

MEDIOBANCA

PROFILO DEL GRUPPO E OPPORTUNITÀ DI INVESTIMENTO

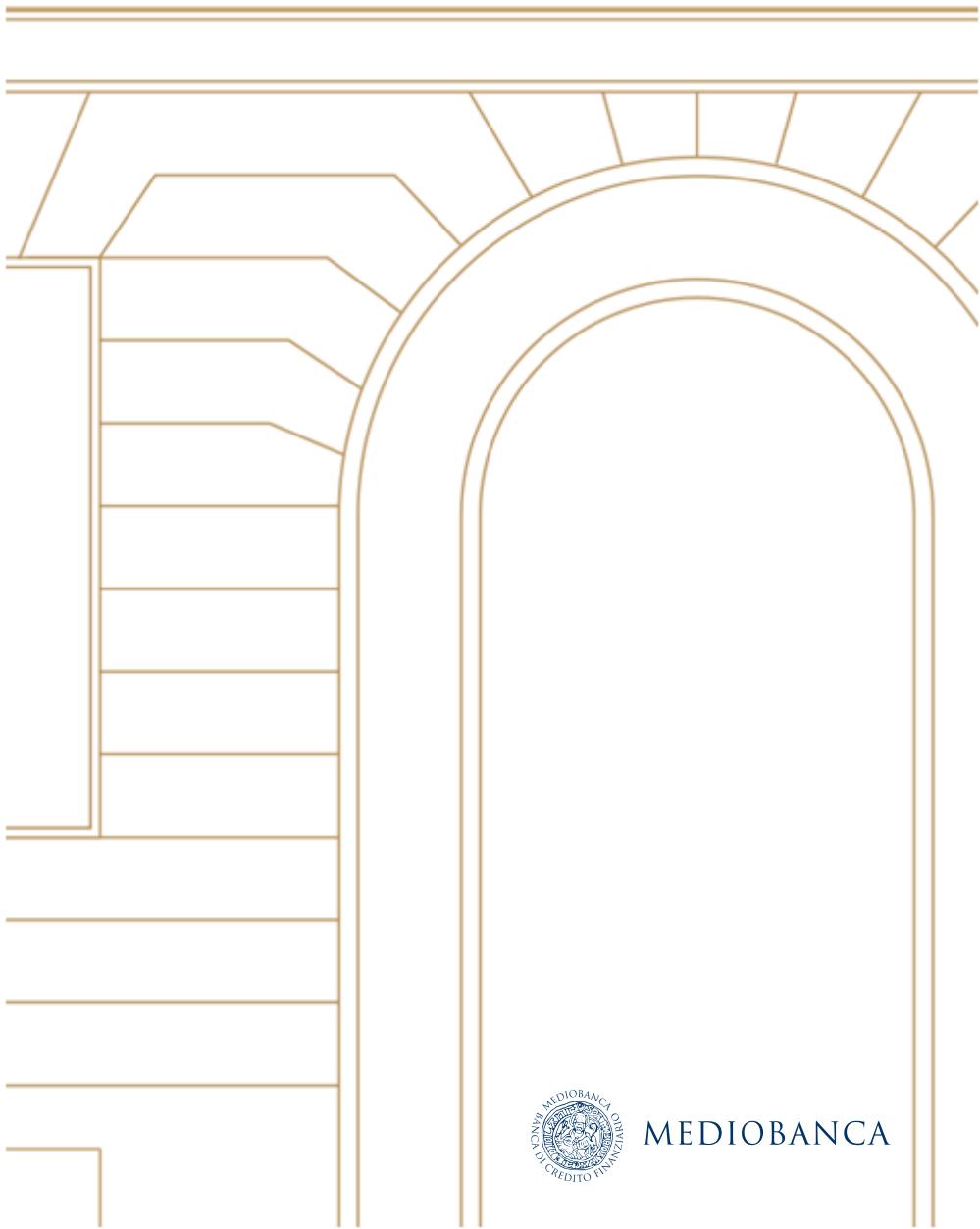
Settembre 2025



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»**

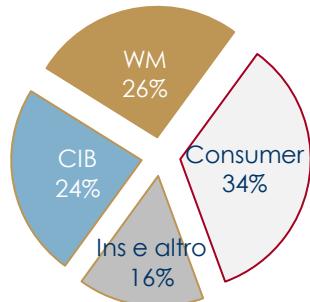
**Miriamo ad essere un'opportunità di investimento distintiva per i nostri azionisti,
concentrata su una crescita a basso rischio e assorbimento di capitale,
e sovraperformante rispetto al settore per remunerazione degli stakeholder**

MEDIOBANCA IN SINTESI

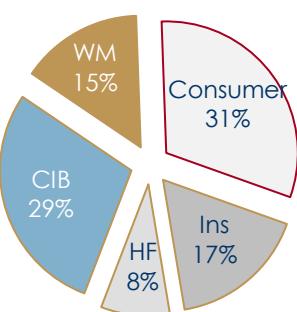
Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

Ricavi¹



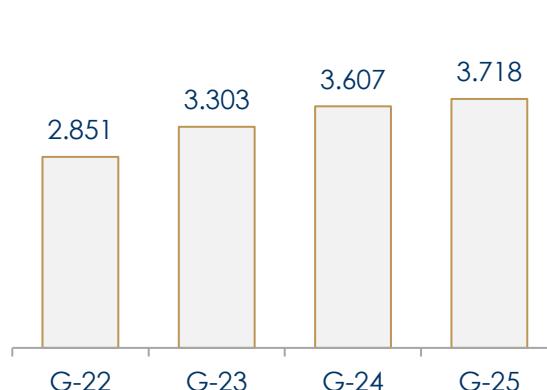
RWA¹



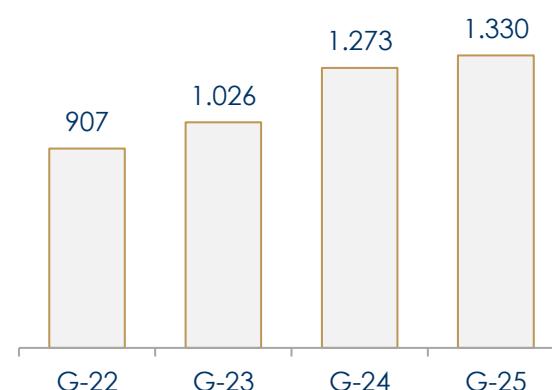
Dati finanziari in sintesi (Giugno25)¹

ROTE ² :	14%	CET1 : 15,1%, Tot. Cap: 17,9%
RORWA ² :	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 ³ : €17bn

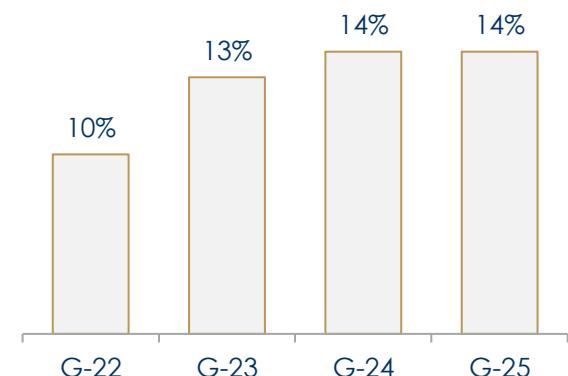
Ricavi (€mln)



Utile netto (€mln)



ROTE rettificato²



4

1) Esercizio termina il 30 Giugno. Dati di CE riferiti ai 12 mesi.

2) ROTE/RORWA calcolato con l'utile netto rettificato (margini operativi 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)



MEDIOBANCA

MODELLO DI BUSINESS EFFICACE E SPECIALIZZATO

Profilo del Gruppo MB

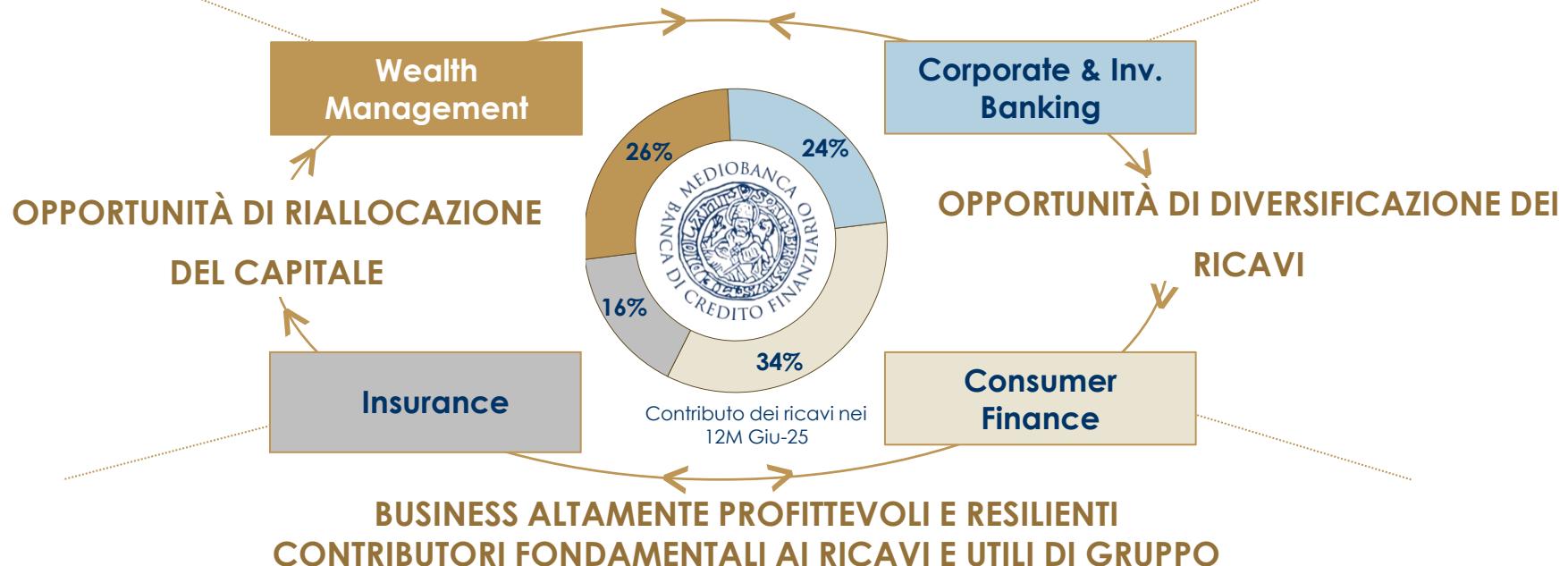
Sezione 1

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



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%¹

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

CONSUMER FINANCE - RORWA 2,9%¹

"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

CIB – RORWA 2,0%¹

"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

INSURANCE – RORWA 3,6%¹

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

Stabilizzatore di ricavi, EPS e DPS

Investimento senza costi ed imposte

Potenziale fonte di capitale

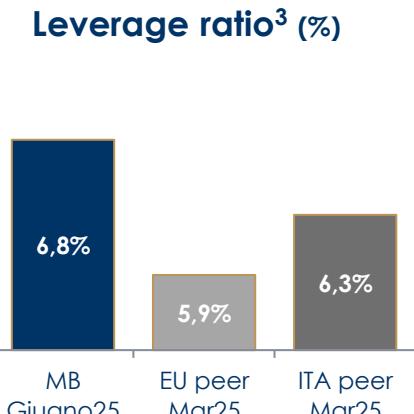
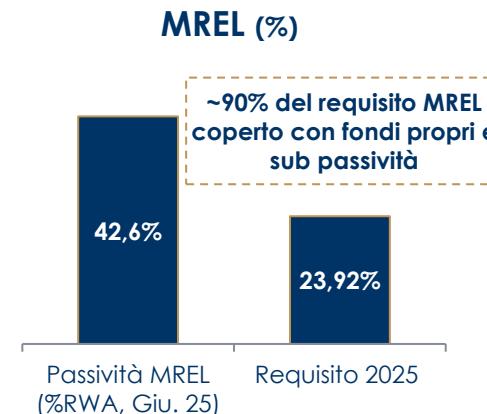
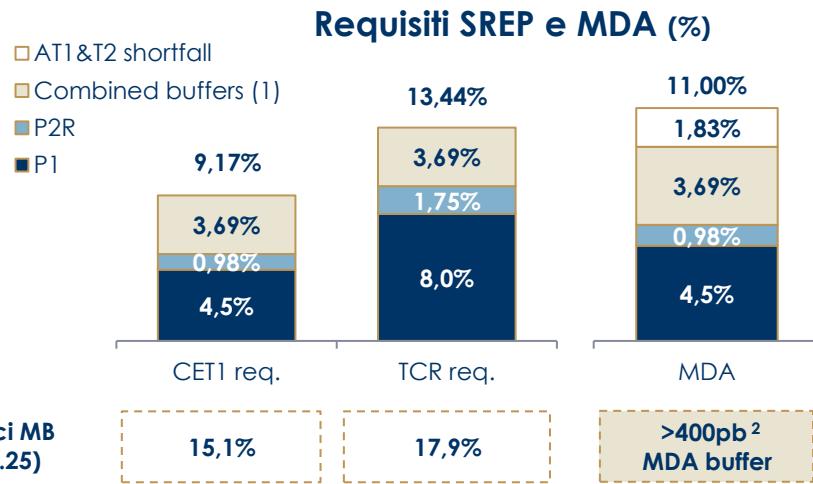
Rischio assicurativo anti-ciclico e con rating elevato

E CON UN SOLIDO PROFILO DI RISCHIO

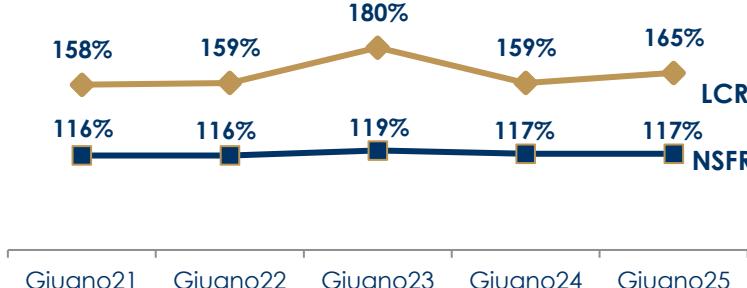
Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

