

2T25

Teleconferência de Resultados

Contato da equipe de
Relações com Investidores:

ri.multiplan.com.br
ri@multiplan.com.br
+55 21 3031-5400

Aviso legal

Este documento pode conter considerações futuras que estão sujeitas a riscos e incertezas uma vez que se baseiam nas expectativas e crenças de boa-fé da administração da Companhia, bem como nas informações disponíveis na data em que foi emitido. A Companhia não está obrigada a atualizar ou revisar tais afirmações.

As palavras "antecipar", "desejar", "esperar", "prever", "pretender", "planejar", "almejar", "projetar", "estimar", "objetivar" e termos similares, ou o significado negativo dessas expressões, visam identificar tais declarações de natureza prospectiva.

A Companhia esclarece que não divulga projeções e/ou estimativas nos termos do artigo 21 da Resolução CVM nº 80/22 e, dessa forma, eventuais considerações futuras não representam qualquer guidance ou promessa de desempenho futuro.

Afirmarções ou informações prospectivas referem-se a eventos futuros que podem ou não vir a ocorrer, sendo que muitos dos fatores e valores que embasam essas considerações fogem do controle ou da expectativa da Companhia e envolvem riscos conhecidos e desconhecidos. Nossa futura situação financeira, resultados operacionais, participação de mercado e posicionamento competitivo podem diferir substancialmente daqueles inferidos ou sugeridos em tais avaliações. O leitor/investidor é o único e exclusivo responsável por qualquer decisão de investimento, negócio ou ação tomada com base nas informações contidas neste documento. O leitor/investidor não deve basear-se exclusivamente nas informações contidas neste documento para tomar tais decisões.

Este documento pode conter informações sobre projetos futuros ou em andamento cuja concretização poderá divergir materialmente devido a alterações nas condições de mercado, alterações de lei ou políticas governamentais, alterações das condições de operação do projeto e dos respectivos custos, alteração de cronogramas, desempenho operacional, demanda de lojistas e consumidores, negociações comerciais ou de outros fatores técnicos e econômicos. Tais projetos estão

sujeitos a alterações, ajustes ou interrupções, no todo ou parcialmente, a critério da Companhia, sem a obrigatoriedade de aviso prévio ou atualização pública, exceto quando expressamente exigido por lei. As informações não contábeis não foram revisadas pelos auditores externos.

Neste documento, a Companhia optou por apresentar os saldos consolidados, de forma gerencial, de acordo com as práticas contábeis vigentes, excluindo o CPC 19 (R2). Nesse sentido, os números gerenciais apresentados podem diferir daqueles constantes em nossas demonstrações financeiras. Eventuais medições não contábeis contidas neste documento são utilizadas pela Companhia como indicadores adicionais de desempenho de suas operações. Tais indicadores não são medidas reconhecidas pelo BR GAAP ou IFRS, não possuem um significado padrão e podem não ser comparáveis a medidas com títulos semelhantes fornecidos por outras companhias, e, portanto, não devem ser consideradas isoladamente ou como substitutos de outras métricas financeiras divulgadas de acordo com BR GAAP ou IFRS.

Para maiores informações, favor consultar as Demonstrações Financeiras, o Formulário de Referência e outras informações relevantes disponíveis no nosso site de Relações com Investidores ri.multiplan.com.br.

Este documento não constitui uma oferta de venda nem em uma solicitação de compra de qualquer valor mobiliário.

Programas Não Patrocinados de Depositary Receipts

No melhor conhecimento da Companhia, existem bancos estrangeiros que implementaram ou pretendem implementar programas não patrocinados de certificados de depósito de valores mobiliários (depositary receipts), nos EUA ou em outros países, com lastro em ações de emissão da Companhia (os "Programas Não Patrocinados"), se valendo do fato de que os relatórios da Companhia são usualmente divulgados no idioma inglês.

A Companhia, no entanto, (i) não está envolvida nos Programas Não Patrocinados, (ii) desconhece os termos e condições dos Programas Não Patrocinados, (iii) não tem qualquer relacionamento com potenciais investidores no tocante aos Programas Não Patrocinados, (iv) não consentiu de forma alguma com os Programas Não Patrocinados e não assume qualquer responsabilidade em relação aos mesmos. Ademais, a Companhia ressalta que suas demonstrações financeiras são traduzidas e também divulgadas em inglês exclusivamente para o cumprimento das normas brasileiras, notadamente a exigência contida no item 6.2 do Regulamento de Listagem do Nível 2 de Governança Corporativa da B3 SA - Brasil, Bolsa, Balcão, que é o segmento de listagem do mercado em que as ações da Companhia são listadas e negociadas. Reitera-se que a Companhia não possui qualquer responsabilidade por perdas, danos ou obrigações decorrentes da negociação de valores mobiliários sob tais Programas Não Patrocinados.

Embora divulgadas em inglês, as demonstrações financeiras da Companhia são preparadas de acordo com a legislação brasileira, seguindo os Princípios Contábeis Geralmente Aceitos no Brasil (BR GAAP), que podem diferir dos princípios contábeis geralmente aceitos em outros países.

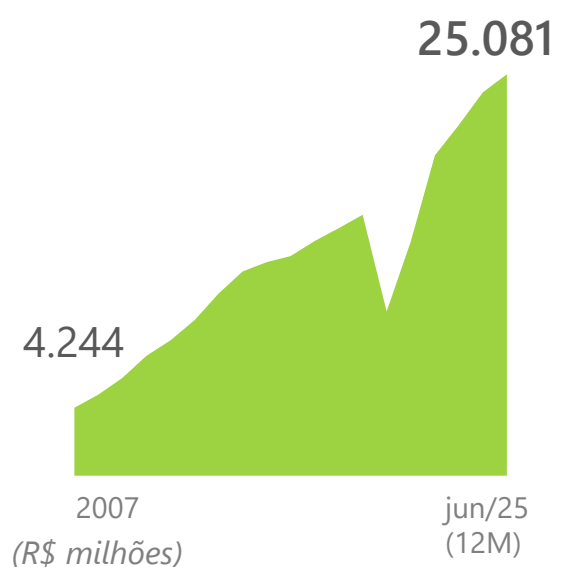
Por fim, a Companhia chama a atenção de potenciais investidores para o artigo 51 do seu Estatuto Social, o qual, em síntese, prevê expressamente que qualquer litígio ou controvérsia que possa surgir entre a Companhia, seus acionistas, membros do Conselho de Administração, diretores e membros do Conselho Fiscal com relação às matérias previstas em tal dispositivo devem ser submetidas à arbitragem perante a Câmara de Arbitragem do Mercado, no Brasil.

Portanto, ao optar por investir em qualquer Programa Não Patrocinado, o investidor o faz por seu próprio critério e risco e também estará sujeito ao disposto no artigo 51 do Estatuto Social da Companhia.

Crescimento consistente no longo prazo

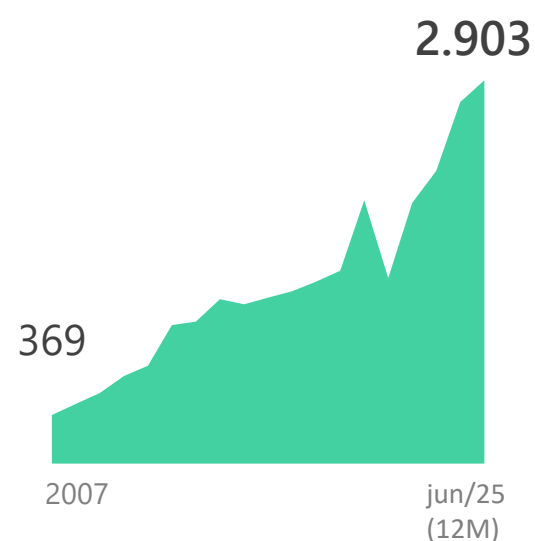
(CAGR¹ % 2007- jun/25 12M)

Vendas²



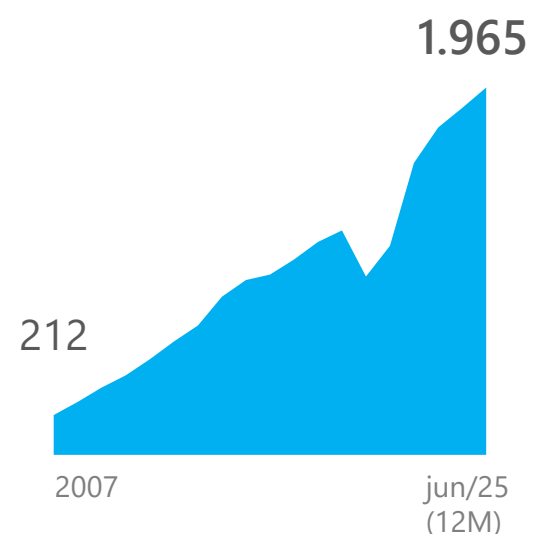
+10,7%

Receita Bruta



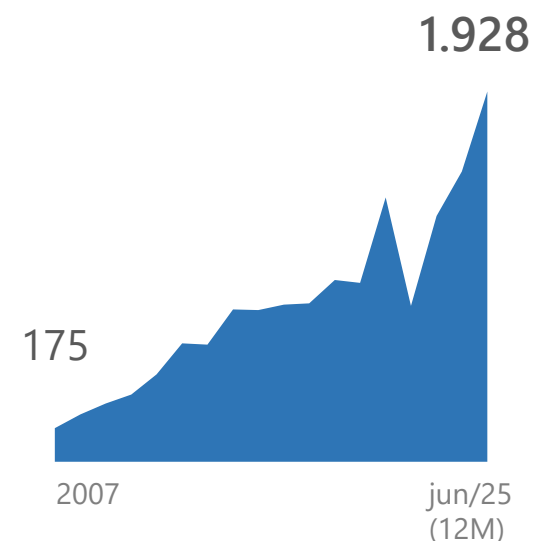
+12,5%

NOI³



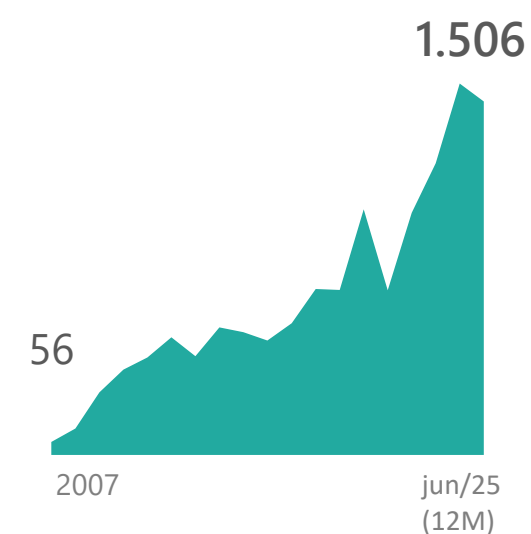
+13,6%

EBITDA



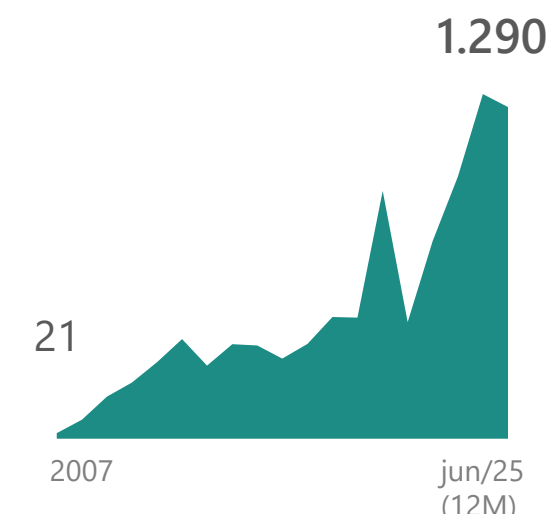
+14,7%

FFO⁴



+20,7%

Lucro Líquido



+26,5%

¹ CAGR (Compound Annual Growth Rate) refere-se à Taxa de Crescimento Anual Composta. ² Vendas totais dos lojistas em base 100%, e não na participação da Multiplan. ³ Resultado Operacional Líquido (na sigla em inglês NOI - Net Operating Income). ⁴ FFO (Fluxo de Caixa Operacional).

