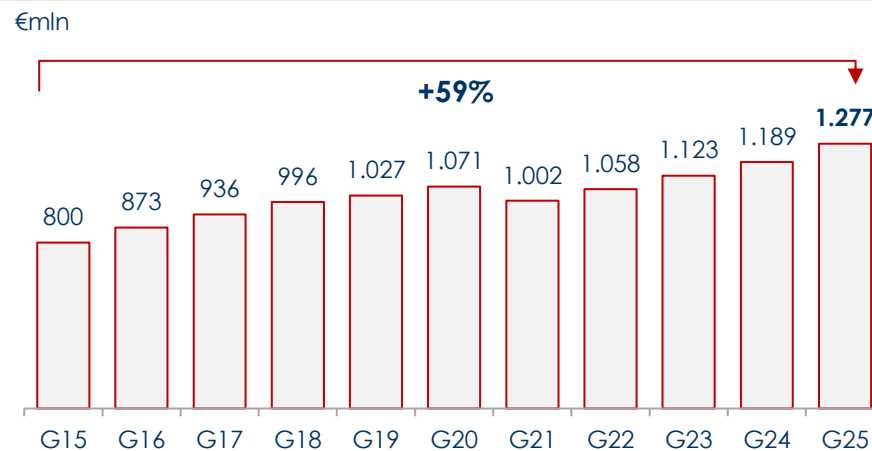


□ Rettifiche su crediti

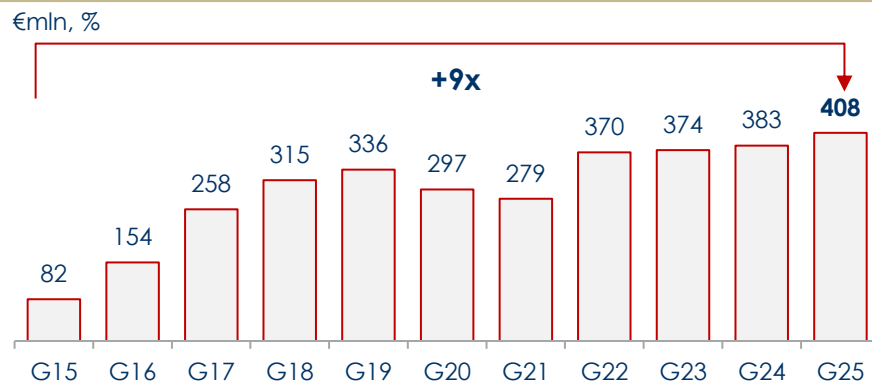
— Costo del rischio

## Sezione 2.3

### ... e i ricavi ancora di più (+59% a ~€1,3mld)



### ...con un utile netto in aumento di 5 volte: RORWA 2,9%



# PIANO 2023-26: MAGGIORE INDIPENDENZA STRATEGICA GRAZIE AD UNA DISTRIBUZIONE MULTICANALE

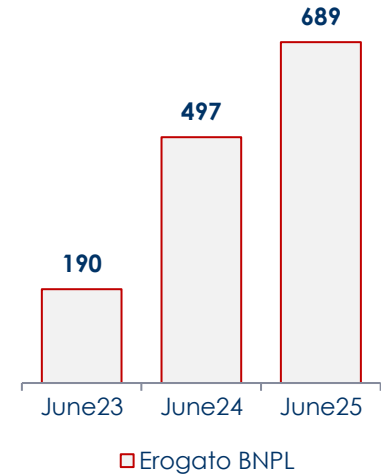
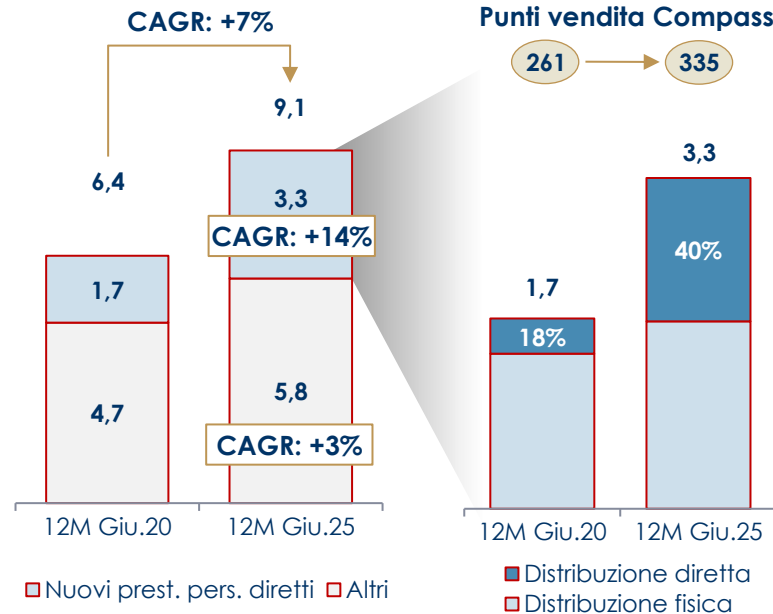
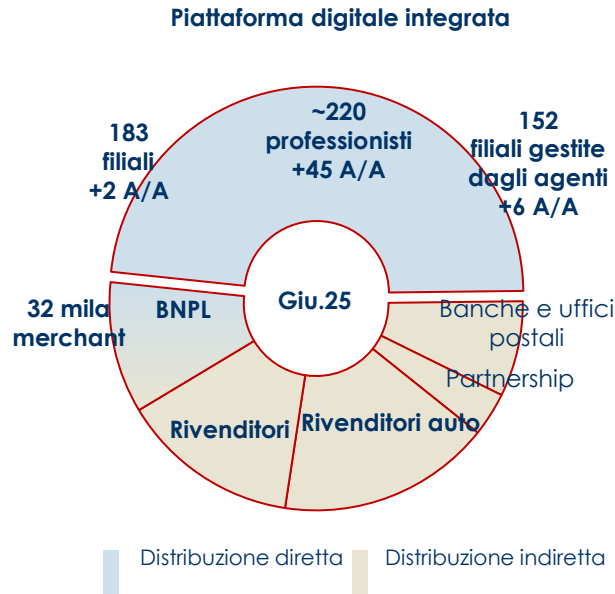
Consumer Finance

Sezione 2.3

**Piattaforma multicanale di Compass**

**Solido posizionamento nei prestiti personali digitali/diretti**

**... e nel BNPL in Italia e Svizzera**



- ◆ **Piattaforme digitali fortemente integrate e potenziate per creare una rete di distribuzione multicanale leader**
- ◆ **Nuovi prestiti personali distribuiti in forma diretta in forte progressione attraverso:**
  - ◆ **Punti vendita:** da 261 a 335 in 5 anni con la maggior parte della crescita a costo variabile (filiali vs agenzie)
  - ◆ **Distribuzione digitale:** ora >1/3 del totale dei prestiti personali distribuiti in forma diretta; rafforzata dai continui investimenti
- ◆ **Rilevante progressione dei nuovi volumi di Heylight (BNPL) (>3x negli ultimi 2 anni).**



# CF: PERCORSO STRATEGICO “ONE BRAND-ONE CULTURE”

Consumer Finance

Sezione 2.3

## CF: un player multicanale leader

### Distribuzione

- ◆ Rafforzamento dell'offerta digitale
- ◆ Sviluppo della rete fisica con particolare attenzione a soluzioni basate su costi variabili
- ◆ Ulteriore penetrazione nel mercato svizzero con maggiori volumi BNPL e ampliamento dell'offerta di prodotti

### Prodotti

- ◆ Potenziamento dell'offerta di prestiti personali digitali (sito web, app e instant lending)
- ◆ Consolidamento di HeyLight nel mercato domestico
- ◆ Lancio dell'APP HeyLight

### Efficienza

- ◆ Applicazione della tecnologia (IA) per attività che coinvolgono:
  - ◆ documenti (verifica, antifrode, ecc.)
  - ◆ interazione con il cliente (servizio clienti e classificazione dei sinistri)