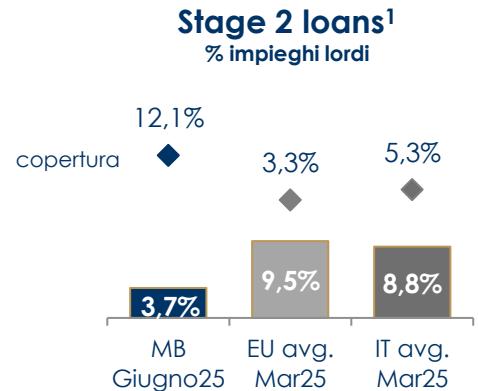
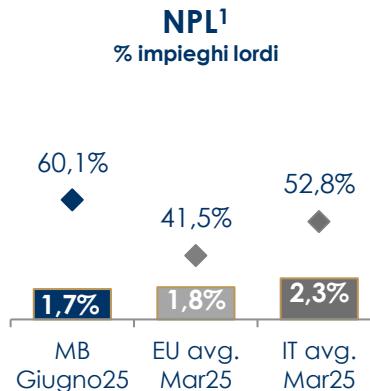
Solide posizioni di capitale, con ampi buffer sui requisiti, e leverage superiore ai peers



Solidi indicatori di provvista e liquidità



Elevata qualità degli attivi



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



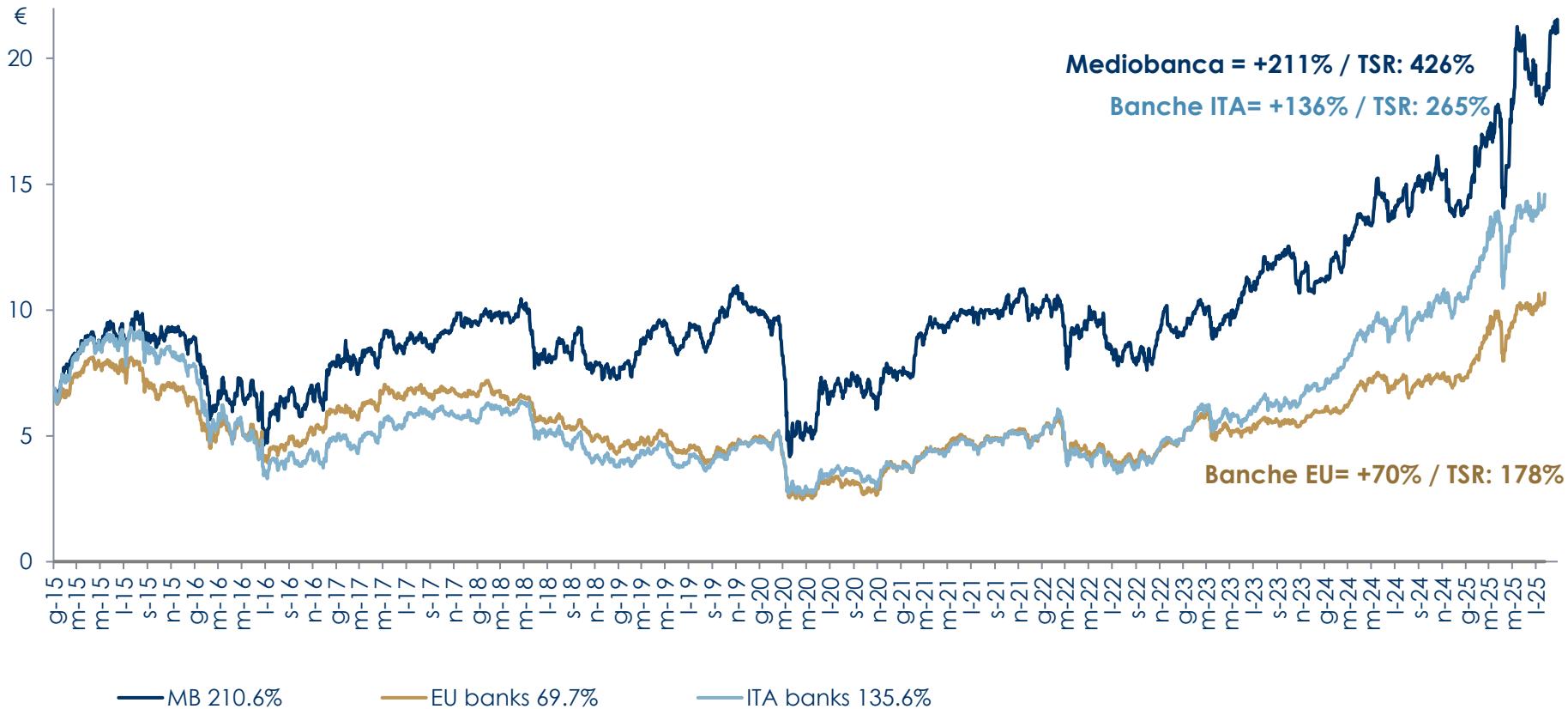
MEDIOBANCA

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

9

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 tranne del programma di Buyback di 3 anni 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



MEDIOBANCA

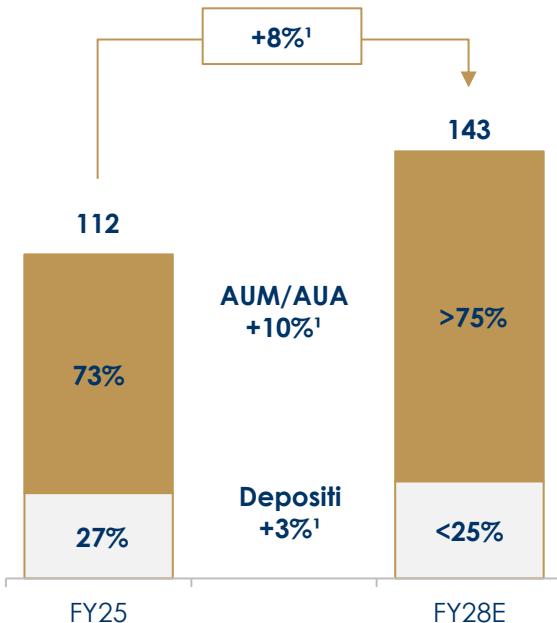
NEI PROSSIMI 3 ANNI REALIZZEREMO UNA CRESCITA FORTE ED EFFICIENTE DAL PUNTO DI VISTA DEL CAPITALE

Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

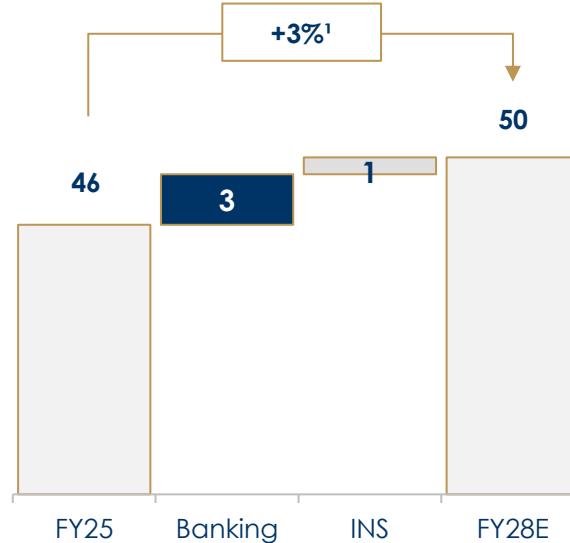
TFA in aumento
TFA +€30mld in 3Y

(TFA di Gruppo, €mld, %)



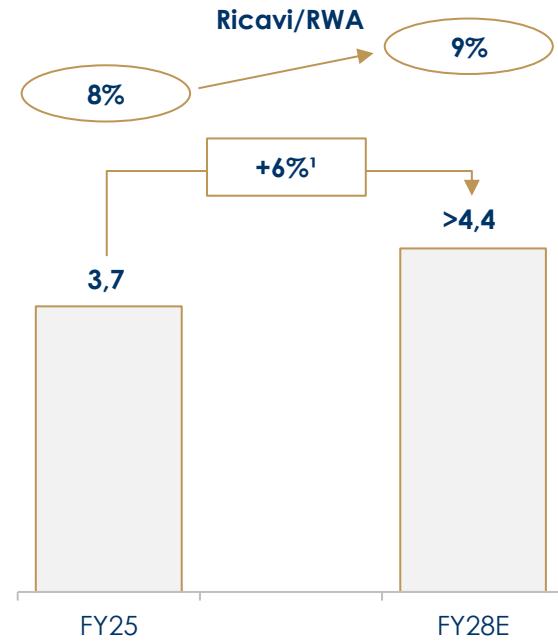
Impieghi in aumento
RWA +€4mld, impieghi +€8mld in 3Y

(RWA di Gruppo, €mld)



Ricavi in aumento
Rendimento degli RWA al 9%

(Ricavi del Gruppo, €mld)

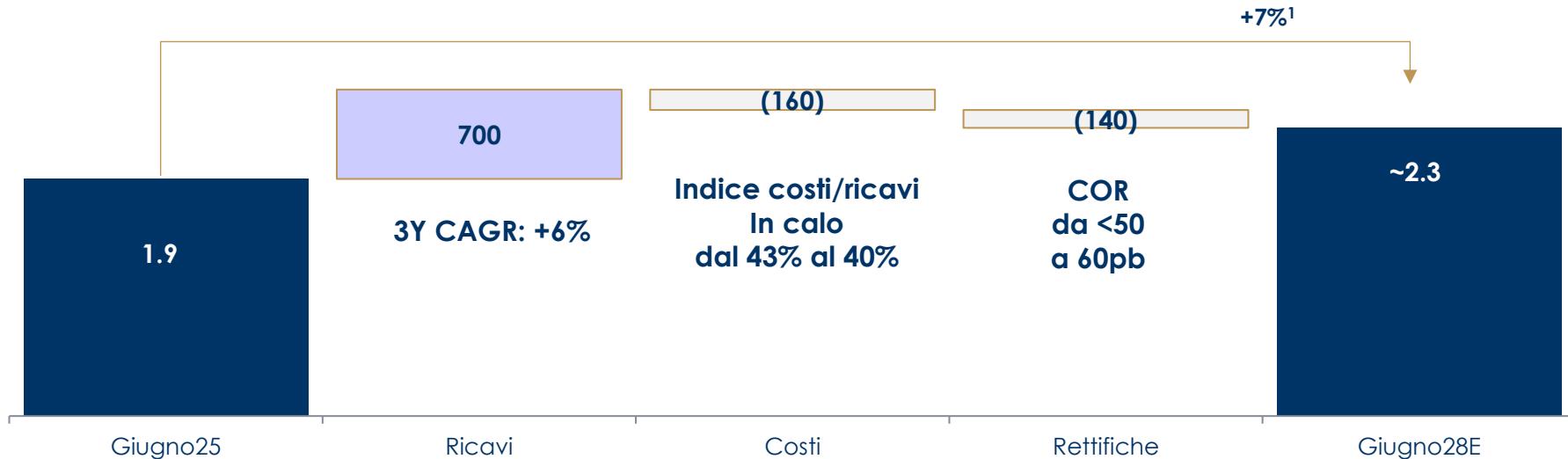


...RAGGIUNGENDO >€2,3MLD DI RISULTATO OPERATIVO (+7%¹) I BENEFICI IN TERMINI DI EFFICIENZA E DI SCALA COMPENSANO LA NORMALIZZAZIONE DEL COR

Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

Andamento risultato operativo¹ del Gruppo (€mln)



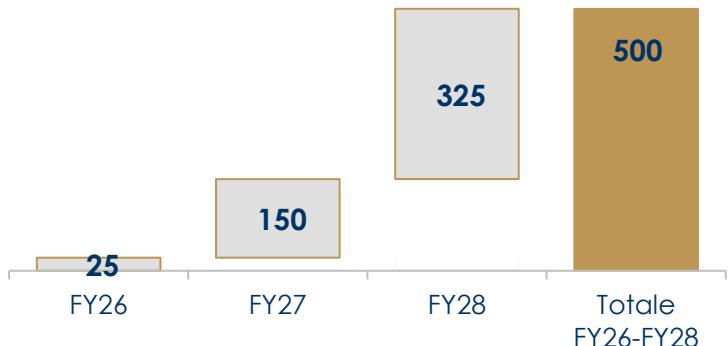
- ◆ **Risultato operativo del Gruppo in aumento a circa €2,3mld (7%¹), includendo**
 - ◆ Una crescita dei ricavi di €700mln
 - ◆ Un aumento dei costi di €160mln, con miglioramento dell'indice costi/ricavi del Gruppo dal 43% al 40%, guidato dalla maggior efficienza nel WM
 - ◆ Rettifiche per €140mln per 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 m²** (superficie netta incluse le terrazze), e **8 piani interrati**.
- ✓ CMB manterrà i primi 7 piani (3.700m²) 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 imposte¹ del progetto Real Estate a Monaco al Gruppo MB (€mln)