Forte desempenho no 2T25 impulsiona métricas operacionais e financeiras

Vendas R\$6,3 bi +12,8% vs. 2T24	Taxa de Ocupação 96,1% +12 p.b. vs. 2T24	Turnover 1,1% 9.816 m² no 2T25
Receita de locação (shoppings) R\$414 M +8,6% vs. 2T24	SSR +9,3% +3,5% SSR real vs. 2T24	Receita de Venda de Imóveis R\$171 M +134,7% vs. 2T24
Margem NOI 95,0% +300 p.b. vs. 2T24	Margem EBITDA PROPRIEDADES 84,6% +636 p.b. vs. 2T24	LPA¹ +36,9% jun/25 vs. jun/24 (12M)

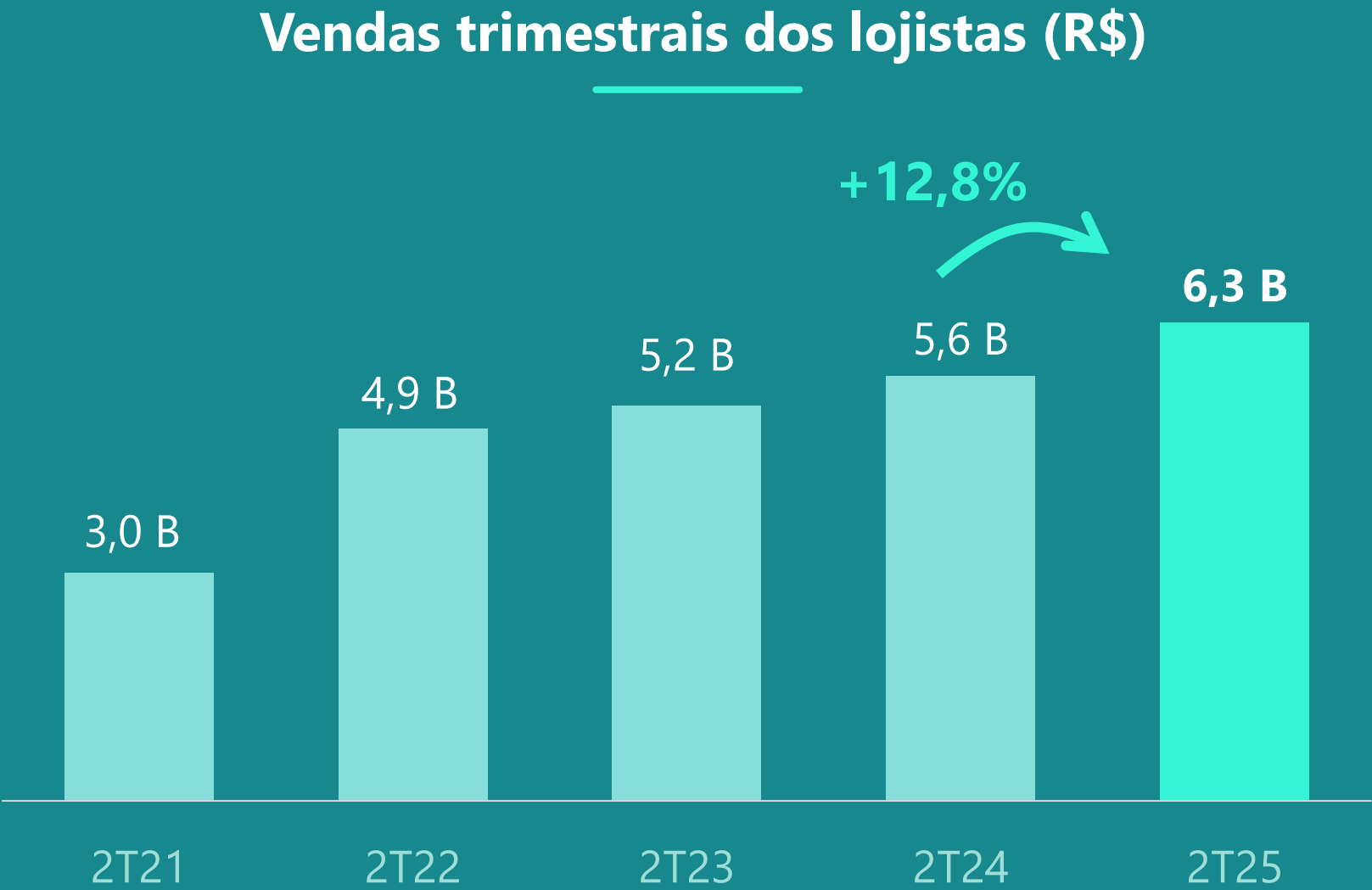
¹ LPA significa Lucro por ação: lucro líquido (12M) dividido pelo número de ações em circulação (excluindo ações em tesouraria) no final do período.



ParkShoppingBarigüi

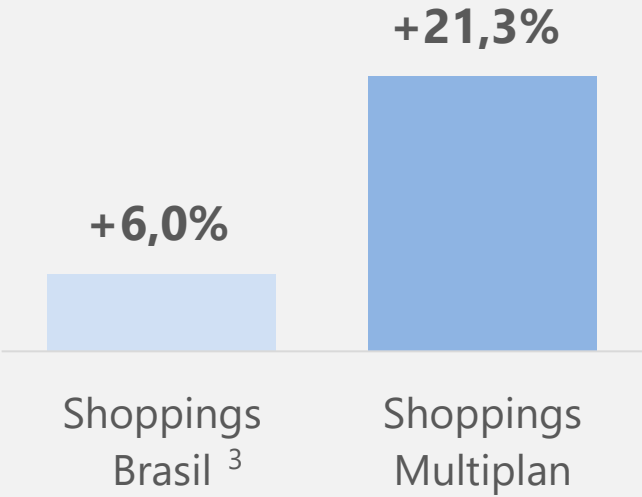
Vendas: maior alta em um 2T desde 2014¹ (+12,8% vs. 2T24)

Mais da metade dos shoppings crescendo com duplo dígito

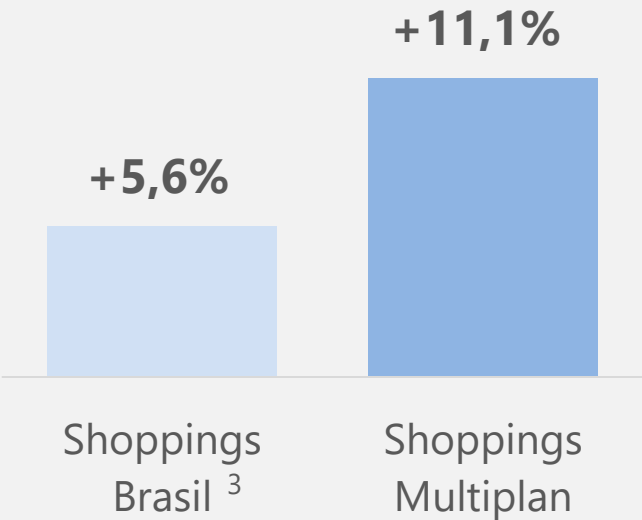


Crescimento das vendas² no 2T25 (% em relação ao ano anterior)

Dia das mães



Dia dos namorados



¹ Não considera o período de pandemia (2020-2022). ² Os períodos foram definidos de acordo com os intervalos de tempo estabelecidos pela Abrasce, a responsável pela divulgação dos dados: Dia das Mães (02/05 a 11/05/25 vs. 03/05 a 12/05/24) e Dia dos Namorados (06/06 a 12/06/25 vs. 06/06 a 12/06/24). Os números da Multiplan seguem esses intervalos de tempo. ³ Fonte de shoppings brasileiros: Abrasce (Associação Brasileira de Shopping Centers) com base no ICVA Cielo.

