



An Italian story since 1472

2008-2011 Business Plan Presentation



Marzo 2008

pag. 1

An Italian story since 1472

2008-2011 Business Plan Presentation



Disclaimer

This document has been prepared by Gruppo Monte dei Paschi di Siena solely for information purposes and for use in presentations of the Group's strategies and financials. The information contained herein has not been independently verified. No representation or warranty, express or implied, is made as to, and no reliance should be placed on, the fairness, accuracy, completeness or correctness of the information or opinions contained herein. Neither the company, its advisors or representatives shall have any liability whatsoever (in negligence or otherwise) for any loss howsoever arising from any use of this document or its contents or otherwise arising in connection with this document. The forward-looking information contained herein has been prepared on the basis of a number of assumptions which may prove to be incorrect and, accordingly, actual results may vary. Please note that one of these assumptions is the granting by the relevant authorities, including but not limited to the Bank of Italy, of the several authorisations required by law or regulation for the acquisition of Antonveneta S.p.A.. This document does not constitute an offer or invitation to purchase or subscribe for any securities and no part of it shall form the basis of or be relied upon in connection with any contract or commitment whatsoever. The information herein may not be reproduced or published in whole or in part, for any purpose, or distributed to any other party. In particular, this document is not for publication or distribution, directly or indirectly, in or into the United States (including its territories and dependencies, any State of the United States and the District of Columbia), Canada, Japan or Australia. These materials do not constitute or form a part of any offer or solicitation to purchase or subscribe for securities in the United States, Canada, Japan or Australia. The securities of Banca Monte dei Paschi di Siena will not be registered pursuant to the United States Securities Act of 1933 (the "Securities Act"), and may not be offered or sold in the United States or to, or for the account or benefit of, U.S. persons (as such term is defined in Regulation S under the Securities Act), except pursuant to an exemption from such registration requirements. There will be no public offer of securities in the United States. By accepting this document you agree to be bound by the foregoing limitations.

Agenda



Manteniamo le promesse fatte

La base della nostra credibilità

- I risultati 2007 GMPS

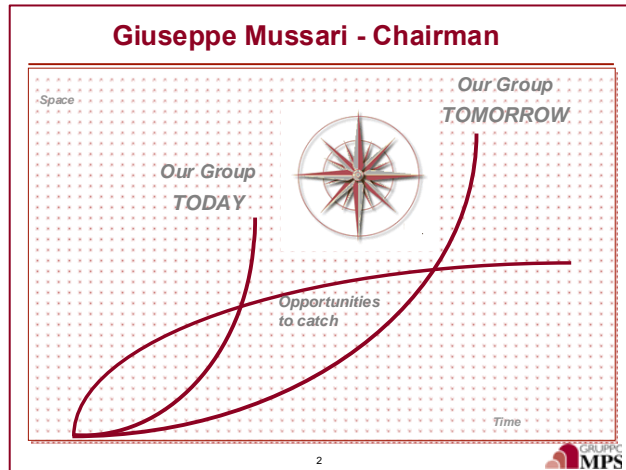
- Update Business Plan 2006-2009

Key pillars del Piano Industriale 2008-2011

Financials

Giuseppe Mussari Chairman

Cosa abbiamo detto ... e fatto ...



La base della nostra credibilità

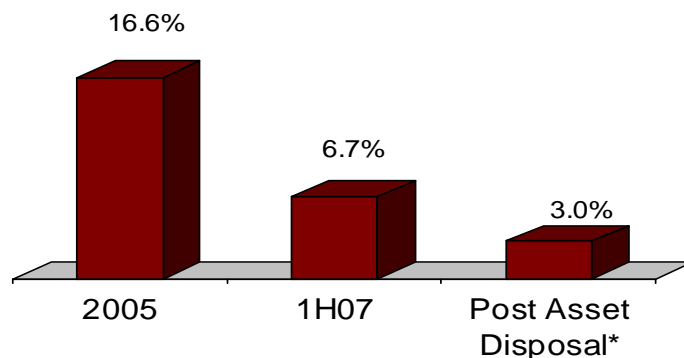
- ❑ 27 Giugno 2006 (Presentazione Piano Industriale):
"Priorità principale: riduzione del capitale allocato in partecipazioni" ✓
- ❑ 3 Luglio 2007 (Investor Day): "Il nostro obiettivo è di aumentare la nostra quota di mercato dal 6% al 9%" ✓

Il nostro focus primario: core business....

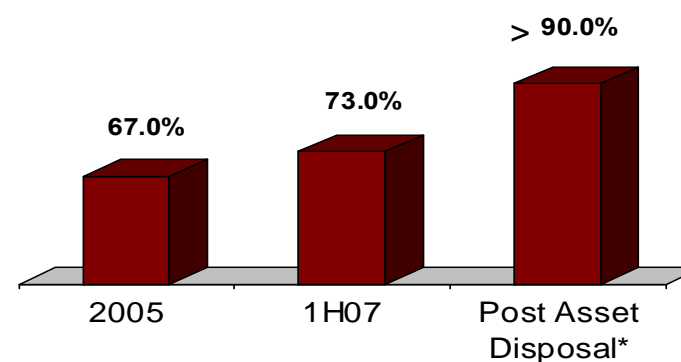
Capitale allocato:

>90% su core business

Capitale investito in partecipazioni (% del totale)



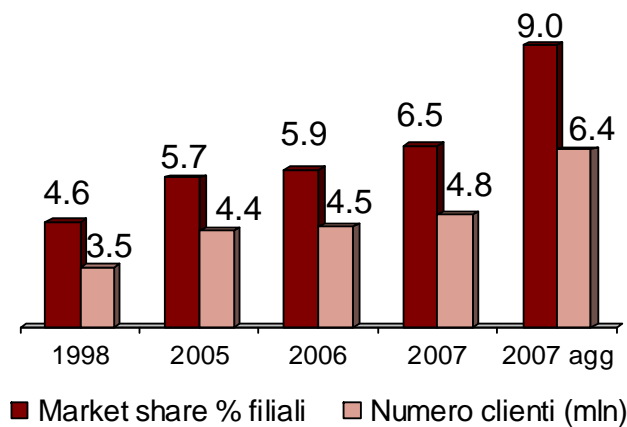
*Capitale investito nel core business** (% del totale)*



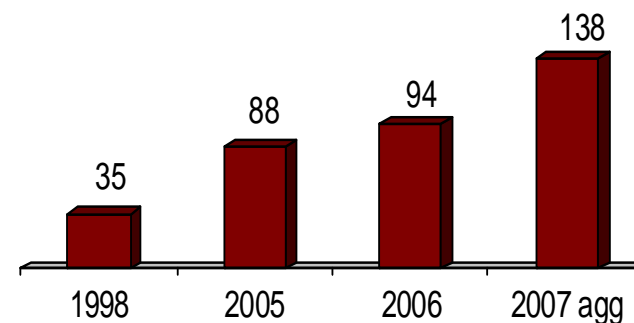
Market Share e clienti:

raddoppio in 10 anni

Evoluzione market share e clienti



Evoluzione raccolta diretta (€ bn)



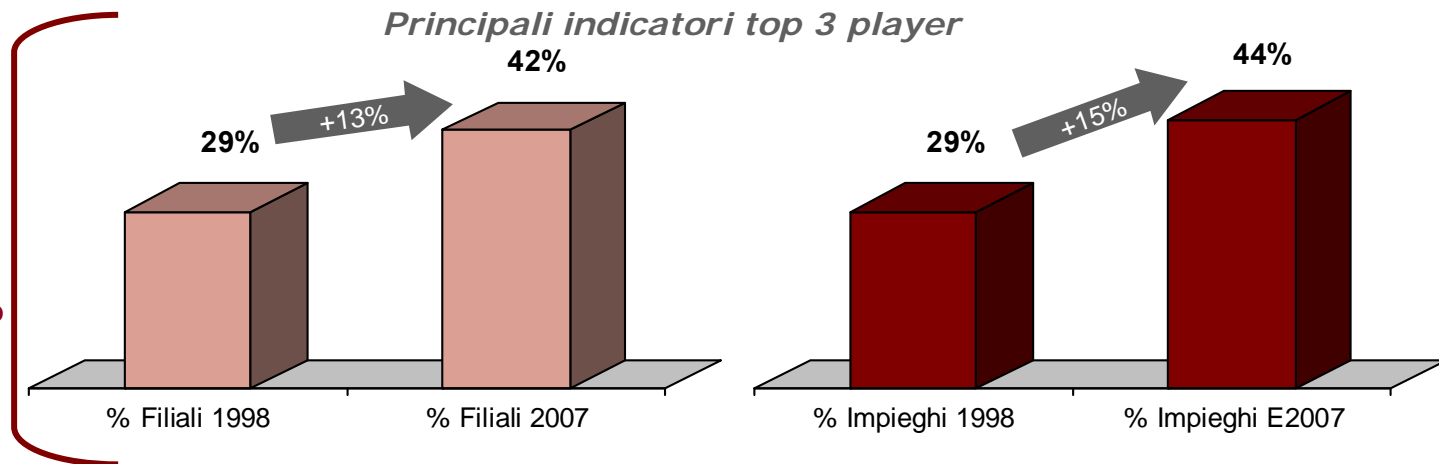
* Entro perimetro di piano 2008-2011.

** Rimanente è Corporate Center

La crescente concentrazione del mercato premia i players di maggiori dimensioni...

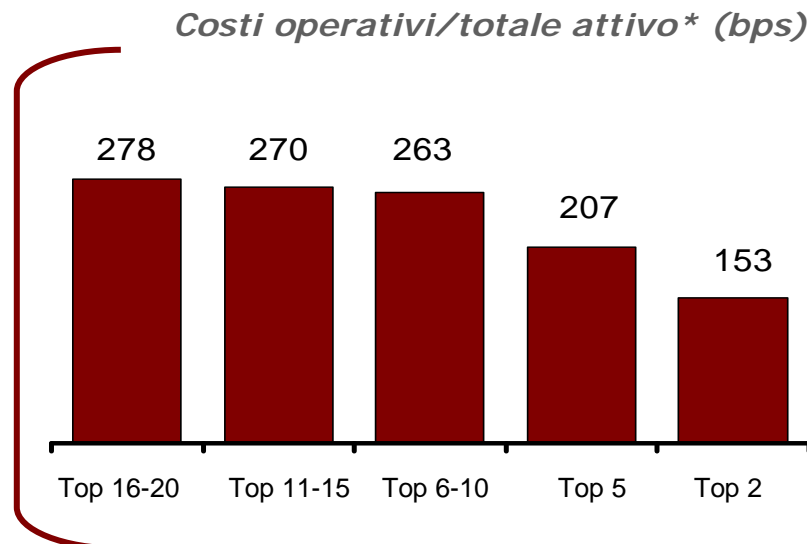
Concentrazione del mercato italiano:

~ 45% del mercato controllato da 3 players

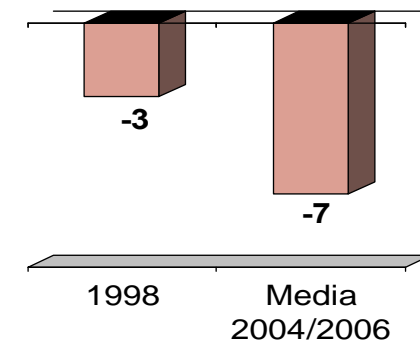


Economie di scala:

Chiara correlazione tra dimensione ed efficienza ... un gap che si allarga



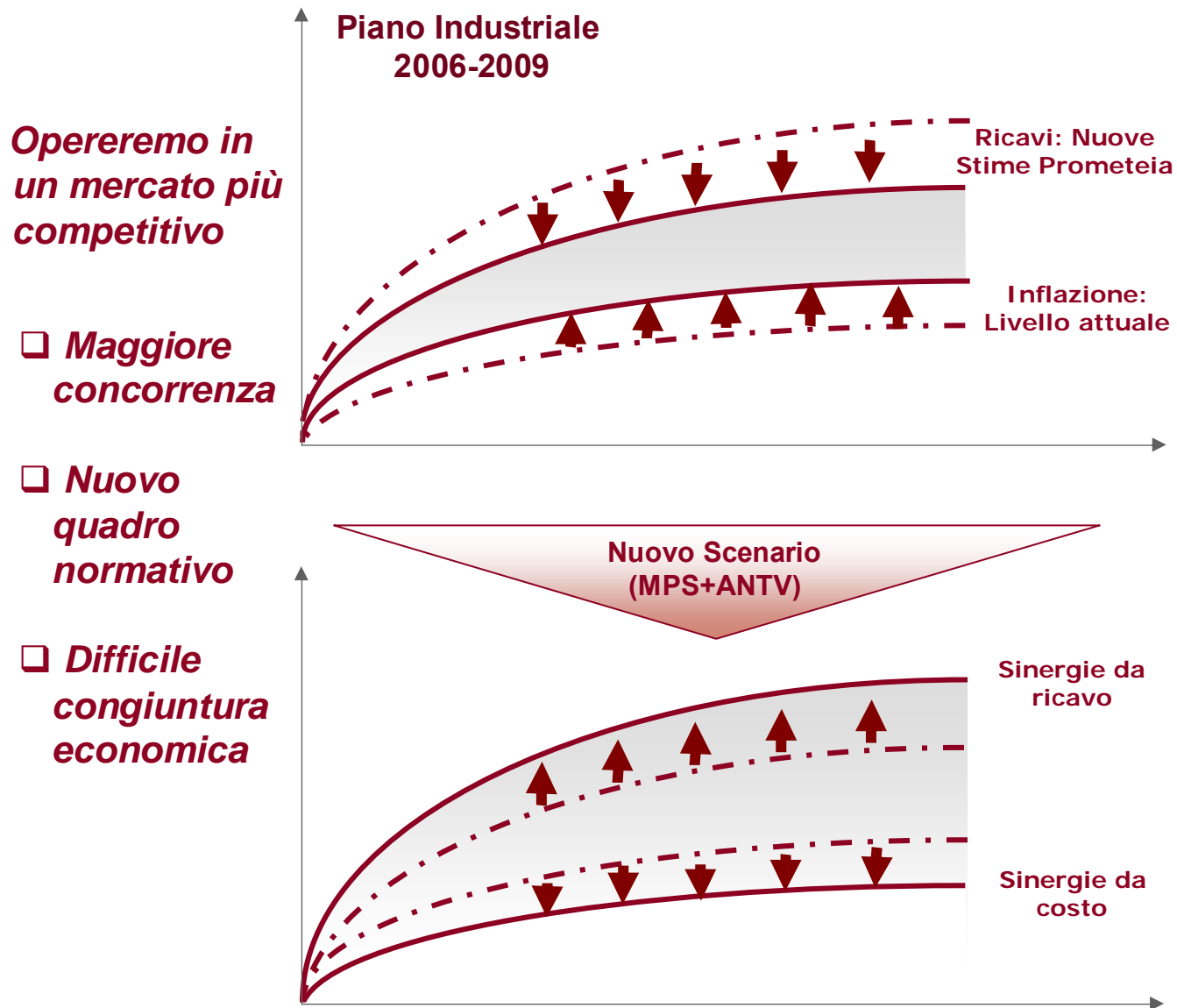
Gap cost/income top 2 Banche Italiane vs top 10 (%)



* Struttura di costo 2006 delle prime 20 banche italiane per totale attivo

Fonte: elaborazioni BMPS su dati di bilancio delle società.

Un nuovo scenario più competitivo che impone scelte strutturali



Occorre lavorare sui fattori strutturali della crescita

I nostri prossimi obiettivi...

I nostri obiettivi immediati

- ❑ Tier 1 a ~6% entro Dicembre 2008 (hp: Basilea 2 Standard) e 6.5% (Advanced)
- ❑ Inserire Antonveneta in un piano di profonda ristrutturazione dell'intero Gruppo BMPS
- ❑ Sfruttare le significative opportunità offerte dal network di Antonveneta
- ❑ Creare valore per gli azionisti attuali e futuri
- ❑ Utile netto a € 2.2 bn a fine Piano

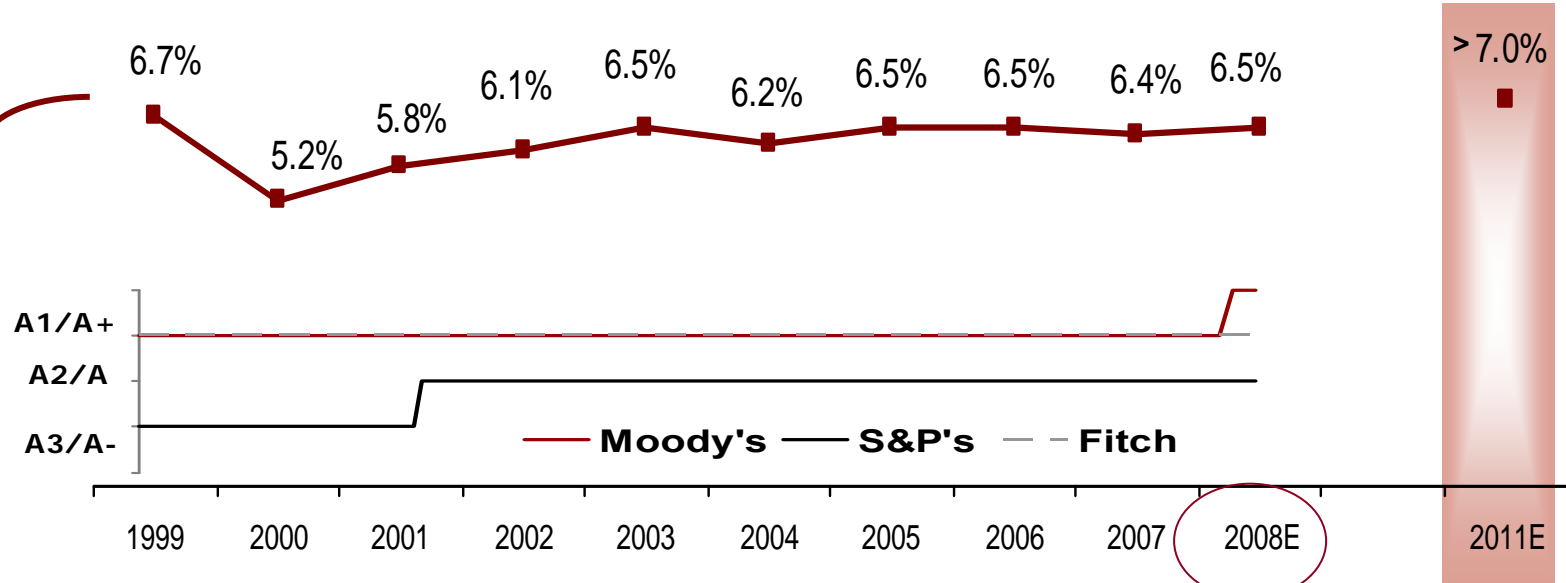
Come Raggiungerli

- ❑ *Corporate Governance* chiara ed incisiva
- ❑ Piano strategico e direttive dettagliate ed efficaci
- ❑ Management di indiscutibile *standing* con solido *track record*

Il primo obiettivo: confermare la nostra solidità

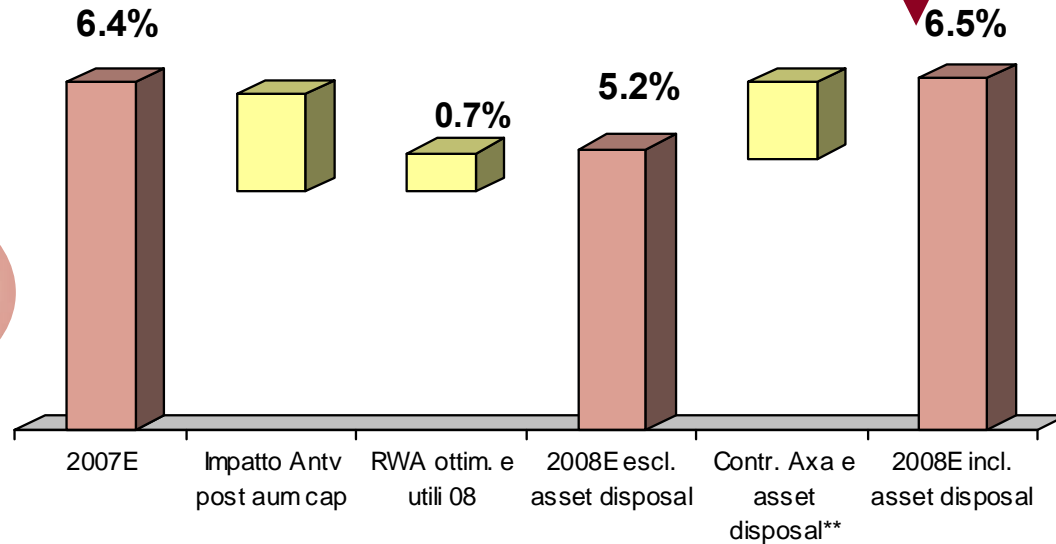
Total Capital Ratio
> 11%

Evoluzione Tier 1 e Rating:
Forte attenzione al rating



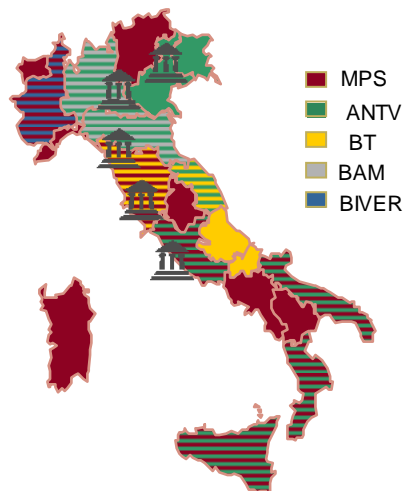
Tier 1*:
5.2% senza asset disposal

Aum Cap e Ibridi
Impegno a sottoscrivere da parte consorzio

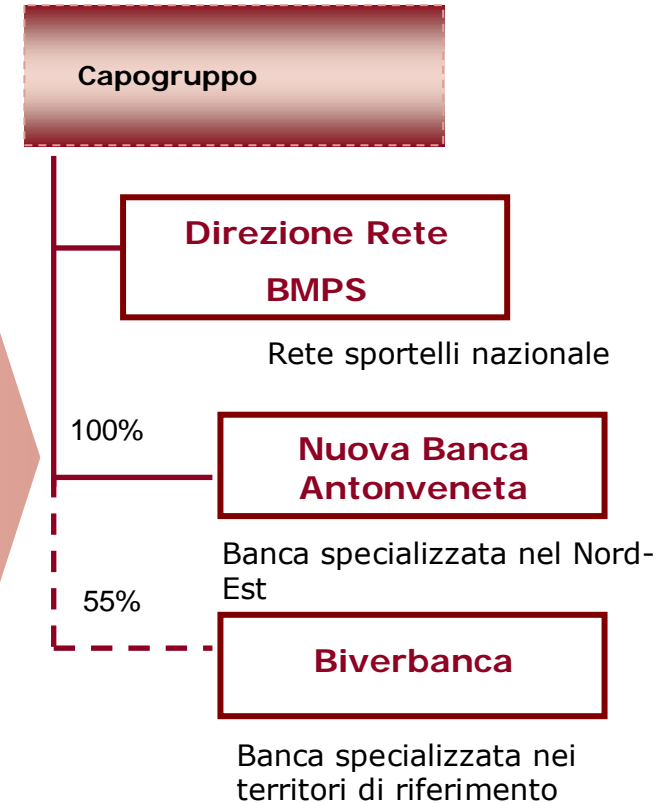


* Ipotesi Basilea II Advanced. Stima preliminare
** Dettaglio Asset Disposal in slide 67

Trasformazione storica del gruppo...