Sezione 2

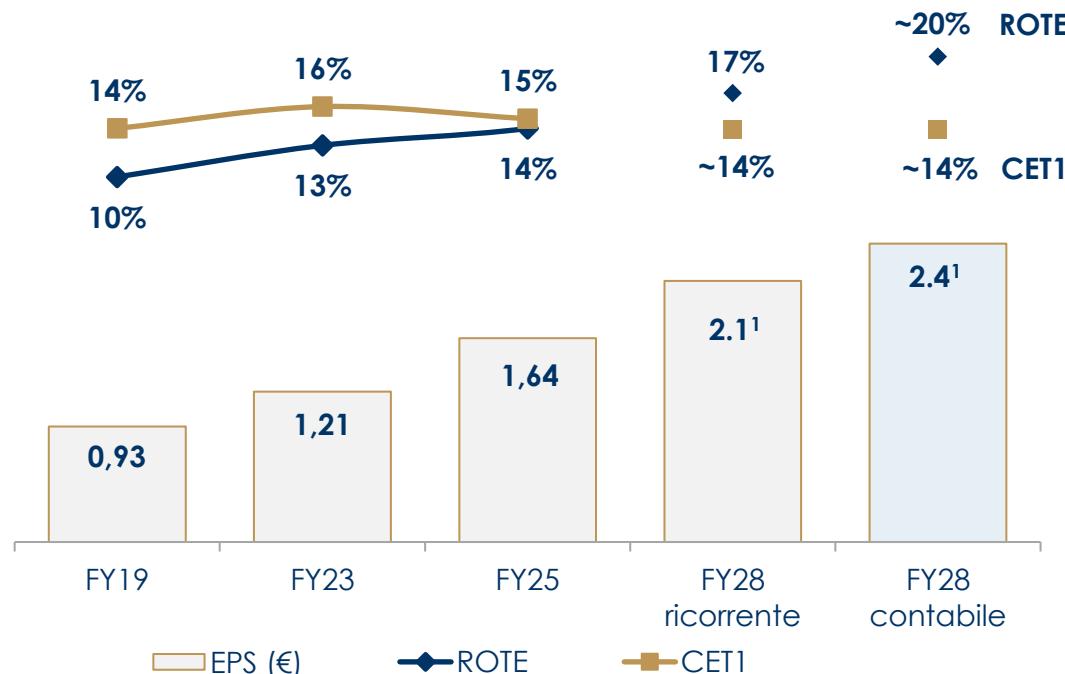


ROTE IN AUMENTO AL 17% E EPS IN AUMENTO DEL 30% A €2,1

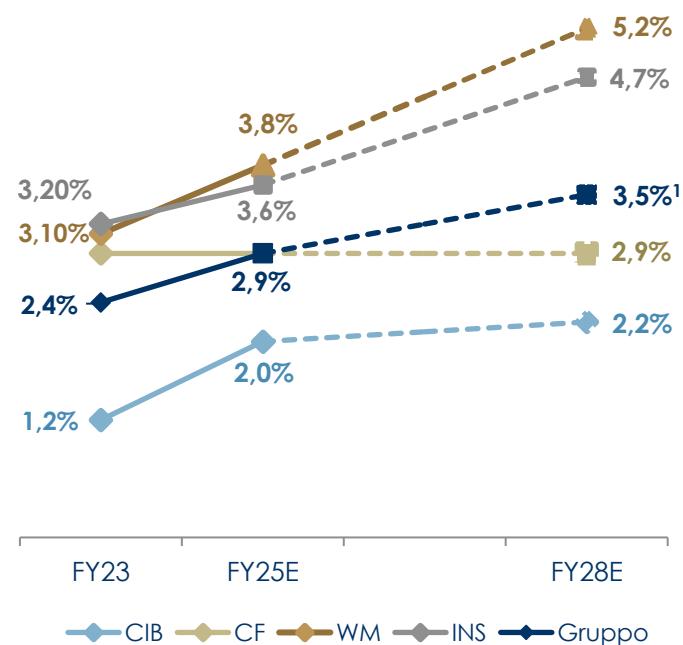
Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

Andamento EPS, CET1 e ROTE (%) , €)



Andamento RORWA (%)



- Nei prossimi 3Y l'**EPS28¹** ricorrente in aumento del 30% a €2,1; EPS28 contabile si attende in aumento del 45% a €2,4
- Nei prossimi 3Y il **ROTE28** ricorrente in aumento al 17% (dal 14%, +3pp); ROTE28 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**

13

¹)FY28E contabile: Utile netto a €1,9mld, EPS a €2,4, ROTE ~20%, RoRWA 4% - FY28E ricorrente: utile netto a €1,7mld, EPS a €2,1, ROTE 17%, RoRWA 3,5%. Progetto Real estate a Monaco, incluso nel segmento HF, escluso nelle metriche ricorrenti
ROTE: TBV calcolato come Shareholders' equity (includendo il profitto contabile del Gruppo nel periodo) meno gli intangible assets e le componenti AT1



MEDIOBANCA

DISTRIBUZIONE AI VERTICI DEL SETTORE

Profilo del Gruppo MB

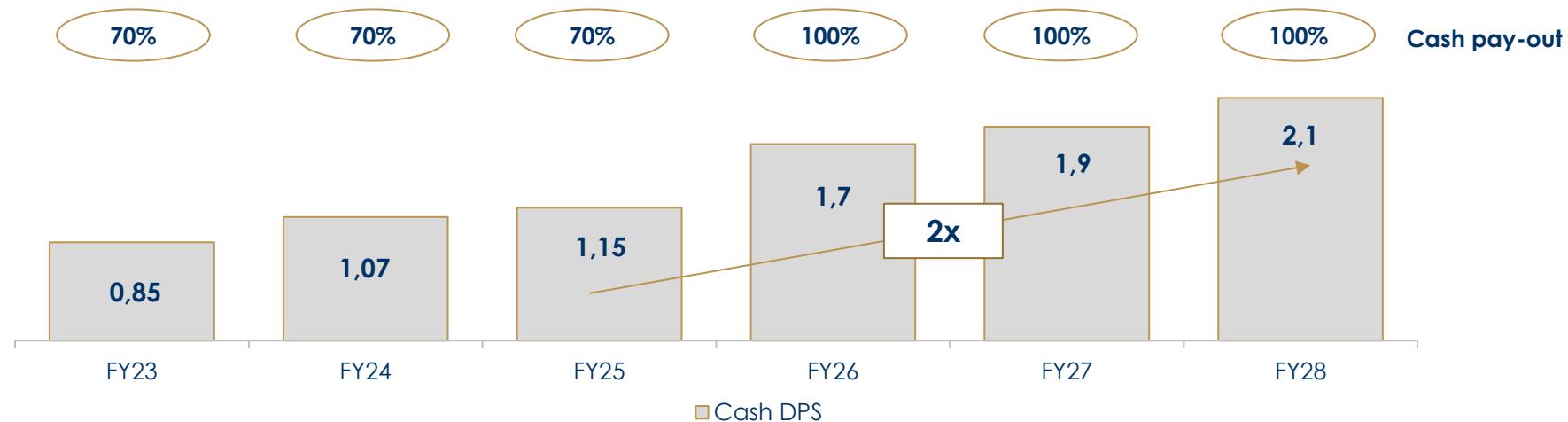
Sezione 1

Traiettoria DPS cash (€)

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

Distribuzione totale in 3Y: €5mld
Dividendo cash: €4,5mld + SBB (€0,4mld¹)

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 SBB¹ 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

14

1) Terza e ultima tranche 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



MEDIOBANCA

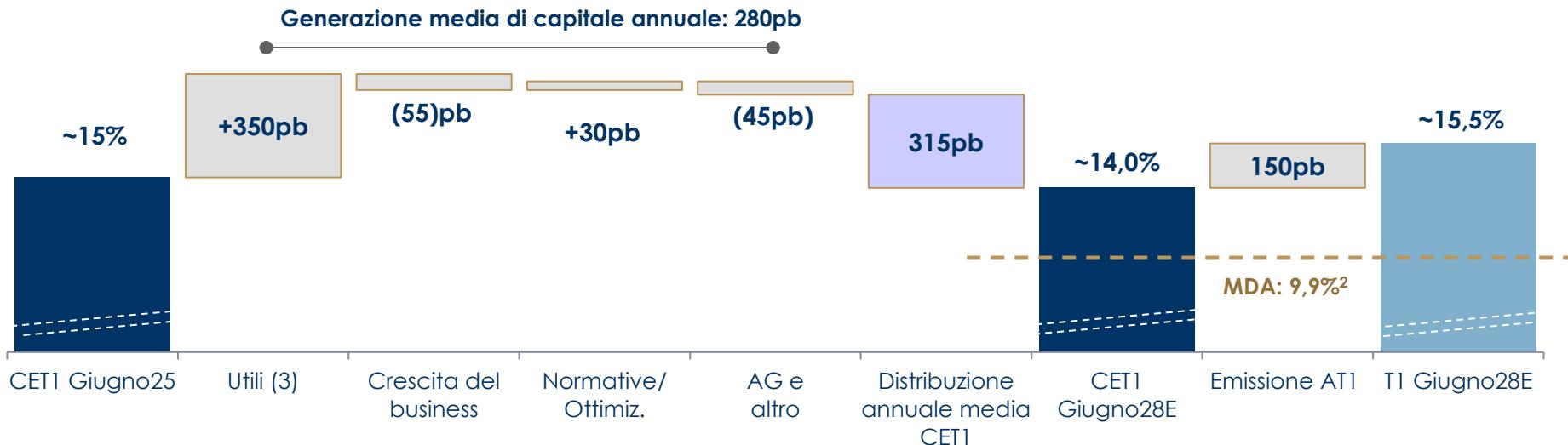
CET1 OTTIMIZZATO AL ~14% - T1 AL 15,5%

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 issuance¹) e normative (rivalutazione 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**

15

1) Inclusa l'emissione AT1 per €750mln

2) Requisito patrimoniale totale 9,17%, incluso dei deficit AT1 (30pb) e T2 (40pb)

3) Comprensivo dei proventi derivanti dal Progetto immobiliare di Monaco



MEDIOBANCA

OBIETTIVI ESG

**Confermato l'impegno verso l'azzeramento delle emissioni nette di gas serra entro il 2050
(obiettivo di intensità¹ -35% entro il 2030)**



Obiettivo

5 miliardi di euro di finanza ESG¹ originata dal Gruppo nel triennio 2025-2028

Ambito

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



Mantenimento della quota del 50% di prodotti ESG nei portafogli dei clienti

% di fondi qualificati ESG (fondi SFDR Articoli 8 e 9) sul totale dei fondi nel portafoglio dei clienti

Almeno tre emissioni di sustainability bond nel triennio 2025-2028

>33% di talenti femminili in ruoli manageriali entro il 2028

Con riferimento al 30/06/2025
(vedi Dichiarazione di Sostenibilità 2025²)

+15% di ore medie di formazione per dipendente erogate da Mediobanca Academy entro il 2028

Con riferimento al 30/06/2025
(vedi Dichiarazione di Sostenibilità 2025²)

>20 milioni di euro di sostegno a progetti con impatto sociale e ambientale

>20 milioni di euro cumulati nel triennio 2025-2028

RATING E INDICI ESG

Profilo del Gruppo MB

Sezione 1

ISS ESG ▶
ISS-oekom ▶



FTSE4Good



E/S: 3 G:4



SUSTAINALYTICS



S&P Global



Moody's
ANALYTICS



CDP
DRIVING SUSTAINABLE ECONOMIES

MSCI
ESG Research

standard
ethics

ESG IDENTITY
Mediobanca
ESG.ICI COMPANY 2024
leader

MIB ESG
PART OF
by EURONEXT

B

AAA

EE-

leader

incluso

b

medio

conforme

leader

incluso

Agenda

1. Profilo del Gruppo e opportunità di investimento

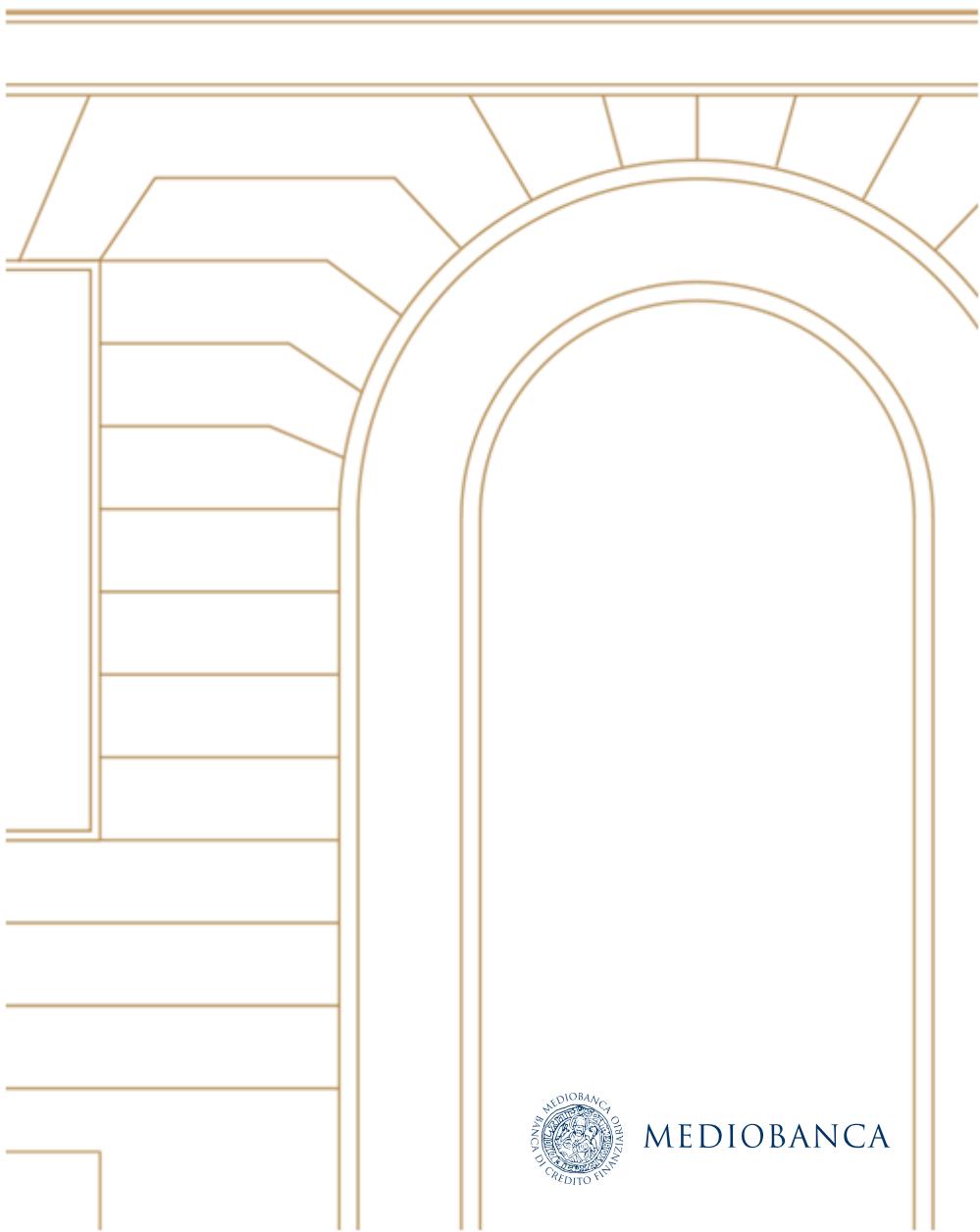
2. KPIs divisionali

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 81mln	Ricavi 3,719mln
Libro impieghi 1mld	Utile netto 1,330mln
RWA 4mld	Libro impieghi 54mld