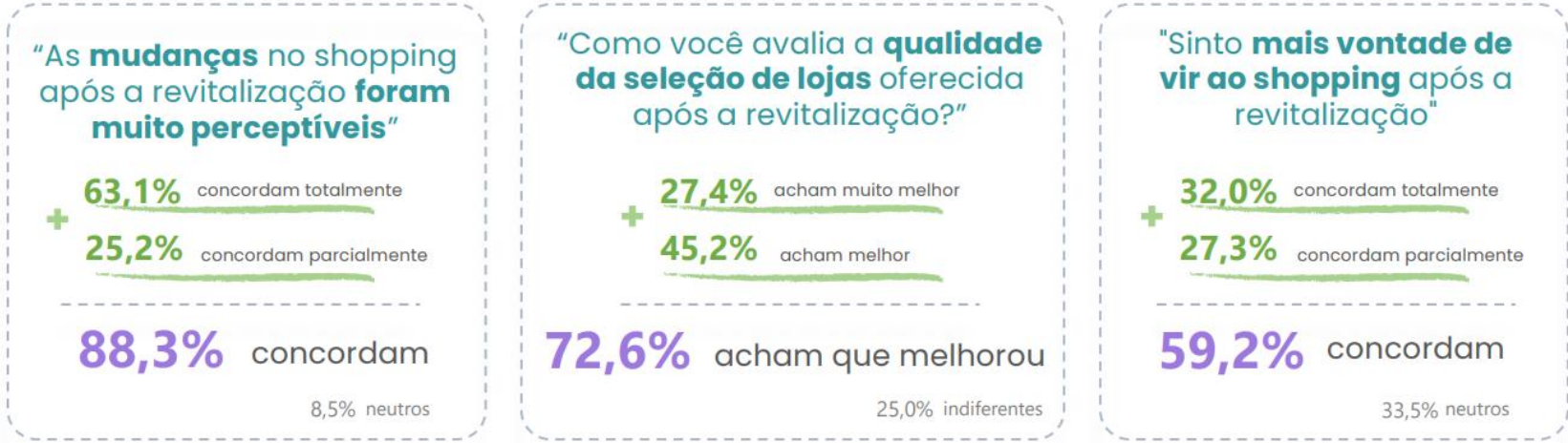
SSS¹: crescimento de 10,9% no 1T25

Shoppings que passaram por revitalizações se destacam nos resultados

Same Store Sales (SSS)¹ 2T25 x 2T24

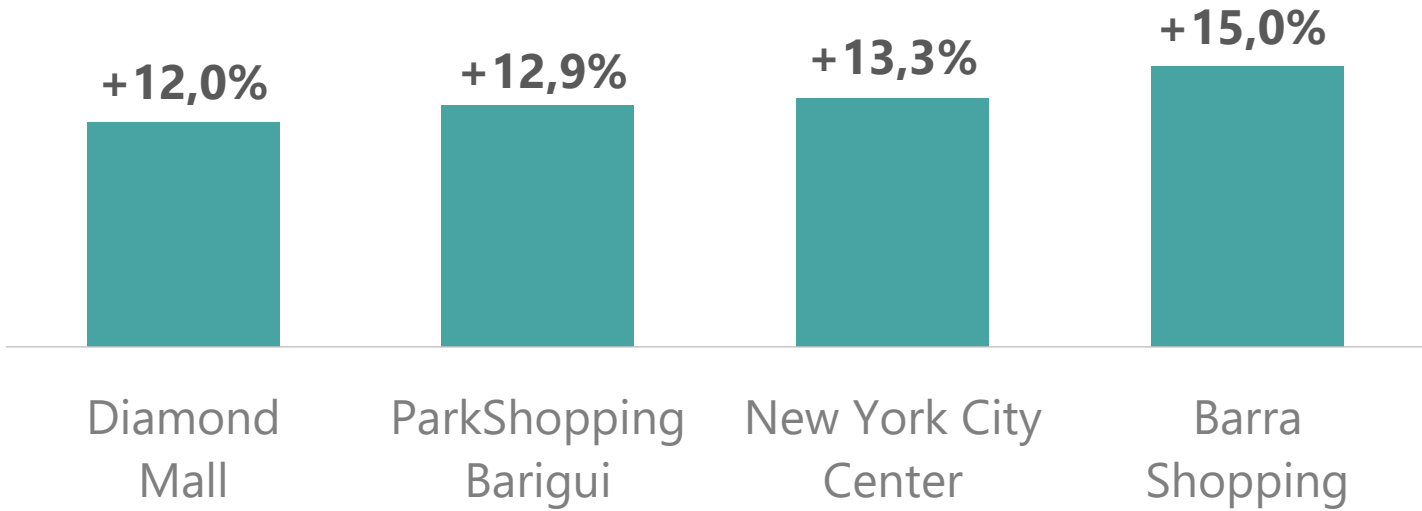
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	+1,1%	+14,2%	+14,0%
Vestuário	+17,1%	+9,6%	+11,9%
Artigos do Lar & Escritório	+15,3%	+10,6%	+11,7%
Artigos Diversos	+8,5%	+8,1%	+8,2%
Serviços	+23,0%	+5,6%	+8,7%
Total	+14,7%	+9,8%	+10,9%

¹ SSS (Same Store Sales) refere-se ao indicador Vendas nas Mesmas Lojas.



Pesquisa realizada em shoppings revitalizados, estudo apresentado na Reunião Pública de 2025 ([link](#))

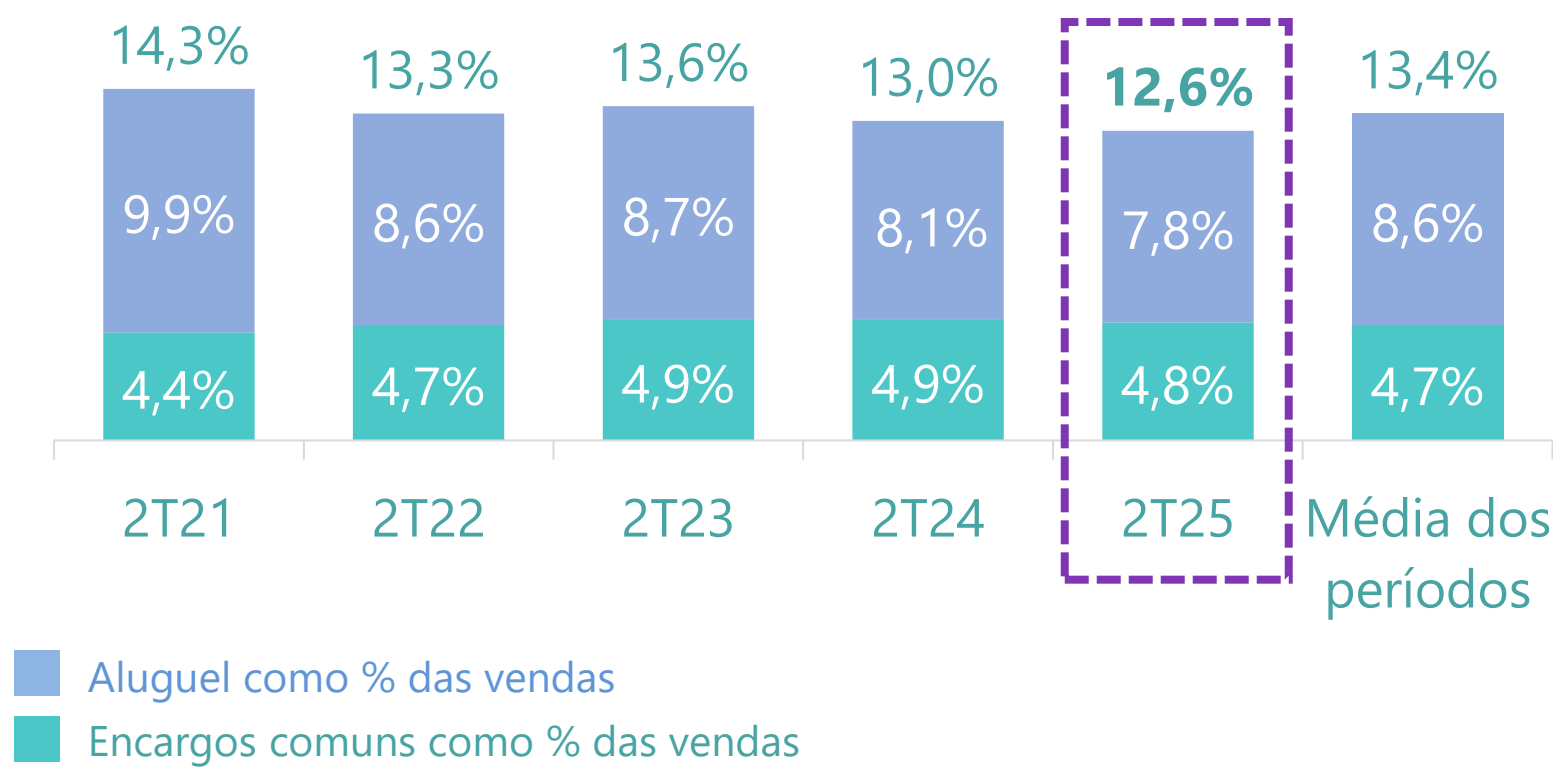
SSS¹ de shoppings revitalizados (% em relação ao ano anterior)



Menor custo de ocupação para um 2º tri desde o IPO¹

Fortes vendas impulsionam queda

Custo de ocupação



¹ O IPO (Oferta Pública Inicial) da Multiplan foi realizado em jul-07.



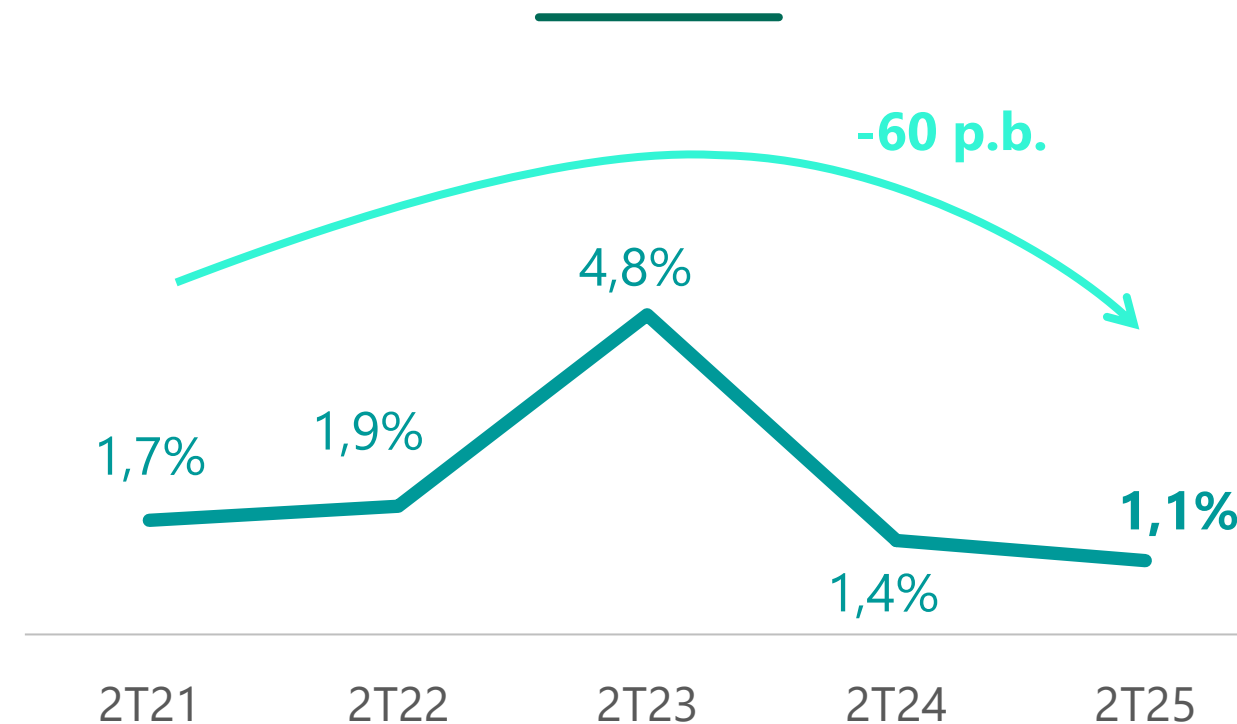
BarraShopping – Stranger Things® Experience



