

MULTIPLAN EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS S.A.
Companhia Aberta

COMUNICADO AO MERCADO

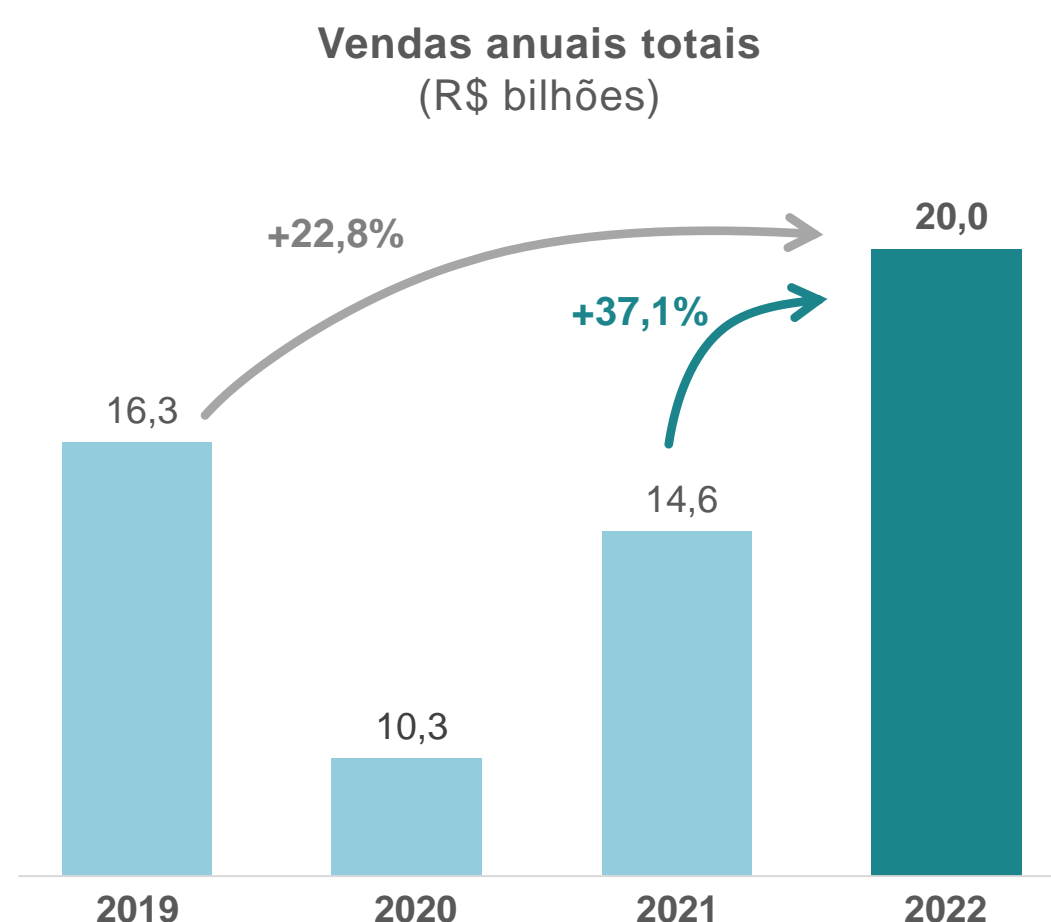
Prévia Operacional – Novo recorde de vendas em 2022

Vendas de 2022 superaram em 37,1% os níveis de 2021 e em 22,8% os de 2019

A **MULTIPLAN EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS S.A.** ("Companhia") anuncia a prévia¹ de vendas de seu portfólio em 2022 e no 4T22.

No ano de 2022, as vendas totais do portfólio da Multiplan atingiram R\$20,0 bilhões, alcançando um novo recorde de vendas anuais, superando em 37,1% o ano de 2021 e em 22,8% o ano de 2019.

Em 2022, todos os shoppings do portfólio da Multiplan apresentaram crescimento de dois dígitos vs. 2021, atestando a resiliência dos ativos da Companhia.