TFA 112mld

RWA 46mld

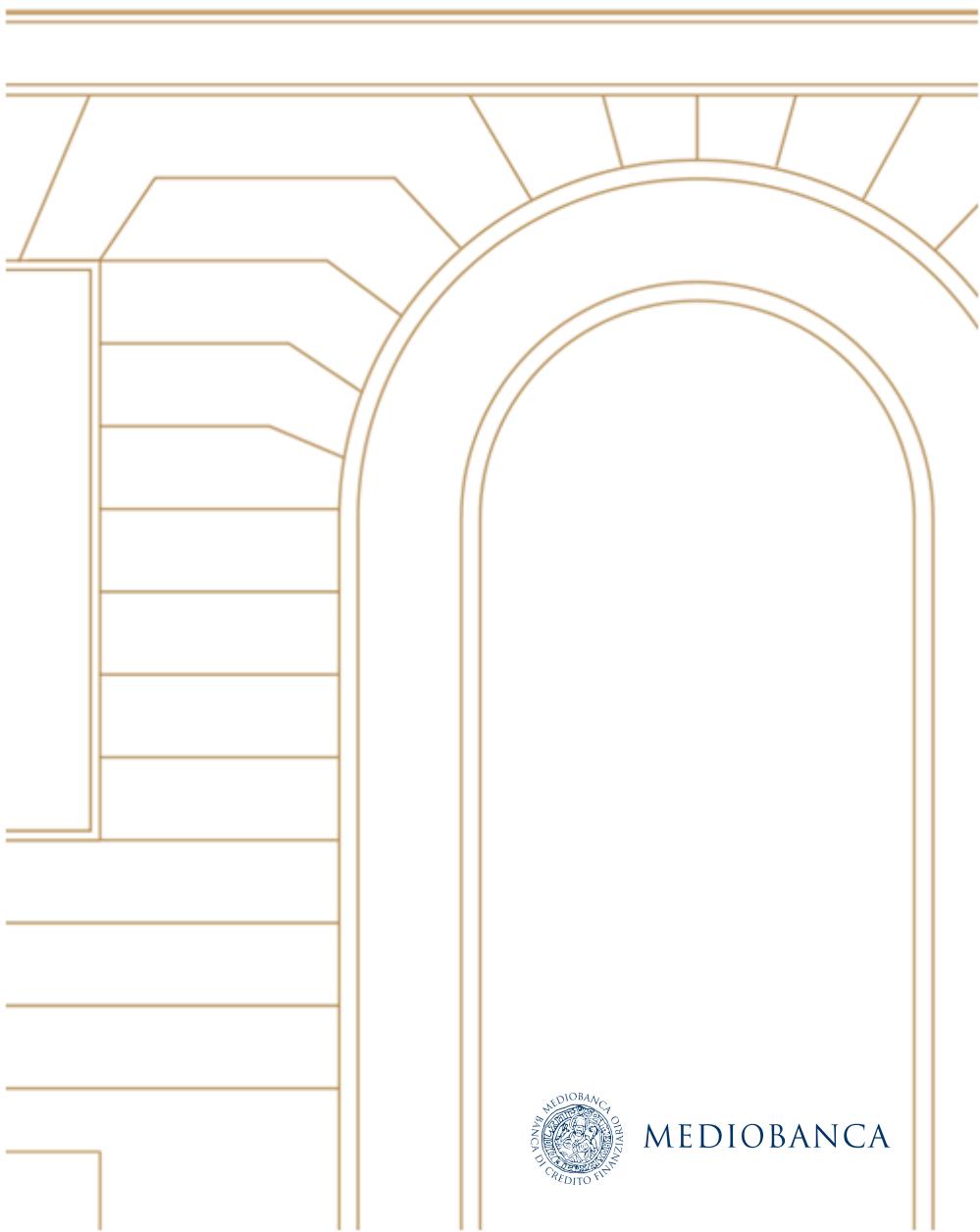
Indice costi/ricavi 43%

ROTE 14%

RoRWA 2,9%

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

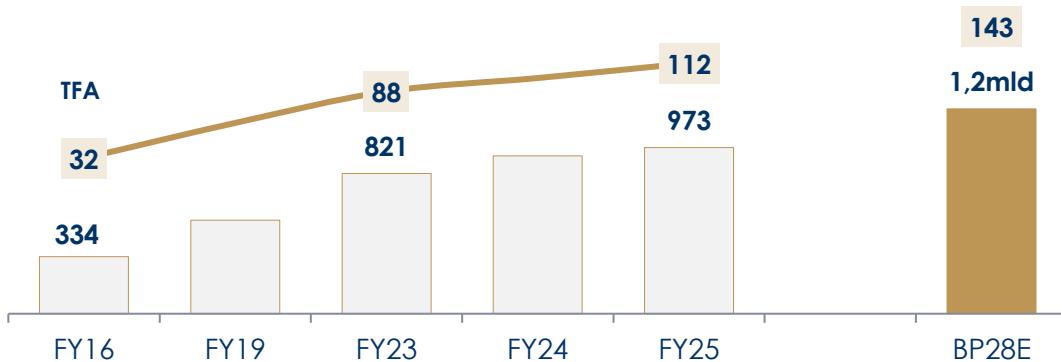
MB WEALTH MANAGEMENT

Wealth Management

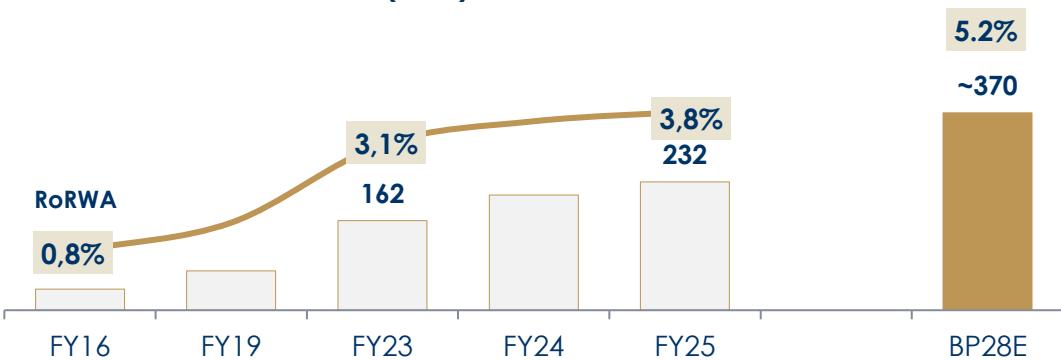
Sezione 2,1

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 HNWIs

Traiettoria 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

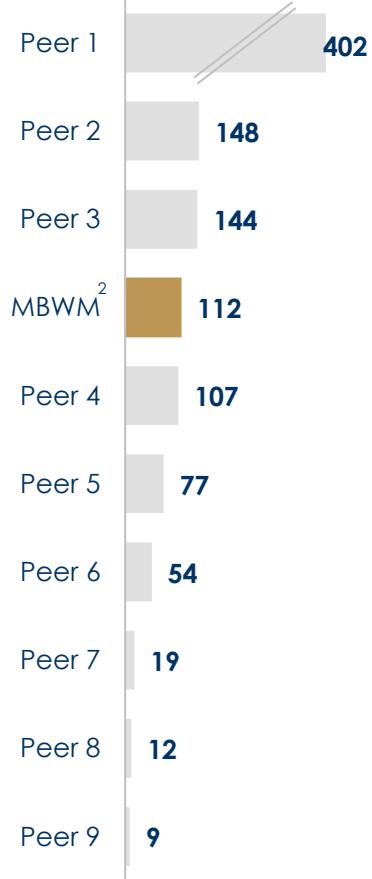
POSIZIONAMENTO TRA GLI OPERATORI WM IN ITALIA

Wealth Management

Sezione 2.1

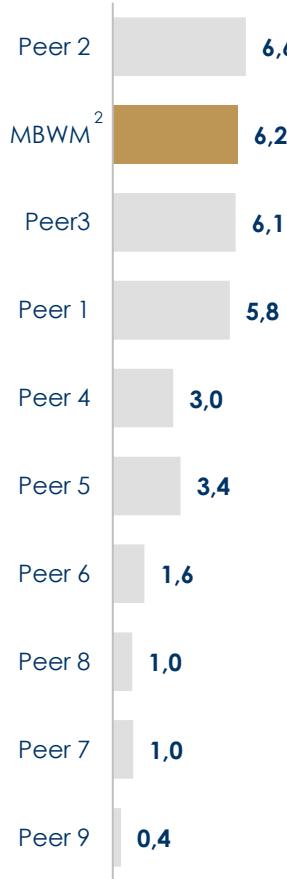
Top 5 per TFA¹

TFA (€mld)



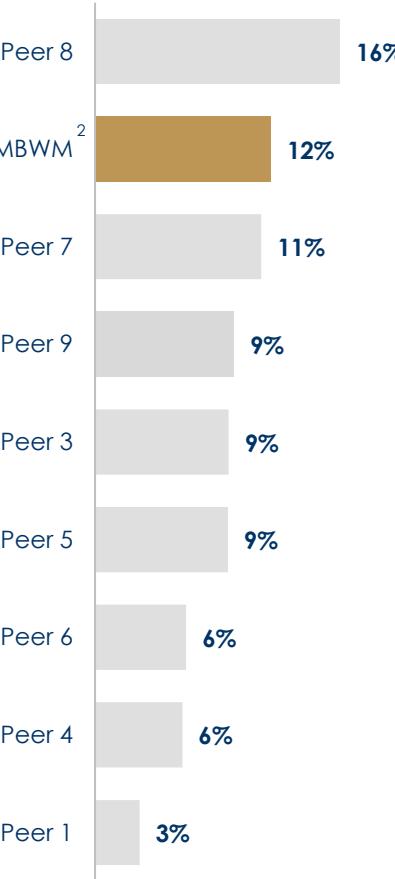
Top 3 per raccolta netta¹

6M di raccolta netta dalla rete (€mld)



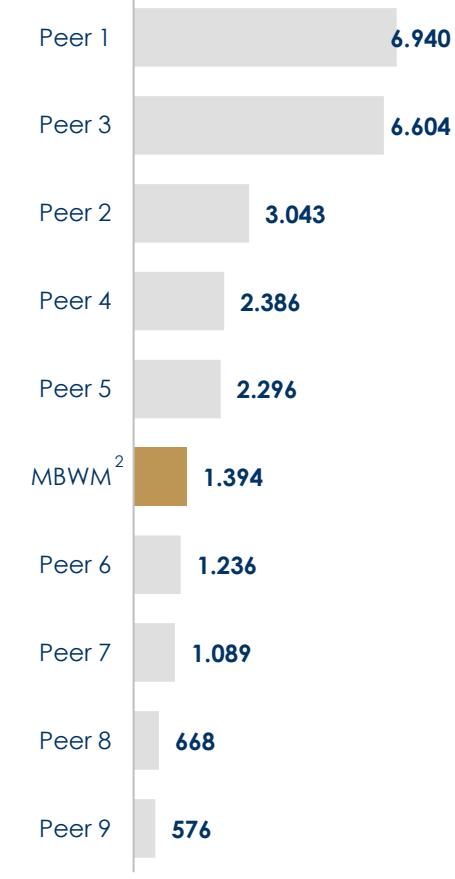
Top 3 per produttività¹

6M raccolta netta/stock TFA (%)



6° per dimensione rete¹

Professionisti (#)



22

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



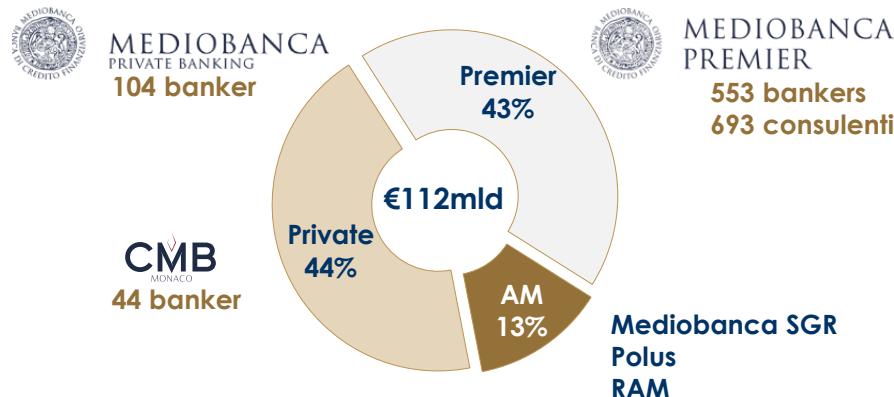
MEDIOBANCA

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

Wealth Management

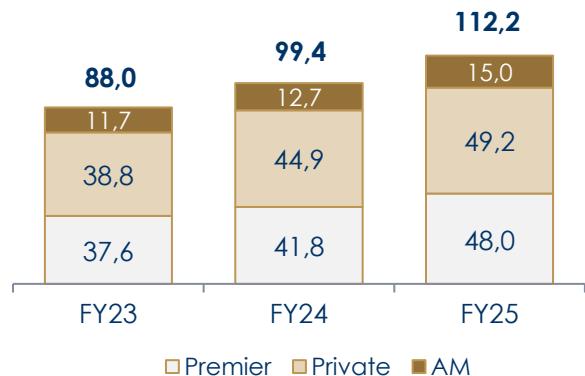
Focalizzata su segmenti di clientela profittevoli attraverso società specializzate con offerta dedicata

(TFA per segmento, Giugno 24)



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

(Ricavi, €mln)

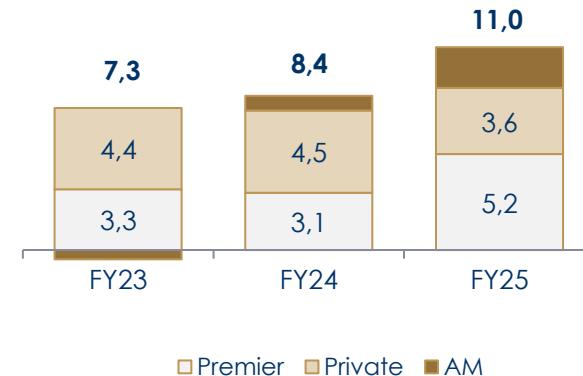


23

Sezione 2.1

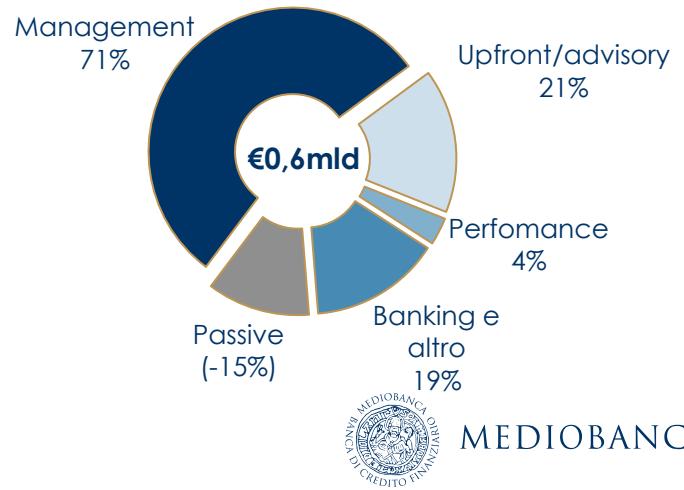
**Crescita della NNM grazie ad eventi di liquidità,
rafforzamento della rete e crescita organica**