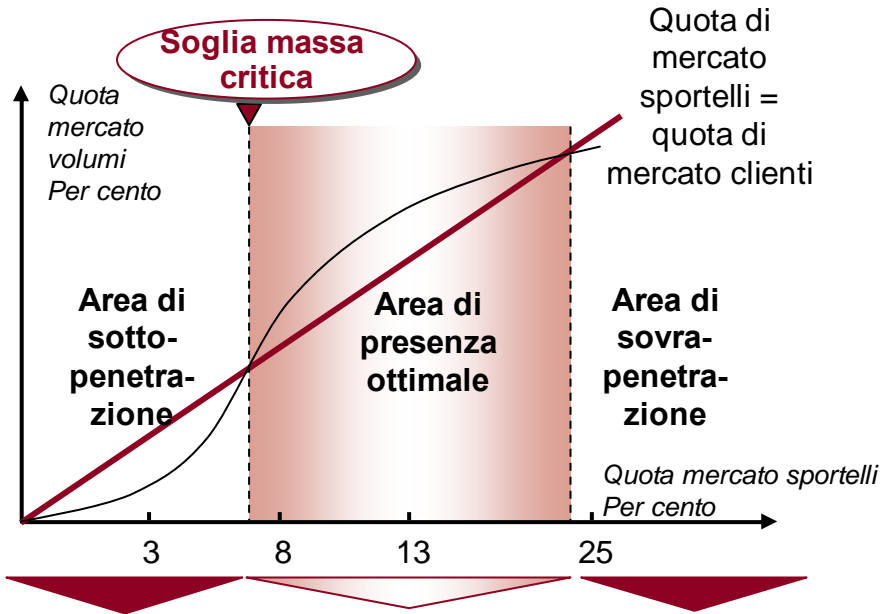
- ❑ Integrazione di ANTV, BAM e BT
- ❑ Rifocalizzazione della Nuova ANTV sul Nord-Est
- ❑ Forte efficientamento delle strutture centrali
- ❑ Salvaguardia del valore dei marchi nelle zone di insediamento tradizionale



Una banca per singolo territorio: i benefici

Sintesi teoria del caso

Stretta relazione fra quota sportelli e quota volumi esemplificabile con una "curva ad S"



Sistematica sottopenetrazione del mercato:

- **Insufficiente visibilità/ notorietà** del brand sul territorio
- **Limitata presenza e "comodità" logistica** su piazza

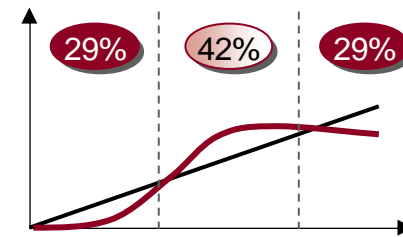
Dimensionamento ottimale sulla singola piazza

Sovrapenetrazione del mercato con potenziale sovrapposizione del bacino di utenza delle filiali della piazza

Applicazione modello a Rete Retail di GMPS

Posizionamento rete filiali rispetto a "curva S"

Due Banche, ciascuna **con** unico territorio di riferimento



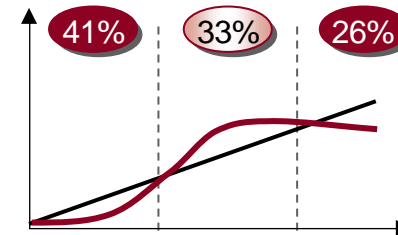
+

Biverbanca "come oggi"

(Potenziale Δ ricavi tipicamente ~10-15%)

VS.

Due Banche, **senza** unico territorio di riferimento



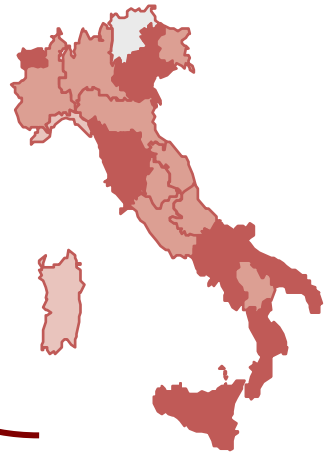
+

Biverbanca "come oggi"

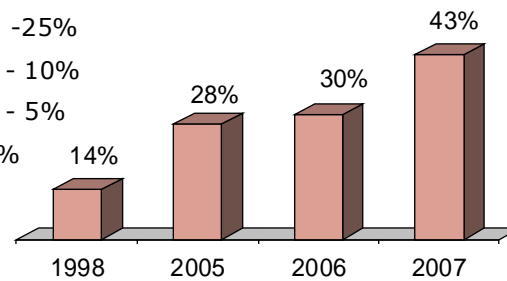
Sfruttando le nuove potenzialità

Nuove Opportunità:
1) incremento presenza nel Nord Italia (3x)
...

MPS + Antonveneta



% filiali nel Nord Italia

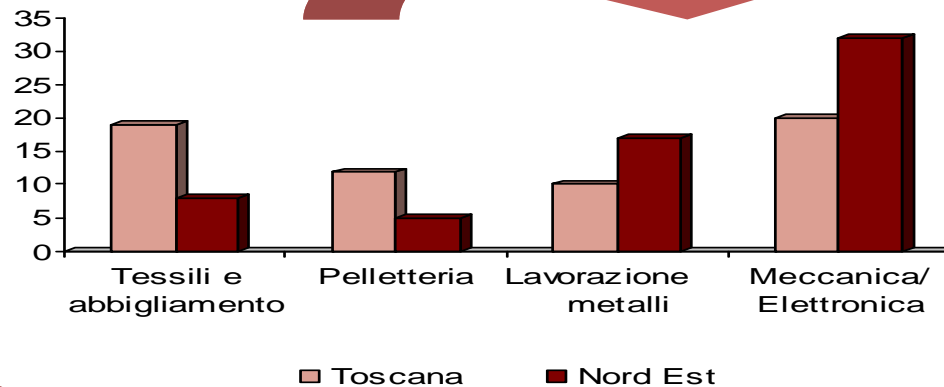


Elevato potenziale nelle aree del Nord Italia

- 737k Imprese nel Nord-Est
- Pil pro capite c20% > media Italia
- Tasso disoccupazione <4%
- Tasso sofferenze inferiore del 50% rispetto alla media nazionale

2) ... con alta diversificazione del rischio

% valore aggiunto industria (100 totale)



Corporate governance snella e incisiva

- ❑ Mantenimento di una struttura di governance snella senza impatti derivanti dall'acquisizione di Antonveneta
 - ❑ "One Tier Board", senza adozione di un sistema duale
 - ❑ Nessun cambiamento nell'attuale composizione del CdA di MPS
 - ❑ Pieno controllo di Antonveneta, senza vincoli di corporate governance
- ❑ Ulteriore semplificazione del processo decisionale:
 - ❑ Riduzione degli HQs con significativi risparmi di costi e benefici di efficienza
 - ❑ Integrazione di BAM e BT in MPS con riduzione degli organi decisionali (CdA e Collegi Sindacali di BAM/BT prevedono attualmente 40 membri)
 - ❑ Creazione di una struttura snella a livello di Antoveneta (significativa riduzione dei consiglieri)

Pieno management empowerment per assicurare il raggiungimento degli obiettivi con responsabilità chiare e reporting diretto

Presidio manageriale di assoluto rilievo

Elevata credibilità

- Management team giovane ma di primario standing e con elevato track record...
- ...un esempio: raggiungimento degli obiettivi del BP 2009 pienamente on track

6,5% CAGR Ricavi Ricorrenti



+1% CAGR Costi



BP TARGET SUPERATO
-0,2% 07/06

HR Manoeuvre:
1650 prepensionamenti e riqualficazioni



BP TARGET SUPERATO
1750 prepensionamenti e riqualficazioni

BO/FO Ratio a 31%



BP TARGET SUPERATO
BO/FO ratio: 25%

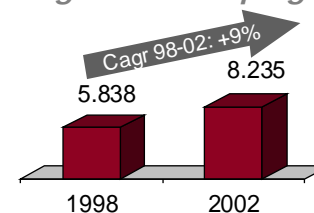
Aggiornamento Iniziative Business Plan

Esperienza di rilievo da portare in ANTV

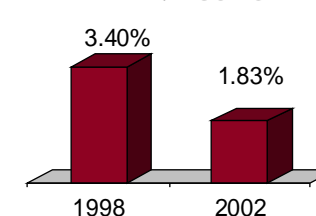
- Giuseppe Menzi* (DG di BAM dal 2001 al 2006) leader della nuova Antonveneta
- L'esperienza BAM: miglioramento significativo della performance in soli 3 anni dall'acquisizione (1999), con piena integrazione del sistema informativo in 4 mesi

L'esperienza BAM

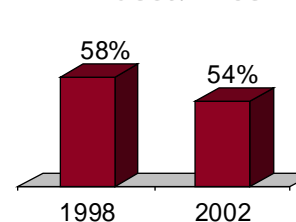
Cagr 98-02 Impieghi



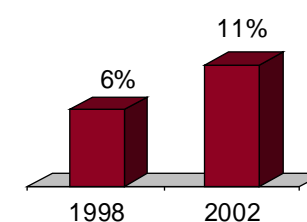
NPL/Loans



Cost/Income



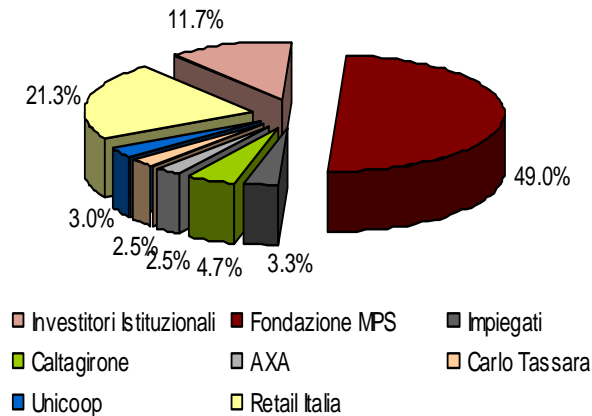
ROE



* Dal 2000 al 2001 Vice DG di BAM. Dal 2006 Vice Direttore Generale Vicario di BMPS, con l'obiettivo di coordinare le strutture operative del Gruppo e di supervisionare le iniziative di ristrutturazione/razionalizzazione organizzativa

Creazione e distribuzione di valore per gli azionisti

Solida base azionaria



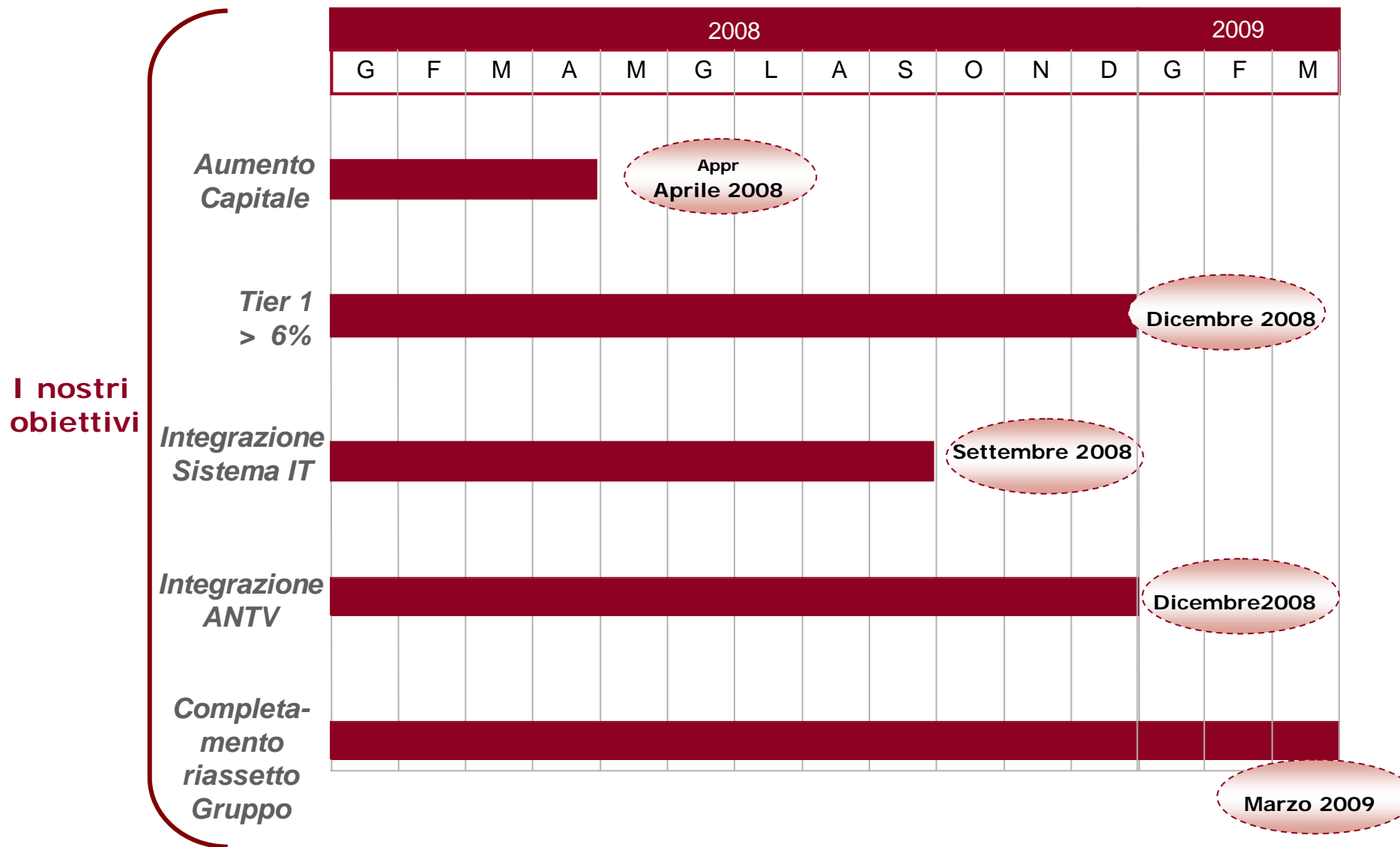
Fondazione MPS:
49% delle azioni ordinarie
58% incl. Preference Shares

Le opportunità per gli azionisti

- ❑ Elevata crescita dell'utile netto da € 1.4 bn (2007) a € 2.2 bn (2011)
 - significativa creazione di valore da Antonveneta e ristrutturazione del Gruppo, pari a sinergie lorde a regime per oltre € 700m
- ❑ Attraente politica di dividendo
 - *dividend pay-out*: >50% medio nell'arco di piano su utili ricorrenti
 - *dividend yield* 2007 al 7.2% *
- ❑ Limitato rischio
 - solida base patrimoniale con Total Capital Ratio >11% in arco piano
 - *asset quality* sotto controllo
 - integrazione in tempi rapidi possibile grazie alle caratteristiche della rete Antonveneta e al *track record* del management MPS

* Prezzo di riferimento del 7 marzo 2008

Execution in tempi rapidi



Agenda

Manteniamo le promesse fatte



La base della nostra credibilità

- I risultati 2007 GMPS

- Update Business Plan 2006-2009

Key pillars del Piano Industriale 2008-2011

Financials

Antonio Vigni General Manager

Cosa abbiamo detto ... e fatto ...

Antonio Vigni- I criteri della credibilità futura

Essere percepiti dai clienti come leader nel servizio

Aver ottimizzato la gestione e l'allocazione del capitale

Aver potenziato la rete commerciale e snellito strutture centrali

Aver realizzato la storia di restructuring della Banca

69

GRUPPO MPS

La base della nostra credibilità

- ❑ *27 Giugno 2006 (Presentazione Piano Industriale):*
"Focus primario: i criteri della credibilità futura"
- ❑ *3 Luglio 2007 (Investor Day):* "Promuovere la sostenibilità come fattore di sviluppo"



Agenda

Manteniamo le promesse fatte

La base della nostra credibilità



- I risultati 2007 GMPS

- Update Business Plan 2006-2009

Key pillars del Piano Industriale 2008-2011

Financials

FY 2007 Results - Highlights

(mln €)	2007	2007 / 2006	4Q07	4Q07 / 4Q06
Net Interest Income	2,944.5	8.5%	801.9	11.7%
Net Fees	1,515.3	1.7%	379.2	-0.1%
Basic Income	4,459.8	6.1%	1,181.1	7.6%
Total Revenues	4,968.2	1.9%	1,338.1	-4.6%
Loan Loss Provisions	552.0	19.7%	214.0	43%
Operating Costs	2,900.8	-0.2%	809.7	-2.8%
Net Operating Income	1,477.6	6.7%	279.1	-7.8%
Net Income	1,437.6	58.0%	719.4	n.s.
C/I	58.4%			
Impieghi*	106,322	15.6%		
Raccolta diretta*	113,347	20.6%		

* Inclusa Biverbanca

Revenues analysis

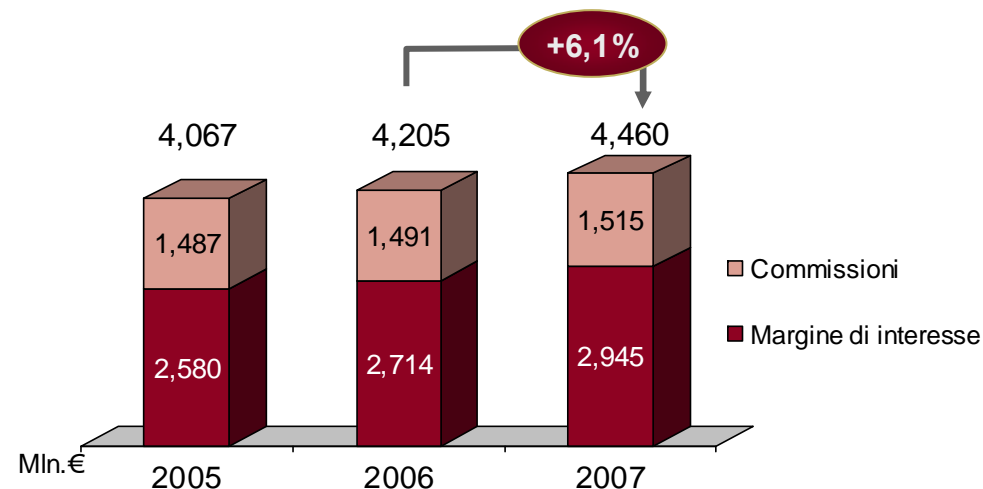
Forte avanzamento commerciale

- ❑ Clienti: +150.000 YoY
- ❑ Filiali e Centri Private: +104
- ❑ Erogazioni Credito: +22,6%
 - Mutui: +22%
 - Leasing: +31.5%
- ❑ Flussi Risparmio: +15%
 - Obbligazioni: +40,8%

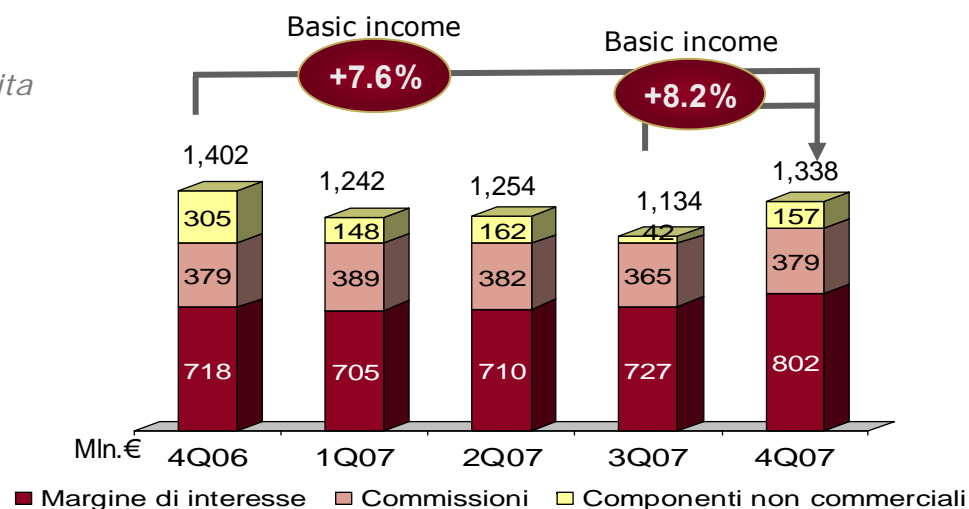
Continua accelerazione Basic Income

- ❑ Margine di Interesse
 - Accelerazione nel 4Q (+10.3% qoq, +7.8% escludendo 18 mln.€ junior notes) grazie a crescita volumi e tenuta dello spread
- ❑ Comm.Netto
 - Crescita del 4% yoy al netto comm.performance
 - Comm.Tradizionali: +2,7% yoy
- ❑ Trading/Dividends
 - +€26 mln vendita Finsoe nel 2Q
 - +€162 mln vendita Borsa Italiana nel 4Q
 - € 42 mln di trading portfolio nel 4Q

Evoluzione Basic Income YoY



Evoluzione Ricavi QoQ



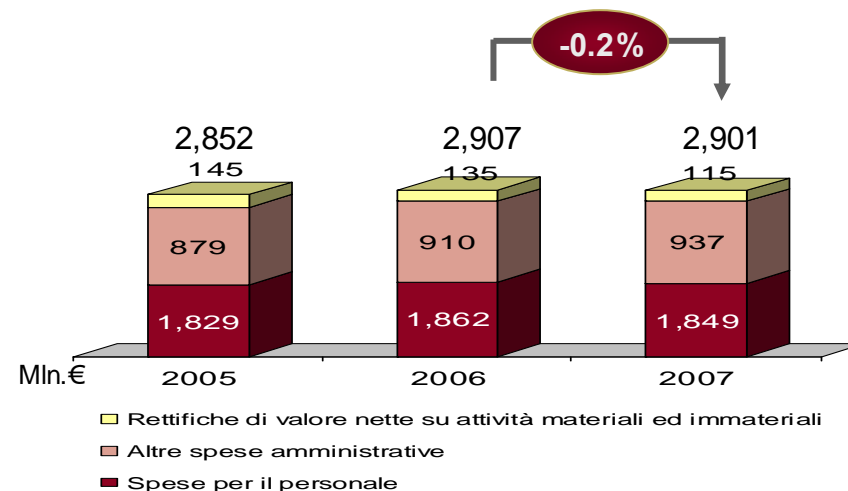
Costs analysis

Conclusa la manovra 2006/2009 sul personale con target battuti con 2 anni di anticipo

Calo dei costi del personale nonostante gli one-off:

- ❑ TFR Revaluation: + € 10 mln
(+€ 14 mln nel 2Q, -€ 4 mln nel 4Q)
- ❑ Esodo Incentivato: - € 53 mln
(€ 45 mln nel 4Q)
- ❑ Rinnovo CCNL: - € 50 mln
(40 mln nel 4Q)

Evoluzione Costi YoY (€ mln)

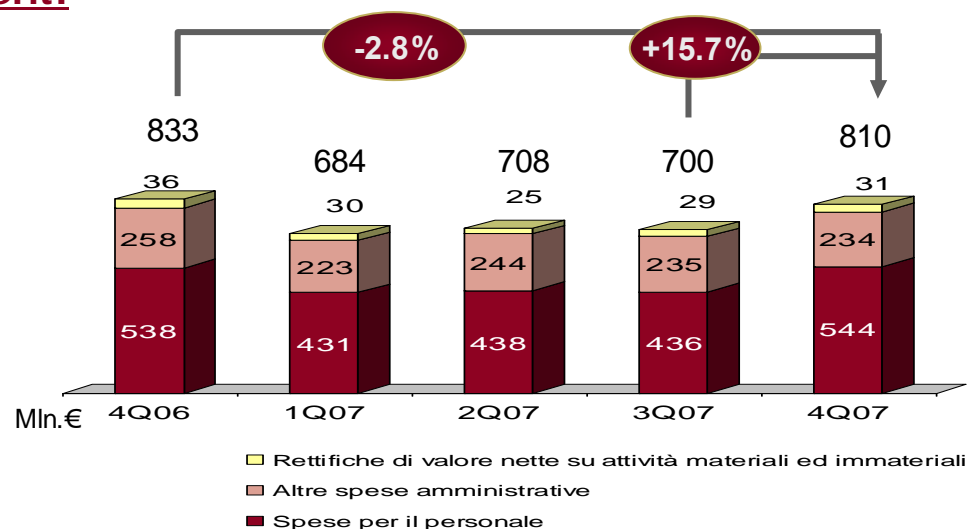


Controllo ASA nonostante forti investimenti

Nel dettaglio:

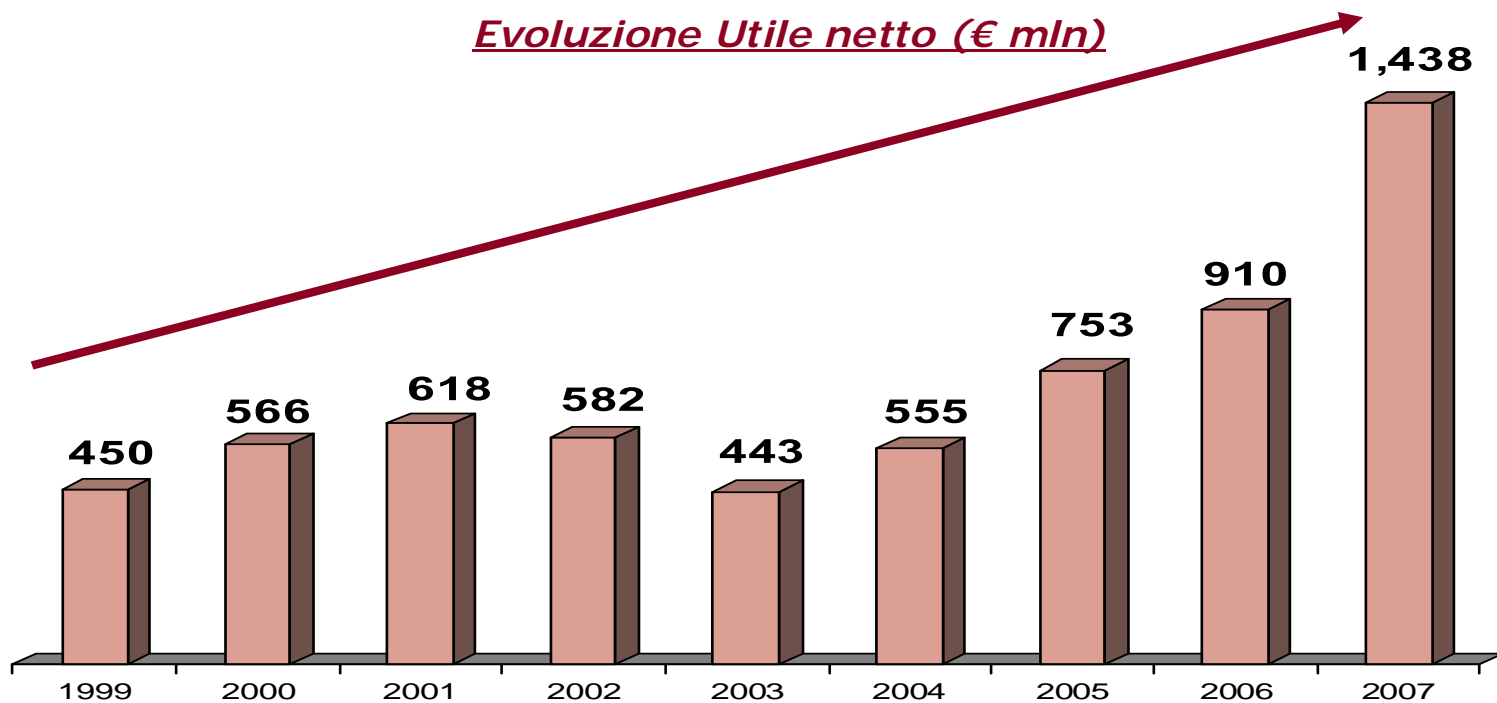
- ❑ Spese Consulenza: €25 mln
(Mifid, Basilea II...)
- ❑ Campagna Pubblicitaria: €13 mln
- ❑ Ampliamento Rete: €15 mln
- ❑ Apertura di 98 nuove filiali nel 2007

Evoluzione Costi QoQ (€ mln)



Un ottimo bilancio con un forte rafforzamento del presidio dei rischi

- ❑ Importante aumento copertura crediti deteriorati: +70 bps
- ❑ Rafforzamento fondo rischi, copertura controversie Bell, Parmalat ed altro: € 130 mln
- ❑ Fiscalità differita: impatto negativo per € 102 mln
- ❑ Impatto plusvalenza JV Axa-MPS Vita: €735 mln



Agenda

Manteniamo le promesse fatte

La base della nostra credibilità

- I risultati 2007 GMPS



- **Update Business Plan 2006-2009**

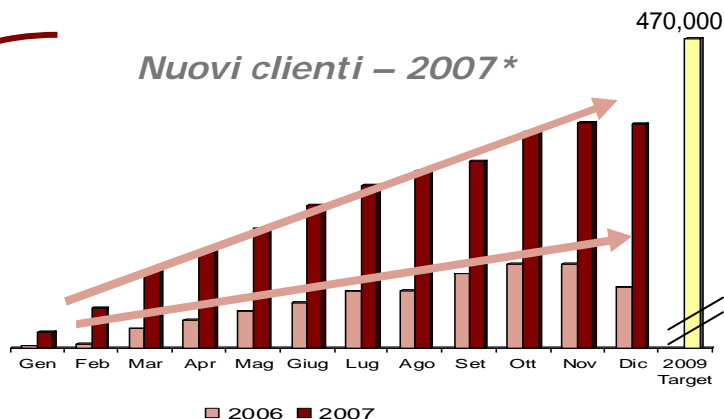
Key pillars del Piano Industriale 2008-2011

Financials

Solida crescita delle nostre basi ...