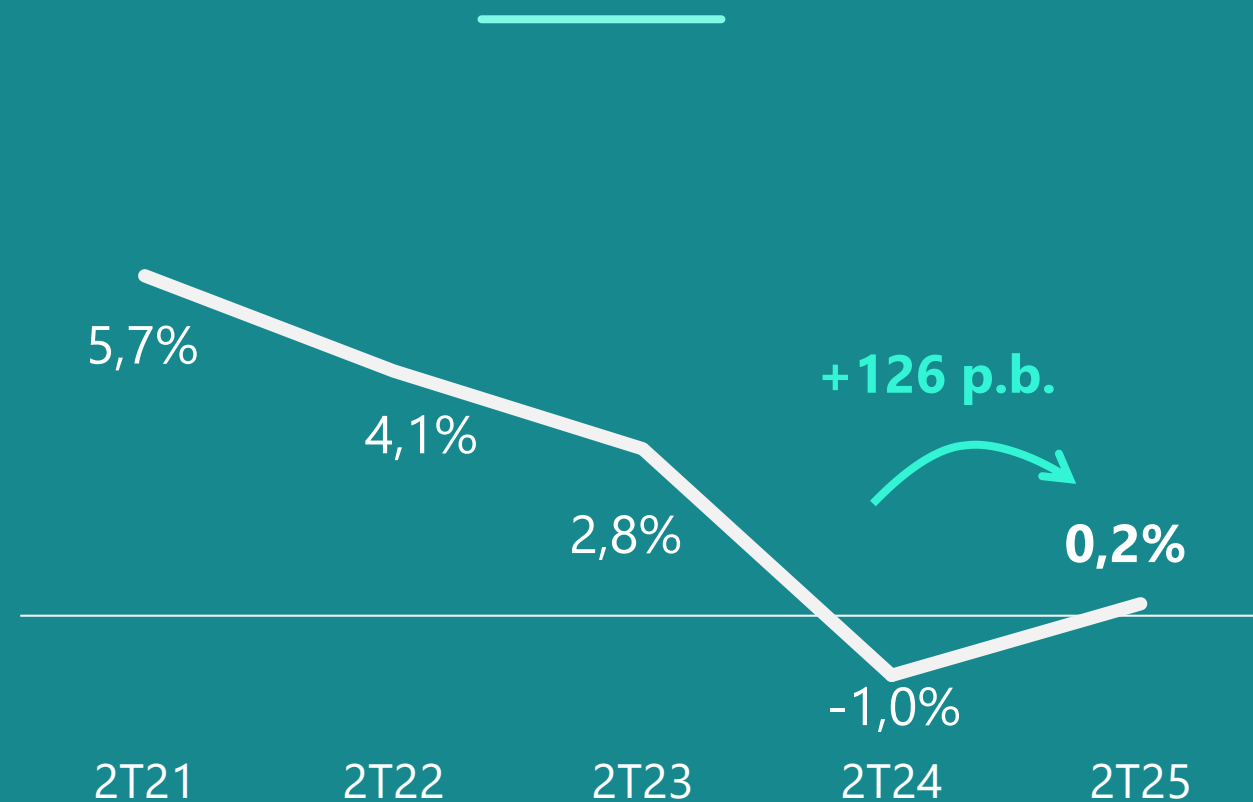
Turnover em queda e ocupação elevada

Vendas elevadas reduzem o giro de lojistas enquanto segue a procura por novos espaços

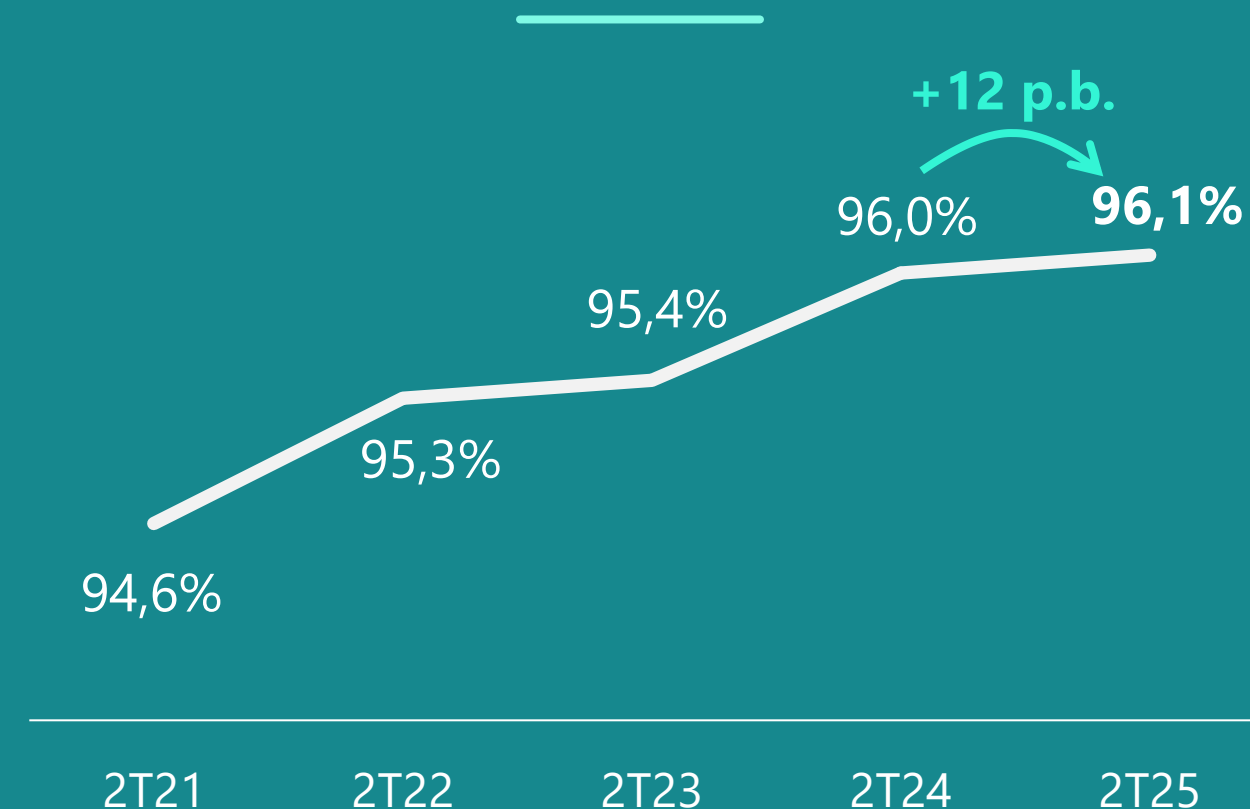
Turnover dos shoppings em % da ABL total



Taxa de inadimplência líquida



Taxa média de ocupação dos shopping centers



Receita bruta cresce 27,2%, puxada por locação, venda de imóveis, estacionamento e serviços

Crescimento de receitas:

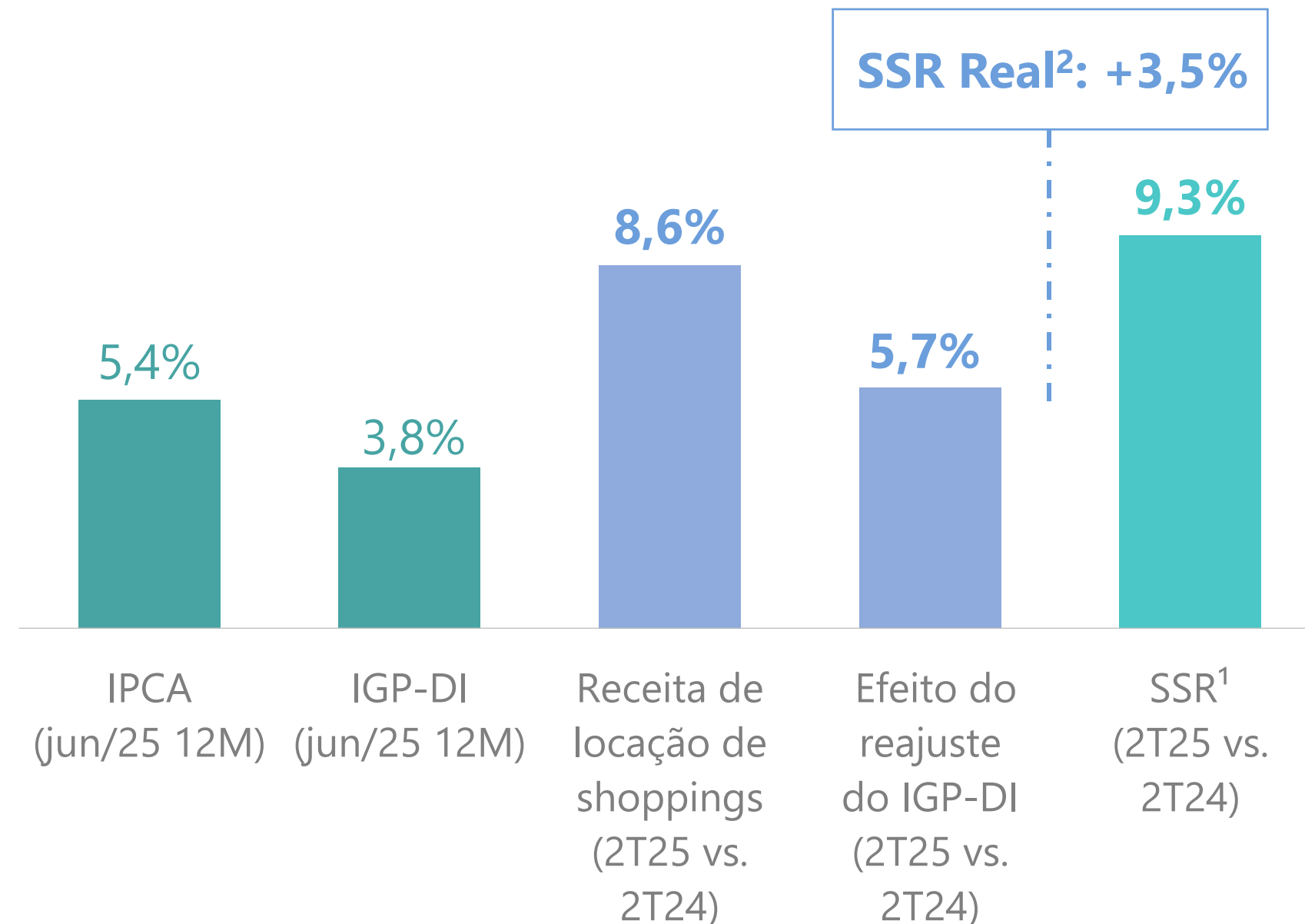




SSR de 9,3% no 2T25

SSR real de 3,5% sobre o efeito do reajuste do IGP-DI de 5,7%

Índices e análise do SSR¹ – 2T25



¹SSR (Same Store Rent) refere-se ao indicador Aluguel nas Mesmas Lojas. ² SSR Real refere-se ao Aluguel nas Mesmas Lojas líquido do efeito do reajuste do IGP-DI no período.