(Evoluzione NNM, €mld)



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

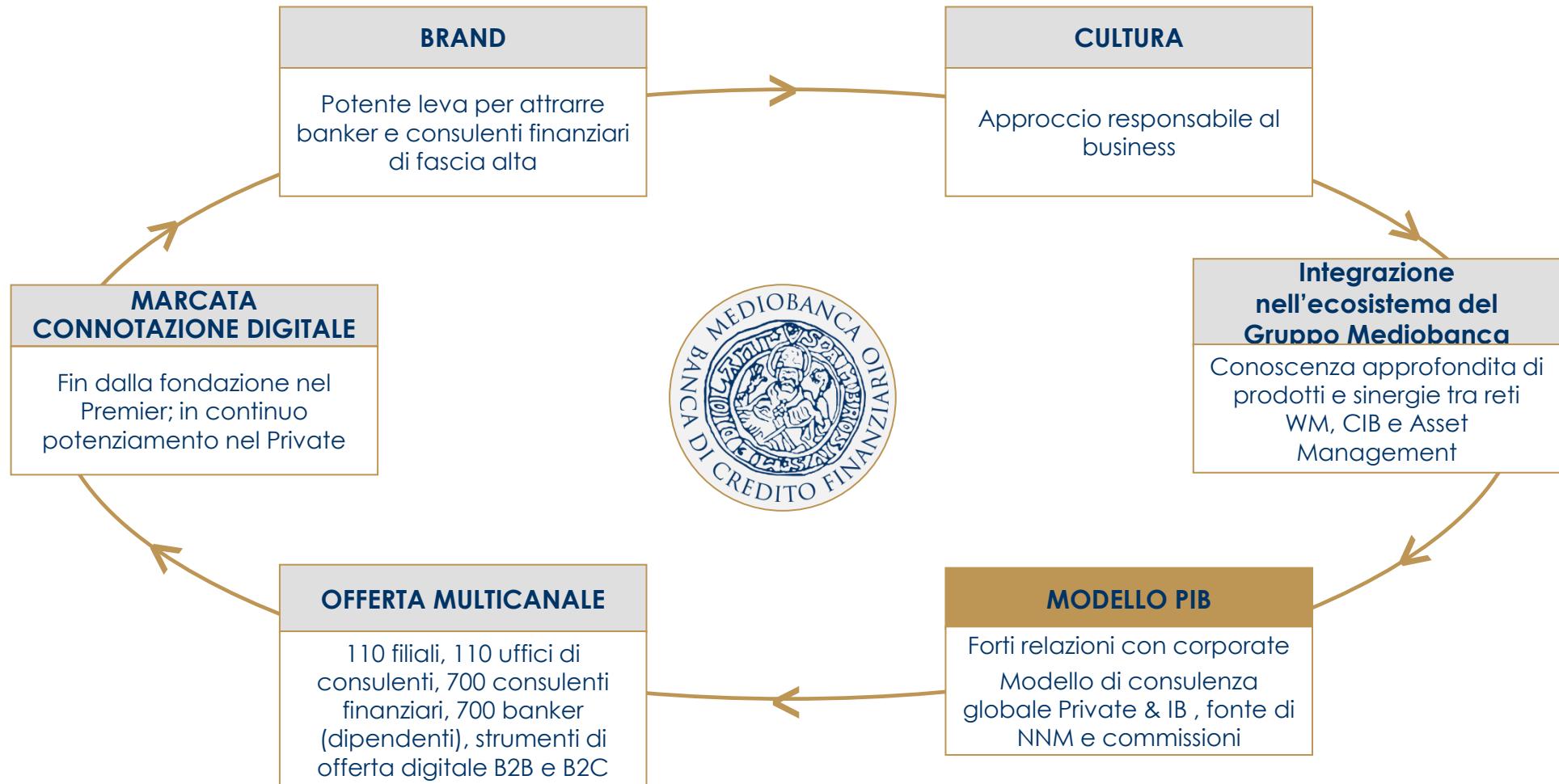
(Commissioni per tipologia, %)



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



- ◆ 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 distinte, 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

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%¹)
AUM/AUA >75% (+10%¹ a €110mld)

COMMISIONI DI GESTIONE
LORDE +3pb
RICAVI: €1,2mld (up 8%¹)

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

RORWA in aumento al 5,2%

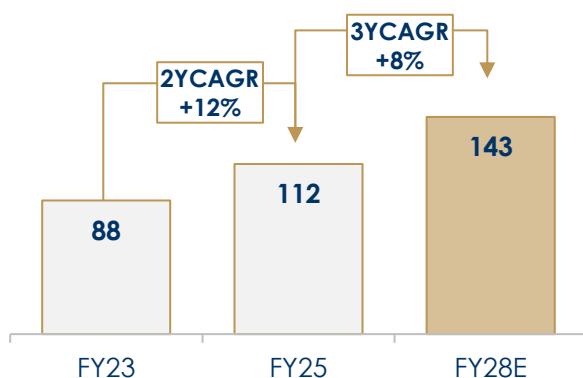
DATI FINANZIARI WM

Wealth Management

Crescita sostenuta delle TFA...

+8%¹ a >€143mld

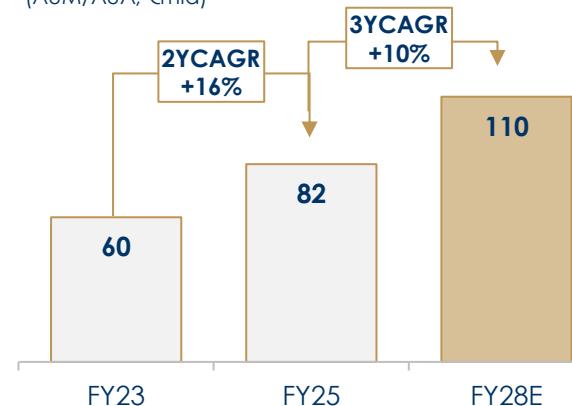
(TFA, €mld)



principalmente per gli AUM/AUA...

+10%¹, >75% delle TFA

(AUM/AUA, €mld)

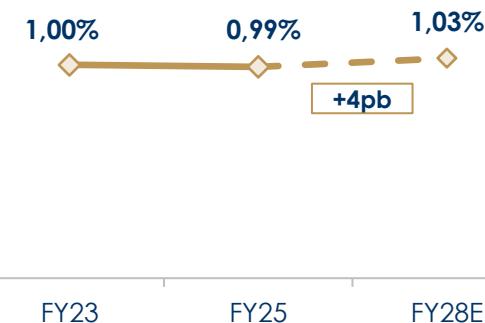


Sezione 2.1

con commissioni mgt lorde stabili...

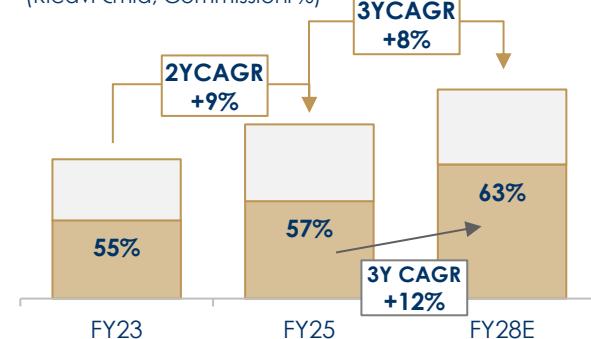
In lieve miglioramento a 103pb

(commis. management lorde franchise/AUM+AUA)



ricavi a €1,2mld (+8%¹) ... commissioni +11%¹

(Ricavi €mld, Commissioni %)



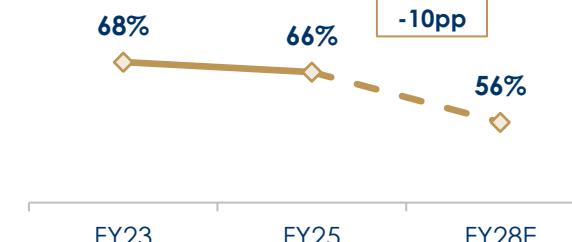
27

1) 3YCAGR 2025-28

con una piattaforma più efficiente...

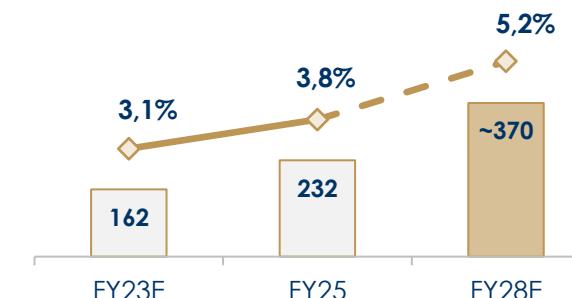
Indice costi/ricavi in calo di 10pp

(indice costi/ricavi, %)



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

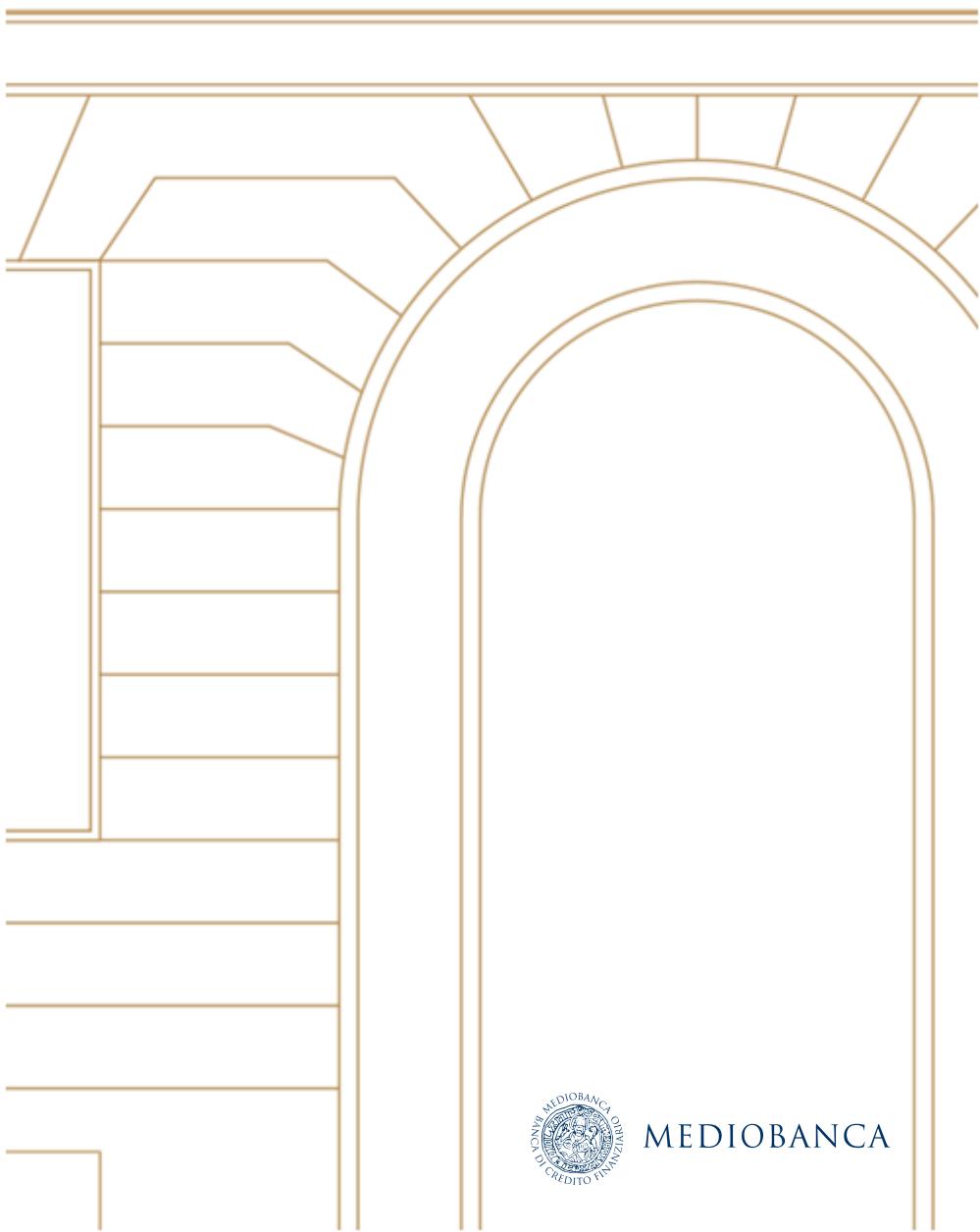
(RoRWA, %; Utile netto, €mln)



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

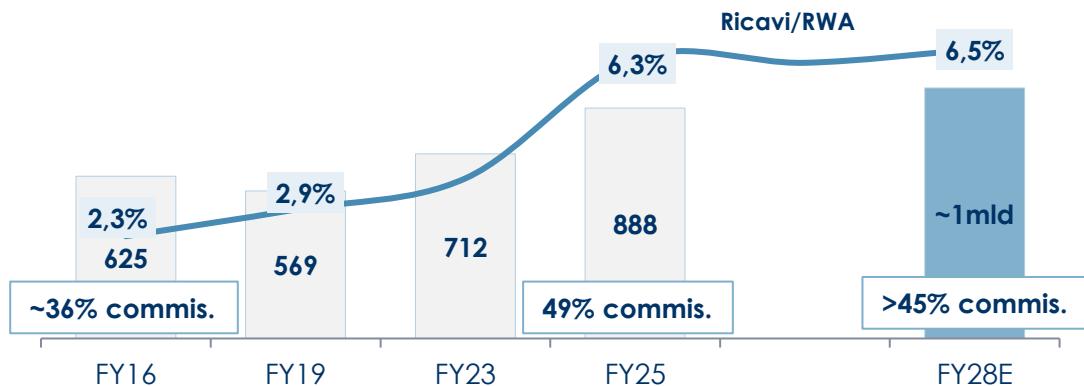


MEDIOBANCA

MB CORPORATE E INVESTMENT BANKING

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)