## KPI - Giugno 28E

**Filiali in crescita dell'11%  
da 335 a 373**

**Crescita del business BNPL in  
Svizzera (~4 volte i volumi FY25)**

**47% dei nuovi prestiti  
personali diretti  
distribuiti digitalmente (dal 40%)**

**Volumi HeyLight (GMV)  
quasi raddoppiati  
(da >0,6mld a 1,1 mld)**

**RORWA al 2,9%  
resiliente nonostante il calo dei  
tassi d'interesse**

**Rapporto C/I: 30%  
(in calo di 1 punto percentuale)**

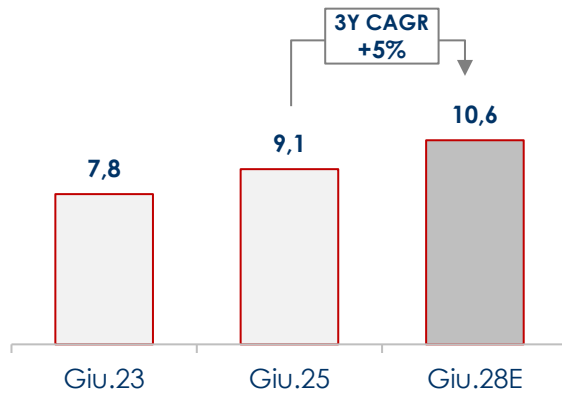
# CF DATI FINANZIARI

## Consumer Finance

## Seione 2.3

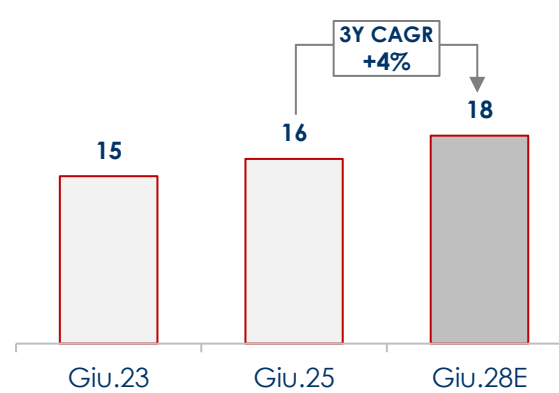
### Robusti flussi commerciali

(Erogato, €mld)



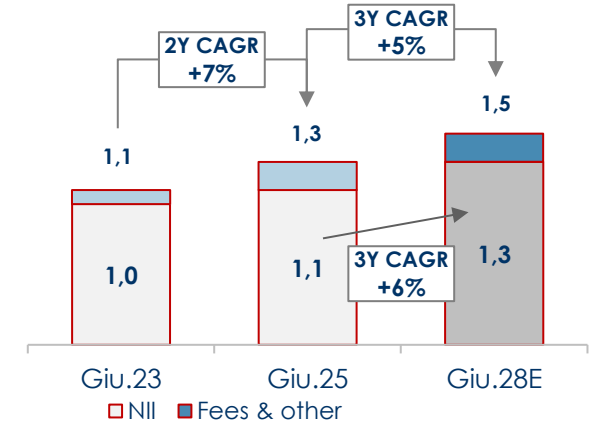
### si tradurranno in ulteriore crescita degli Impieghi

(Impieghi, €mld)



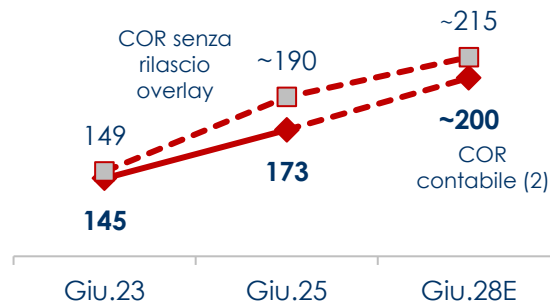
### ed in crescita di ricavi e margine di interesse...