Golden Lake – Fase 1



Construção do Golden Lake – jul/25

Lançamento: **out/21**

Vendas: **73,4% das unidades¹**
equivalente a **R\$409,2 M do VGV²**

Receita contabilizada até jun/25: **R\$368,6 M**

*1ª fase com 4 torres residenciais
94 unidades*

*34 mil m² de área privativa
VGV² de R\$560 M*

¹Vendas realizadas até 18 de julho de 2025.

²VGV refere-se ao Valor Geral de Vendas. Não inclui correção monetária.

Golden Lake – Fase 2

Lake Eyre: mais da metade do VGV¹ vendido e obras iniciadas



Ilustração - Torres do Lake Eyre

Lançamento²: set/24

Início da construção: mai/25

**Vendas: 63,0% das unidades³
equivalente a R\$224,2 M do VGV¹**

**Receita contabilizada
até jun/25: R\$48,8 M**

*2ª fase com 2 torres residenciais
127 unidades*

*19 mil m² de área privativa
VGV³ de R\$350 M*

¹ VGV refere-se ao Valor Geral de Vendas.

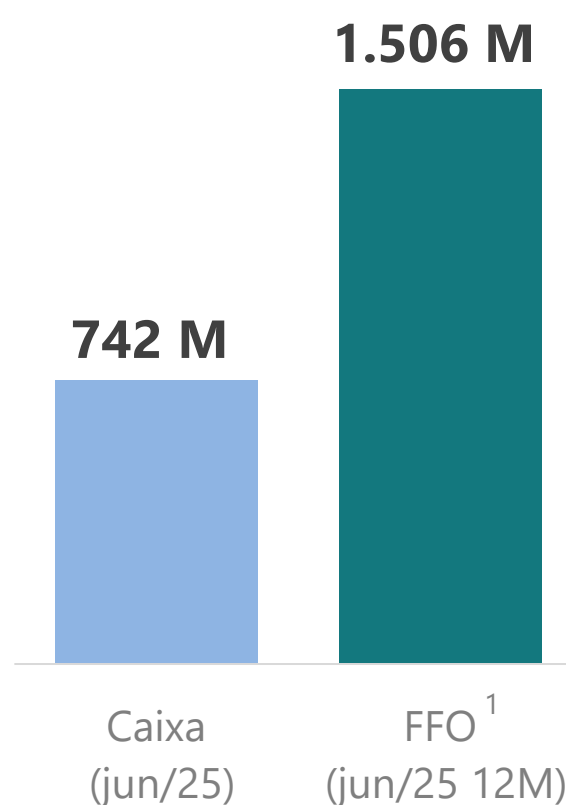
² Conforme Comunicado ao Mercado ([link](#)).

³ Vendas realizadas até 18 de julho de 2025.

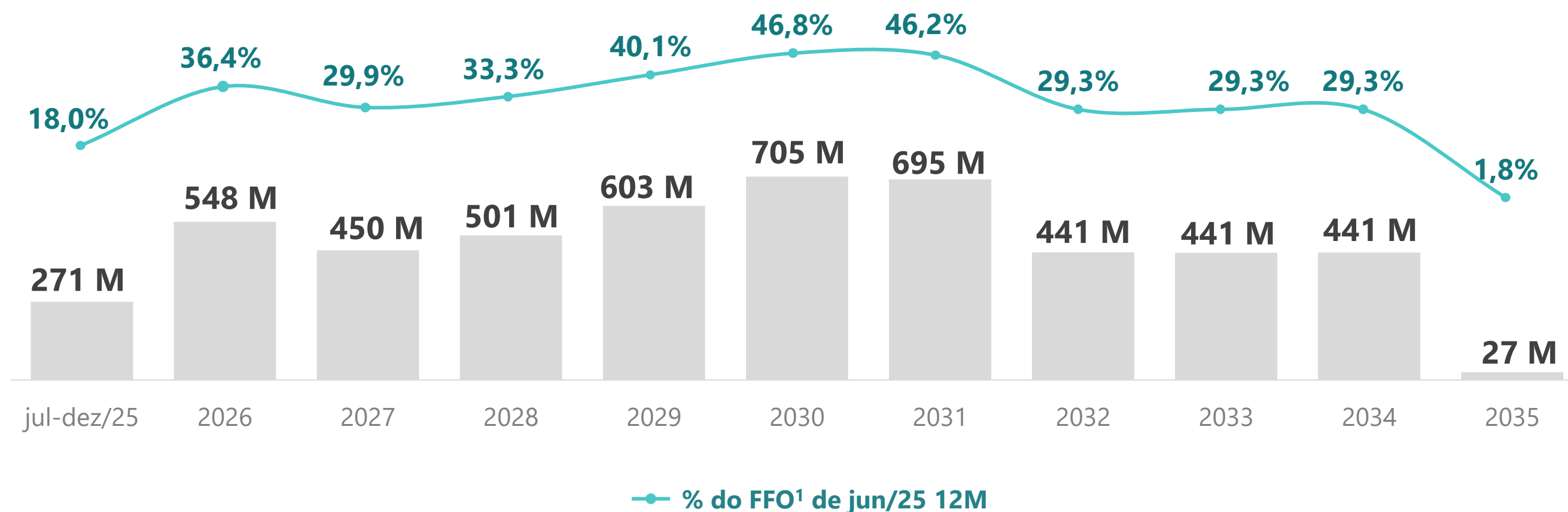
Estrutura de capital

Geração de caixa (FFO¹) robusta para fazer frente a investimentos, retornar capital e amortizar a dívida

Caixa e geração de caixa (R\$)



Cronograma de amortização da dívida bruta (R\$) e amortização como % do FFO¹ de jun/25 12M | (%)



¹FFO (Funds from Operations) refere-se ao Fluxo de Caixa Operacional.

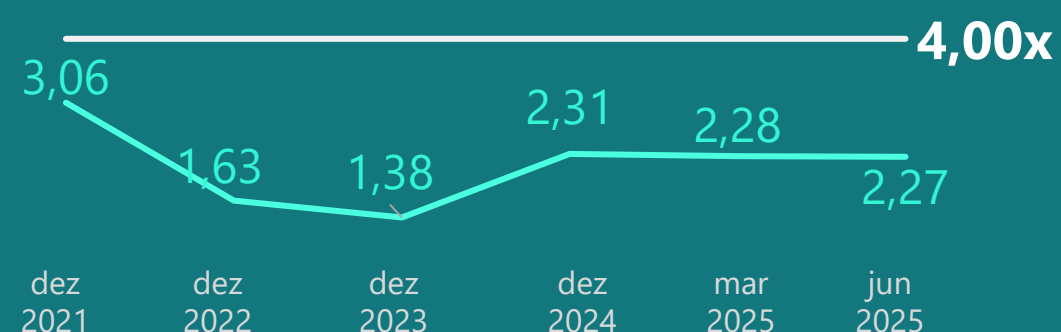
Alavancagem estável em meio a investimentos e distribuição de JCP¹

Dívida Líquida/EBITDA em 2,27x (jun/25)

- » Dívida bruta: **R\$5.124,4 M**
- » Custo médio a.a.: **15,52%**
- » Dívida Líquida: **R\$4.382,1 M**
- » Dívida Líquida / EBITDA: **2,27x**
- » Valor Justo das Propriedades²: **R\$31.894,3 M**
- » Dívida Líquida / Valor Justo: **13,7%**

Dívida Liq./
EBITDA (x)

Menor
covenant
em: 4,0x



Maior nível no período: 3,36x em set/21
Menor nível no período: 1,32x em mar/24

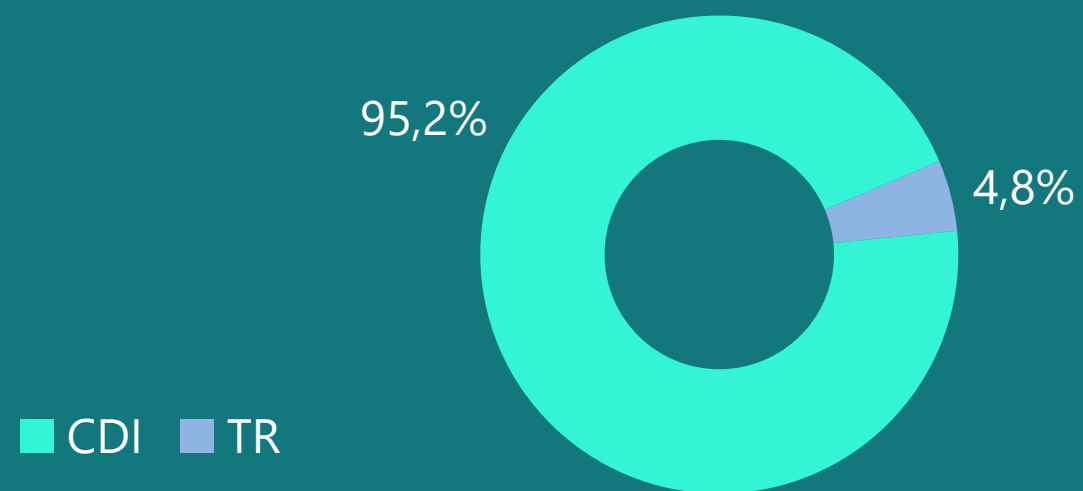
¹ JCP refere-se a Juros sobre o Capital Próprio. ² Valor Justo das Propriedades calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 30 de junho de 2025.