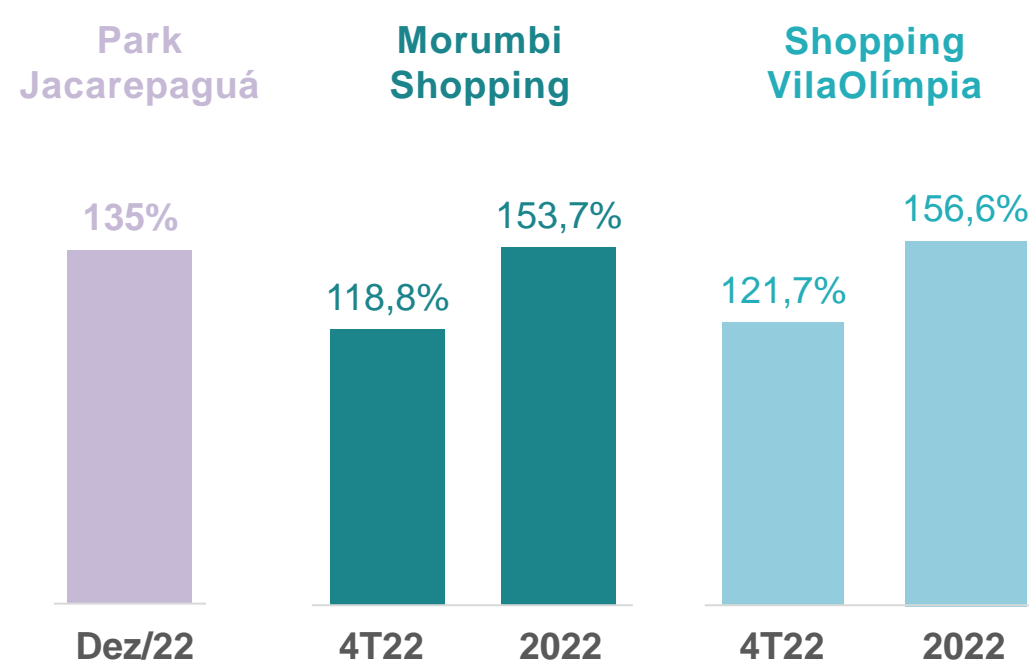
Destaques 2022

O **MorumbiShopping** ultrapassou as vendas de 2021 em expressivos **53,7%**. Na comparação com 2019, as vendas no shopping cresceram 29,9%.

De forma similar, o **ShoppingVilaOlímpia** apresentou o maior crescimento de vendas do portfólio em 2022, **56,6% acima de 2021**.

Outro importante destaque foi o crescimento nas vendas do **ParkJacarepaguá**. O shopping, que completou seu primeiro ano em 19 de novembro, registrou, em dezembro de 2022, vendas **34,6%** superiores a dezembro de 2021.

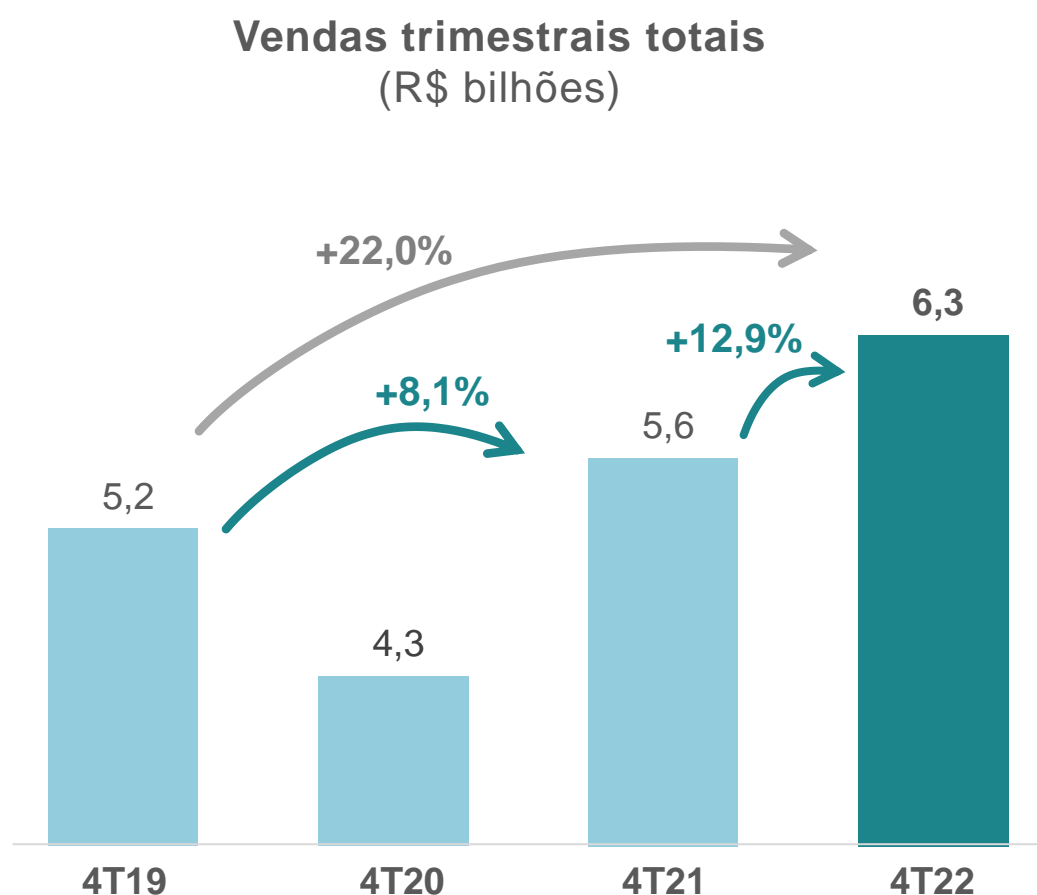
Vendas totais como % de 2021



¹ Todos os números apresentados são preliminares e estão sujeitos a alterações.