(Ricavi<sup>2</sup>, €mln)



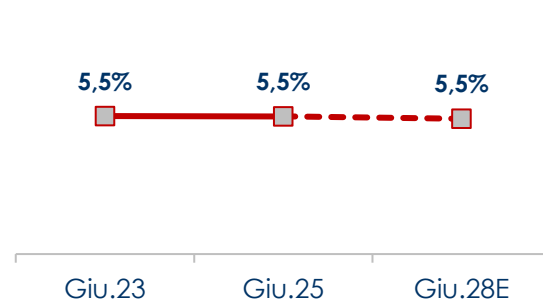
### ...in grado di assorbire la normalizzazione COR

(Costo del rischio, pb)



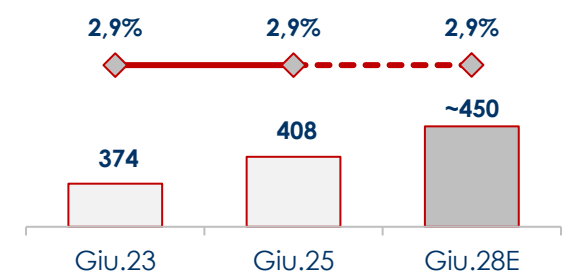
### ...fornendo un'elevata marginalità

((marg. di int. - rettifiche su crediti)/impieghi medi, %)



### e stabile elevata redditività netta

(RoRWA, %)



# Agenda

1. **Profilo del Gruppo e opportunità di investimento**
2. **KPIs divisionali**
  1. **Wealth Management**
  2. **Corporate & Investment Banking**
  3. **Consumer Finance**
  4. **Insurance**



MEDIOBANCA

# INS: ELEVATA REDDITIVITÀ E OPZIONE DI VALORE LA PROFITABILITÀ CRESCERÀ ULTERIORMENTE

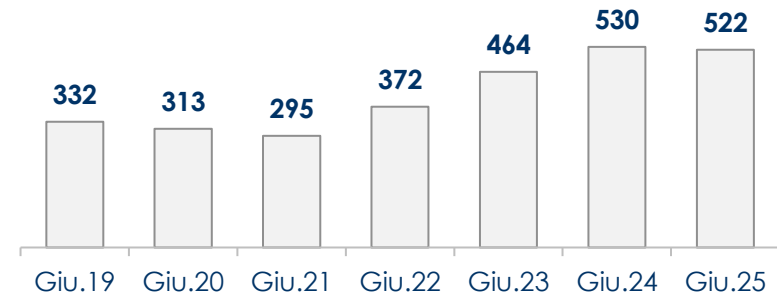
Insurance

Sezione 2.4

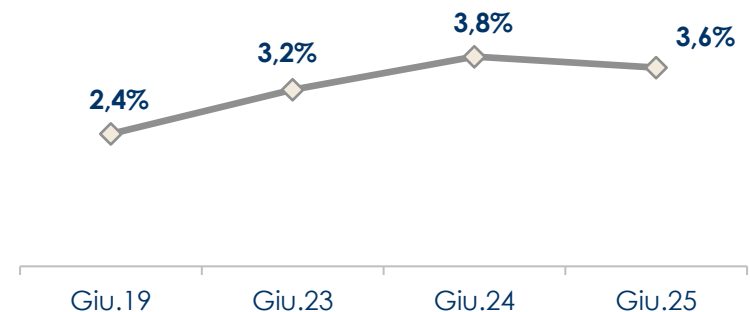
## Razionale

- ◆ L'esposizione al business assicurativo è presenza costante e crescente in molte delle migliori banche europee
- ◆ Ass. Generali è un investimento di alta qualità con un ottimo rating e una performane finanziaria solida
- ◆ Quota in AG supportata da una forte valenza dell'investimento:
  - ◆ **Esposizione al settore assicurativo**, importante nell'attuale contesto macro
  - ◆ **Stabilizzatore di ricavi/EPS/DPS di Gruppo**: Ass. Generali offre un solido contributo al Gruppo MB in termini di stabilità e visibilità (>€530mln di ricavi/utile: ~15% ricavi, ~26% GOP)<sup>1</sup>
  - ◆ **Redditività elevata**
  - ◆ **Trattamento di capitale favorevole**: il recente impianto normativo di Basilea è stato finalizzato il 24 aprile 2024 con l'approvazione del CRR III; il **trattamento prudenziale e transitorio di AG ("Danish Compromise")** è ora diventato permanente