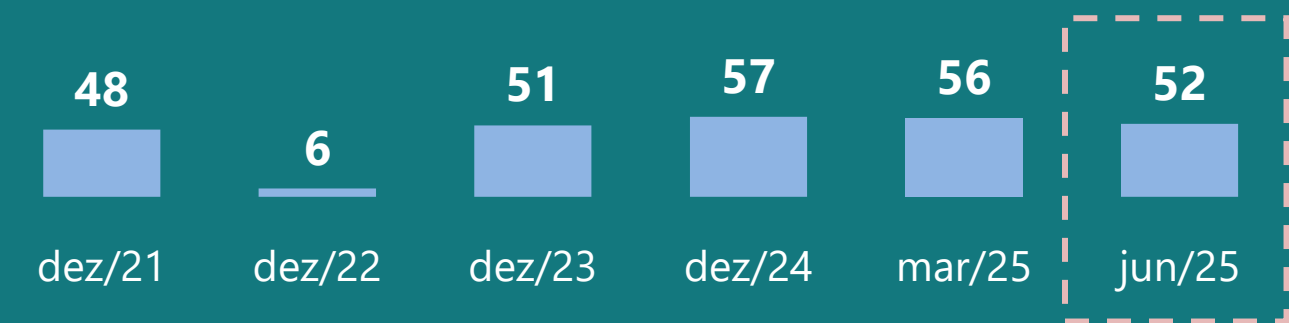
RibeirãoShopping

Custo da dívida

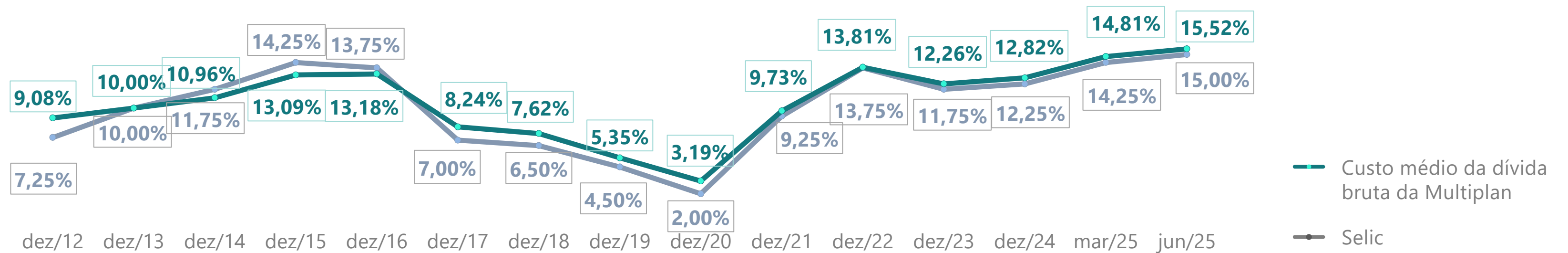
Endividamento por índice (jun/25)



Spread do custo da dívida sobre Selic (p.b.)



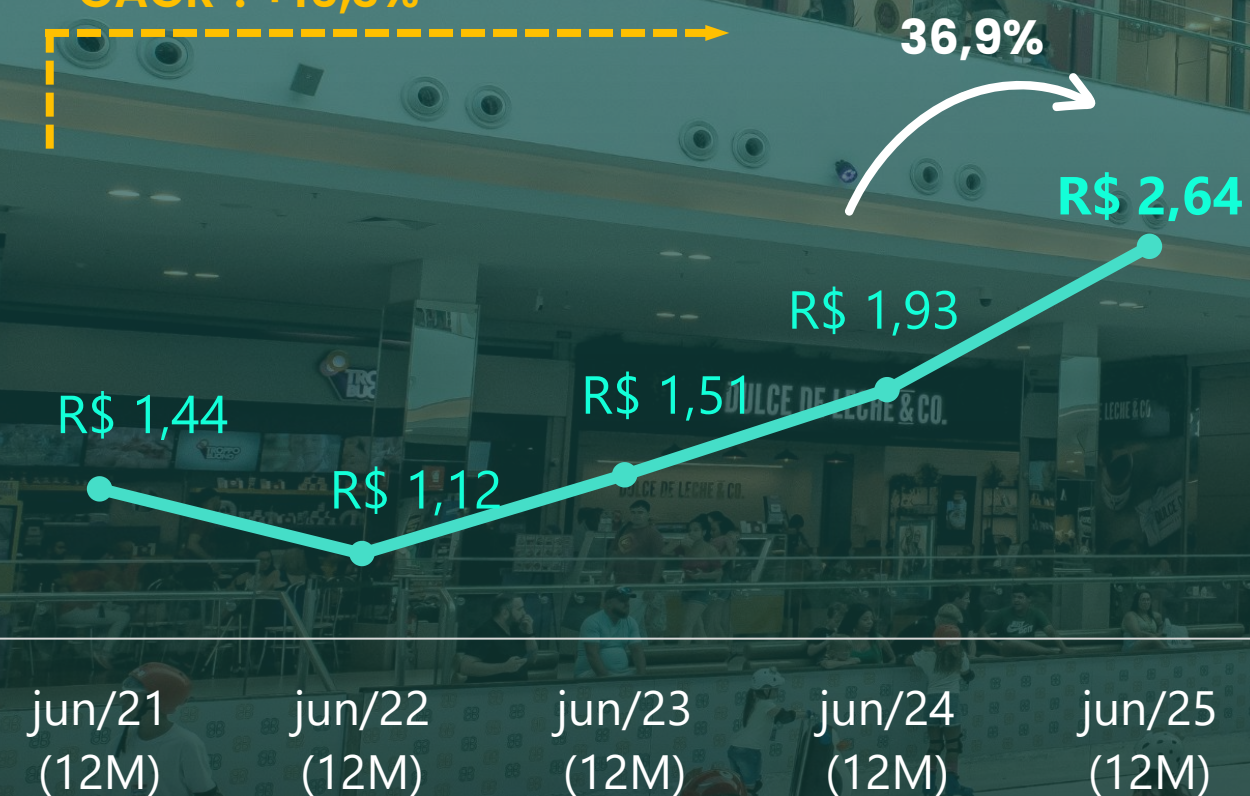
Custo médio da dívida bruta (a.a.)



R\$2,0 bi em recompras nos últimos 12 meses impulsionam o lucro líquido e FFO¹ por ação

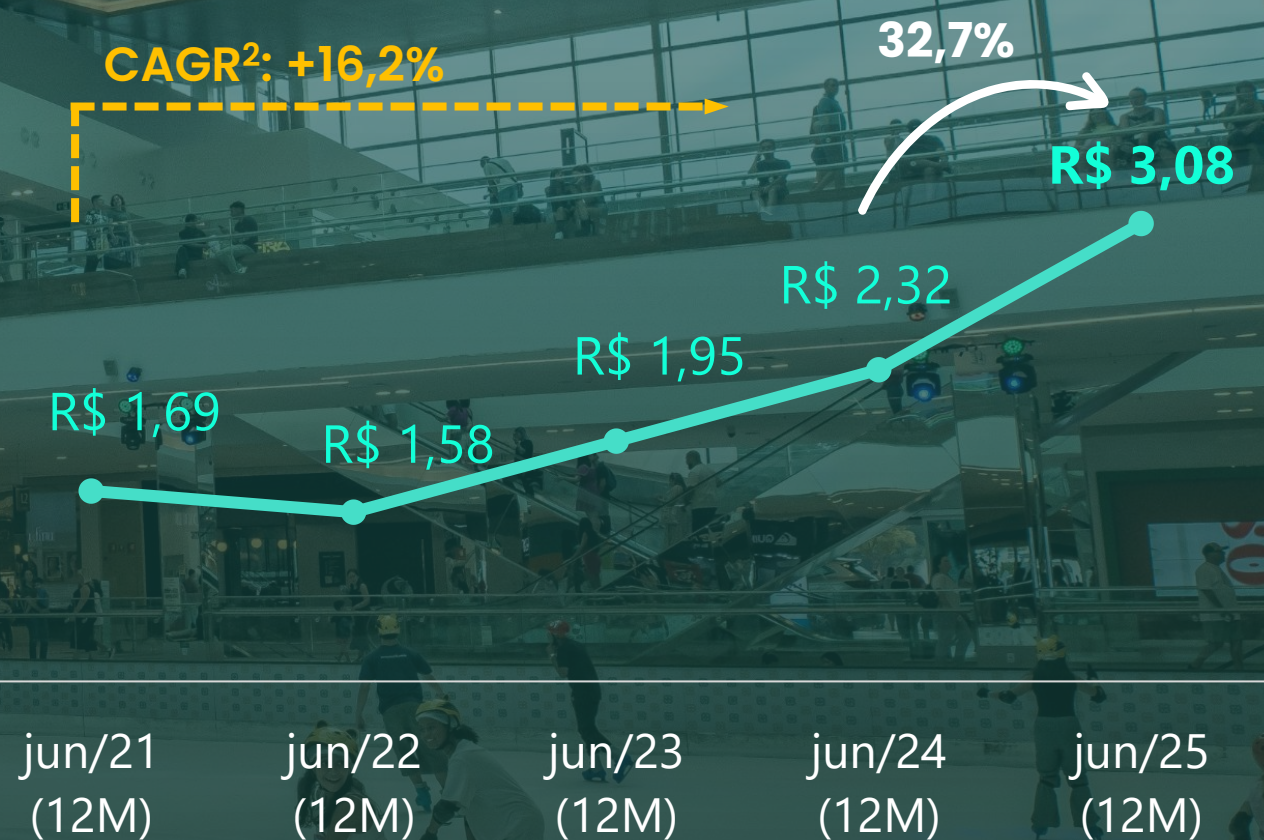
Lucro por ação (R\$)

CAGR²: +16,3%



FFO¹ por ação (R\$)

CAGR²: +16,2%



Nota: Dados "por ação" consideram as ações em circulação ao final de cada período (excluindo as ações em Tesouraria). ¹ FFO (Funds from Operations) refere-se ao Fluxo de Caixa Operacional. ² CAGR (Compound Annual Growth Rate) refere-se à Taxa de Crescimento Anual Composta.