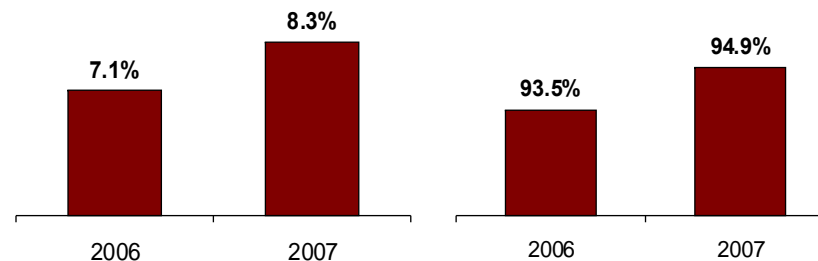
Nuova clientela:

Incremento base clienti del 3% (2007)



Acquisition rate

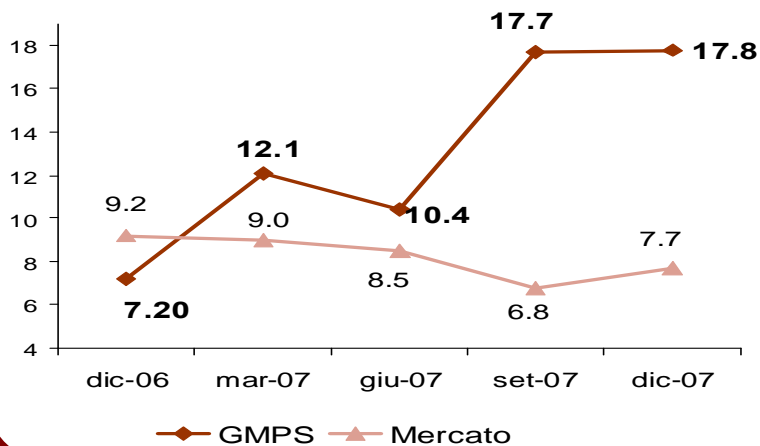
Retention rate



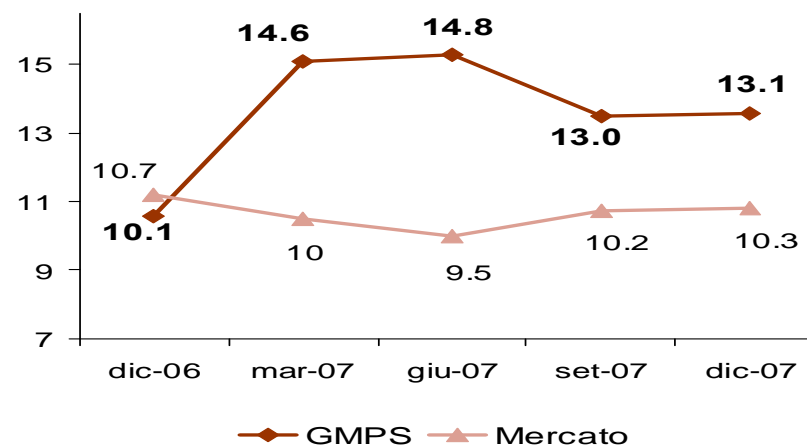
Raccolta diretta e impieghi:

Sovra-performato il mercato

Crescita raccolta diretta (%) **



Crescita impieghi (%) **



* Nuovi clienti acquisiti, netti dei clienti persi, di BMPS, BT, BAM e MPSBP

** Dati GMPS 2007 non includono Biverbanca

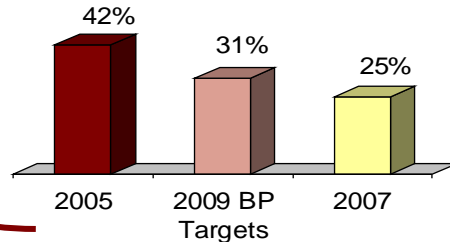
Fonte: Prometeia, Banca d'Italia, CER, FMI, Istat, Il Sole 24 Ore,

... in presenza di una forte revisione della struttura commerciale

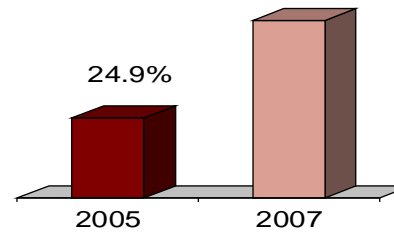
Struttura Commerciale:

Rafforzamento quantitativo e qualitativo

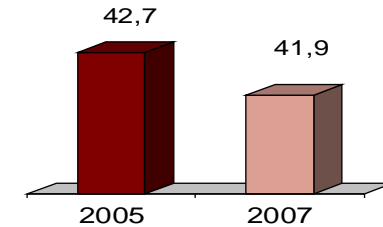
Back office/ Front office Ratio*



% laureati su totale**



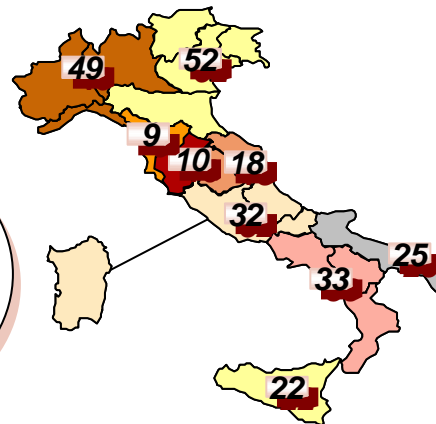
Età media (anni)



Network:

Rafforzamento attraverso apertura nuovi sportelli e acquisizione reti

Nuovi sportelli aperti dal 2005



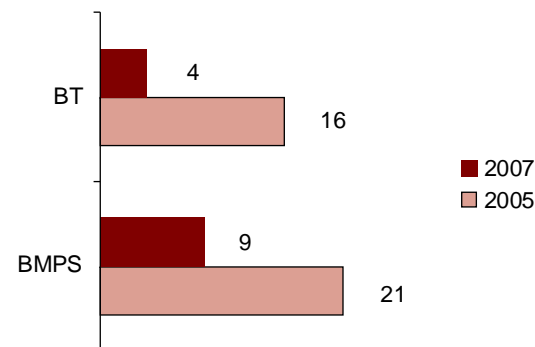
Acquisizione di Biverbanca:
+ 105 sportelli in Piemonte

GMPS aumenta la market share in Piemonte dal 1% al 6%

Modello Distributivo:

Recuperata efficienza attraverso semplificazione

Riduzione Aree territoriali



* Staff di Direzione Generale e Aree Territoriali/Staff di rete

** Riferito a Banca MPS

... e delle fabbriche prodotto/servizi



INTEGRAZIONE
MPS BANCA
PER L'IMPRESA
- MPS FINANCE

(ottobre 2007)



JV CON
2 PARTNER

(in corso)



JV CON AXA

(ottobre 2007)
(già operativa)



ACQUISIZIONE
AXA SIM

(febbraio 2008)
(già operativa)

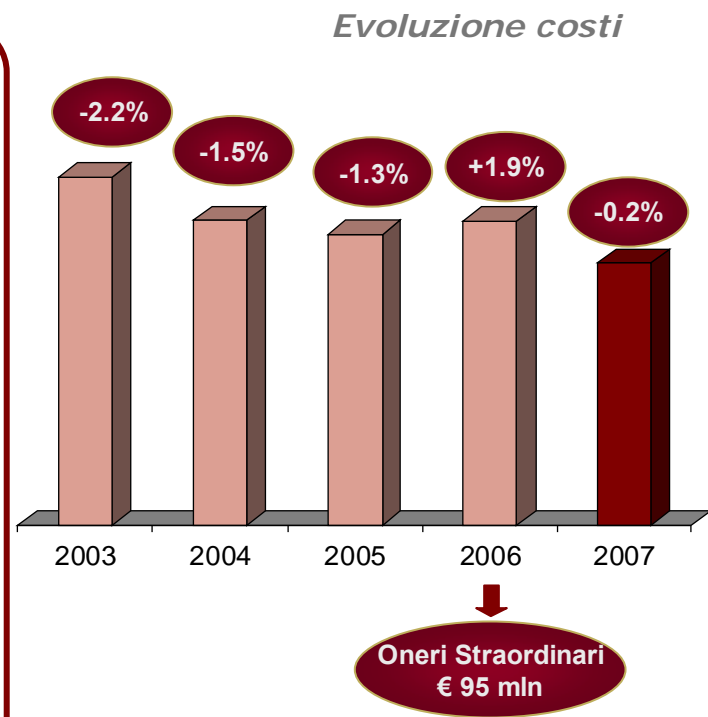
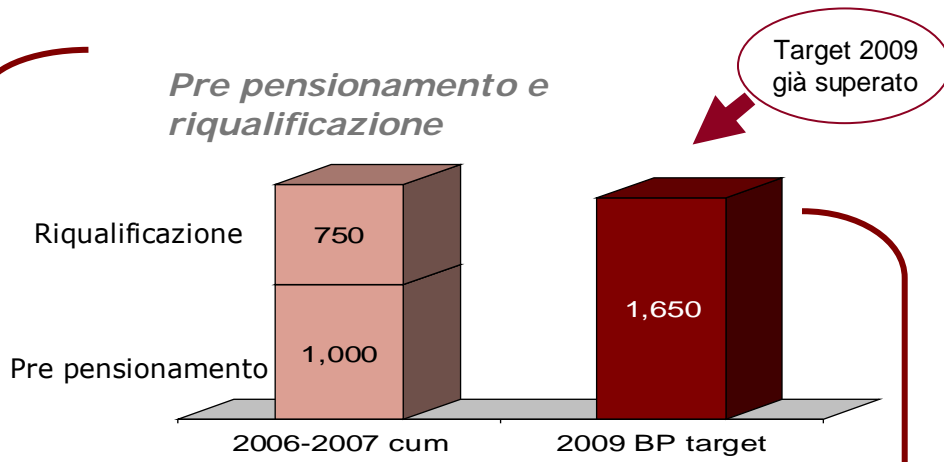


JV IN CORSO

NPL

Con un forte presidio dei costi operativi

Controllo dei costi:
Incisiva manovra sul personale ...



... e nuove iniziative di riduzione delle Spese Amministrative

- ❑ Rete integrata di gruppo – passaggio a Banda Larga con Gruppo TELECOM ITALIA (2008 – 2010)
- ❑ Reformulazione accordo commerciale con IBM S.p.A (2007-2012)
- ❑ Telecom e IBM nuovi contratti:
 Risparmio costi: +40% vs BP target nel periodo 2008-2009

Al riparo da rischi di mercato e di liquidità

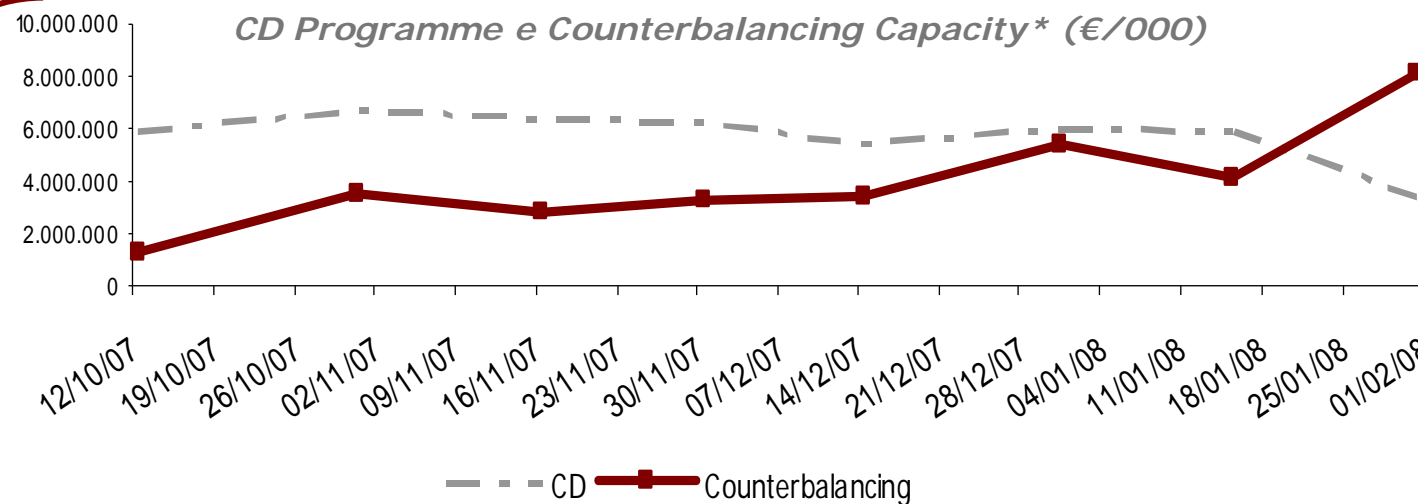
Esposizione ai rischi:

Estremamente limitata

- Nessuna esposizione verso Conduit/SIV e limitata (€13 mln) esposizione verso Subprime CDOs
- Clean up dei residui rischi (Bell/Parmalat) e significativo aumento della copertura fatta nel 2007

Liquidità e counterbalancing capacity*:

Buone decisioni di funding mix



- Interbancario netto positivo, con raccolta da CD diminuita significativamente nel 4Q07
- La counterbalancing capacity* è di circa € 8bn a fine Gennaio 2008. Il significativo aumento è dovuto al closing della cartolarizzazione "Siena 07-5" per circa € 4,7bn
- Forte aumento della raccolta diretta: +17.8% YoY

* La counterbalancing capacity è la somma delle attività di "riserva" immediatamente utilizzabili dal Gruppo per far fronte al proprio fabbisogno di liquidità

L'acquisizione di Antonveneta è perfettamente coerente con le strategie del Gruppo

De facto, già una Rete distributiva ...

Piena "integrabilità" industriale di Antonveneta in GMPS:

- ❑ Integrazione "secca" della rete di filiali nel Gruppo
- ❑ Sensibile upside (qualità prodotti, execution) nell'approvvigionamento della ex-rete Antonveneta da fabbriche di GMPS (proprietarie e in partnership)

... di grandi dimensioni (~1.000 filiali), con buon reach territoriale (1,5 milioni di clienti serviti), in aree ad elevata ricchezza (Triveneto, Lombardia, Emilia Romagna, Lazio)...

Significativo e immediato rafforzamento del posizionamento competitivo di GMPS:

- ❑ GMPS come terzo polo bancario del paese
- ❑ Incremento del reach commerciale
- ❑ Rafforzamento nelle aree più ricche del paese
- ❑ Rafforzamento del presidio territoriale: leadership geografica estesa

... con potenziale stand-alone di recupero performance significativo

- ❑ Significativo potenziale di value creation: GMPS può trasferire su Antonveneta le sue expertise distributive (prodotti, modello di servizio) ottenendo un sensibile upside già nell'immediato

Raggiungimento della massa critica in Italia

"Il Nuovo Gruppo"

da..

..a

Filiali	~ 2,000	~ 3,000
Filiali Nord Italia	30%	43%
Clienti (mln)	~ 4.8	~ 6.4
Clienti PMI	~ 50,000	~ 80,000
Raccolta diretta (€ bn)	113	138
Impieghi (€ bn)	106	137

Agenda

Manteniamo le promesse fatte

La base della nostra credibilità

- I risultati 2007 GMPS

- Update Business Plan 2006-2009



Key pillars del Piano Industriale 2008-2011

Financials

Le linee guida strutturali e gestionali

1. Ottimizzazione assetto distributivo

- ❑ **Allargamento significativo** rete distributiva
- ❑ Introduzione della **dominanza territoriale** (unica Banca per singolo territorio) di **tre entità legali**
- ❑ **Diversificazione** strategica dell'approccio al cliente attraverso **focus continuato** su canali **alternativi** di distribuzione (Infinita, Banca Personale) e introduzione di **risorse focalizzate** sull'acquisizione di nuova clientela (rete di sviluppatori)

2. Applicazione nuovo assetto di produzione

- ❑ **Chiara focalizzazione** strategica delle fabbriche di proprietà del Gruppo come **centri di eccellenza specialistica** (es. MPS Capital Services)
- ❑ *Procurement* per il cliente dei **migliori prodotti a livello internazionale** (Selezione e gestione ottimizzata dei fornitori terzi e *Retention* **selettiva** di fabbrica, anche in *partnership* con leader di settore)

3. Ulteriore specializzazione per il cliente

- ❑ Introduzione/rafforzamento di **reti di specialisti** di prodotto a riporto e gestione diretti delle Direzioni Commerciali di Capogruppo
- ❑ **Presidio specializzato dell'impresa e del segmento (U)HNWI** (specializzazione di *coverage*)

4. Miglioramento strutturale efficienza

- ❑ **Snellimento strutturale** del battente di costo operativo, attraverso:
 - Creazione di **unità funzionali uniche** in Capogruppo (*outsourcers* interni)
 - **Razionalizzazione** dei **poli** di back office, ICT e Credito
 - **Banche Reti focalizzate esclusivamente** sull'attività **commerciale**

5. Ottimizzazione capitale

- ❑ **Presidio "attivo" di rischi e capitale** attraverso programma **integrato e cross-funzionale** in ottica di miglioramento strutturale del rendimento degli RWA di Gruppo

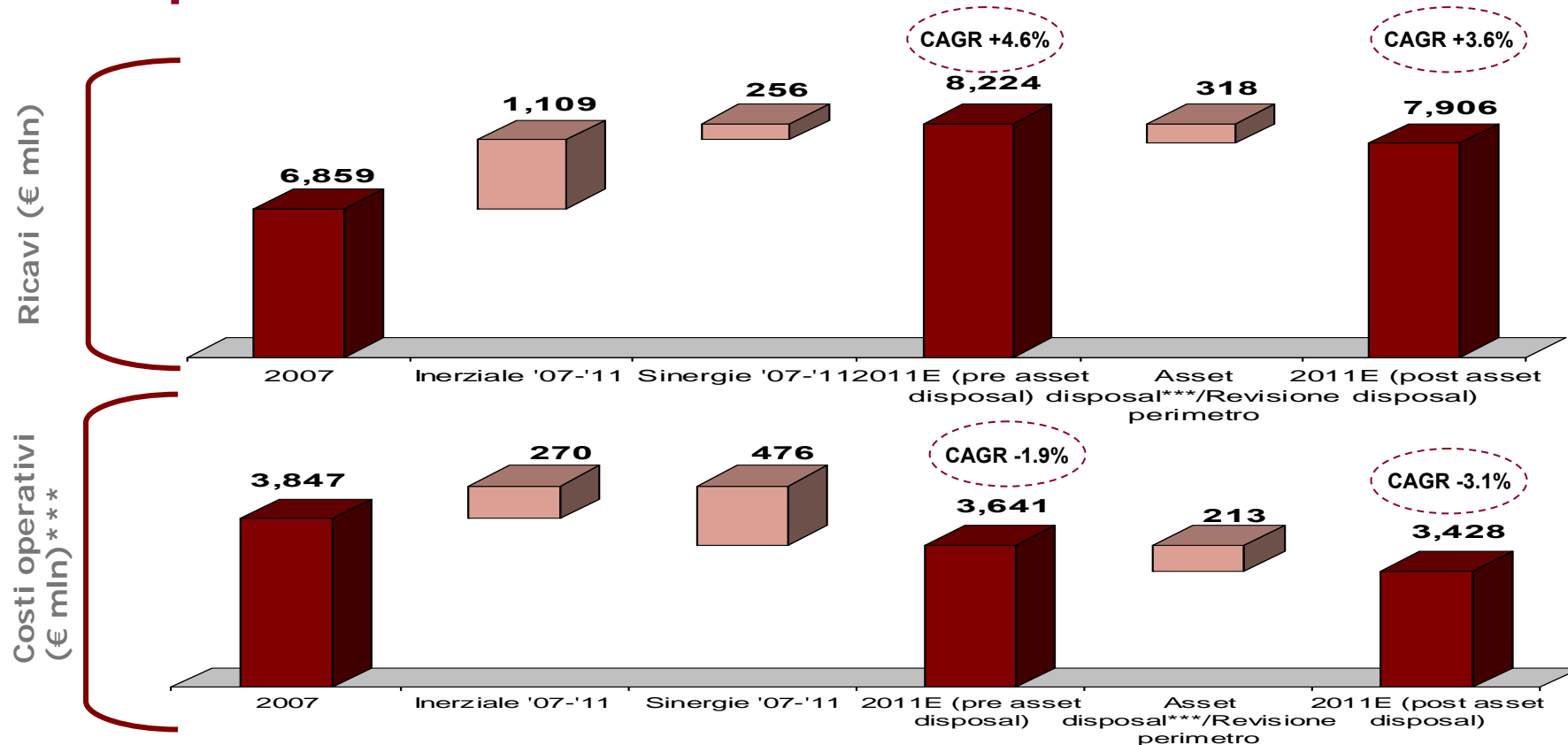
6. Ristrutturazione attività non *core*

- ❑ **Esternalizzazione/partnership** della gestione di servizi a soggetti terzi (es. portafoglio immobiliare, recupero crediti)

**Efficacia
produttiva e
commerciale**

**Efficienza
operativa e
ottimizzazione
del capitale**

Principali obiettivi del Piano Industriale 2008-2011



	2007	F2010E (pre asset disposal)	F2011E (pre asset disposal)	F2011E (post asset disposal)
Cost/Income	61%*	50%	47%	47%
Utile netto (€ bn)	1.4	2.22	2.17	

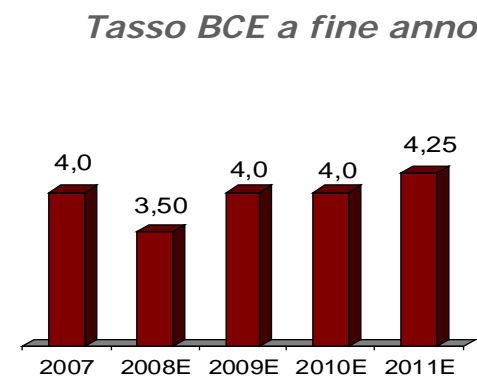
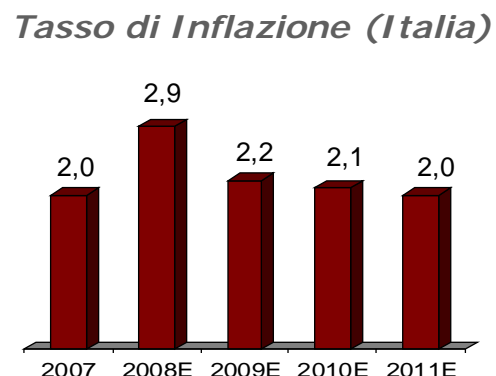
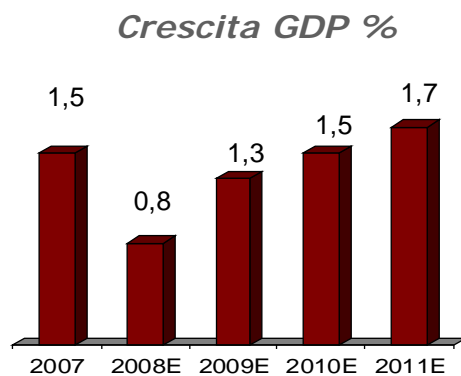
* Combined