29

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

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 +€4mld¹ (RWA in crescita <€2bn)**
- ◆ **RoRWA in aumento al 2,2%**

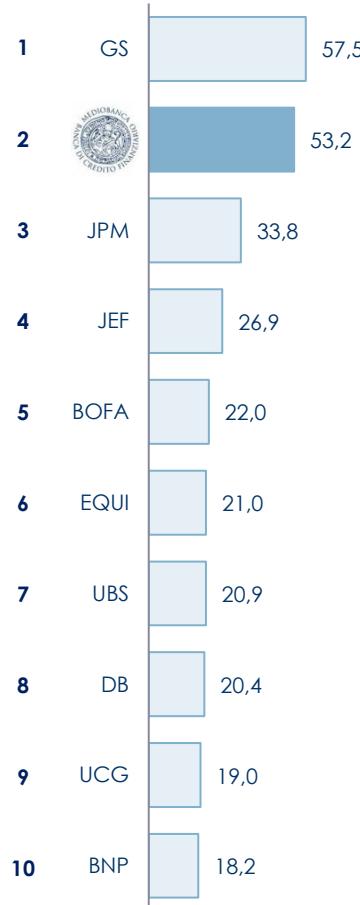


MEDIOBANCA

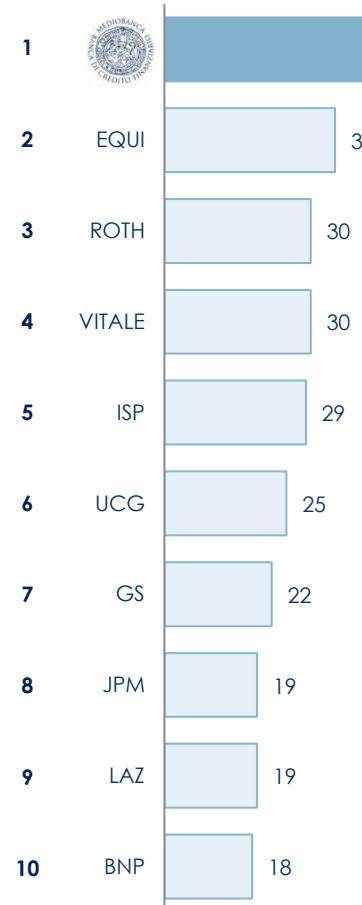
CONFERMA DEL RUOLO DI BANCA D'AFFARI LEADER IN ITALIA...

Corporate & Investment Banking

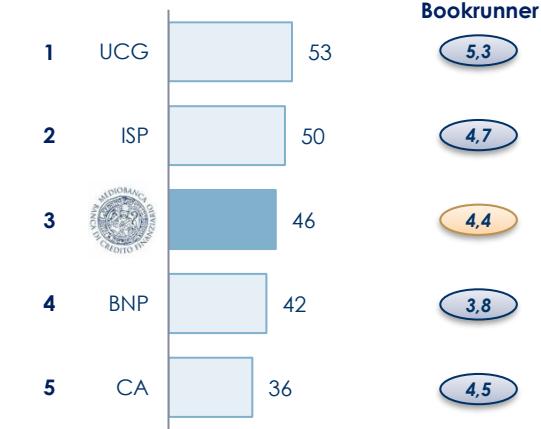
M&A Italia 12M FY24/25 per valore dell'operazione (\$mld)¹



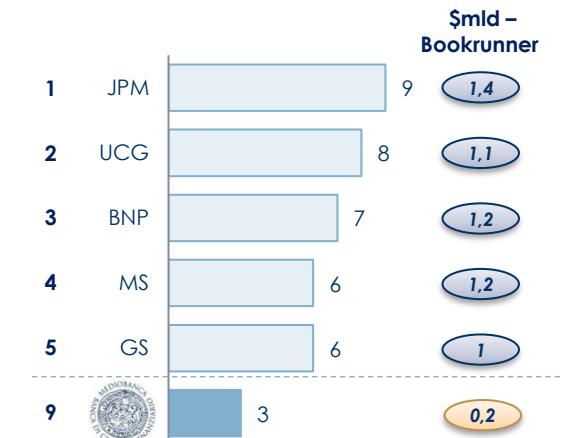
M&A Italia 12M FY24/25 per # di operazioni¹



DCM Italia 12M FY24/25 per # di operazioni²



ECM Italia 12M FY24/25 (\$mln – Bookrunner)³



30

1) Fonte: Mergermarket a luglio 2025 – Operazioni annunciate sul mercato Italiano (solo banche d'investimento e boutique)

2) Fonte: BondRadar a luglio 2025 – Incluse solo le operazioni denominate in EUR; seulse operazioni high-yield e private placements

3) Fonte: Dealogic a luglio 2025 – Valore dell'operazione >50 milioni di euro, Escluse le operazioni autogestite

Sezione 2.2



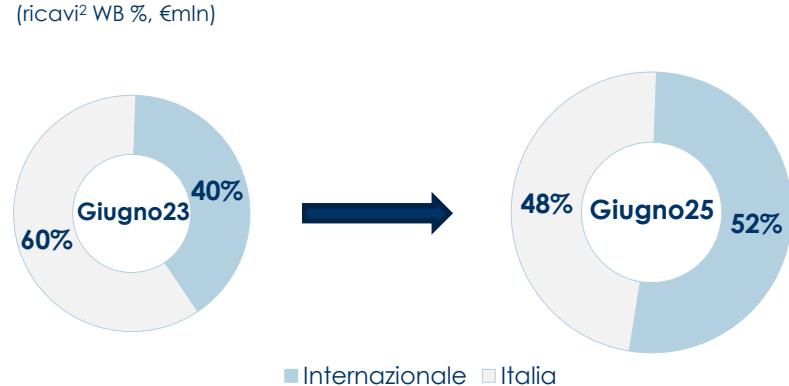
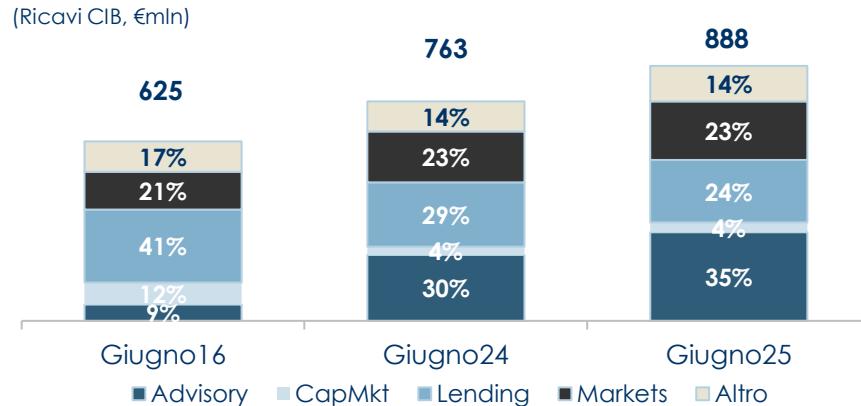
MEDIOBANCA

IMPORTANTE PER FAVORIRE LA CRESCITA INTERNAZIONALE E IN ATTIVITÀ CAPITAL LIGHT

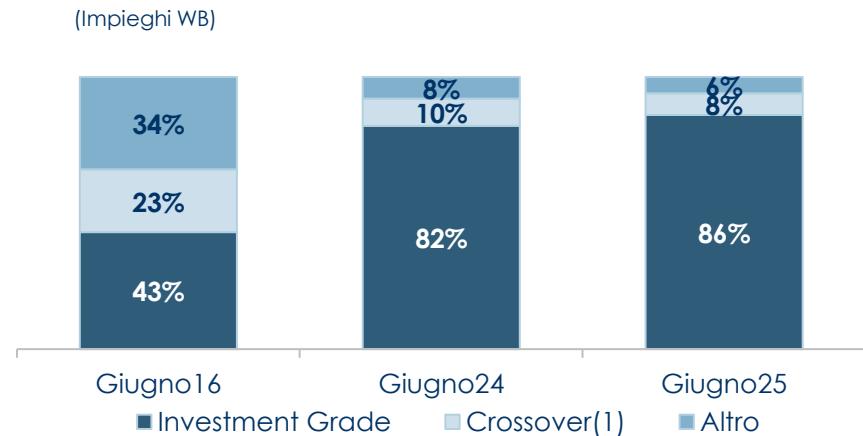
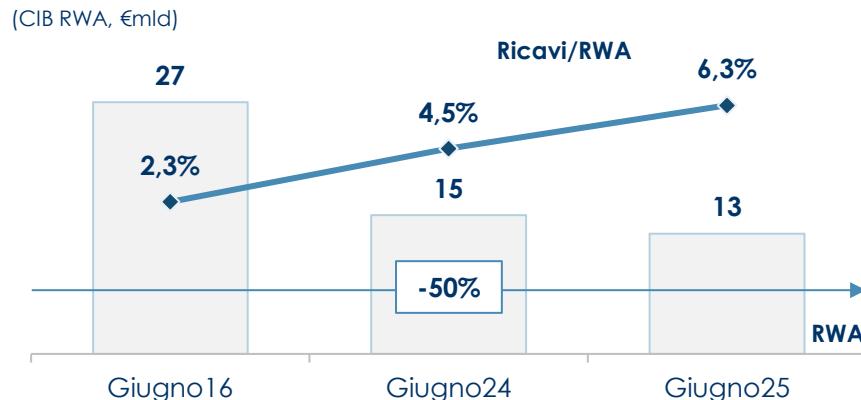
Corporate & Investment Banking

Sezione 2.2

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



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

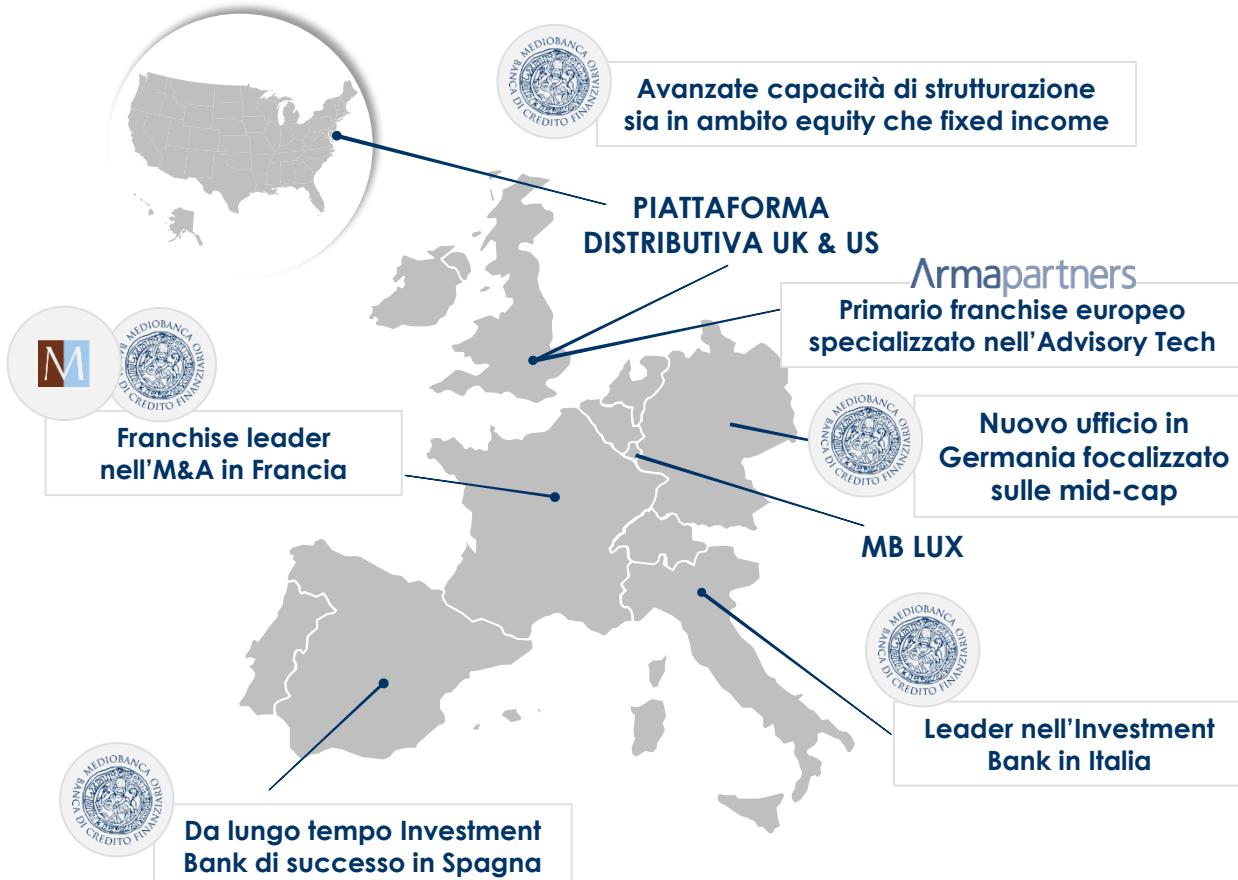


MB CIB OGGI: PRESENZA INTERNAZIONALE CON APPROCCIO ORIENTATO AL CLIENTE...