Histórico de dividendos e JCP

R\$545,0 M distribuídos nos últimos 12 meses, e R\$4,3 bi desde a abertura de capital¹

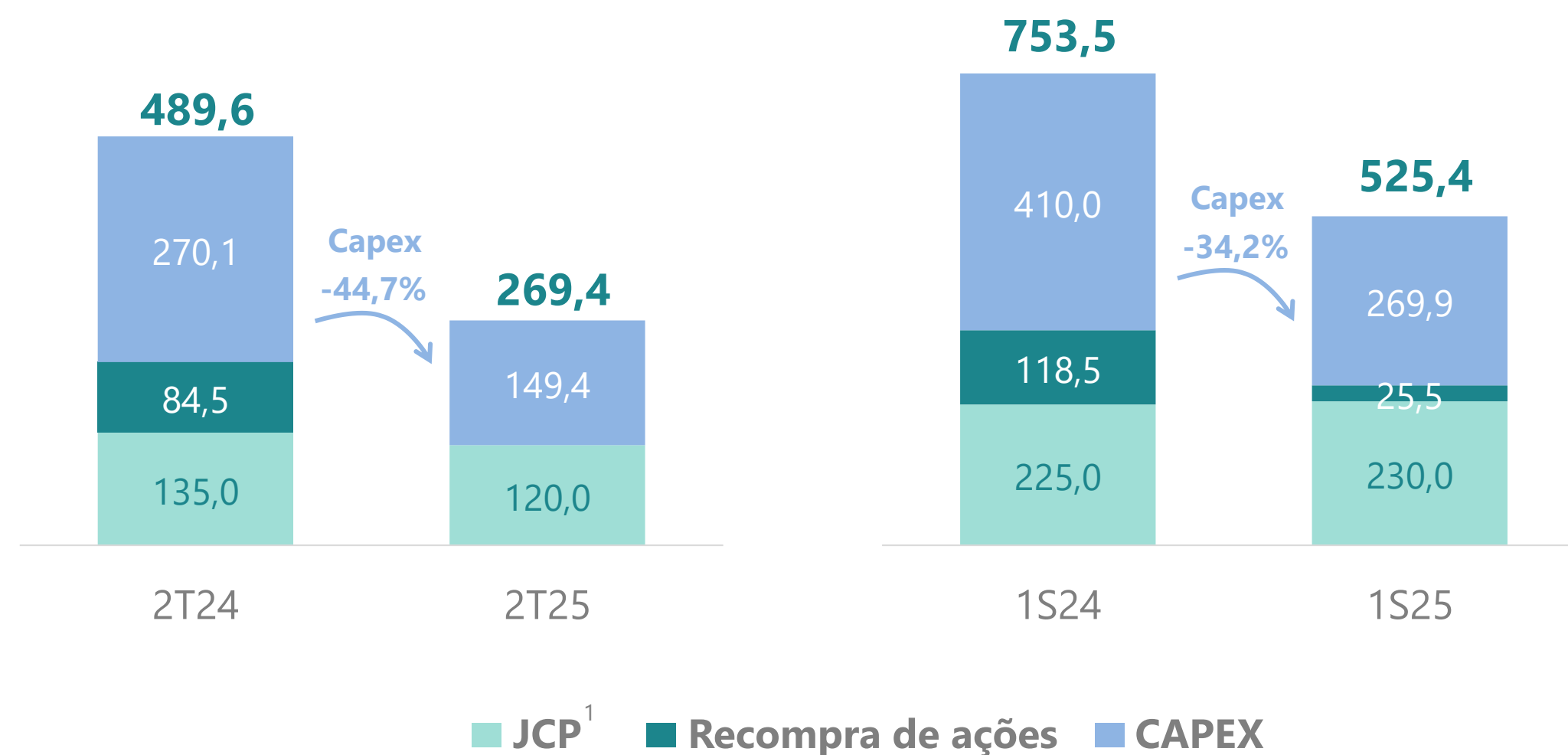
Distribuição de remuneração aos acionistas



¹A abertura de capital da Companhia ocorreu em jul/07. ²CAGR (Compound Annual Growth Rate) refere-se à Taxa de Crescimento Anual Composta. ³Dividendo por ação: dividendos + juros sobre capital próprio declarados divididos pelo número de ações em circulação na data da declaração, excluindo as ações mantidas em Tesouraria.

Alocação de capital 2T25: capex cai 44,7% com a entrega de revitalizações e expansões

Alocação de capital (R\$ M)

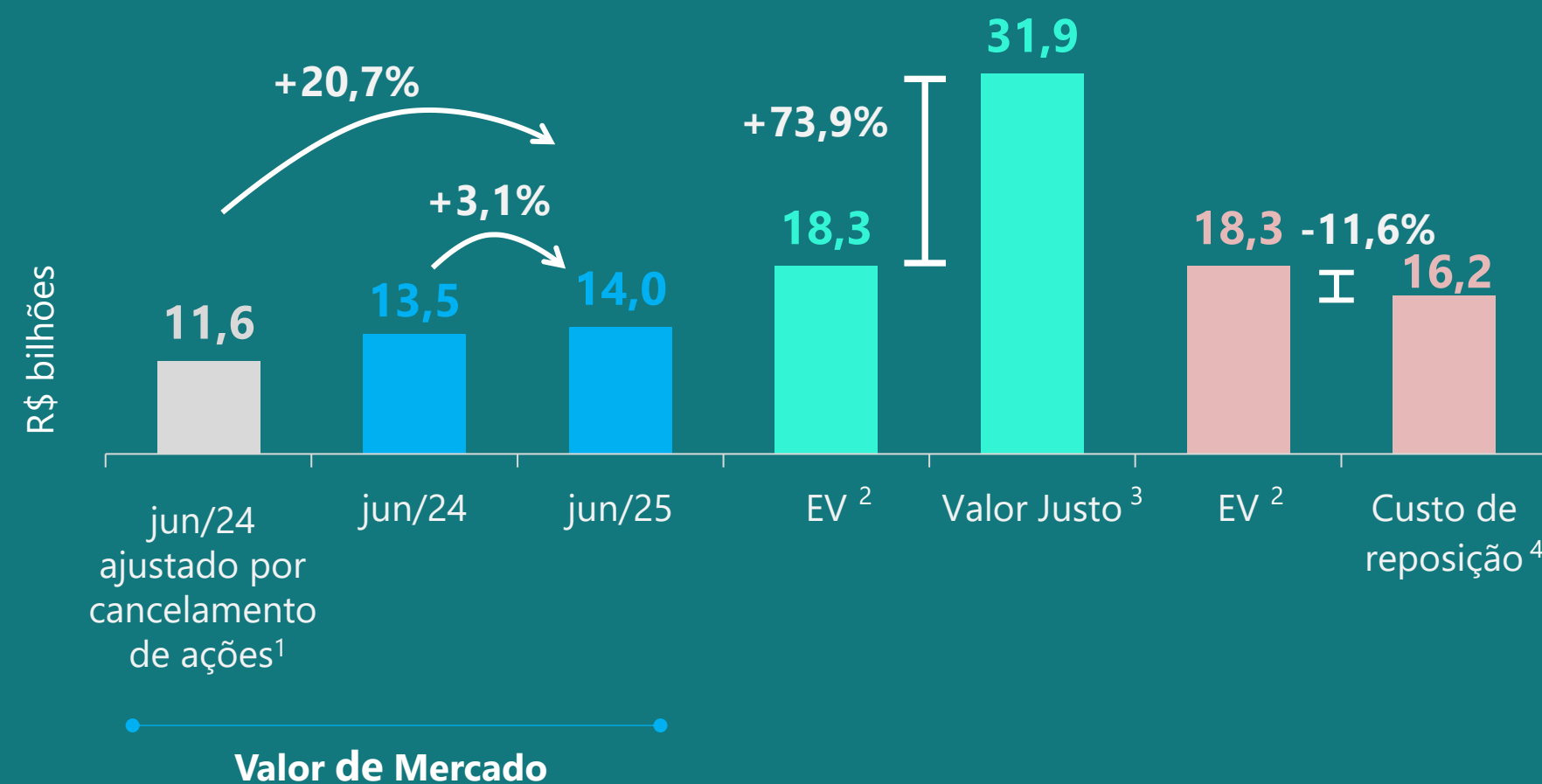


¹ JCP refere-se a Juros sobre o Capital Próprio deliberados.

Valor Justo

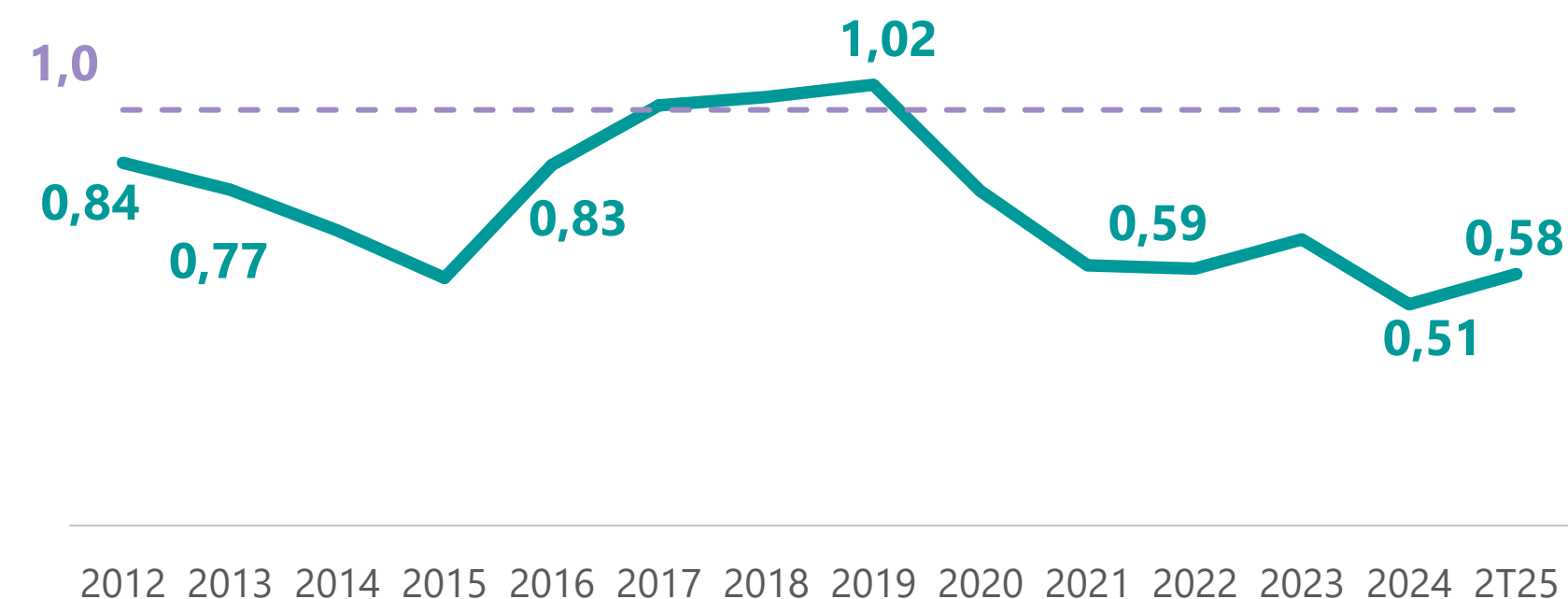
Valor da Empresa (EV) é 58% do Valor Justo

Valor da Multiplan



¹ Considera o total de ações emitidas em jun/25, multiplicado pelo preço de fechamento da ação em jun/24, para refletir o cancelamento de 87,6 milhões de ações no período. ² Enterprise Value (EV): valor de mercado + dívida líquida ao final de junho de 2025. ³ Valor Justo dos imóveis calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 30 de junho de 2025. ⁴ Custo de Reposição calculado através da multiplicação de uma estimativa de custo de reposição por m² e a ABL própria (765.466 m²) ao final de junho de 2025. A estimativa do custo de reposição por m² foi calculada usando o capex do Park Jacarepaguá de R\$770,0 milhões dividido pela ABL própria do shopping (39.385 m²), levando a um custo de reposição por m² de R\$21.188/m².