** Escluso ammortamenti e oneri straordinari

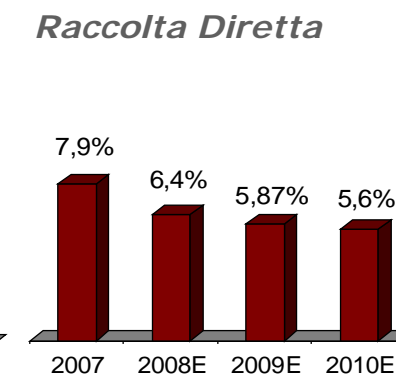
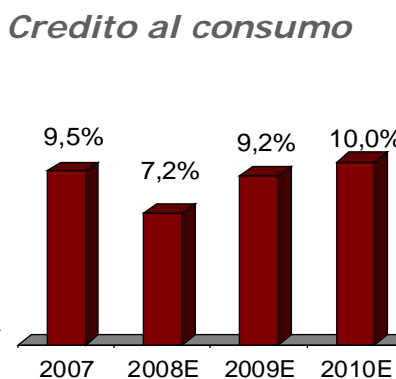
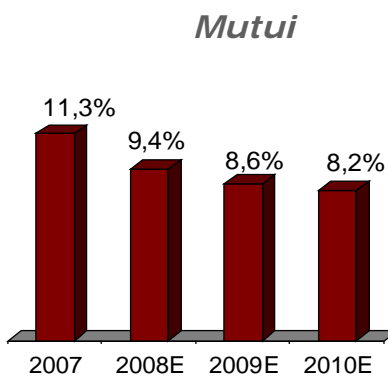
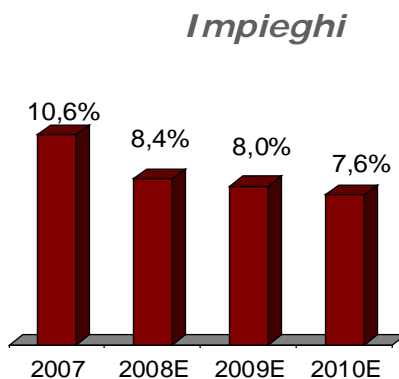
*** Asset disposal dettagliati alla slide 67

Con questo quadro macro di riferimento

Indicatori macro economici Italiani

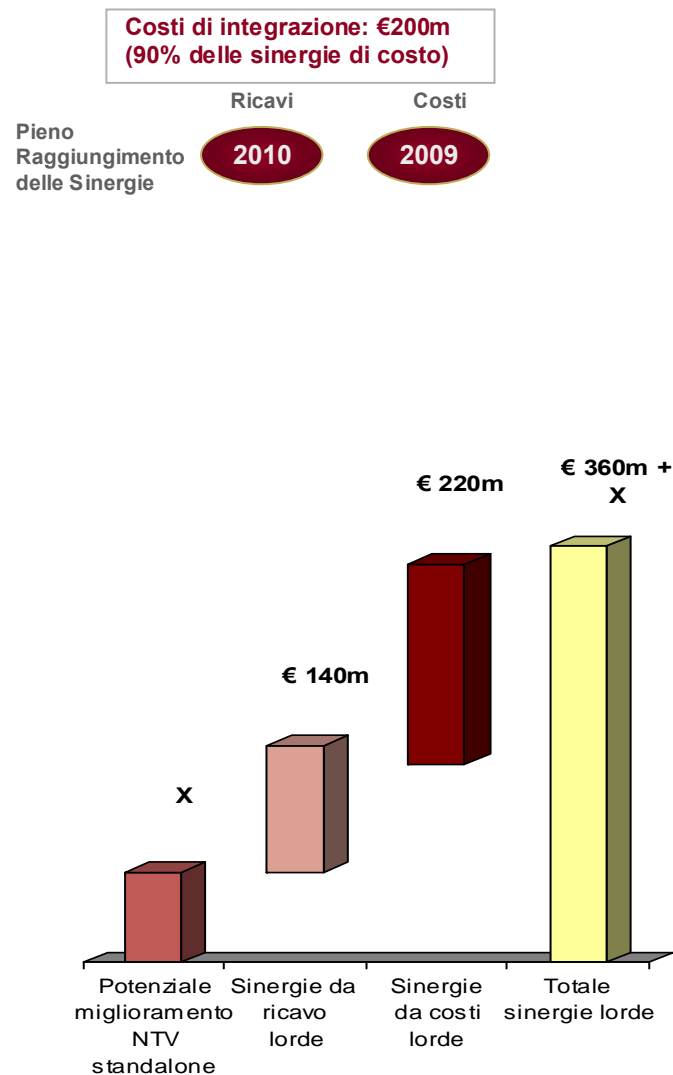


Principali Indicatori Sistema Bancario Italiano

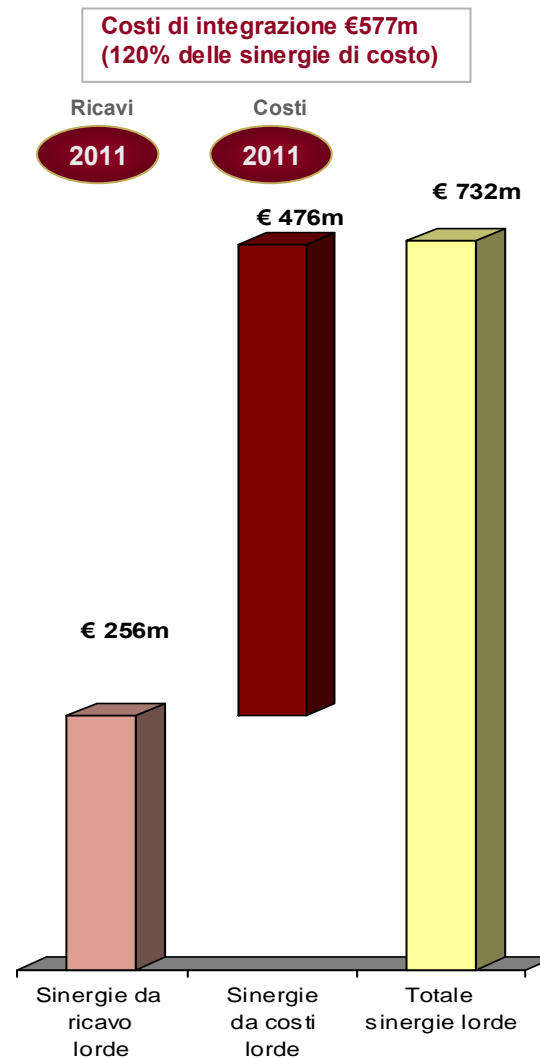


Sinergie totali: €732 mln con pieno raggiungimento nel 2011

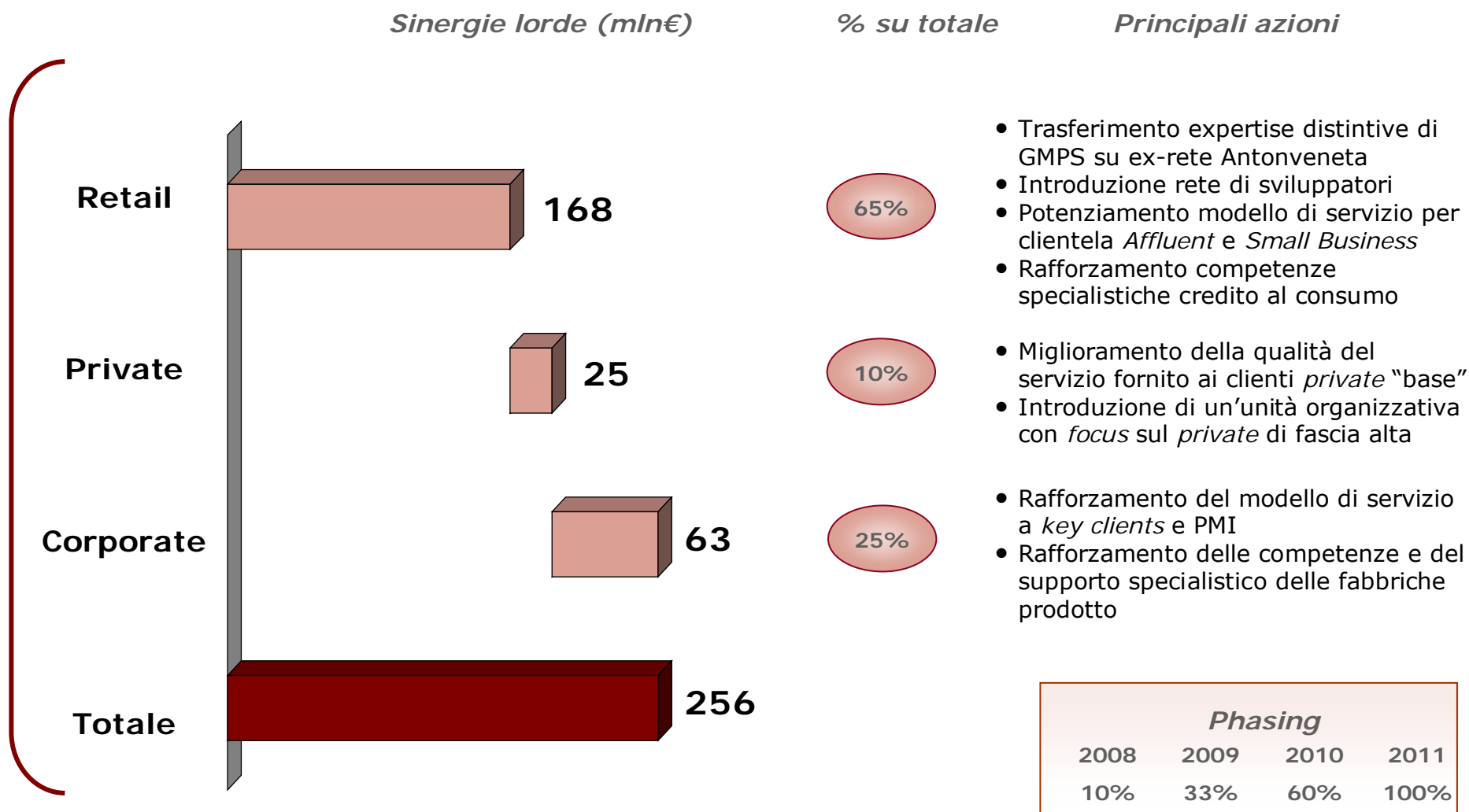
*Stime preliminari all'annuncio
Acquisizione Antonveneta ...*



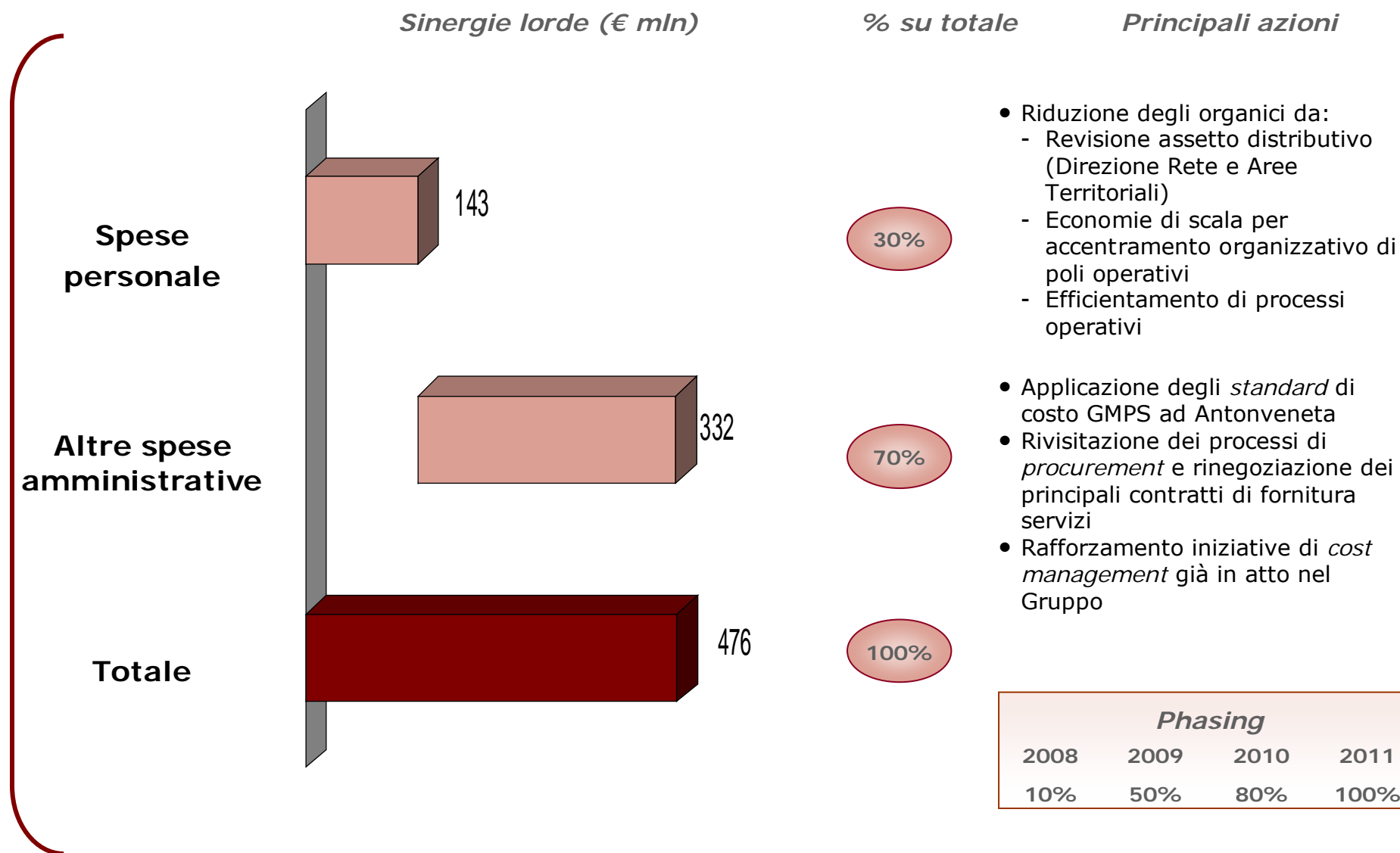
*Stime piano (inclusive di sinergie
da ristrutturazione GMPS)*



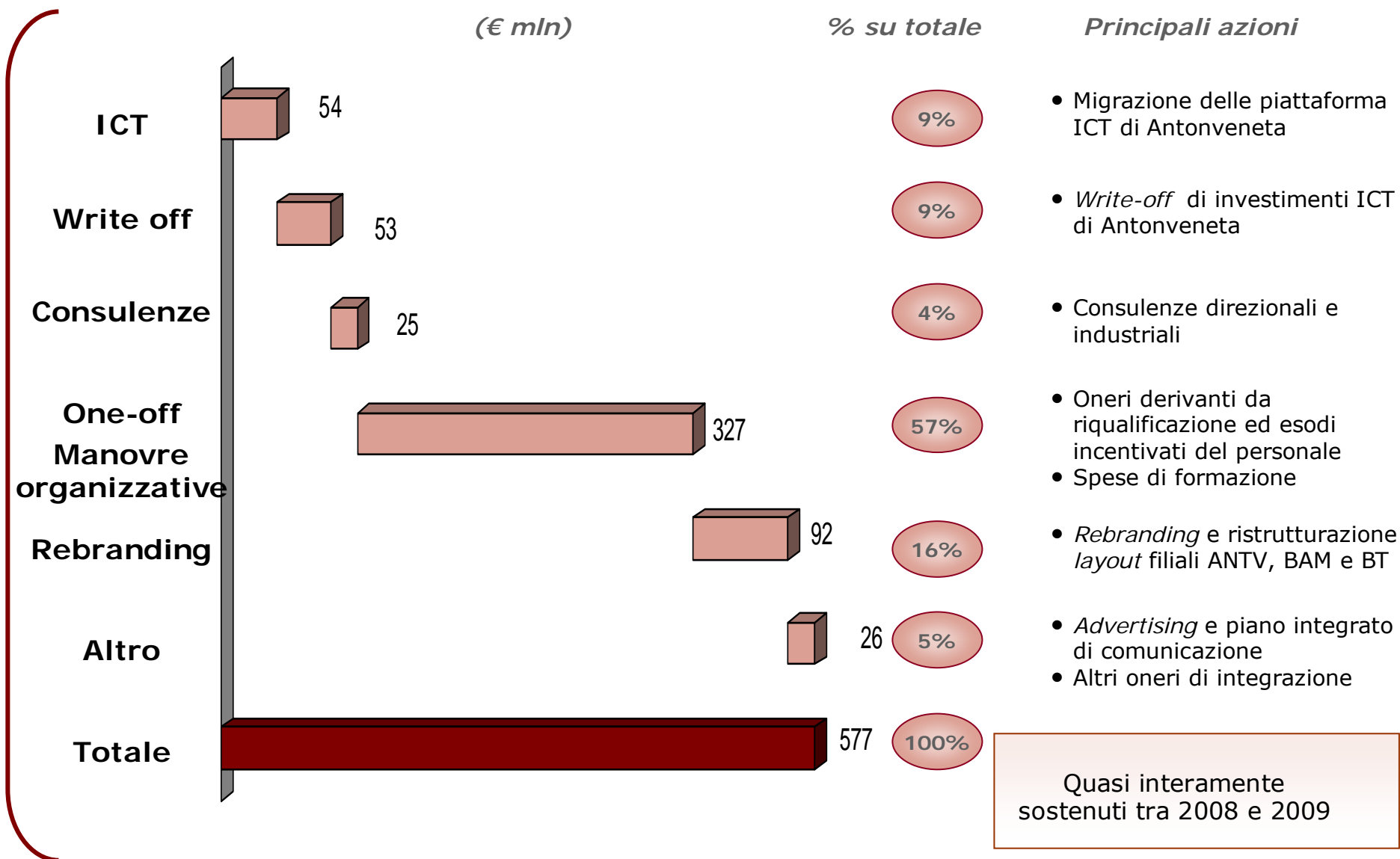
Sinergie di ricavo: € 256 mln



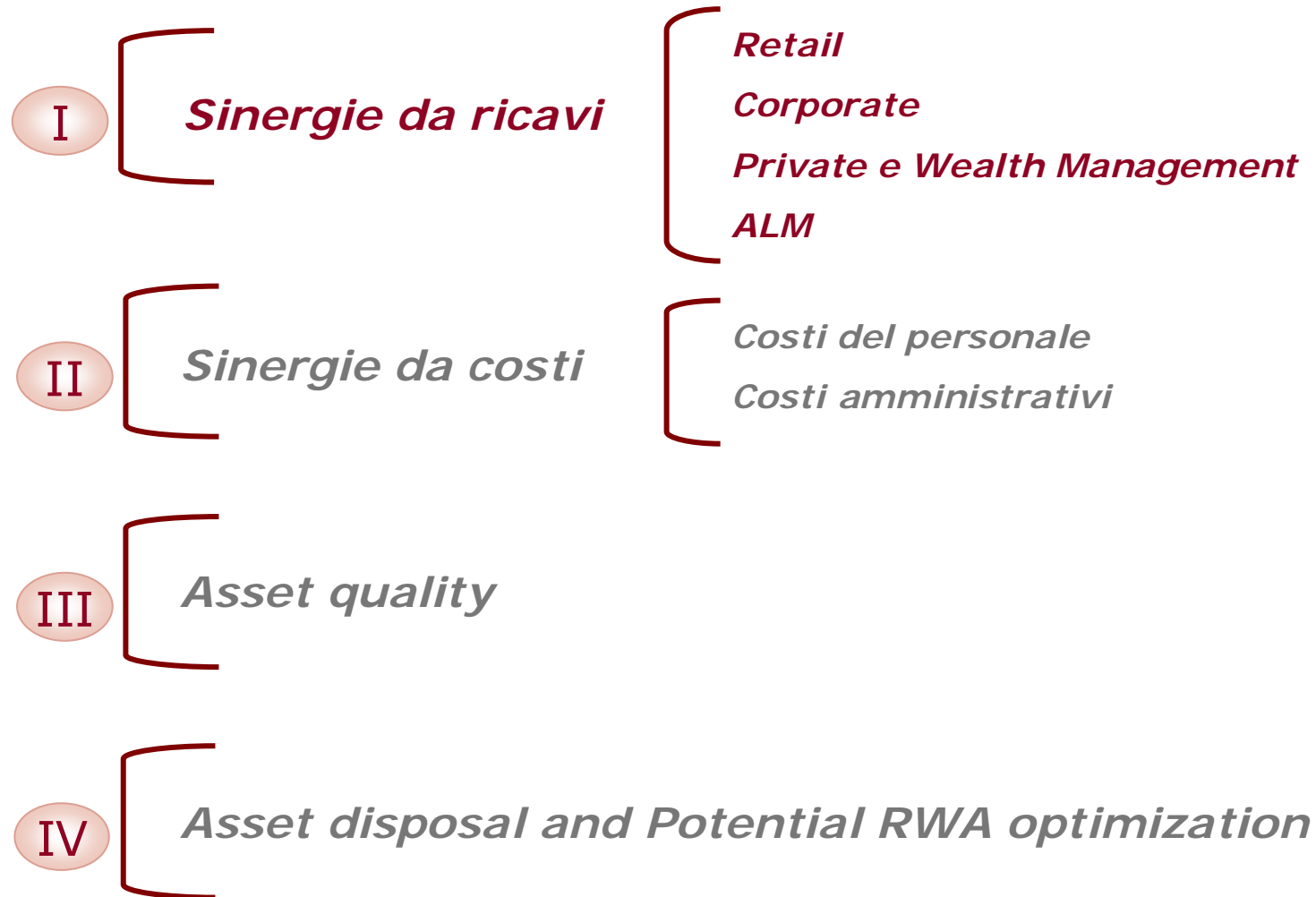
Sinergie di costo: € 476 mln



Oneri di integrazione: € 577 mln



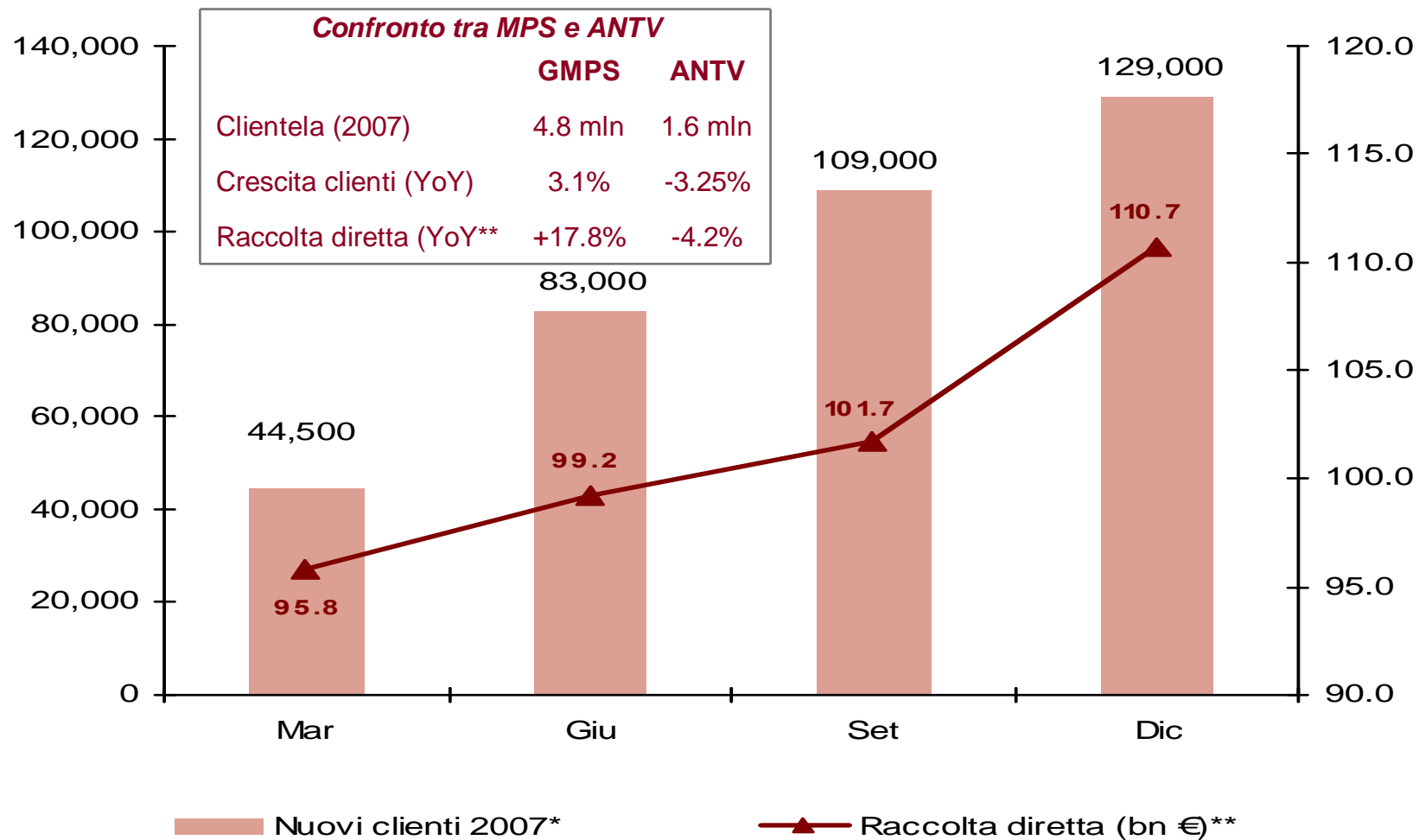
Le sinergie e le altre opportunità



I 1) Retail: la forza della rete MPS

“Obiettivo: trasferire l’esperienza MPS in ANTV”