Destaques 4T22

No **quarto trimestre de 2022**, as **vendas totais** do portfólio da Multiplan superaram o desempenho do 4T21 em **12,9%** e do 4T19 em **22,0%**, atingindo **R\$6,3 bilhões** no trimestre.



Eleições e Copa do Mundo

É importante ressaltar que o recorde de vendas registrado no 4T22 poderia ser ainda maior sem considerar os eventos emblemáticos no período.

No primeiro e no último domingo de outubro ocorreram, respectivamente, o primeiro e o segundo turno das eleições presidenciais no Brasil. Outro evento que também capturou a atenção da população brasileira foi a Copa do Mundo da FIFA, que foi realizada entre os dias 20 de novembro e 18 de dezembro.

Desconsiderando os dois dias das eleições^{1,2} e os cinco dias dos jogos do Brasil na Copa^{1,3}, **o crescimento das vendas no 4T22 vs. o 4T21 seria de 15,4%**, o que torna o crescimento ainda mais robusto.

¹ Não considera as vendas do Parque Shopping Maceió.

² Não foram contabilizadas as vendas do primeiro e do último domingo de outubro de 2022 e de 2021.

³ Para fins de comparação, foram desconsideradas as vendas nos dias dos jogos do Brasil em 2022 e as vendas nos mesmos dias da semana em 2021.

⁴ Vendas realizadas entre os dias 25 e 27 de novembro de 2022.

⁵ Vendas realizadas entre os dias 19 e 25 de dezembro, em 2022 e em 2021.

Black Friday e Natal

O último trimestre de 2022 contou também com dois grandes eventos recorrentes catalizadores de vendas: a Black Friday e o Natal.

Comparando o final de semana da Black Friday de 2022 contra 2021, as vendas^{1,4} cresceram 18,9%.

A vendas na semana do Natal^{1,5}, em 2022, superaram a mesma semana em 2021 em 12,7%. O fluxo de veículos¹ na mesma semana também cresceu na comparação com o ano anterior, alcançando 102,7% de 2021.

Desta forma, as **vendas¹** dos lojistas foram **recorde na semana do Natal, no trimestre, e também no ano.**



Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

As **Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)** em **2022**, na comparação com **2021**, atingiram **+34,5%**.

Os segmentos mais voltados para experiências continuam se destacando. O segmento de **Serviços cresceu 54,7%** vs. 2021, com os cinemas apresentando desempenho positivo em função das estreias em 2022 (+135,3% vs. 2021).

Outro destaque foi o segmento de **Alimentação & Áreas Gourmet**, que **cresceu 44,7%** vs. 2021, mais um exemplo do desejo das pessoas por experiências.

No **4T22**, o SSS ficou **11,8% acima do 4T21**. Os segmentos de **Serviços** e **Alimentação & Áreas Gourmet** foram novamente os destaques, registrando **+22,3%** e **+17,4%**, respectivamente.

| Vendas nas mesmas lojas | 2022 x 2021 | | |
|-----------------------------|---------------|---------------|---------------|
| | Âncora | Satélite | Total |
| Alimentação & Áreas Gourmet | - | +44,7% | +44,7% |
| Vestuário | +33,8% | +31,4% | +32,2% |
| Artigos do Lar & Escritório | +21,5% | +22,4% | +22,6% |
| Artigos Diversos | +30,8% | +28,5% | +29,2% |
| Serviços | +98,1% | +46,9% | +54,7% |
| Total | +35,0% | +34,1% | +34,5% |

| Vendas nas mesmas lojas | 4T22 x 4T21 | | |
|-----------------------------|---------------|---------------|---------------|
| | Âncora | Satélite | Total |
| Alimentação & Áreas Gourmet | - | +17,4% | +17,4% |
| Vestuário | +8,0% | +5,7% | +6,6% |
| Artigos do Lar & Escritório | +23,8% | +11,2% | +14,0% |
| Artigos Diversos | +20,5% | +9,6% | +12,6% |
| Serviços | +10,9% | +24,8% | +22,3% |
| Total | +13,0% | +11,3% | +11,8% |

Divulgação de resultados do 4T22

A divulgação dos resultados do quarto trimestre de 2022 da Companhia ocorrerá no dia 09 de fevereiro, quando outros dados operacionais ficarão disponíveis.

Rio de Janeiro, 04 de janeiro de 2023.

Armando d'Almeida Neto

Diretor Vice-Presidente Financeiro e de Relações com Investidores