EV¹ / Valor Justo²



Reunião Pública 2025

Multiplan apresenta ganhos de participação de mercado, estratégia de gestão ativa e planos de crescimento



Alguns estudos de caso apresentados no evento:

Recompra de ações de R\$2,0 bilhões supera o carregamento financeiro¹ em R\$361 milhões em oito meses

Recompra submetida

Resumo:

- 90 milhões de ações
- Preço de R\$2,0 bilhões
- Transação aprovada

Shoppings Multiplan têm crescimento de vendas acima do varejo, lojas de rua e shoppings do Brasil

Varição de vendas anual¹ (2021 - 2024)

+64,1%

+7,5%

Case: revitalização BarraShopping (em andamento)

Acelerando um gigante

- Fachada e piso
- Mix
- Iluminação
- Parqueamento e decoração

Resultado na expansão VII: crescimento nas vendas e aluguel

mar/25

Crescimento Capex de 100%

YTD

1T25

Vendas

Término ao longo de 2025

- Crescimento de vendas
- Retorno aos acionistas
- Percepção das revitalizações
- Crescimento gerado por revitalizações
- Benefícios das expansões
- Gestão ativa de mix melhorando resultados
- Inovação digital para conveniência

Transmissão



Apresentação



Multi: uma nova era digital integrada

Unificação dos canais Multi, MultiVocê e Acesso Multi

Anterior

 **Multi** + MULTI  VC + **ACESSO**
MULTI >>

=

Novo

multi 



Experiência **centralizada** e **fortalecida**



Multi: **quase 9,0 milhões de downloads** acumulados



+49% em vendas dos shoppings **capturadas pelo programa** (1S25 vs. 1S24)

Lançamento da categoria **Multi Platinum:**
benefícios e experiências ainda **mais exclusivas**

multi 
SILVER

multi 
GREEN

multi 
GOLD

multi 
PLATINUM

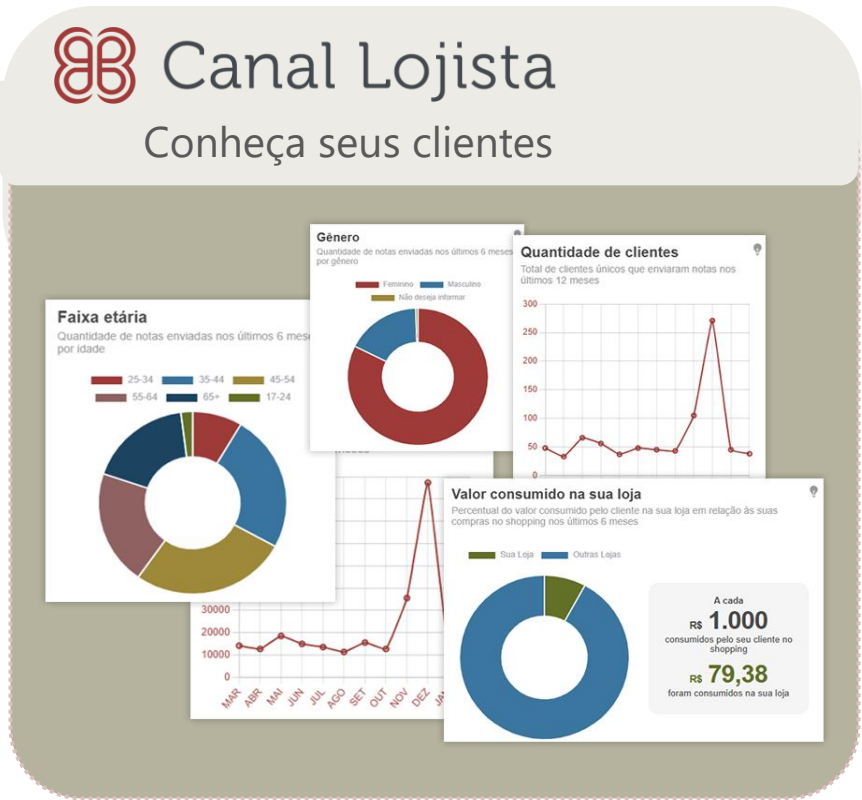
Canal “Conheça seus clientes”

Compartilhando dados com os lojistas para gerar insights e resultados

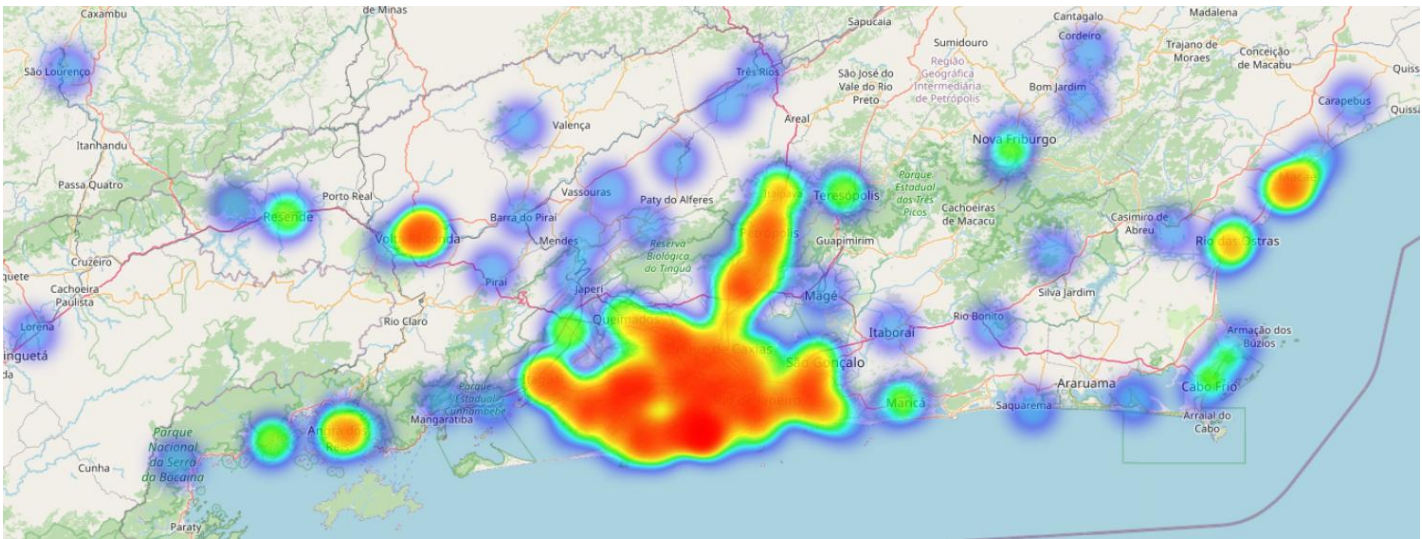
Insights personalizados com base na análise de dados capturados pelo app Multi

Dados sobre **consumo**, **participação dos lojistas** nas visitas e **perfil de compra**

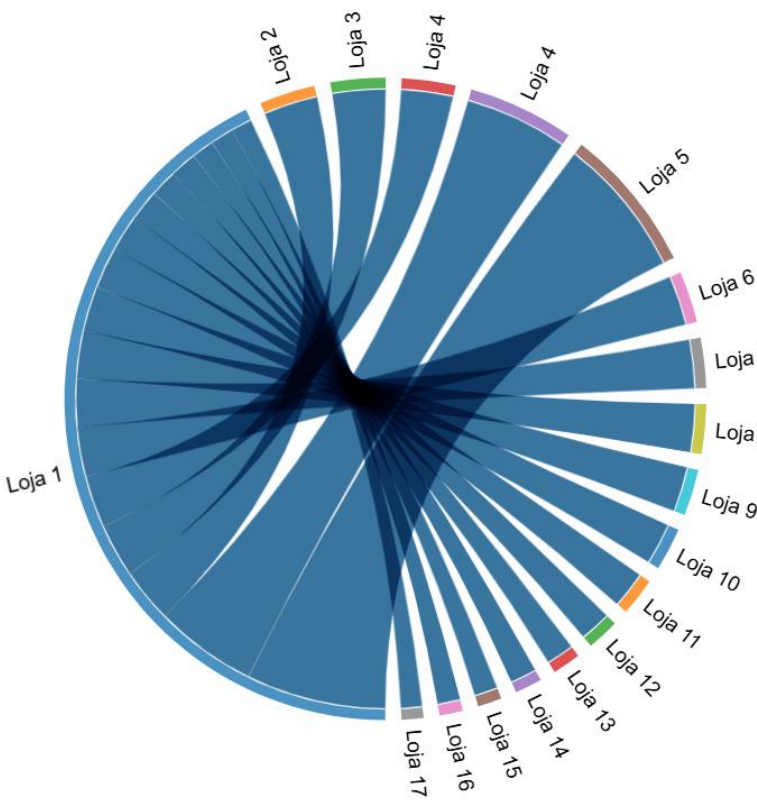
Funcionalidades do app Multi alimentam o *dashboard* individual de cada lojista



Mapa de calor que permite ao lojista visualizar, a origem geográfica de seus clientes



O mapa de cordas indica com quais outras lojas o lojista compartilha seus clientes



Responsabilidade social e ambiental, governança e reconhecimentos no 2T25



Copa VillageMall de hipismo



MorumbiShopping e DiamondMall sediam evento de corrida



Jogo da Integridade: incentivando a conduta ética entre os colaboradores



Golden Lake: pré-certificação LEED GOLD

Premiação ABRASCE 2025

★ Campanha Institucional

Multiplan: “Há 50 anos, transformando momentos simples em algo único e mágico”

★ Expansões e Revitalizações

Expansão do ParkShoppingBarigüi

★ Eventos e Promoções

MorumbiShopping: Exposição “Heróis DC”

★ Eventos e Promoções

BH Shopping: “Tutankamon – uma experiência imersiva”



BH Shopping: Exposição Tutankamon



Parque Shopping Maceió - Alagoas



Relações com Investidores

ri@multiplan.com.br ● +55 21 3031-5400