Evoluzione Clientela MPS e raccolta diretta (2007)



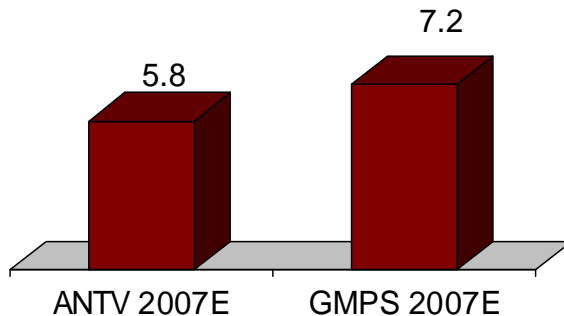
* BMPS, BT, BAM e MPS Banca Personale. 150,000 includendo Consum.it

** Raccolta diretta non include Biverbanca

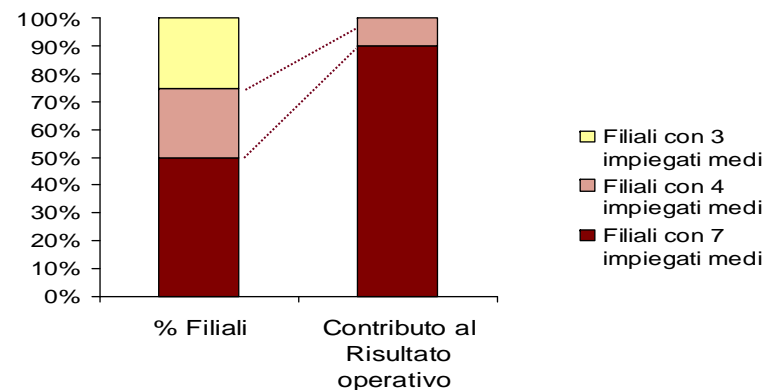
I 1) Retail: le opportunità da chiusura gap

Network ANTV:
Necessità di potenziare FO

Dipendenti FO per filiale

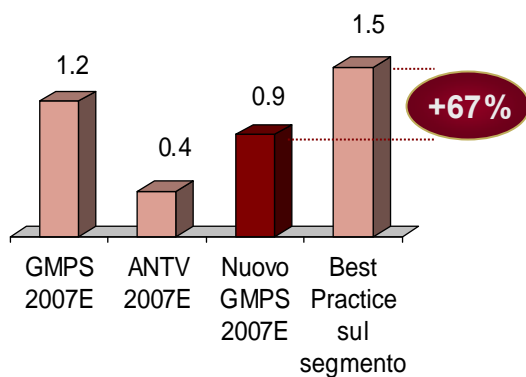


Contributo filiali ANTV a redditività

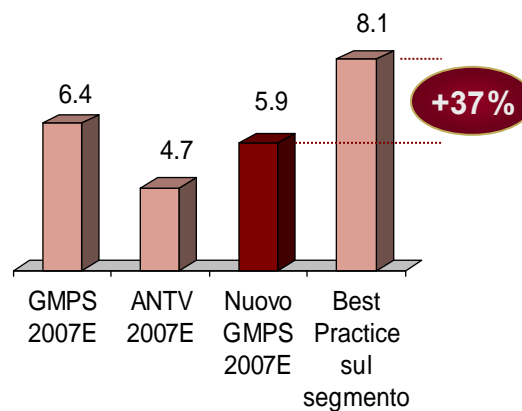


Gap vs Best practise Italia:
upside elevato per il nuovo GMPS

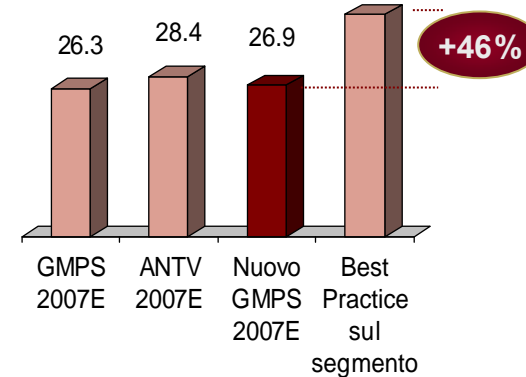
Consumer Finance / Cliente (€ mln)



Mutui / Cliente (€ mln)



Raccolta totale / Cliente (€/000)



I 1) Retail: le principali leve di intervento compliant con la nuova normativa

Le leve da attivare

Potenziamento distribuzione e MdS

- ❑ Creazione di un team di 320 Sviluppatori sul territorio, focalizzati esclusivamente sull'acquisizione di clientela prospect. Opereranno a diretto riporto delle Banche Reti
- ❑ Utilizzo di Gestori Itineranti (c300 figure)* per assistere le filiali piccole
- ❑ Il nuovo Piano avrà come finalità il raggiungimento di un numero di Filiali superiore a 3000

Rafforzamento consulenza specialistica alla rete

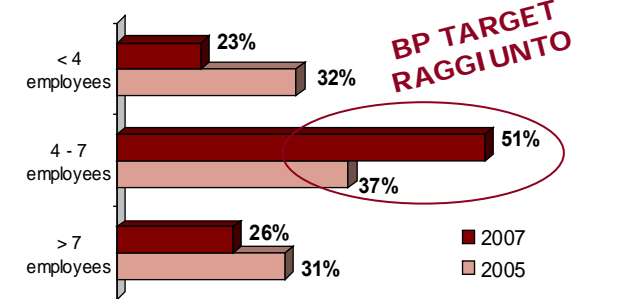
- ❑ Potenziamento della piattaforma di supporto commerciale: previste 50 figure specialistiche

Ampliamento gamma prodotti e forte spinta alla multicanalità

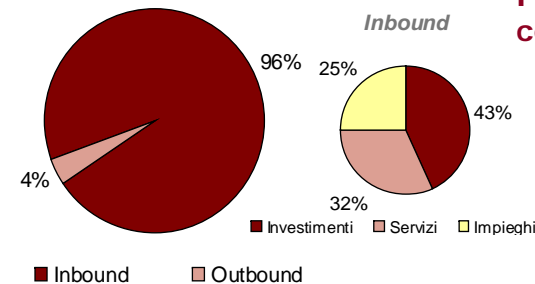
- ❑ Arricchimento catalogo prodotti
 - Bancassurance
 - Consum.it: estensione perimetro a nuove attività (leasing auto, gestione morosità retail), centro di eccellenza monetica del Gruppo
- ❑ Forte spinta a Infinita (piattaforma multicanale integrata):
 - Ampliamento offerta a tutti prodotti/servizi che non necessitano assistenza alla vendita

L'esperienza di MPS

Numero di impiegati per sportello



Volumi totali consulenze* *: 10,458



Formazione ai consulenti:

- 876h di aula
- 137h per consulente (media)



* Riqualificazioni interne

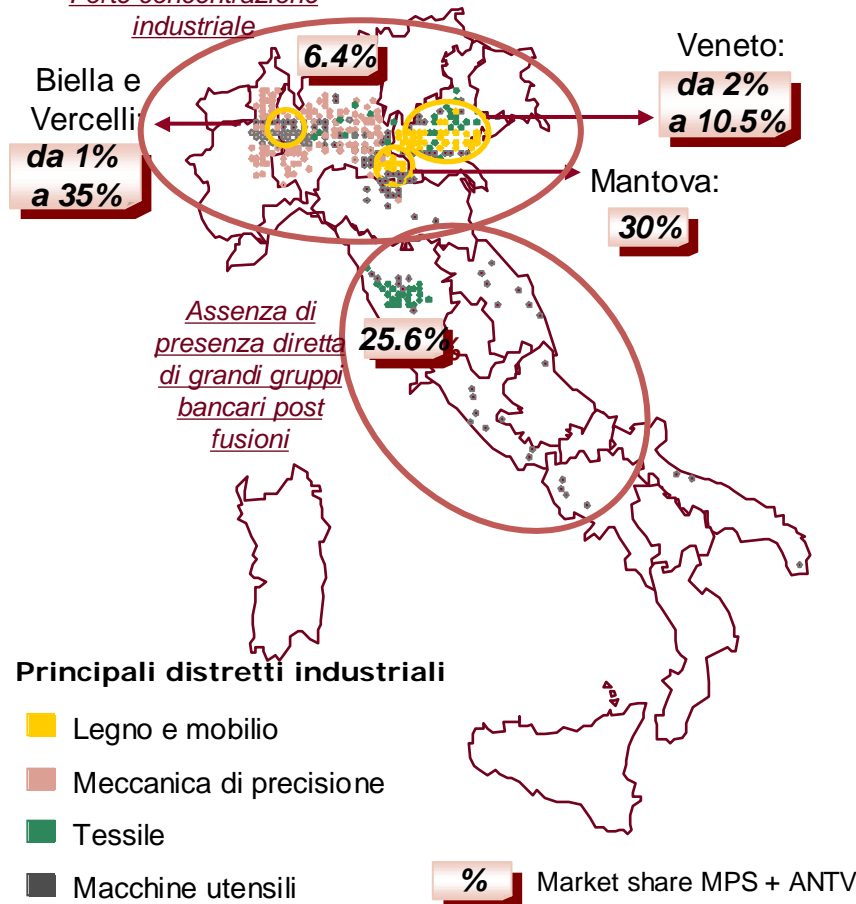
** Dati dal 14 maggio a dicembre 2007

I 2) Corporate: la nuova base di clientela

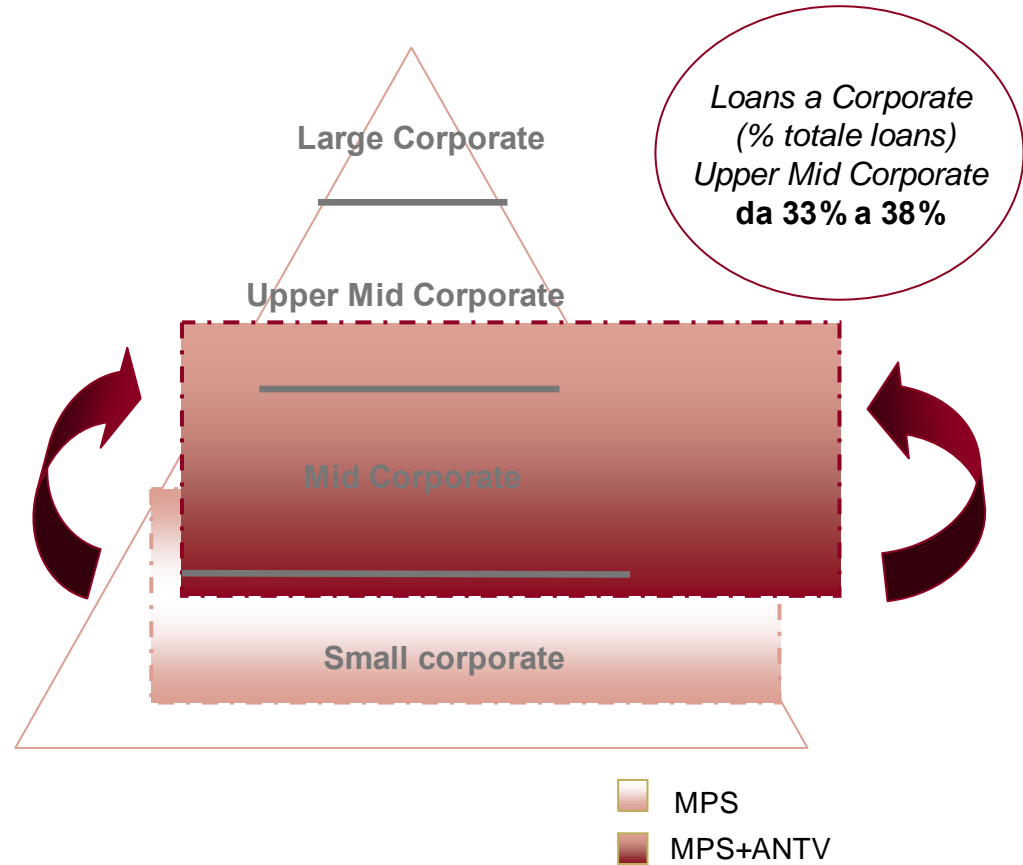
“Doppia opportunità: copertura nuovi distretti industriali Nord Est e mercati Centro Sud”

Concentrazione imprese

Forte concentrazione industriale



Evoluzione della clientela del nuovo Gruppo MPS

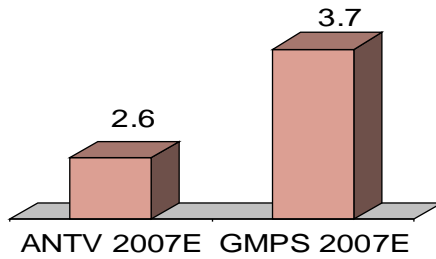


I 2) Corporate: doppio potenziale da sfruttare

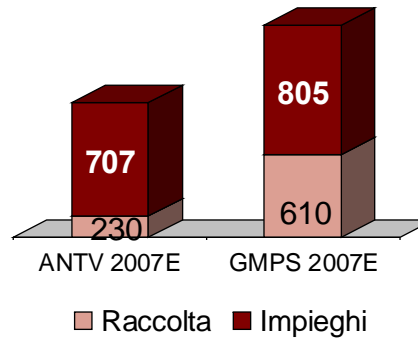
Corporate
ANTV:

Gap vs MPS
da chiudere

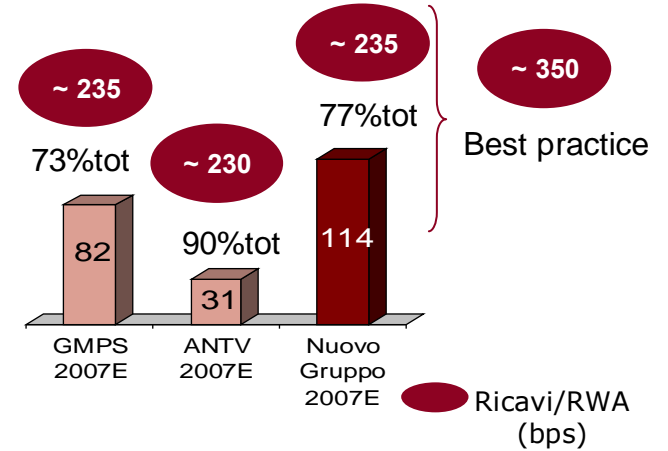
Cross Selling - Corporate Area
(Corporate)



Raccolta e impieghi
per cliente (mgl.€)
(Corporate)



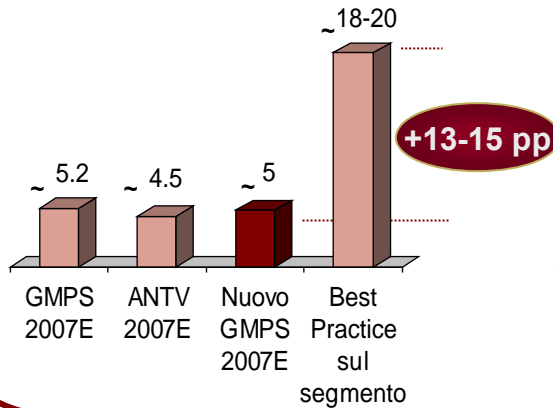
RWA (Corporate)



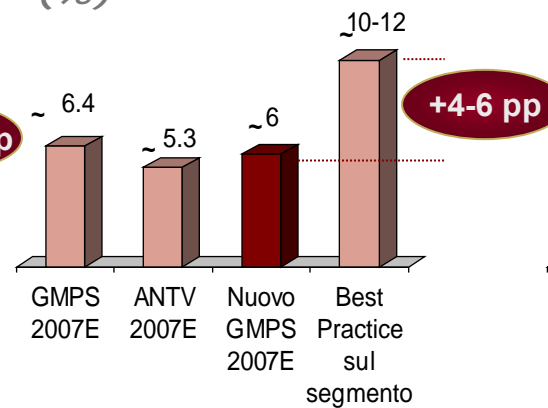
Gap vs
Best
practice
Italia:

Aumentare
lo share of
wallet
(S.O.W.)

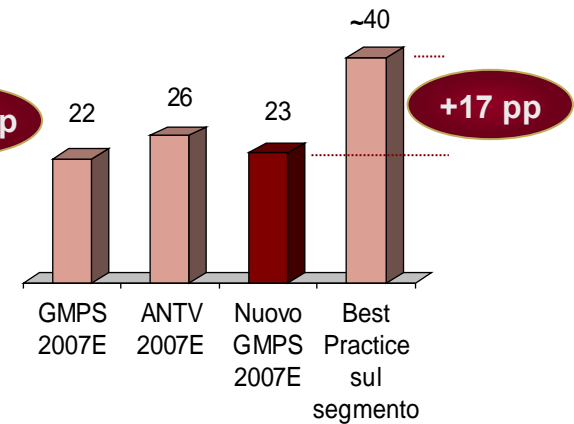
S.O.W. Clientela-Mid* (%)



S.O.W. Clientela- Large** (%)



Ricavi servizi/MINTR (%)



* Aziende con fatturato compreso fra 25 e 150 milioni di euro

** Aziende con fatturato superiore a 150 milioni di euro Fonte: Bilanci

I 2) Corporate: le principali leve di intervento

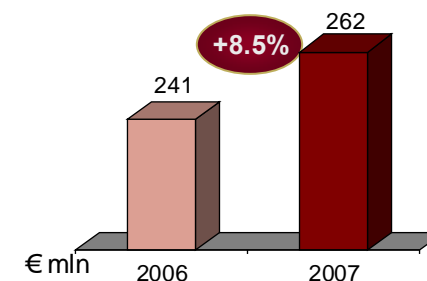
Le leve da attivare

L'esperienza MPS

Potenziamento della nuova MPS Capital Services

- Potenziamento MPS Capital Services:
 - Rifocalizzazione geografica con importante presenza su Triveneto e Roma
 - ampio perimetro di attività (*Specialized Finance, Finanza Strutturata, Estero Specialistico, Equity Capital Market, Debt Capital Market, Finanza Agevolata, Finanza Ordinaria e PA*)
 - Risorse dedicata ad ogni cliente Key Clients e una risorsa assegnata ad area geografica per clienti PMI.
 - Operatività diretta su clienti non captive

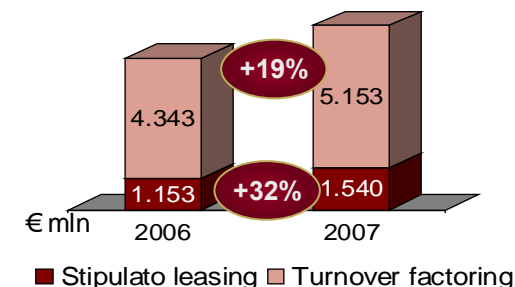
Ricavi MPS Capital Services



Nuovo modello servizio PMI e rafforzamento L&F

- Nuovo modello di servizio PMI prevede soprattutto un aumento della quota tempo che ciascun gestore dedica all'attività commerciale
- Ulteriore rafforzamento di MPS L&F, sia per la clientela corporate che per la clientela retail

Flussi L&F



Forte attenzione a Key clients

- Attenzione a Key clients:
 - Focus su Clientela upper mid corporate e large corporate italiana (>€200 mln di fatturato)
 - Modello di servizio basato su CST (Client Service Team), coordinato da gestore Key client e con presenza di specialisti di prodotti di MPS Capital Services

Nuove risorse

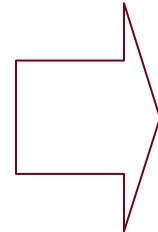
- Fabbisogno complessivo di risorse: 170 (di cui 75 per MPS Capital Services, 25 per Key Clients e 70 per allineamento banche commerciali a nuovo modello di servizio PMI)

I 3) Private e WM: le opportunità

Il mercato italiano degli (U)HNWI*:

Possibilità di ulteriore sviluppo del business

- ❑ Masse gestite: € 230 bn
- ❑ Trend di crescita (2007/2006):
 - AuM: +12.7%
 - numero famiglie: +22.8%
- ❑ Needs specifici: di prodotto (fondi hedge, GP personalizzate, ...) e servizio (consulenza specialistica) a elevato valore aggiunto



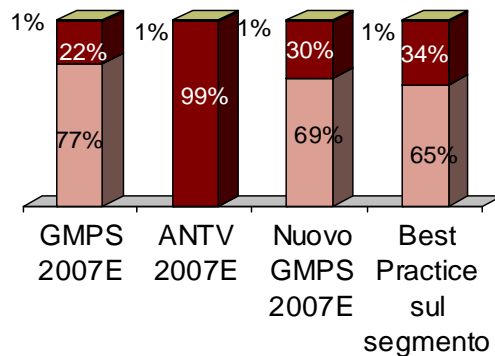
Il posizionamento del Gruppo MPS

- ❑ 906 clienti già serviti
- ❑ Masse gestite: €9.1 bn
- ❑ Concentrazione territoriale: 60% tra Lombardia, Toscana e Veneto

Gap vs Best practise Italia:

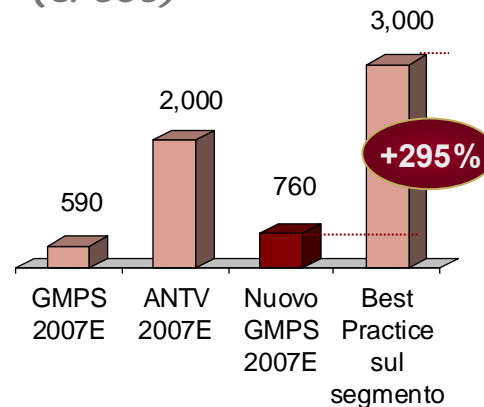
Opportunità da funding remix

Mix clientela per fasce raccolta

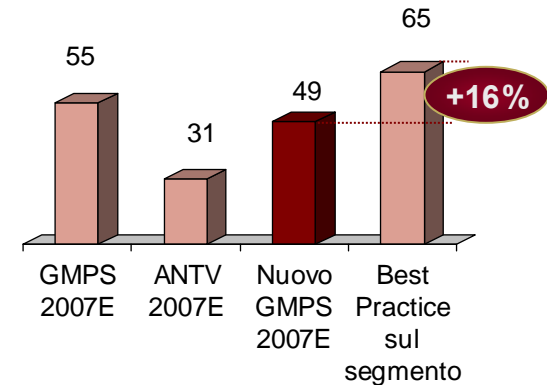


■ <1mln € ■ "1-10"mln € ■ >10 mln €

Raccolta totale/cliente (€/000)



Raccolta gestita/raccolta totale (%)



* (U)HNWI: (Upper) High Net Worth Individuals, individui con raccolta superiore a € 5 mln

Fonte: Associazione Italiana Private Banking, 2005

Dati ANTV stimati da MPS sulla base dei dati di bilancio 2006 e 1H2007

I 3) Private e WM: le principali leve di intervento

Le leve da attivare

Segmento dedicato alla clientela (U)HNWI *

- ❑ Coverage da parte di gestori dedicati (c 70 risorse), con responsabilità del conto economico complessivo del cliente
- ❑ Selezione/assemblamento prodotti e servizi, assicurando al cliente la qualità dell'execution sia in ambito AM (GP, Fondi e Sicav, Hedge della casa e di terzi) sia in ambito di servizi accessori (tax&legal, art advisory, real estate, fiduciari, private equity)
- ❑ Opportunità di miglioramento della performance attraverso:
 - Aumento redditività delle masse
 - Acquisizione clientela anche non "captive" GMPS
 - Ottimizzazione struttura costi (effetto scala e fine tuning)

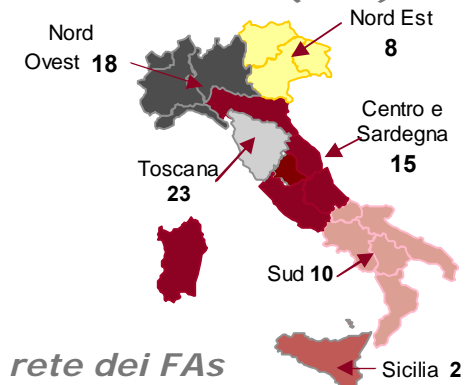
Rafforzamento consulenza specialistica a gestori Private e Affluent**