## Contributo ricavi (€mln)



## RoRWA (%)



# GLOSSARIO

## MEDIOBANCA – SEGMENTI DI ATTIVITÀ

|            |                                       |
|------------|---------------------------------------|
| <b>CIB</b> | Corporate and investment banking      |
| <b>WB</b>  | Wholesale banking                     |
| <b>SF</b>  | Specialty finance                     |
| <b>CF</b>  | Consumer Finance – Credito al consumo |
| <b>WM</b>  | Wealth management                     |
| <b>INS</b> | Insurance                             |
| <b>AG</b>  | Assicurazioni Generali                |
| <b>HF</b>  | Holding functions – Funzioni centrali |

## Conto economico e bilancio

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>AIRB</b>                | Advanced Internal Rating-Based   |
| <b>ALM</b>                 | Asset and liabilities mgt. - Gestione attivi/passivi   |
| <b>AUA</b>                 | Asset under administration – Attivi amministrati   |
| <b>AUM</b>                 | Asset under management – Attivi in gestione  |
| <b>BVPS</b>                | Book value per share – Patrimonio per azione   |
| <b>C/I</b>                 | Cost /Income - Costi/Ricavi  |
| <b>CBC</b>                 | Counterbalance capacity  |
| <b>CET1 Phase-in</b>       | Calcolo considerando il beneficio del Danish Compromise (~100 punti base) come permanente  |
| <b>CET1 Fully Loaded</b>   | Compreso l'impatto FL dell'esposizione azionaria (diversa da AG), escluso FRTB   |
| <b>CET1 SREP requisito</b> | Include: 56% della P2R (1,75%), Capital Conservation Buffer (2,5%), Countercyclical Buffer (0,14% al 31.03.25), requisito O-SII (0,25%) e il nuovo Systemic Risk Buffer (0,8%) |
| <b>CoF</b>                 | Cost of funding – Costo della raccolta   |
| <b>CoR</b>                 | Cost of risk – Costo del rischio   |
| <b>CSR</b>                 | Corporate Social Responsibility  |
| <b>DGS</b>                 | Deposit guarantee scheme   |
| <b>DPS</b>                 | Dividend per share – Dividendo per azione  |
| <b>EPS</b>                 | Earning per share – Utile netto per azione   |
| <b>EPS adj.</b>            | Earning per share adjusted – Utile netto adj. <sup>1</sup> per azione  |

## Conto economico e bilancio

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>ESG</b>                  | Environmental, Social, Governance  |
| <b>FAs</b>                  | Financial Advisors – Consulenti finanziari   |
| <b>FVOCI</b>                | Fair Value to Other Comprehensive Income   |
| <b>GOP</b>                  | Gross operating profit – Margine operativo   |
| <b>Leverage ratio</b>       | CET1 / Totale attivo (definizione FINREP)  |
| <b>Ls</b>                   | Loans – Impieghi   |
| <b>LLPs</b>                 | Loan loss provisions – Rettifiche su impieghi  |
| <b>MDA</b>                  | Maximum distributable amount. Il livello MDA sconta la shortfall di strumenti AT1/T2 per l'1,87%                           |
| <b>M&amp;A</b>              | Merger and acquisitions – Acquisizioni e fusioni   |
| <b>NAV</b>                  | Net asset value – Valore di mercato degli attivi   |
| <b>Utile netto adjusted</b> | GOP al netto di LLPs, risultato di terzi ed imposte, tassazione normalizzata   |
| <b>NII</b>                  | Net Interest income – Margine di interesse   |
| <b>NNM</b>                  | Net new money – Raccolta netta (escluso Spafid)  |
| <b>NP</b>                   | Net profit – Utile netto   |
| <b>NPLs</b>                 | Crediti netti deteriorati al netto degli acquisti operati da MB Credit Solutions   |
| <b>PBT</b>                  | Profit before taxes – Utile lordo  |
| <b>RM</b>                   | Relationship Manager   |
| <b>RORWA</b>                | Adjusted return on RWAs <sup>1</sup> – Redditività delle attività ponderate per il rischio <sup>2</sup>                    |
| <b>ROTE</b>                 | Adjusted return on tangible equity <sup>1</sup> – Redditività capitale tangibile   |
| <b>RWA</b>                  | Risk weighted asset – Attività ponderate per il rischio  |
| <b>SRF</b>                  | Single resolution fund   |
| <b>TBV</b>                  | Tangible Book Value - Patrimonio al netto di att. immateriali, dividendi accantonati nel periodo di competenza e minoranze |
| <b>TBVPS</b>                | TBV per azione   |
| <b>TC</b>                   | Total capital  |
| <b>TFA</b>                  | AUM+AUA+Depositi   |