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

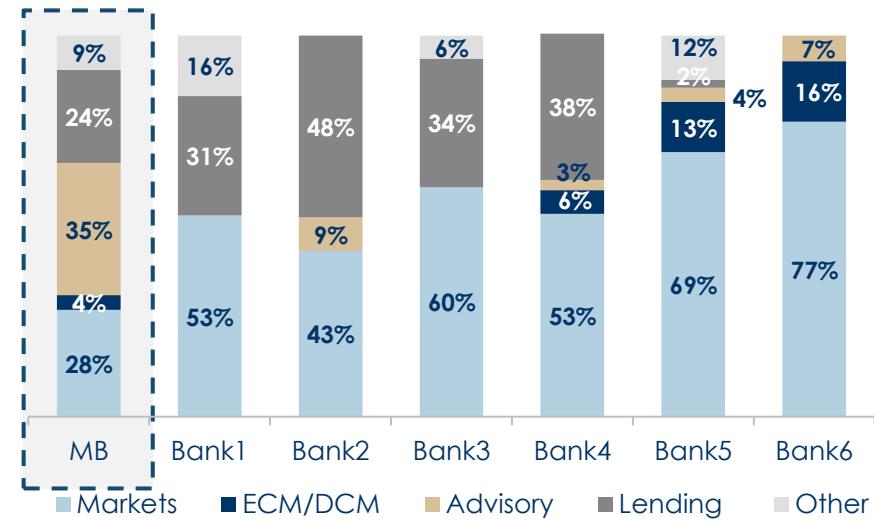
Corporate & Investment Banking

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 EU¹



- ◆ 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”

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 €4¹mld,
RWA in aumento di <€2mld

COR @5pb

Ricavi in aumento di €1mld
(+4%)²
commissioni in aumento del 3%²

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

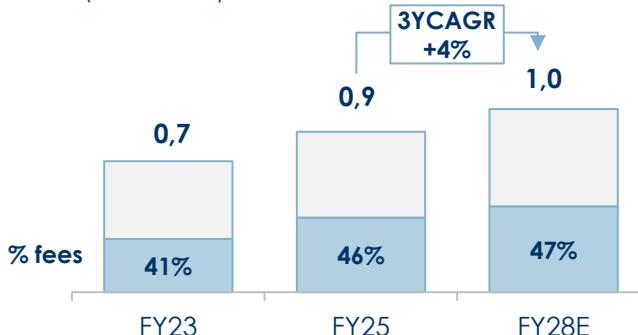
DATI FINANZIARI² CIB

Corporate & Investment Banking

Sezione 2.2

Crescita dei ricavi trainata dalle commissioni...

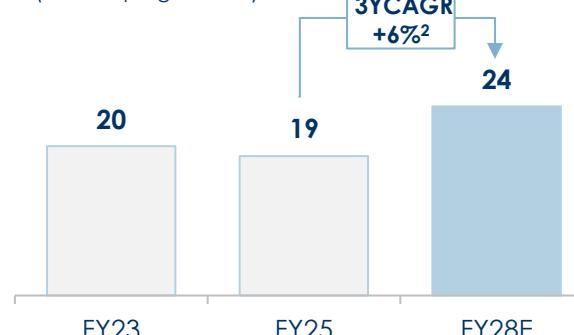
(Ricavi, €mld)



...con crescita degli impieghi...

Impieghi +6%¹

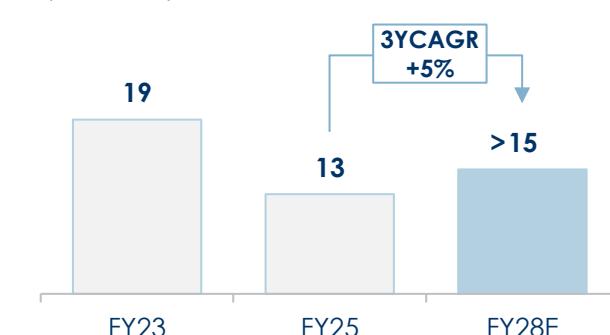
(Libro impieghi, €mld)



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

RWA +5%¹

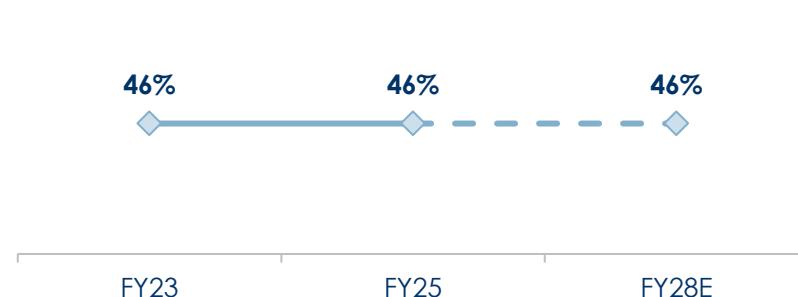
(RWA, €mld)



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

Indice costi/ricavi stabile al 46%

(indice costi/ricavi, %)



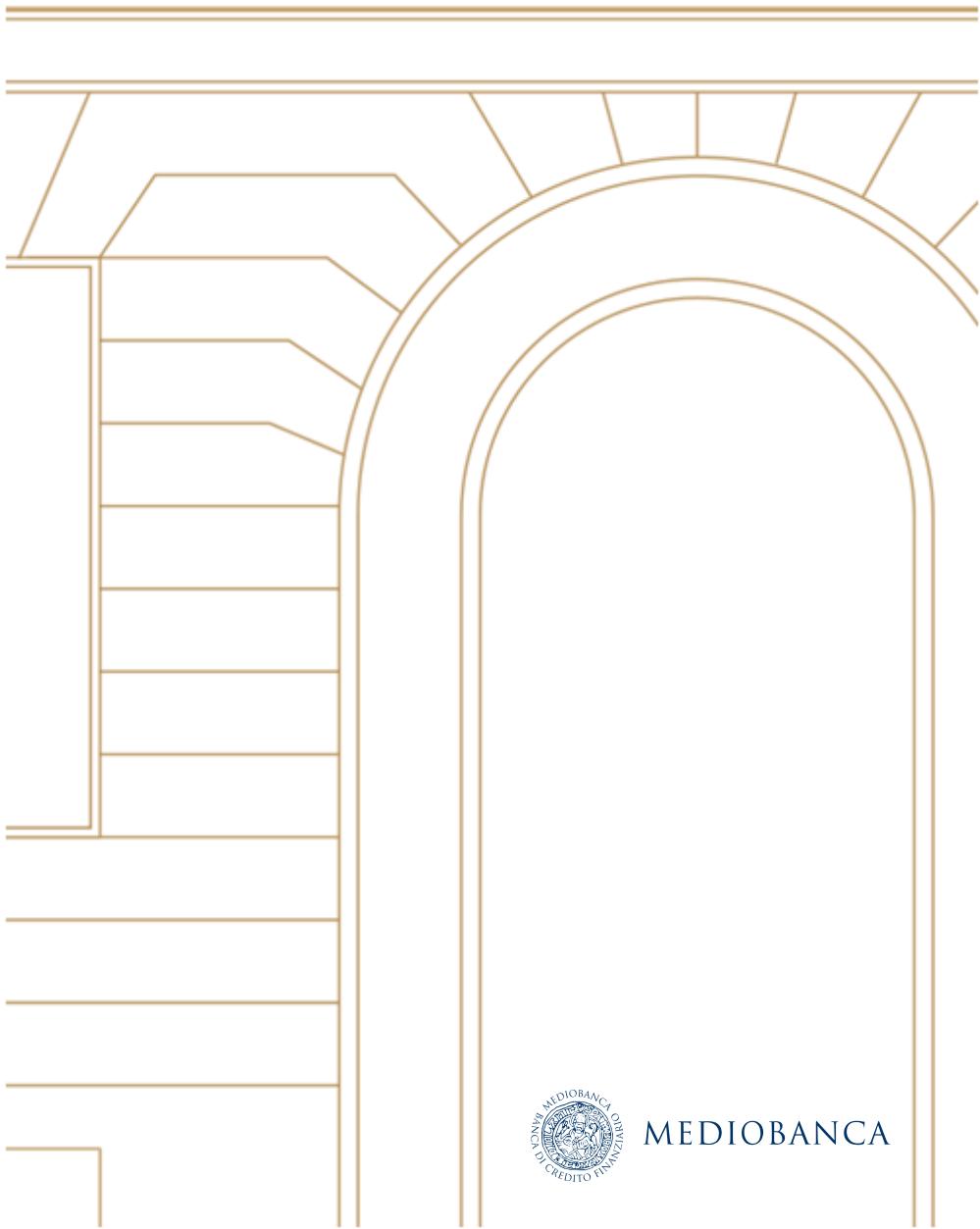
...comporterà ad una crescita dell'utile netto ed un aumento del RoRWA a più del 2%

(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

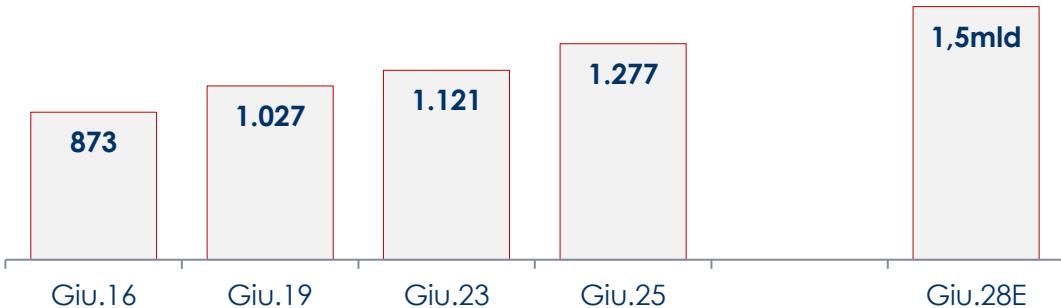
CONSUMER FINANCE

Consumer Finance

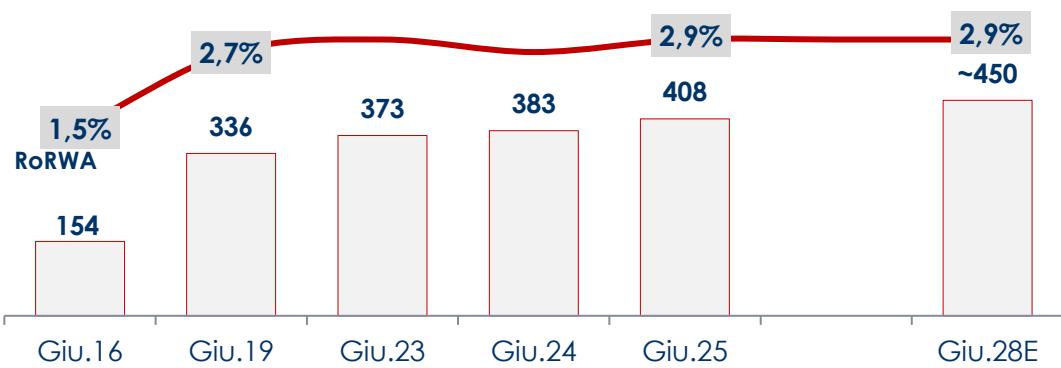
Sezione 2.3

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 Italia¹, #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)

Traiettoria 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**

**APPROCCIO GESTIONALE
ORIENTATO AL VALORE**

Il rendimento al netto del rischio come unica metrica decisionale rilevante per la nuova produzione

Margini e redditività preservati

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

**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

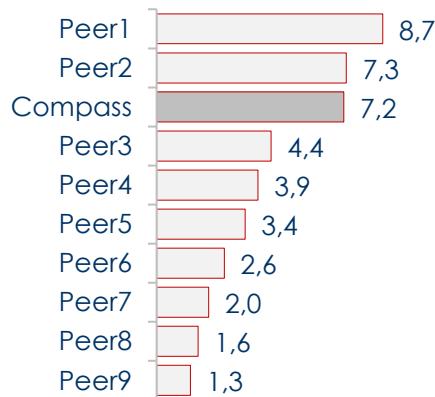
**SUPERIORI CAPACITÀ DI VALUTAZIONE E
APPREZZAMENTO DEI RISCHI**

STRUTTURA EFFICIENTE

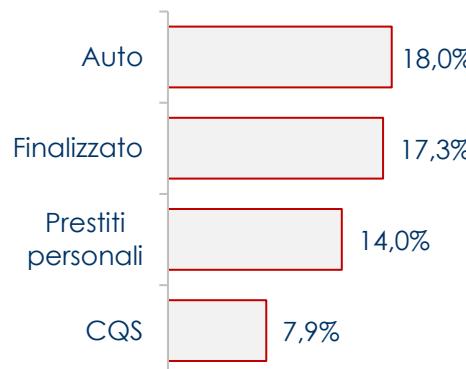
Indice costi/ricavi stabilmente basso (~30%)

Ampliamento della rete di distribuzione diretta a costo variabile

Top 3 nel mercato italiano per erogato¹...
(erogato, €mld, 2024)



con quote di mercato leader nei prodotti più redditizi¹ ...
(erogato, €mld, 2024)



e un'eccezionale redditività basata sul valore²
(Dati Peer a dic.24, dati Compass a giu.25)

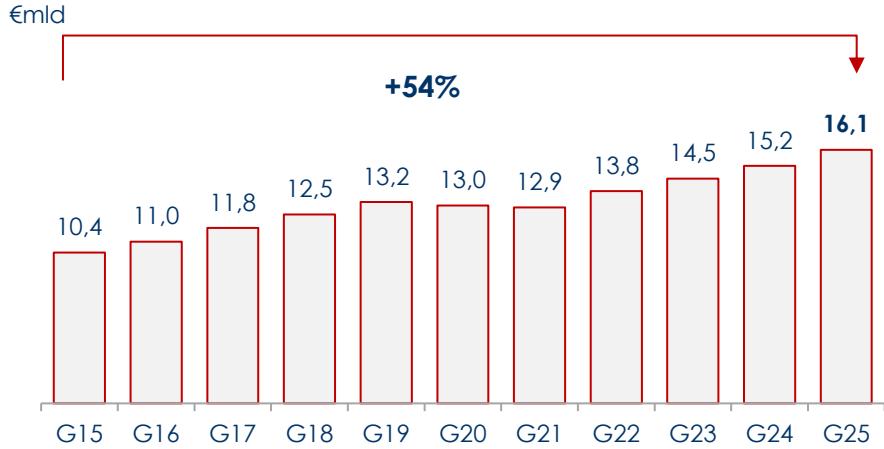
	Peer1	Compass	Peer2
Impieghi lordi(€mld)	22,9	17,1	17,7
Quota di mercato (2023)	17%	14%	15%
Marg. di interesse	4,1%	6,7%	4,1%
Indice costi/ricavi	43%	31%	43%
ROA	0,8%	3,6%	1,7%
Att.det./imp.(netti)	2,1%	2,1%	1,5%
Copertura att.det. (%)	55%	61%	70%
filiali #	319	335	221