- ❑ Rafforzamento della consulenza alla rete, con l'introduzione di nuove figure a supporto dei gestori Private** e Affluent:
 - Informatori Advice (c 60 risorse)
 - Informatori Prodotti (c 10 risorse)

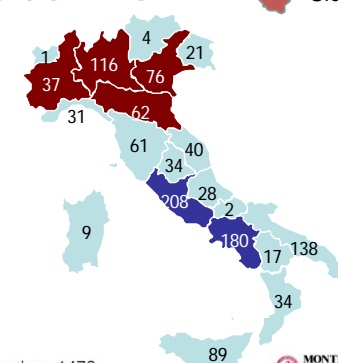
Ampliamento rete FAs

- ❑ Crescita organica del network attraverso policy di recruiting focalizzate su "giovani talenti"
- ❑ Focus su mercato Affluent, consolidando approccio consulenziale personalizzato
- ❑ Leverage su competenze AXA-MPS nel ramo bancassurance per sviluppare offerta innovativa (es per clientela wealthy and fast growing >50 years)

76 Centri Private (MPS)



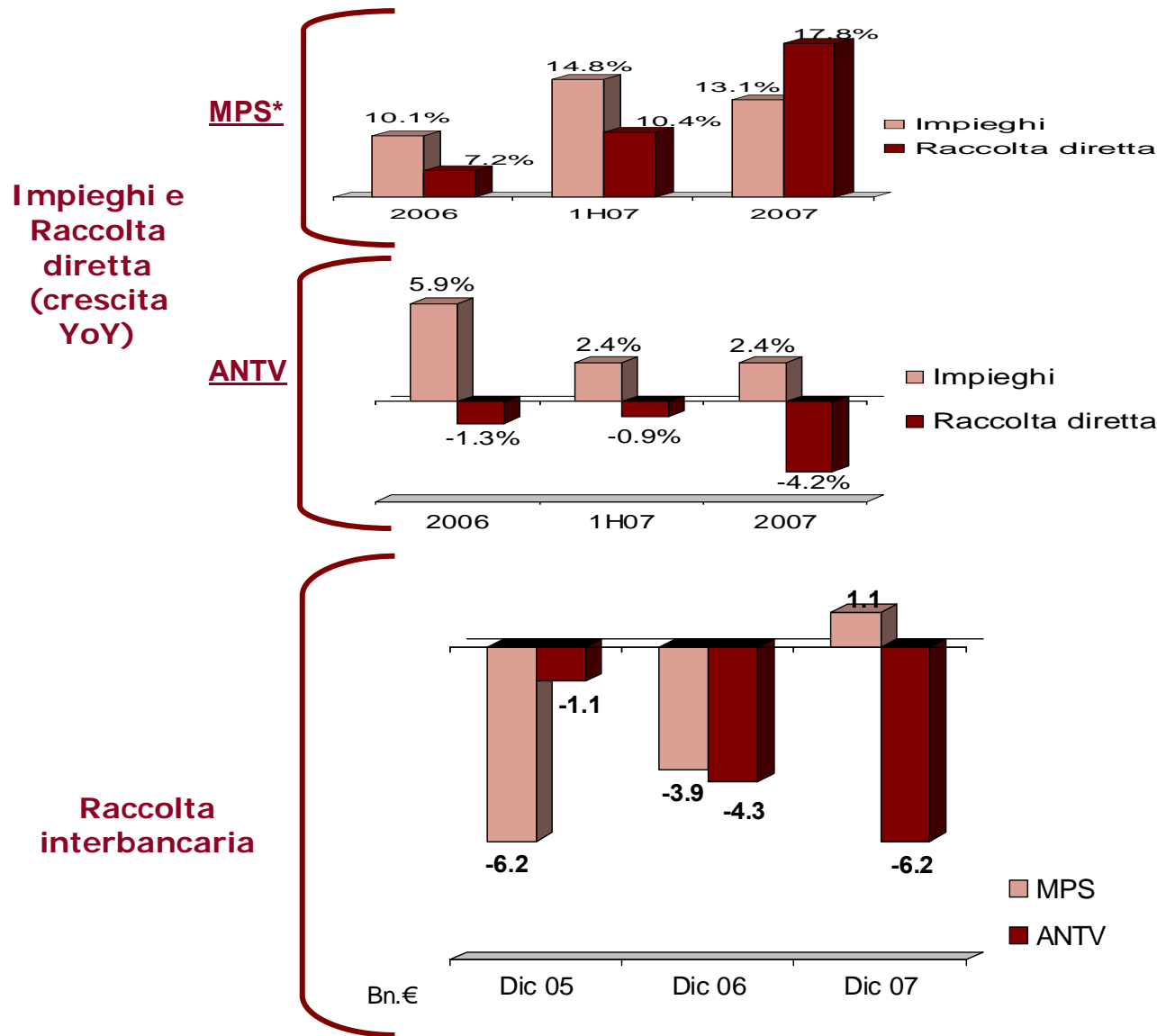
La rete dei FAs



* Individui con raccolta superiore a € 5 mln

** Individui con raccolta inferiore a € 5 mln

I 4) ALM: la base di raccolta MPS per supportare la crescita di ANTV



□ L'andamento della raccolta di MPS rappresenta una forma di provvigione importante per la ripresa dei volumi di ANTV

□ La gestione dell'ALM di MPS traslata a ANTV potrebbe portare ad importanti opportunità di funding remix per il nuovo Gruppo

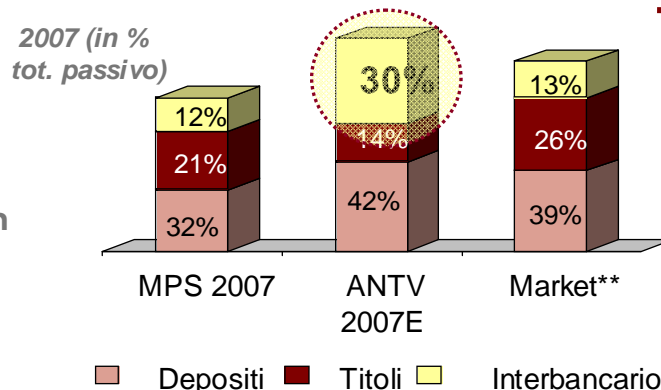
* Non include Biverbanca

I 4) ALM: € 45 mln* di ulteriori ricavi da ottimizzazione funding mix

Raccolta diretta:

Possibilità di riduzione peso interbancario

- ANTV presenta un alto peso della raccolta interbancaria con un conseguente aggravio sul NII

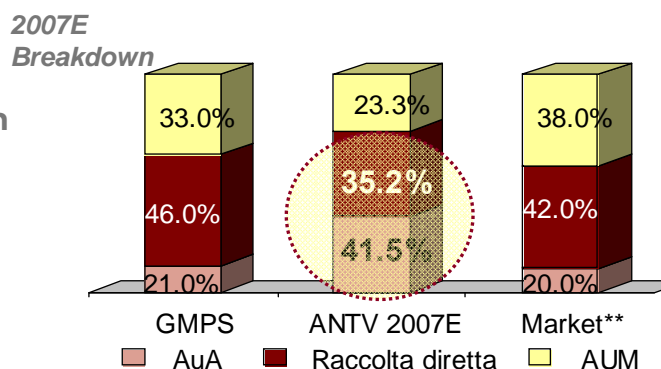


Le opportunità dal funding remix potrebbero determinare circa € 30 mln di ricavi aggiuntivi

Raccolta indiretta:

Opportunità da ottimizzazione AuC

- Alto peso dell'AuC in ANTV rappresenta una opportunità importante per ottimizzare la raccolta

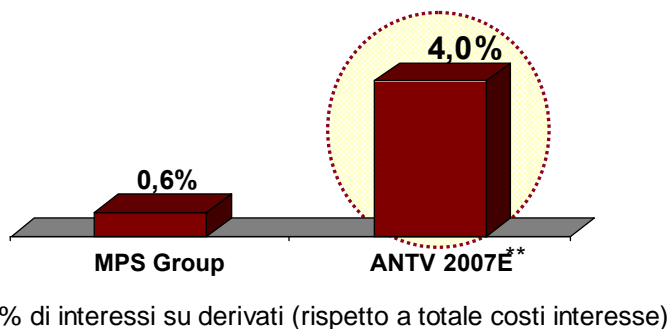


Le opportunità date dal deal MPS+ANTV potranno determinare un hedging naturale per circa € 15 mln di ricavi aggiuntivi

Derivati copertura tassi:**

Possibilità da miglioramento hedging

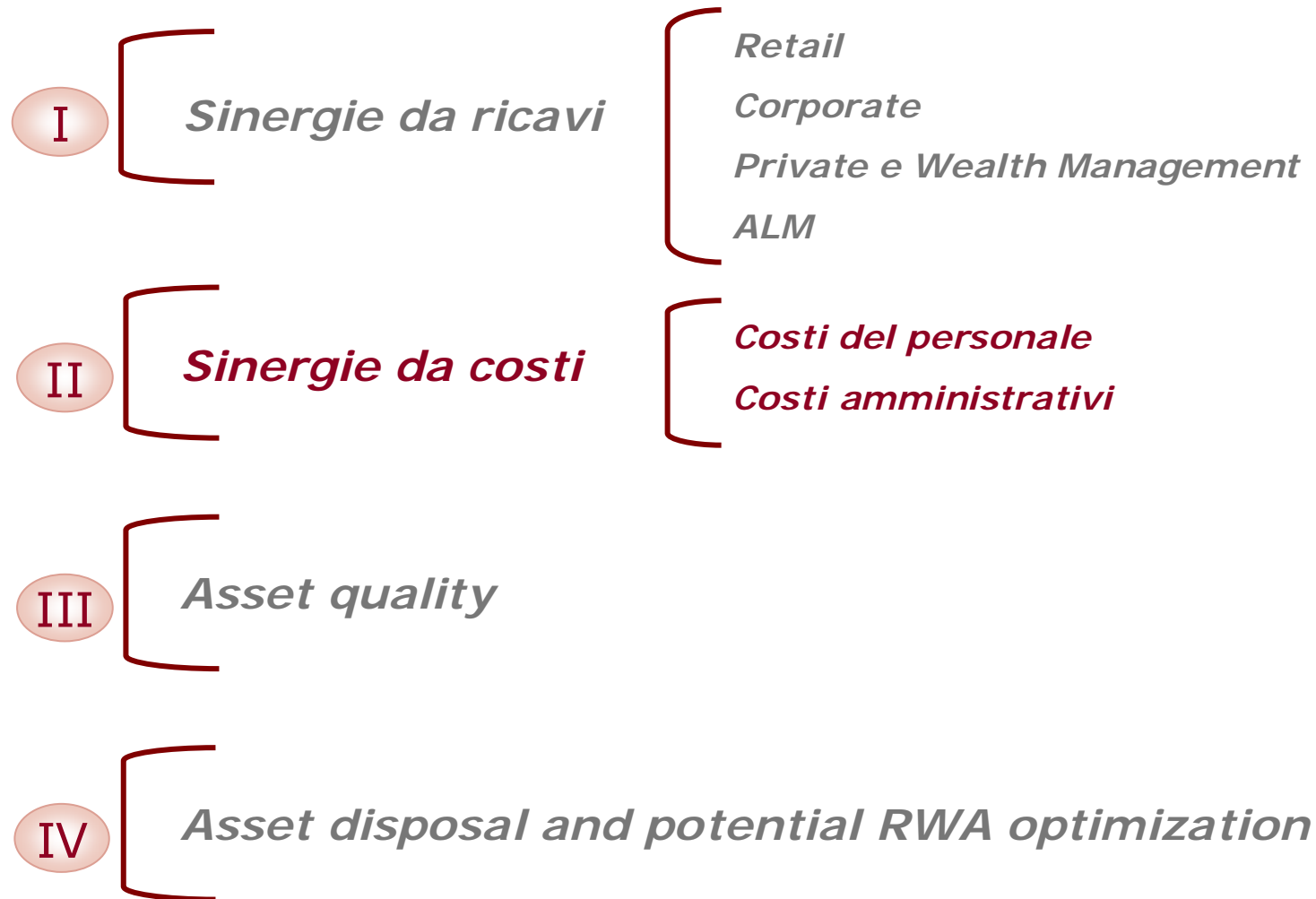
- L'attuale struttura di funding e assenza di hedging naturale di ANTV determina onerosi interessi sui derivati (circa €15 mln)



* Incluso nelle stime di piano a parziale copertura del costo del finanziamento Acquisizione Antonveneta

**Elaborazioni BMPS su Bilanci Antonveneta 2006 e 1H07, Prometeia pag. 53

Le sinergie e le altre opportunità



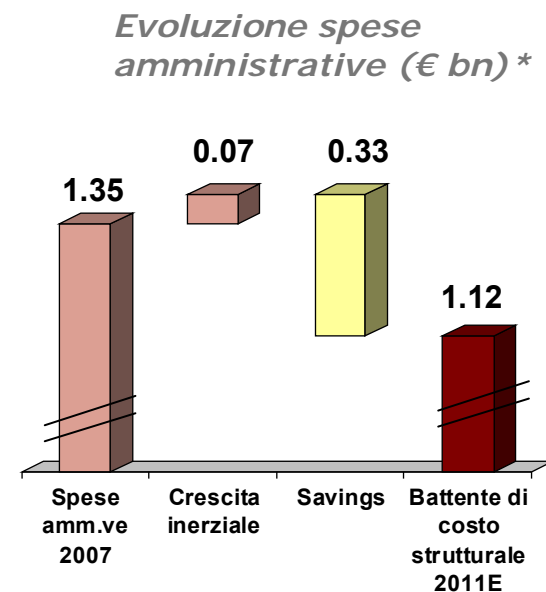
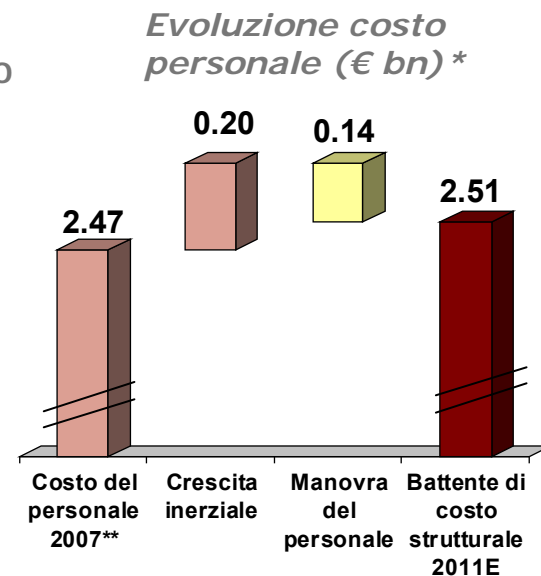
II Totale sinergie da costo

Sinergie costi personale*

- ❑ Riduzione organico (stock) da ~34,200 a ~33,000 (-1,200 risorse) ante asset disposal e a ~32,500 (-1,700 risorse) post asset disposal
- ❑ Ricomposizione:
 - -2,300 nelle Strutture Centrali
 - +600 in Rete
- ❑ Miglioramento FO/BO da 62% a 66%
- ❑ Riduzione della componente strutturale di costo del personale di circa €143 mln

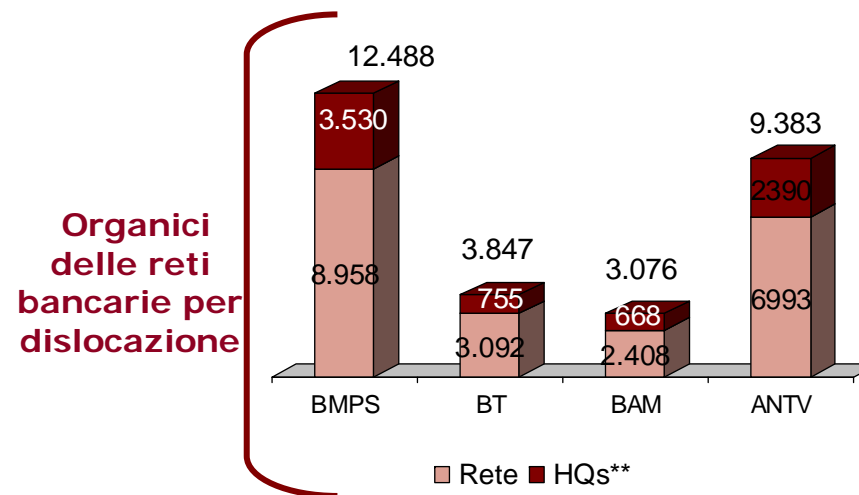
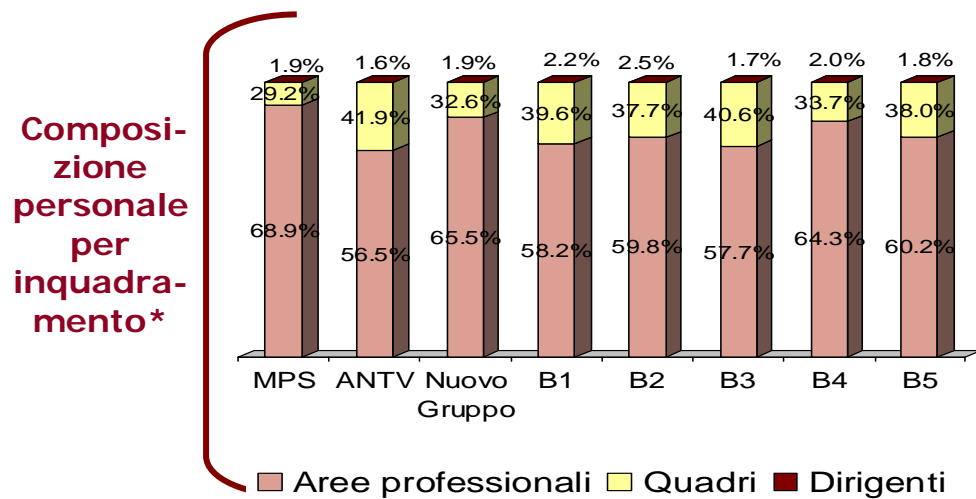
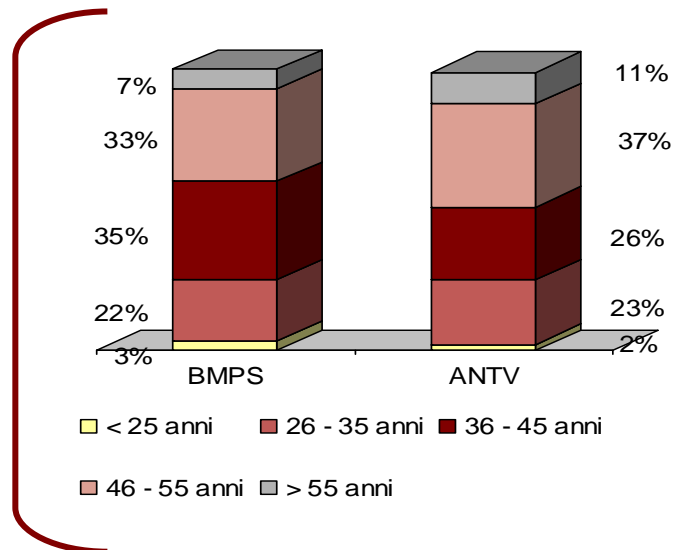
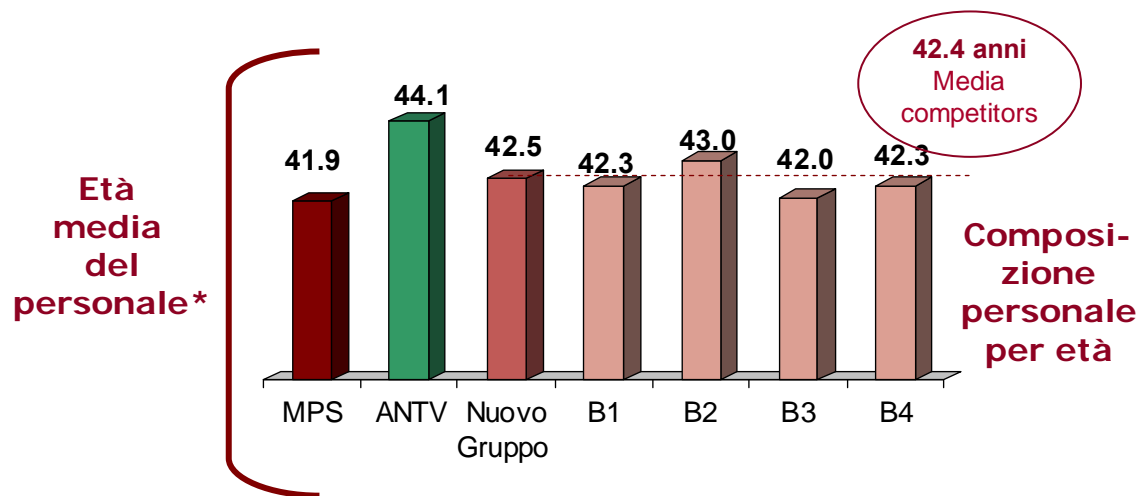
Sinergie ASA*

- ❑ Riduzione ASA da integrazione ANTV e azioni di efficientamento: € 332 mln, di cui:
 - € 62 mln da cost management stand alone GMPS
 - € 237 mln da sinergie
 - € 33 mln da riduzione personale (spese amm.ve collegate)
- ❑ Andamento risparmi ASA:
 - 2008: 16.3%
 - 2009: 56.3%
 - 2010: 85.5%
 - 2011: 100%



* Ante Asset disposal ** Al netto di one off

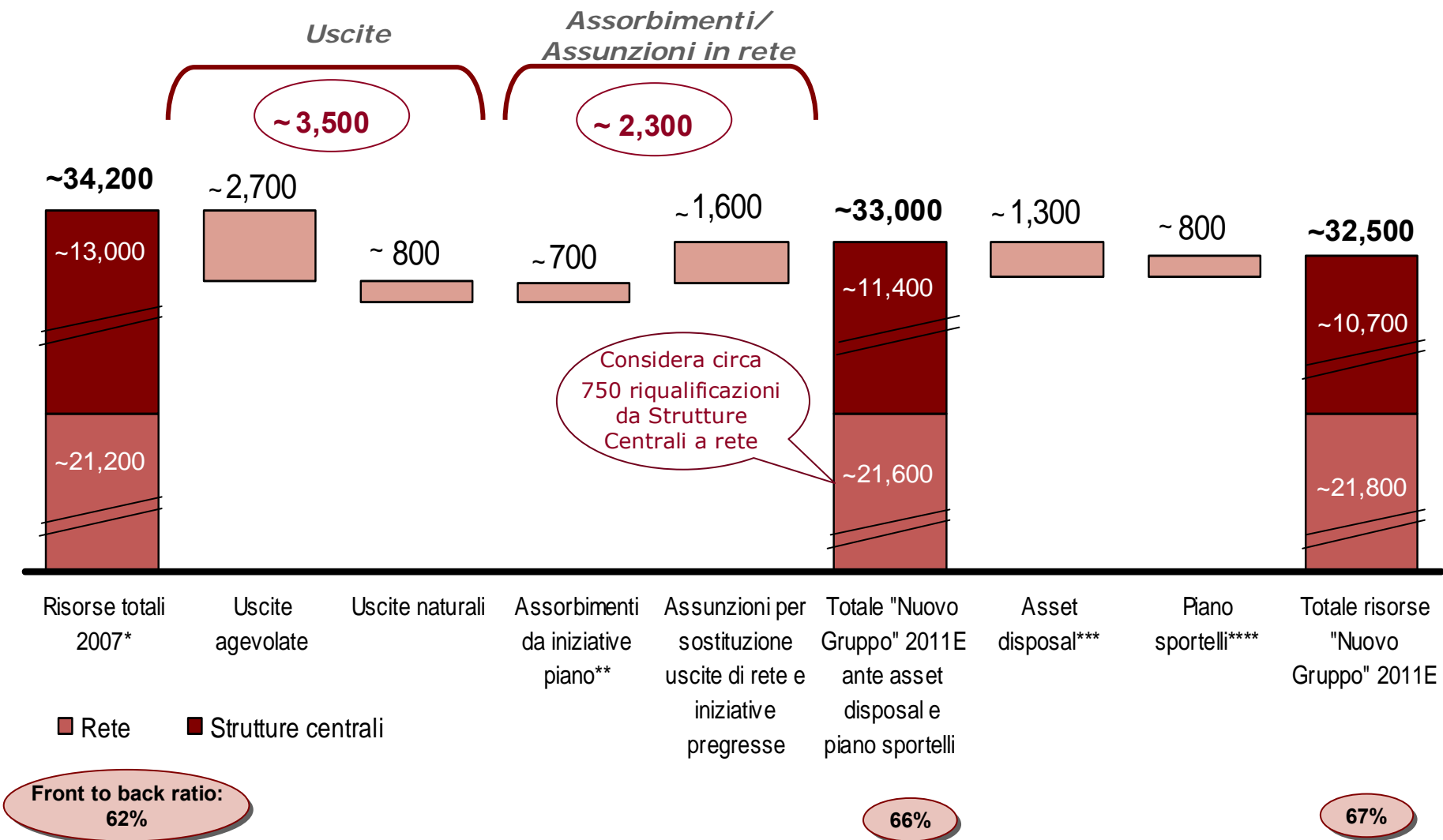
II 1) HR: La struttura



*B1, B2, B3, B4, B5 sono (non in ordine): Capitalia, UBI, Intesa, San Paolo, BPVN. Fonte: Elaborazioni BMPS su Bilanci 2006 delle società