### Note

- 1) Basato sull'utile netto adj. (vedi sopra).
- 2) Per l'INS al denominatore è incluso anche il capitale dedotto per il limite di concentrazione

# DISCLAIMER E ATTESTAZIONE DEL BILANCIO DI ESERCIZIO

## Disclaimer

Questo documento contiene proiezioni, stime, previsioni e i conseguenti obiettivi che riflettono le attuali opinioni di Mediobanca – Banca di Credito Finanziario S.p.A. (la “Società”) in merito a eventi futuri (“previsioni”).

Queste previsioni comprendono, in via non esclusiva, tutte le affermazioni che non riguardano dati di fatto storici o attuali, comprese, ad esempio, quelle sulla posizione finanziaria futura del Gruppo e su risultati operativi, strategia, piani, obiettivi e sviluppi futuri nei mercati in cui il Gruppo opera o intende operare.

Tutte le previsioni, basate su informazioni disponibili alla Società alla data odierna, fanno affidamento su scenari, ipotesi, aspettative, proiezioni in merito a eventi futuri che sono soggetti a incertezze, perché determinati da fattori in larga parte al di fuori del controllo della Società. Tali incertezze potrebbero comportare risultati e performance reali significativamente diversi da quelli previsti o impliciti nei dati esposti, pertanto le previsioni non sono un indicatore affidabile dei rendimenti futuri.

Le informazioni e i pareri contenuti nel documento sono forniti con riferimento alla data odierna e potrebbero cambiare senza preavviso. La Società tuttavia non si assume alcun obbligo di aggiornare pubblicamente o di rivedere alcuna previsione, a seguito della disponibilità di nuove informazioni, di eventi futuri o per altre cause, salvo quanto previsto dalla normativa applicabile.

A causa dei rischi e delle incertezze sopra descritte, i lettori sono invitati a non fare eccessivo affidamento su tali previsioni come anticipazione di risultati effettivi. Nessuna decisione in merito alla stipula di un contratto o a un investimento deve basarsi o fare affidamento su questo documento, su alcuna sua parte, o sul fatto che esso è stato distribuito.

**Le informazioni contenute in questa presentazione relative alle offerte pubbliche di scambio su Mediobanca S.p.A. e Banca Generali S.p.A. non devono essere diffuse, direttamente o indirettamente, in alcun Paese in cui la diffusione delle stesse non sia autorizzata ai sensi della normativa applicabile.**

## Attestazione del bilancio di esercizio

Si dichiara, ai sensi del comma 2 art. 154 bis D.Lgs. 58/98, che l'informativa contabile contenuta nel presente documento corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili della Società.

Il Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari

Emanuele Flappini

# CONTATTI

## Gruppo Mediobanca Investor Relations

Piazzetta Cuccia 1, 20121 Milan, Italy

Email: [investor.relations@mediobanca.com](mailto:investor.relations@mediobanca.com)

+39 02 8829 860/347

<http://www.mediobanca.com>