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



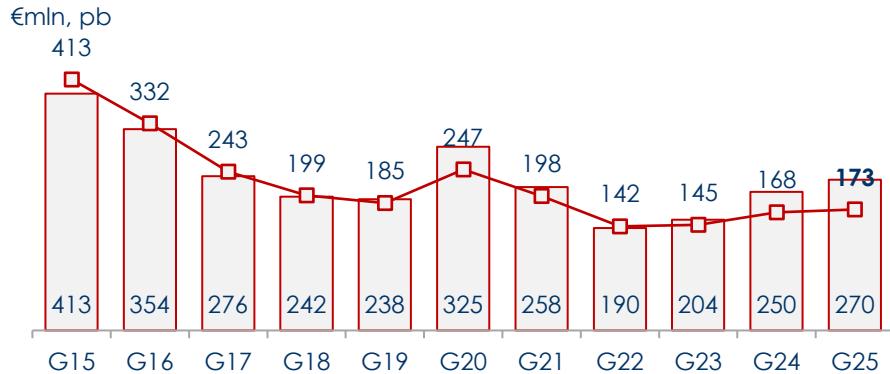
Sezione 2.3

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



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

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



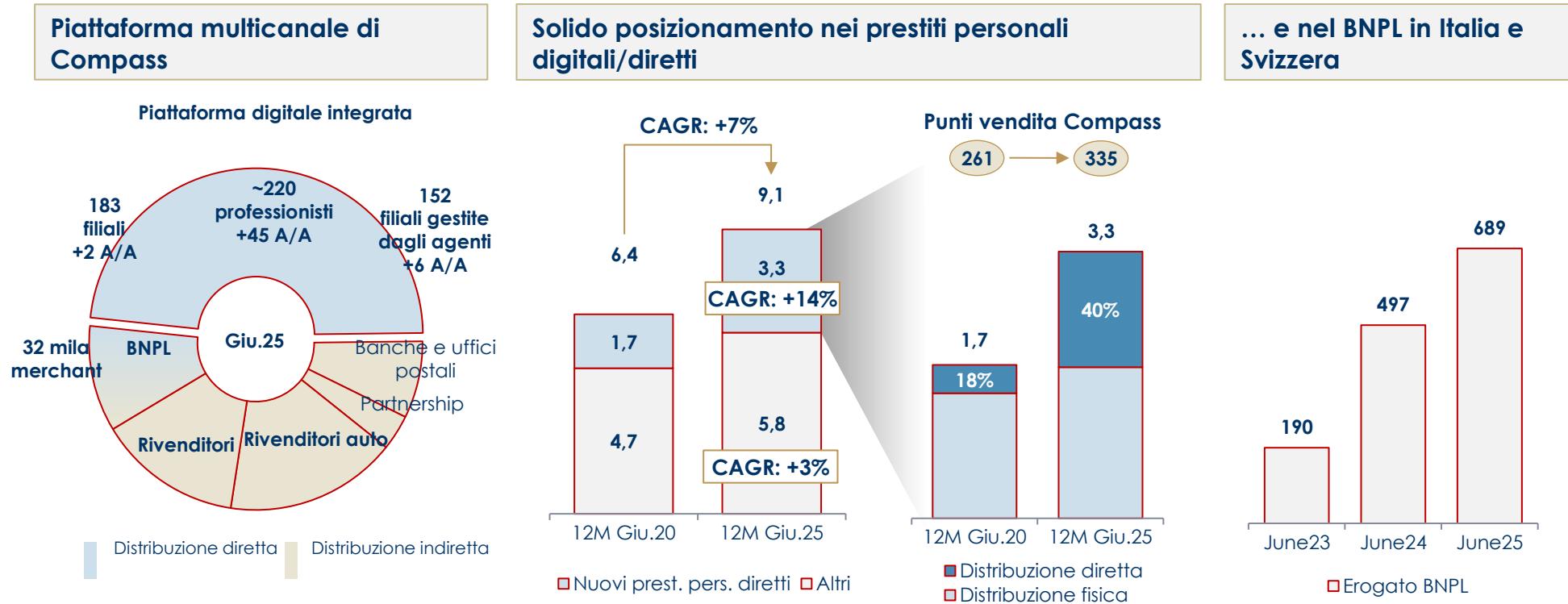
...con un utile netto in aumento di 5 volte: RORWA 2,9%



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

Consumer Finance

Sezione 2.3



- ◆ **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”

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
personalii 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)

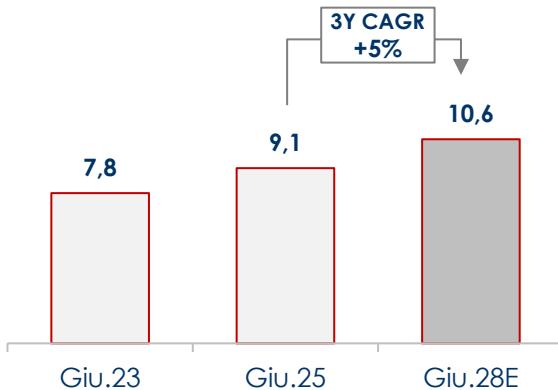
CF DATI FINANZIARI

Consumer Finance

Sezione 2.3

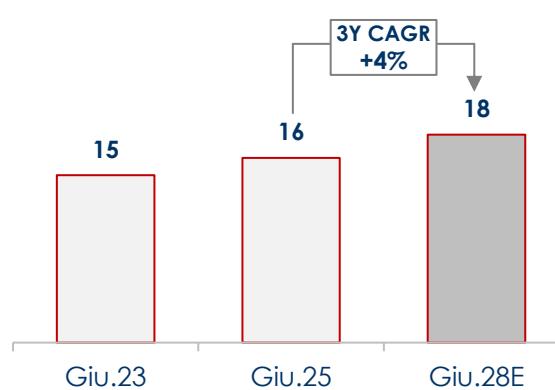
Robusti flussi commerciali

(Erogato, €mld)



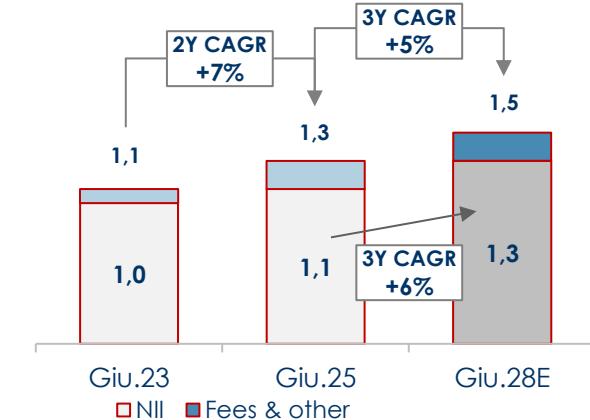
si tradurranno in ulteriore crescita degli Impieghi

(Impieghi, €mld)



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

(Ricavi², €mln)



...in grado di assorbire la normalizzazione COR

(Costo del rischio, pb)



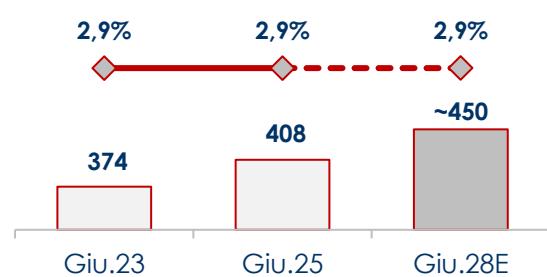
...fornendo un'elevata marginalità

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



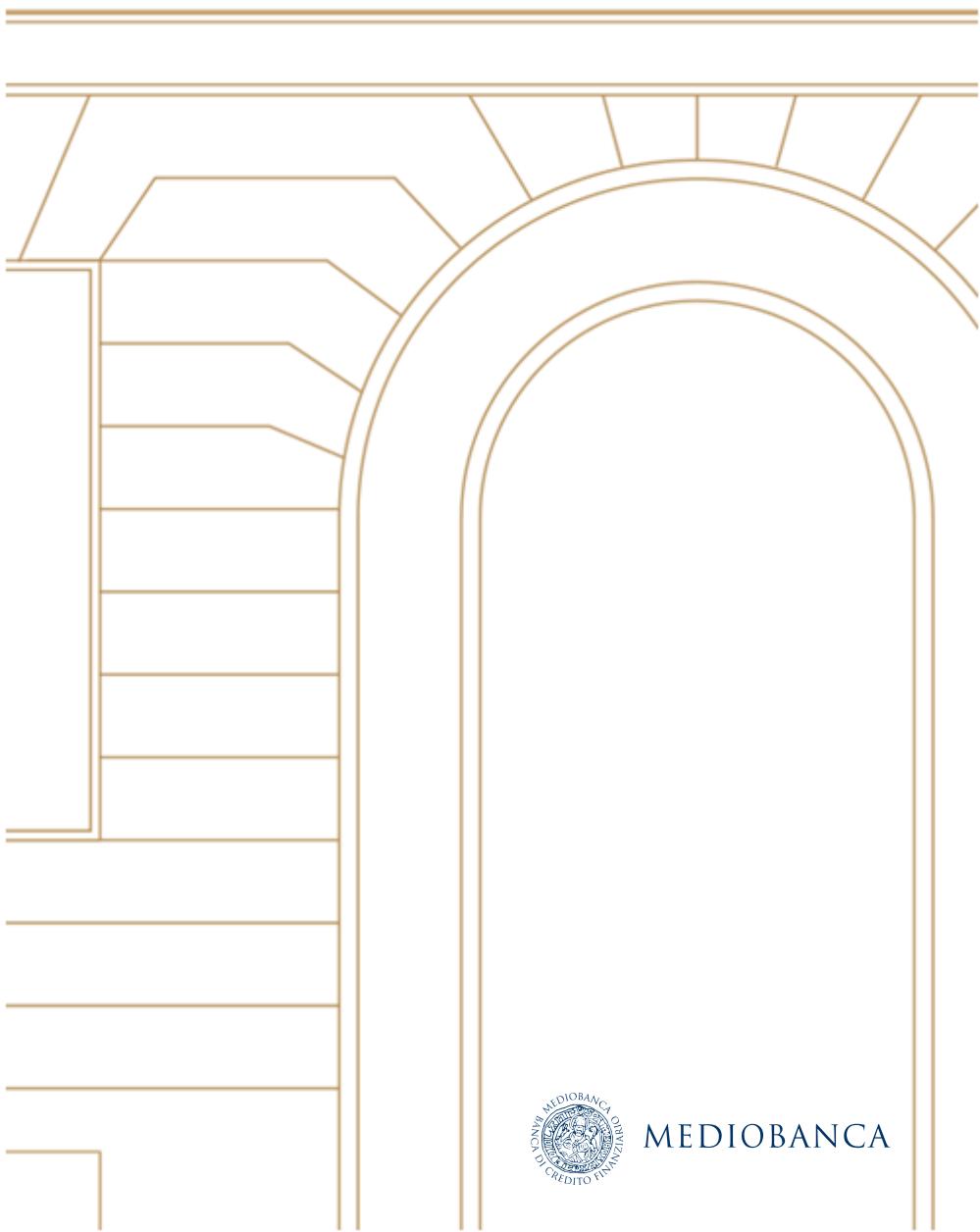
e stabile elevata redditività netta

(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 PROFITTABILITÀ CRESCERÀ ULTERIORAMENTE

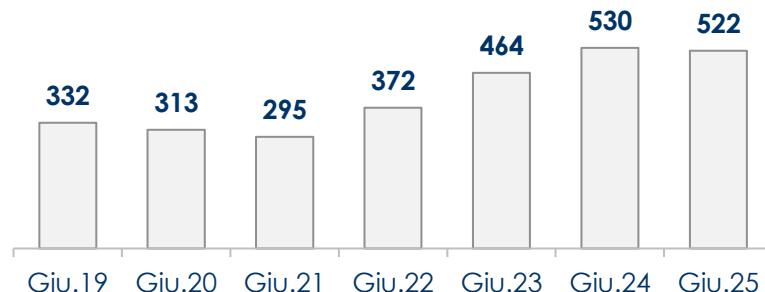
Insurance

Razionale

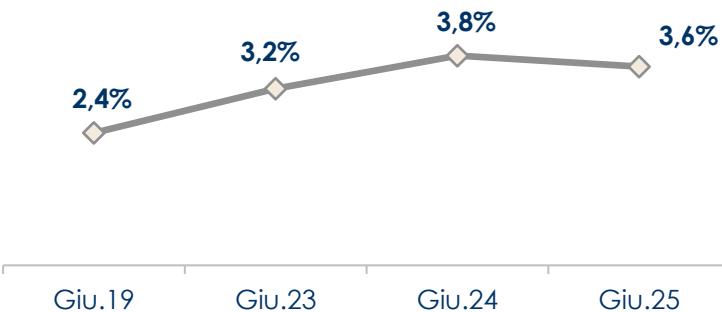
- ◆ L'esposizione al business assicurativo è presenza costante e crescente in molte delle migliori banche europee
- ◆ Ass. Generali è un investimento di alta qualità con un ottimo rating e una performance finanziaria solida
- ◆ Quota in AG supportata da una forte valenza dell'investimento:
 - ◆ **Esposizione 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)¹
 - ◆ **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**

Sezione 2.4

Contributo ricavi (€mln)



RoRWA (%)



GLOSSARIO

MEDIOBANCA – SEGMENTI DI ATTIVITÀ

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

Conto economico e bilancio

AIRB	Advanced Internal Rating-Based
ALM	Asset and liabilities mgt. - Gestione attivi/passivi
AUA	Asset under administration – Attivi amministrati
AUM	Asset under management – Attivi in gestione
BVPS	Book value per share – Patrimonio per azione
C/I	Cost /Income - Costi/Ricavi
CBC	Counterbalance capacity
CET1 Phase-in	Calcolo considerando il beneficio del Danish Compromise (~100 punti base) come permanente
CET1 Fully Loaded	Compreso l'impatto FL dell'esposizione azionaria (diversa da AG), escluso FRTB
CET1 SREP requisito	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%)
CoF	Cost of funding – Costo della raccolta
CoR	Cost of risk – Costo del rischio
CSR	Corporate Social Responsibility
DGS	Deposit guarantee scheme
DPS	Dividend per share – Dividendo per azione
EPS	Earning per share – Utile netto per azione
EPS adj.	Earning per share adjusted – Utile netto adj. ¹ per azione

I dati sono stati riperformati, con impatti non materiali, in seguito all'entrata in vigore dell'8º aggiornamento della circolare 262/2005 Banca d'Italia, la quale ha recepito l'introduzione del nuovo principio IFRS17 – contratti assicurativi.

Conto economico e bilancio

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



MEDIOBANCA

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

+39 02 8829 860/347

<http://www.mediobanca.com>