**HQs: strutture centrali e aree territoriali

II 1) Evoluzione del personale del "Nuovo Gruppo"



* Include Antonveneta (9383) e Biver (696)

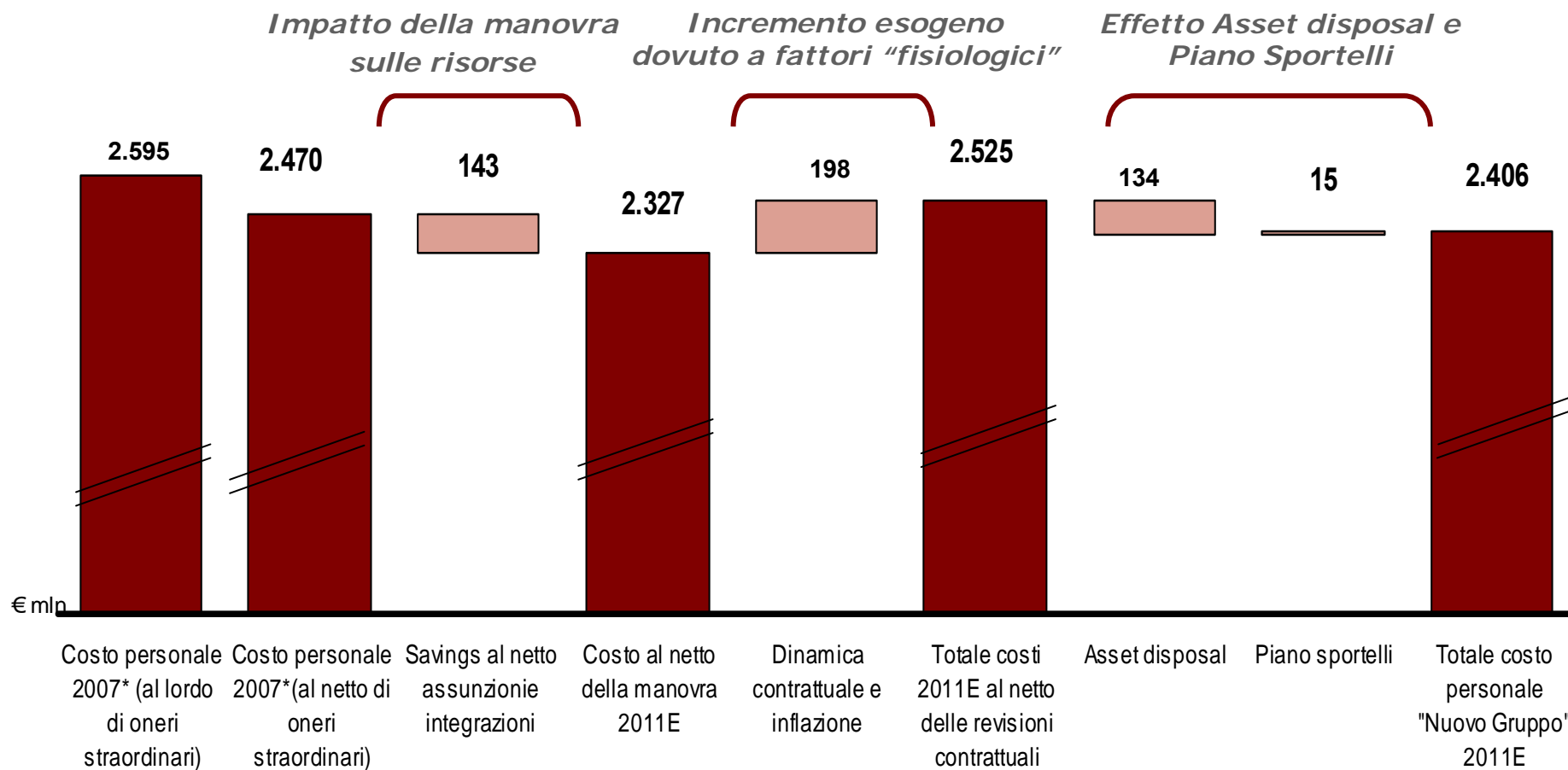
** Specialisti e sviluppatori retail, specialisti corporate, specialisti private, rafforzamento società prodotto.

*** Include il deconsolidamento di: Intermonte, MP AM, MP AI, MPS Belgio, MP Banque ed il consolidamento di AXA SIM, dismissione sportelli

**** Prevede dal 2009 al 2011 l'apertura di circa 200 sportelli con 4 unità ciascuno

II 1) Evoluzione dei costi del personale del “Nuovo Gruppo”

Riduzione media annua del battente di costo: 0.7% (1.9% post Asset disposal)



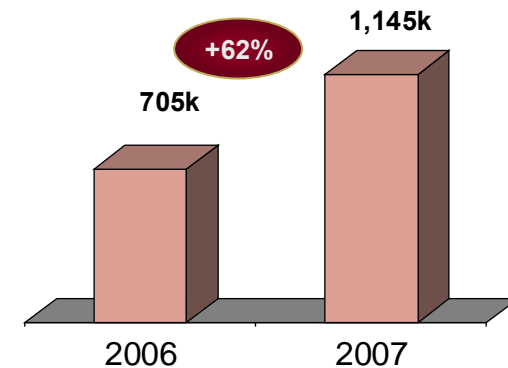
*Include Antonveneta e Biver.

1) Gli interventi sulle risorse umane

Investimenti in formazione

- ❑ Continua il forte impegno nell'attività in formazione professionale e manageriale
- ❑ Significativi investimenti in formazione nel periodo 2008-2011

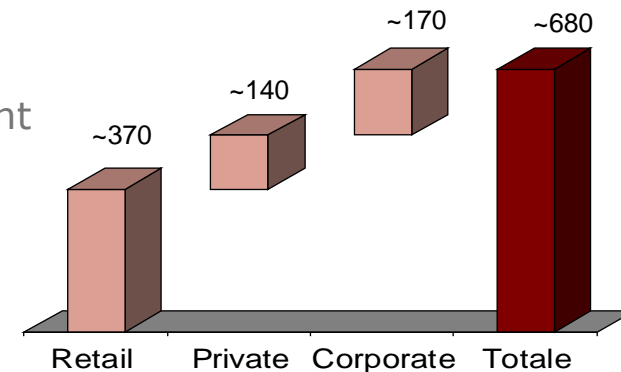
GMPS: Ore di formazione erogate



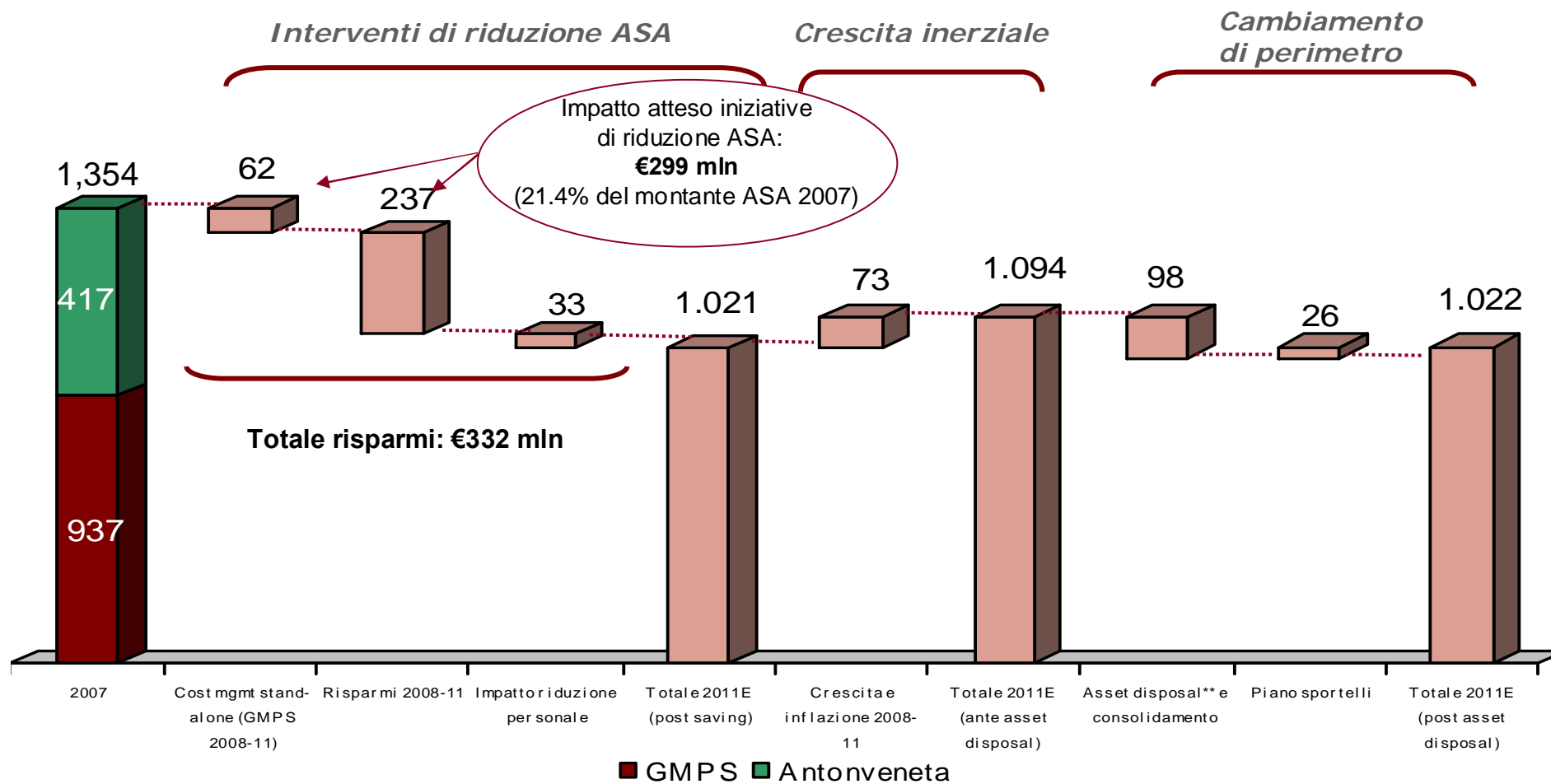
Iniziative per il potenziamento delle attività commerciali

- ❑ **Retail:**
 - 50 specialisti di prodotto centrali
 - 320 Sviluppatori sul territorio
- ❑ **Private:**
 - 60 consulenti di portafoglio Affluent e Private
 - 70 gestori (U)HNWI
 - 10 specialisti di prodotto centrali
- ❑ **Corporate:**
 - 70 risorse per nuovo modello servizio PMI
 - 25 risorse per Key Clients
 - 75 risorse specialistiche per MPS Capital Services

Figure specialistiche richieste



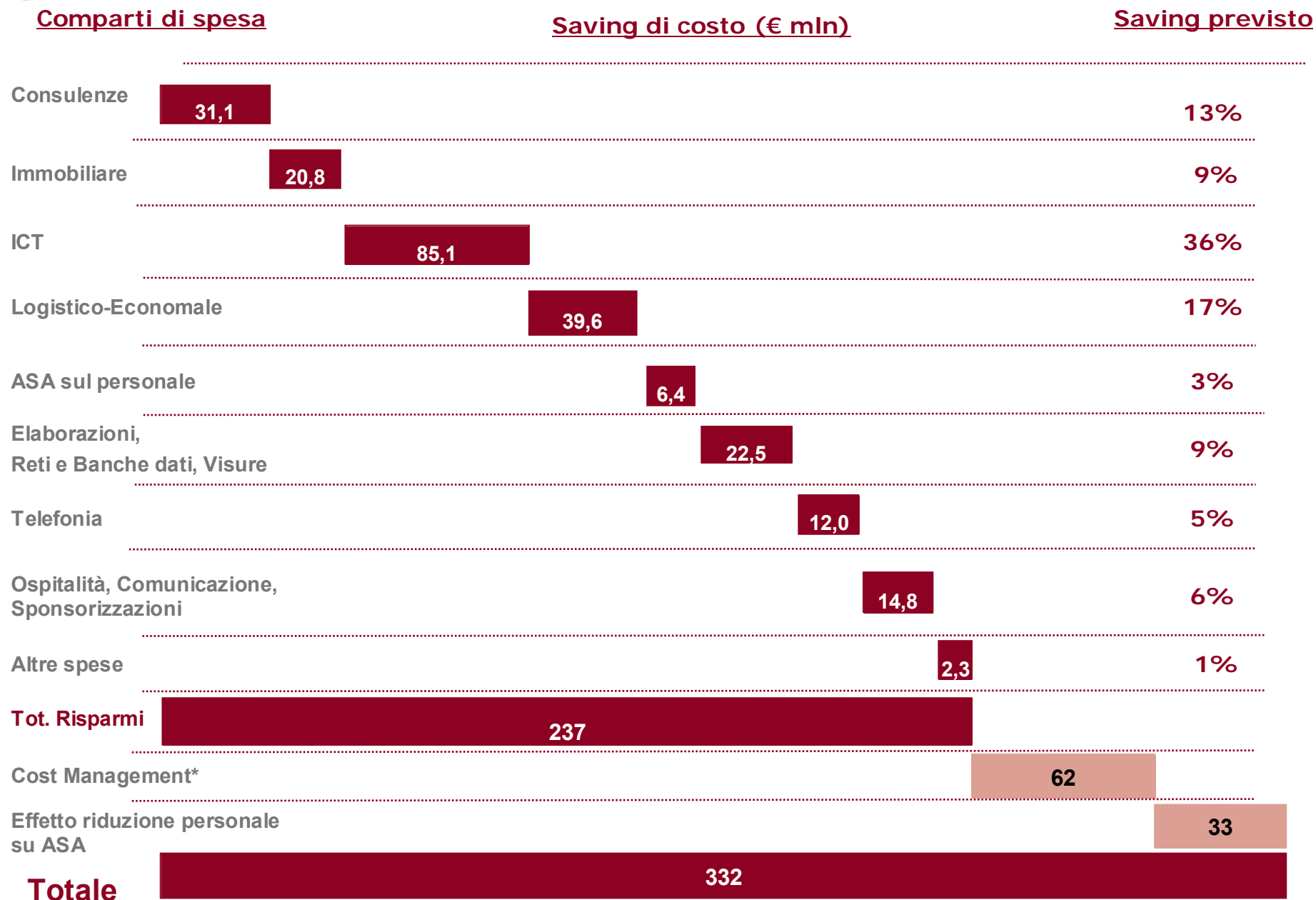
II ASA: gli interventi previsti



*Spese amministrative dirette del personale (€17,000/risorsa in uscita e €12,000/risorsa in entrata)

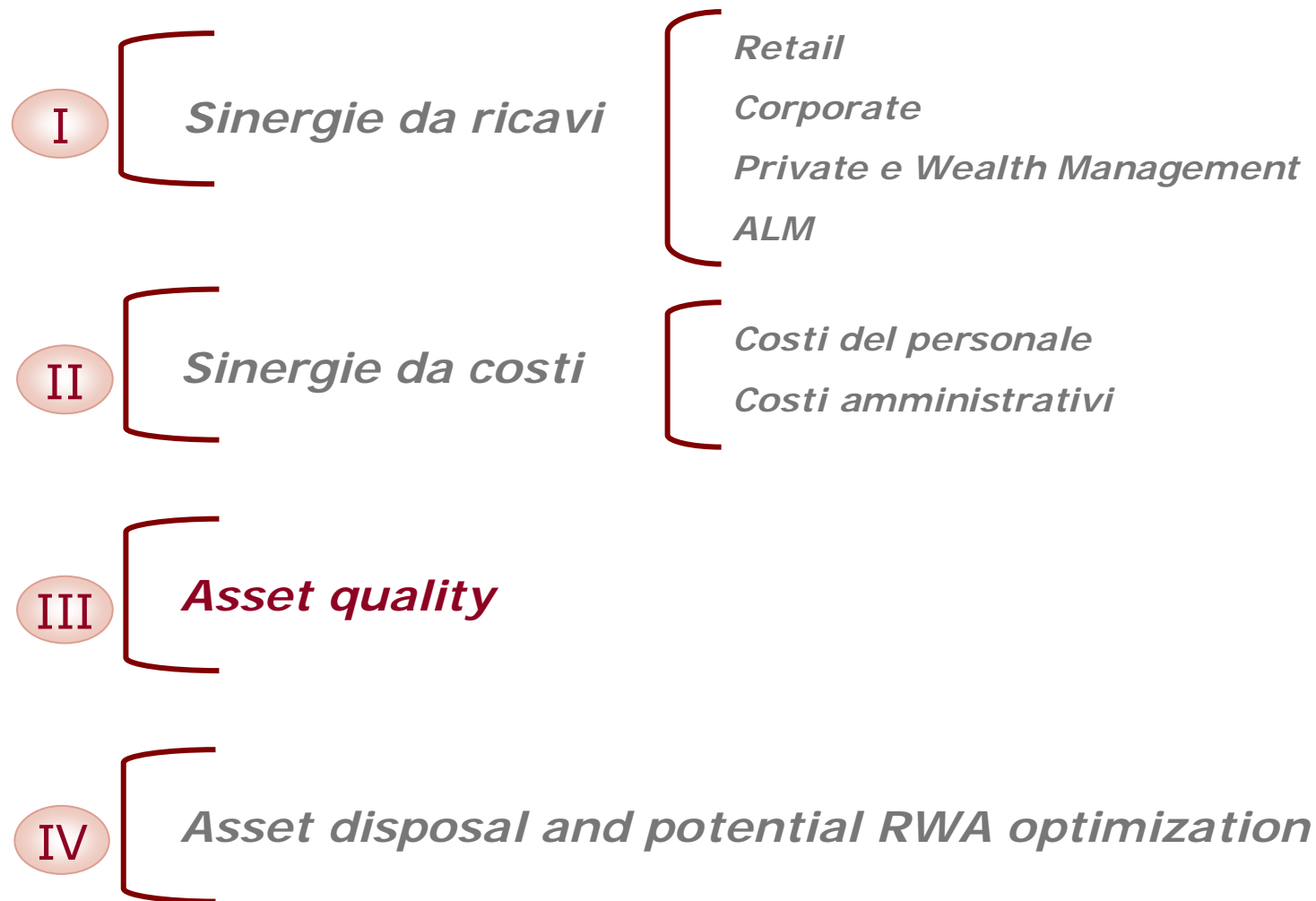
** Dettaglio in slide 67

II Chiara identificazione interventi di cost savings



* Dettaglio in appendice

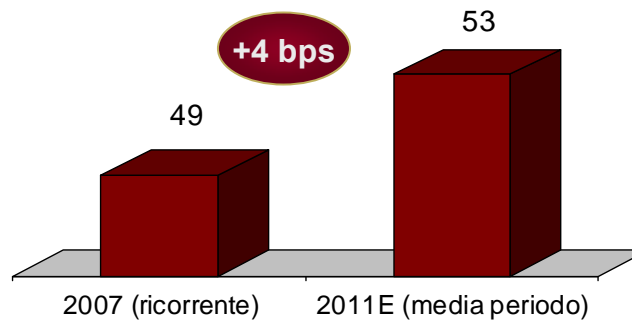
Le sinergie e le altre opportunità



III Andamento rettifiche su credito per l'intero gruppo

	2007	2011E
Impieghi (€ mln) (End of year)	137,000	178,000
Sofferenze/Impieghi	2.1%	2.1%
Tasso di <i>provisioning</i>	49 bps (ricorrente)*	53 bps (tasso medio di periodo 2008-2011)

Provisioning



Impatto asset disposal:
C € 42 mln di minori rettifiche

* *Stime BMPS*

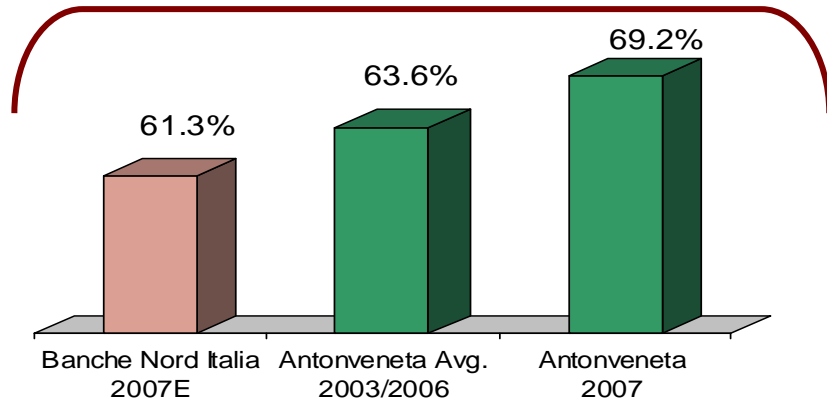
Le azioni sul Nuovo Gruppo

- ❑ Definizione accentrata delle politiche del credito in ottica di indirizzo del portafoglio delle strutture di Rete (esposizione a settori, geografie, classi di rating)
- ❑ Introduzione delle metodologie Basilea II
- ❑ Accentramento delle strutture di definizione del rating e di valutazione del merito creditizio a riporto diretto di Area Crediti di Capogruppo
- ❑ Ottimizzazione dell'attività di recupero grazie alle prospettate partnership con operatori specialistici del comparto

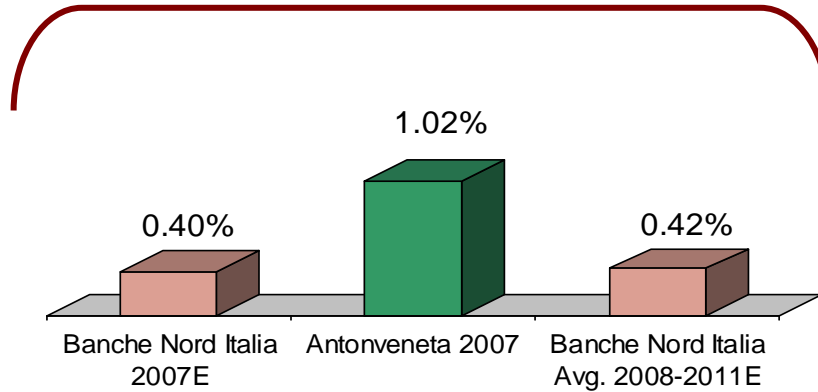
III

Miglioramento da benchmarking Antonveneta

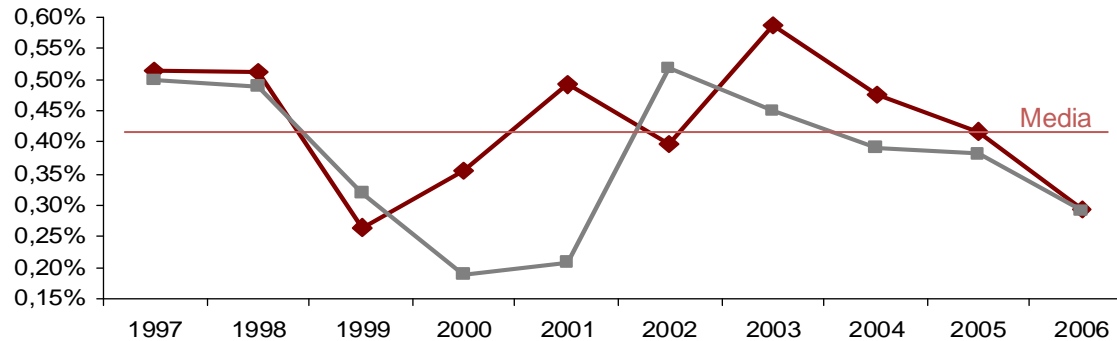
Coverage NPLs: banche* Nord Italia e ANTV



Costo del credito: banche* Nord Italia e ANTV



Andamento provisions principali competitors **



Media peers ANTV ultimi 10 anni:
40 bps con picchi di 55 bps

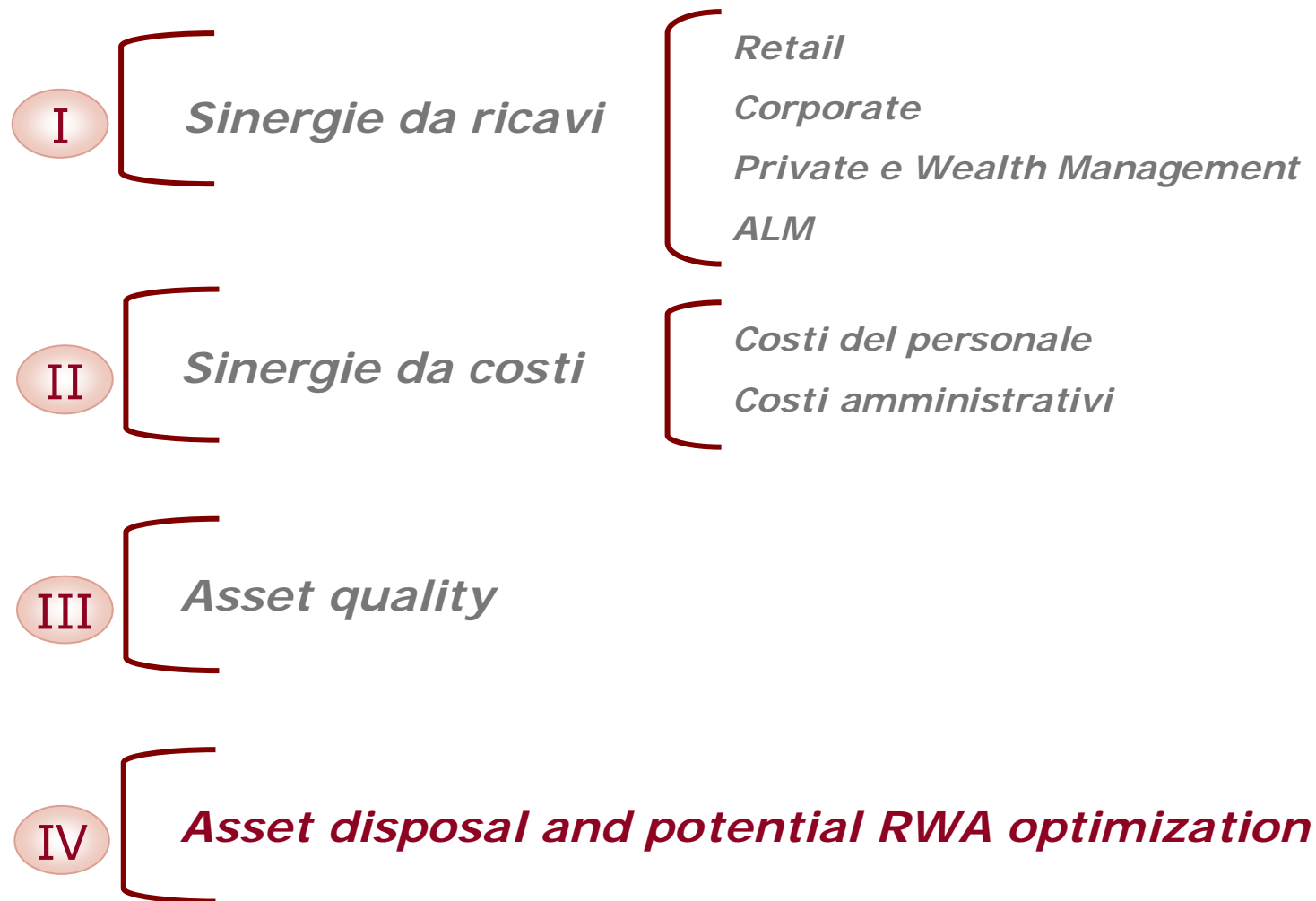
Leve per miglioramento Asset Quality ANTV

- Applicazione sistemi e processi GMPS ad Antonveneta:
 - Politiche creditizie
 - Modelli di *rating*
 - Strutture di valutazione del merito creditizio

* Banche con 70% del proprio attivo nel Nord Italia. Elaborazioni BMPS su bilanci 2006 delle società e report analisti

** Bilanci UBI e BPVN. UBI 2003 al netto di one-off.

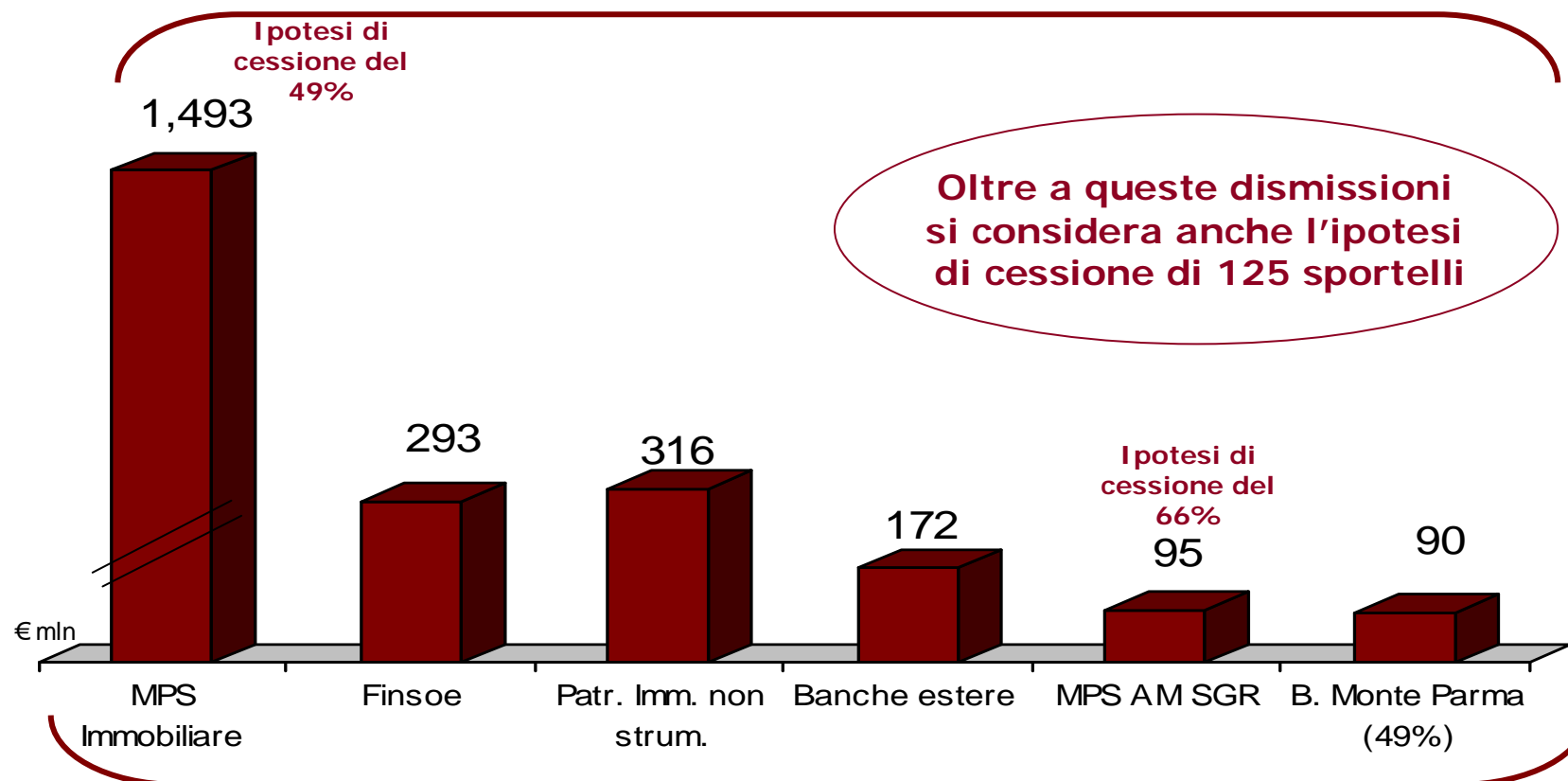
Le sinergie e le opportunità



IV Partecipazioni in via di dismissione

Continuità strategica rispetto al precedente Piano Industriale

Book Value potenziali partecipazioni da dismettere



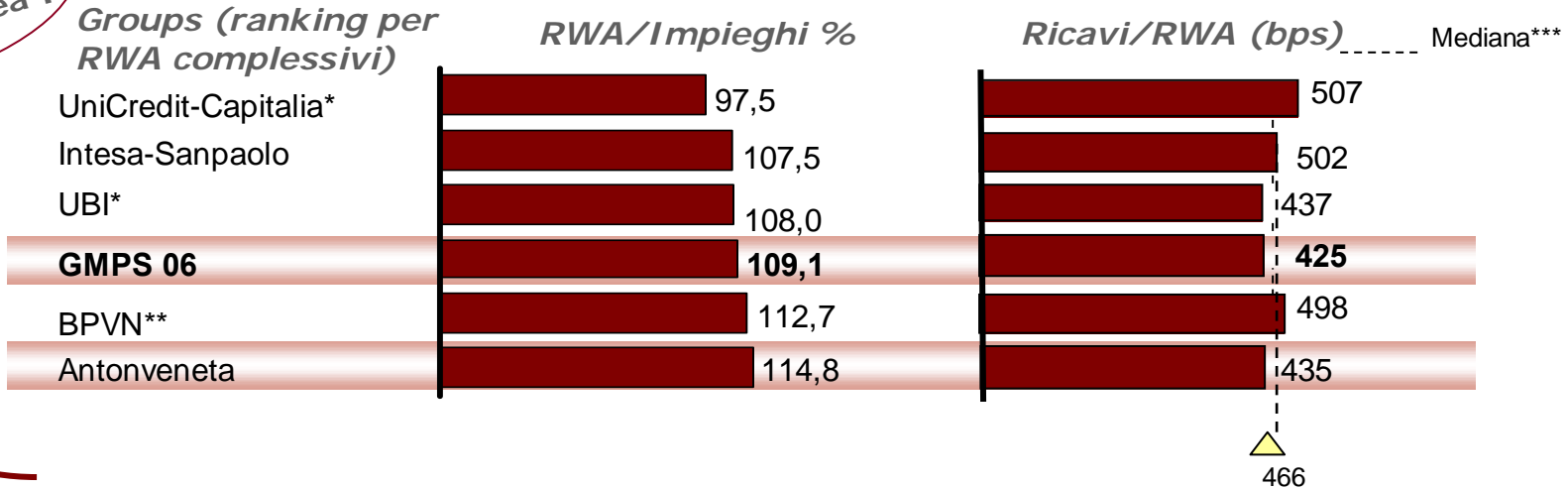
Entro il 2008

Cessione Banca Depositaria da completarsi entro 2Q08; plusvalenza attesa di € 109 mln

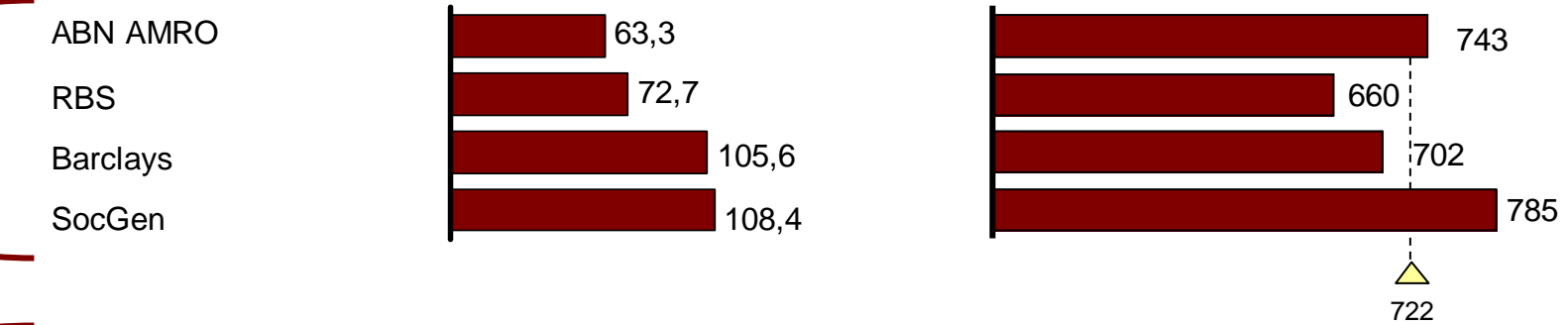
IV Active Capital Management: MPS potential improvement

RWA calcolati in ottica di Basilea I

Italian Player



European Player



Il Gruppo sta riallocando il capitale economico verso le fasce più redditizie di impiego attraverso una attenta politica di Capital Allocation. Prosegue inoltre l'ottimizzazione del capitale attraverso operazioni di capital management

* Pro-forma
 ** Pre-fusione BPVN-BPI
 *** Esclude GMPS

Fonte: Elaborazioni BMPS su Bilanci 2006 delle società

Ottimizzazione del capitale: Risk Efficient Business Model di Gruppo

- ❑ Ottimizzazione capitale assorbito tramite implementazione di modelli specifici
- ❑ Gestione “attiva” del rapporto RWA/Impieghi
 - *EVA-negative strategy*
 - Ottimizzazione delle forme tecniche (*Product and collateral swap*)
 - Revisione dei processi del credito (underwriting, monitoring, workout)
 - Opportunità di market placement (syndication, securitization)
 - Rating advisory alla clientela
- ❑ Massimizzazione del rendimento sugli asset:
 - *EVA-positive strategy*, fissando target commerciali in termini di ricavi/RWA e EVA
 - Sistema di *risk-adjusted pricing* per cliente e tipologia/caratteristiche di prodotto
 - Focus su clienti operanti in segmenti/settori/geografie con miglior rendimento “strutturale” sugli RWA (sector targeting)
- ❑ Programma di “disciplina commerciale”, con allineamento del comportamento della front-line al risk-efficient business model tramite:
 - Metriche, obiettivi e MBOs per i gestori
 - Strumenti di supporto a disposizione dei gestori in base a riduzione degli RWA e crescita dei ricavi
 - Approccio integrato per il miglioramento della performance dei gestori

Agenda

Manteniamo le promesse fatte

La base della nostra credibilità

- I risultati 2007 GMPS

- Update Business Plan 2006-2009

Key pillars del Piano Industriale 2008-2011



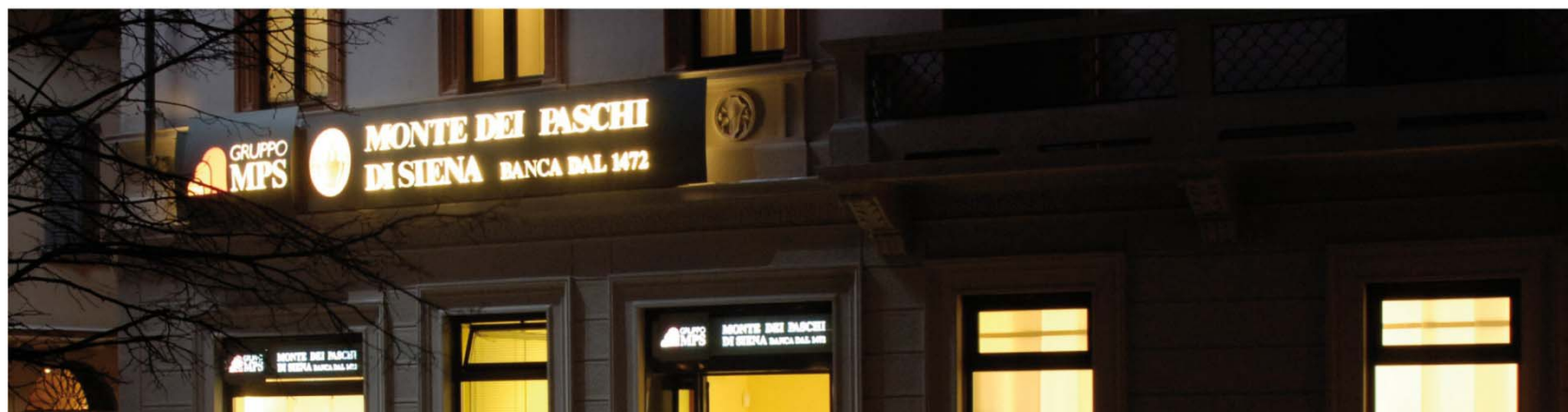
Financials

Obiettivi di Gruppo del Piano Industriale

	2007(€ bn)	CAGR '07-'11 <i>Pre asset disposal</i>	CAGR '07-'11 <i>Post asset disposal</i>	2011(€ bn) <i>Post asset disposal</i>
<u>Indicatori Economici</u>				
Margine di interesse	4.1	6.3%	5.7%	5.1
Commissioni	2.1	4.8%	2.3%	2.3
Margine di interm. primario	6.2	5.8%	4.6%	7.4
Ricavi	6.8	4.6%	3.6%	7.9
Oneri operativi	-4.2	-1.8%	-3.1%	-3.7
Utile netto	1.4	11.2%	10.5%	2.2
Cost / Income	61%			47%
ROE	7.9%			12.8%
RAROC*	12.1%			>19%
Tier 1E	6.4%			>7%
<u>Indicatori Patrimoniali</u>				
Impieghi alla clientela		7.7%	6.7%	
Raccolta diretta		5.6%	4.6%	
Raccolta indiretta		5.0%	4.3%	

* Dato BMPS

L'obiettivo: Costruire il terzo polo bancario italiano



Annexes

FY 2007 Results – MPS* and ANTV (perimetro MPS)

Elementi da considerare



Revenues	
+ 18 mln.€ junior notes	
+ 26 mln.€ Finsoe	
+162 mln.€ Borsa Italiana	
- 42 mln.€ trading portfolio	
Expenses	
+10 mln.€ TFR	
- 50 mln.€ Labour Contract Renewal	
- 53 mln.€ Early Retirement	
Accantonamenti	
-34 mln.€ Hopa	
-38 mln.€ Parmalat e Bell	
-60 mln.€ inc. fondo per rischi e oneri	
Rettifiche	
Aumento coverage crediti deteriorati +70 bps	
Extraordinaries and Tax	
+735 mln.€ 50% MPVita Disposal	
-102 mln.€ fiscalità differita	

2.945
1.515
508
4.968
2.901
552
1.478
552
1.438

€ mln

Net Interest Income	1,057
Net fees	571
Non commercial components	122
Total Revenues	1.750
Operating Costs	1.174
Loans Loss Provision	315
Net operating income	244
Taxes	204
Net Income	6



Elementi da considerare

Revenues
+22 mln.€ Italease
+7 mln.€ Borsa Italiana
-47 mln.€ HOPA
Expenses
+16 mln.€ TFR
-17 mln.€ spese Bell
-74 mln.€ Early Retirement
Accantonamenti
-30 mln.€ (Hopa, Palladio, others)
Rettifiche
106bps con copertura NPL da c64% a c69% e incagli da c22% a c26%
Tax
-65 mln€ fiscalità differita

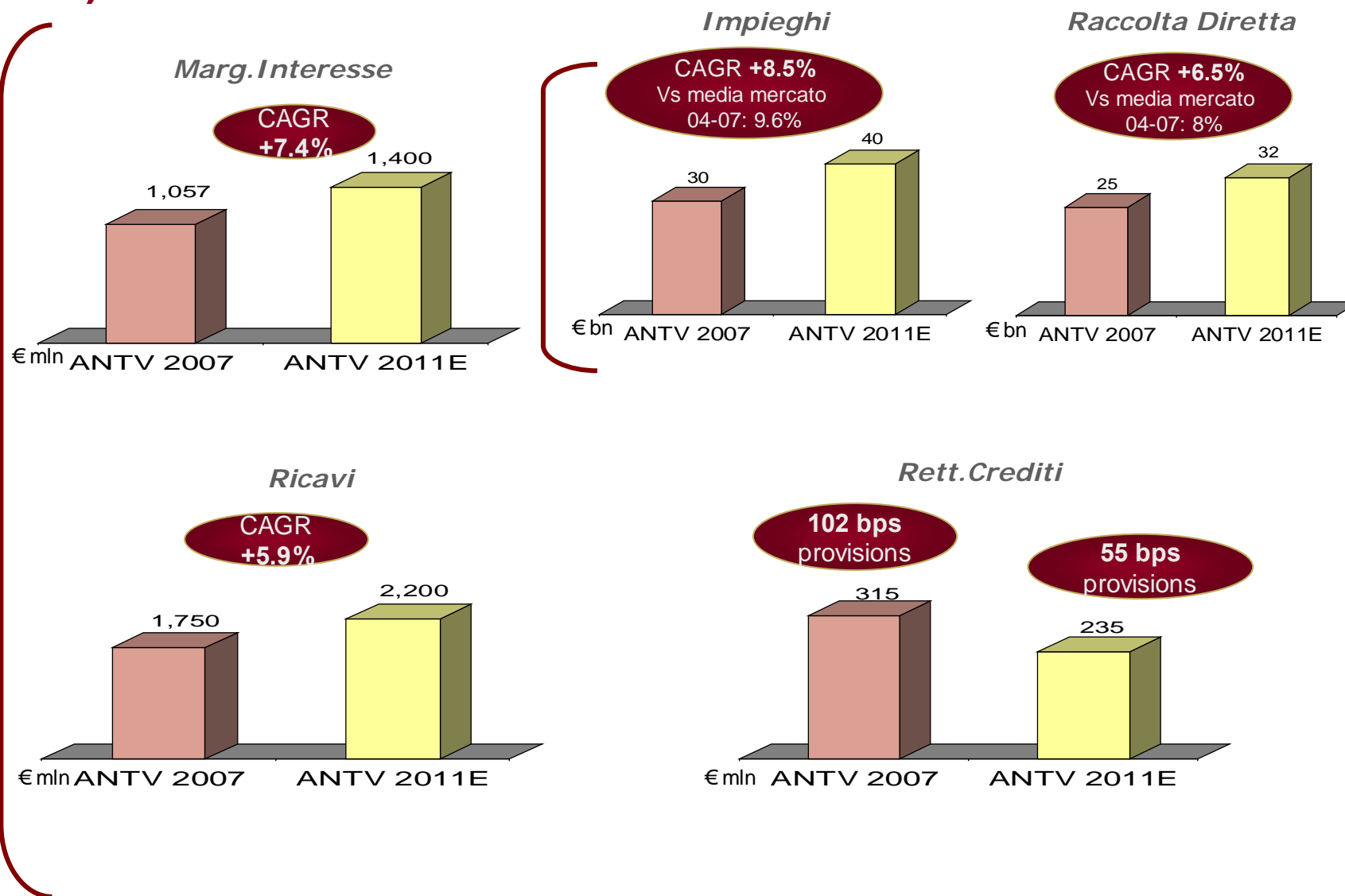
* Non include Biverbanca

Obiettivi Divisionali del Piano Industriale

Pre asset disposal

	<i>Retail</i>		<i>Private</i>		<i>Corporate</i>	
	<i>2007</i>	<i>CAGR '07-'11</i>	<i>2007</i>	<i>CAGR '07-'11</i>	<i>2007</i>	<i>CAGR '07-'11</i>
<i>€ bn</i>						
Margine di interesse	2.6	6.2%	0.1	5.6%	1.3	6.7%
Commissioni	1.4	4.5%	0.3	5.1%	0.4	5.3%
Margine di intermediazione	4.0	5.6%	0.4	5.1%	1.8	6.2%
Raccolta diretta	60.4	6.4%	6.0	6.0%	25.5	6.0%
Raccolta indiretta	73.2	5.9%	24.9	7.0%	26.4	2.9%
Impieghi alla clientela	52.4	8.9%	0.8	5.1%	68.3	7.4%

Assunzioni Piano su Antonveneta vecchio perimetro (1.000 sportelli)



Assunzioni Piano su vecchio perimetro Banca Antonveneta, composto da c 1,000 sportelli

Dettaglio esposizione sub-prime e monoline

- ❑ **Posizioni in Sub-Prime:** Nei portafogli di proprietà è presente una nota (CDO di ABS) su US RMBS (mutui residenziali americani). L'esposizione a dicembre 2007 risulta pari a € **13 mln.**
- ❑ A copertura della posizione di cui sopra, BMPS ha acquistato protezione vendendo l'indice benchmark del mercato degli US RMBS: **ABX Home Equity Index** (Vintage 2006). Alla data del 31 Dicembre 2007 le posizioni erano le seguenti:

ABX HE 6-1 A	\$ 40,000,000
ABX HE 6-1 BBB	\$ 60,000,000
ABX HE 6-1 BBB-	\$ 20,000,000

- ❑ **Posizioni in monoline:** Nei portafogli di proprietà non sono presenti posizioni dirette su monoline.
- ❑ **Valutazione al 31-12-07:** Tutti gli strumenti presenti nei portafogli di proprietà alla data del 31 Dicembre 2007 sono stati valutati al **mark-to-market** . Per gli strumenti complessi e poco liquidi è stata individuata una pluralità di prezzi (mark to model, controparti, info provider), ricorrendo anche ai bid operativi forniti dalle controparti.

Dettaglio azioni di Cost Management

<u>Comparti di spesa</u> €mln	<u>2008-2011</u>	<u>Totale</u>	<u>Principali aree intervento</u>
Immobiliare	11	11,0	Space mgmt sugli immobili delle Strutture Centrali e ottimizzazioni
Legale	8	8,0	Concentrazione legali di riferimento, nuovi modelli tariffazione e strumenti di supporto
Logistico-Economale	15	15,0	Outsourcing su procurement, cost management su acquisto e processo di spesa
ASA sul personale	4	4,0	Attività su mobilità dipendenti e su noleggio lungo termine
Elaborazioni Rete e Banche dati	10	10,0	Riduzione e rinegoziazione postazioni Infoproviders e interventi sul fleet mgmt POS
Telefonia	8	8,0	Implementazione interventi di cost mgmt e accelerazione del rollout VOIP
Ospitalità	1	1,0	Perfezionamento interventi su omaggistica
Visure	4,3	4,3	Revisione processi utilizzo banche dati e revisione procurement con eliminazione intermediari informativi
Altre spese	0,5	0,5	
Totale	61,8	61,8	

Contacts

Contacts



Investor Relations

Piazza Salimbeni, 3

53100 Siena

Tel: +39 0577-296477

Investor Relations Team:

Alessandro Santoni (Head)

Simone Maggi

Guido Poli

Elisabetta Pozzi

Email: Investor.Relations@banca.mps.it

Declaration

Il Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Daniele Pirondini dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico delle disposizioni in materia di intermediazione finanziaria che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

**Proiezioni finanziarie non
comprehensive degli effetti della
PPA.**