Multiplan

REUNIÃO PÚBLICA

Dezembro de 2020



BarraShopping, RJ

AVISO LEGAL

Este documento pode conter considerações futuras que estão sujeitas a riscos e incertezas uma vez que se baseiam nas expectativas da administração da Companhia, bem como nas informações disponíveis. A Companhia não está obrigada a atualizar tais afirmações.
As palavras "antecipar", "desejar", "esperar", "prever", "pretender", "planejar", "prognosticar", "projetar", "objetivar" e termos similares são utilizados para identificar tais afirmações.
A Companhia esclarece que não divulga projeções e/ou estimativas nos termos do artigo 20 da Instrução CVM nº 480/09 e, dessa forma, tais considerações futuras não representam qualquer *guidance* ou promessa de desempenho futuro.
As expectativas da administração referem-se a eventos futuros que podem ou não vir a ocorrer. Nossa futura situação financeira, resultados operacionais, participação de mercado e posicionamento competitivo podem diferir substancialmente daqueles expressos ou sugeridos em tais avaliações. Muitos dos fatores e valores que estabelecem esses resultados estão fora do controle ou da expectativa da Companhia. O leitor/investidor não deve basear-se exclusivamente nas informações contidas neste relatório para tomar decisões com relação à negociação de valores mobiliários de emissão da Multiplan.
Este documento contém informações sobre projetos futuros que poderão tornar-se diversas 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 poderão ser modificados no todo ou parcialmente, a critério da Companhia, sem prévio aviso. As informações não contábeis não foram revisadas pelos auditores externos.
Nesta apresentação, a Companhia optou por apresentar os saldos consolidados, de forma gerencial, de acordo com as práticas contábeis vigentes excluindo o CPC 19 (R2), e ajustando para a venda da Diamond Tower.
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.

Programas Não Patrocinados de *Depositary Receipts*

Chegou ao conhecimento da Companhia que bancos estrangeiros 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"), tirando proveito 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.
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.

AGENDA

- Qualidade
- Ações
- Parceria
- Retomada
- Visão de Longo-Prazo
- Anexos



Fachada do VillageMall, RJ

QUALIDADE

*"**O segredo do sucesso é fazer bem feito.** Alcançar a qualidade e a excelência em todos os nossos projetos é a principal meta da Multiplan. O sucesso ao longo dos anos é fruto da determinação em fazer sempre bem feito. E para fazer bem feito, é preciso gostar do que se faz. Foi com base neste princípio que a Multiplan construiu sua trajetória e se tornou uma das mais sólidas e dinâmicas empreendedoras do Brasil."*
*- **José Isaac Peres, Presidente***

Perfil Multiplan

Reconhecida desenvolvedora de shoppings *top-of-mind* e projetos multiuso no Brasil há 46 anos



19 shopping centers com 5.800 operações & 2 complexos de torres corporativas

14 shoppings com potenciais projetos multiuso, dos quais 7 já estão integrados a um

Mais de 80 mil empregos diretos e indiretos gerados

Propriedades com 885.511 m² de ABL total[1]

59% do mix concentrado em em experiências e conveniência[2]

200+ eventos culturais e sociais por ano

Propriedades localizadas em áreas centrais nos maiores centros de consumo/vetores de crescimento das cidades

190 milhões de visitas/ano, ou 520 mil visitas/dia

Shoppings conectados ao Multi, atuando também como centros de distribuição para estratégias *omnichannel*

[1] *Considerando shopping centers e torres corporativas (3T20).*
[2] *Inclui os segmentos de serviços, alimentação e artigos diversos.*

Localização e qualidade

Multiplan vs. média do Brasil

MELHORES CIDADES

PIB per capita (Exposição dos Estados)



PÚBLICO

Exposição a classes A/B



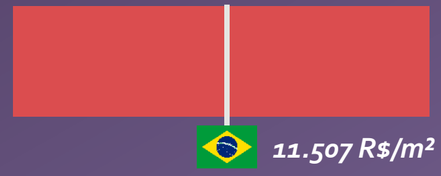
SHOPPINGS REGIONAIS

ABL médio por shopping



ALTA EFICIÊNCIA

Vendas totais[1] (R$/m²)



Participação da Multiplan no Brasil

	Multiplan	*Brasil*
	0,2%	***Número de municípios***
	11 cidades	5.570 cidades
	3,3%	***Número de shoppings***
	19 shoppings	577 shoppings
	5,0%	***ABL***
	834.092 m²	16.757.937 m²
	8,5%	***Vendas nos shoppings***
	R$16,3 bilhões	R$192,8 bilhões

Fonte: PIB per capita por estado (2017), número de municípios (2019): IBGE; quantidade de shoppings, ABL médio por shopping, ABL, vendas de shopping centers e exposição das classes de renda: Abrasce (2019); Multiplan (2019)

Gestão de excelência e foco no longo prazo

ESG

Sr. José Isaac Peres, com **mais de 53 anos dedicados ao mercado imobiliário**, é o fundador e CEO da Companhia.

OTPP, **controladora da Cadillac Fairview**, detentora de um dos maiores portfólios de propriedades comerciais da América do Norte.



Conselho e diretoria **com larga e diversificada experiência no setor** no Brasil e no exterior.

Equipe com um **giro médio de 11% ao ano**[1].

Controladores com visão de longo prazo, regidos por **acordo de acionistas de 30 anos**.

[1] *Média dos últimos cinco anos.*

Mais que uma loja

Lojistas cada vez mais profissionais e com foco em resultado expandem o valor agregado de suas lojas

81,3% da ABL
é ocupada por lojistas que possuem ao menos 2 lojas nos shoppings da Multiplan

- Loja como **ponto de interação** com os clientes
- Atendimento e produtos **personalizados**
- **Experimentação**
- Lojistas **profissionalizados**
- **Exposição** de marca
- Integração com ***omnichannel***
- Ponto de **logística reversa**



AGENDA

- Qualidade
- Ações
- Parceria
- Retomada
- Visão de Longo-Prazo
- Anexos



Medidas de segurança em todas propriedades

AÇÕES

"A proatividade, união e dinamismo da nossa equipe foram cruciais para as rápidas e eficazes ações implementadas pela empresa, fortificando-a no trimestre mais desafiador da história. Reforçamos o caixa, reduzimos custos e nos preparamos para as incertezas que estavam à frente. Hoje não só validamos estas atitudes, como nos tornamos uma empresa ainda mais forte, unida e eficiente."

- ***Armando d'Almeida, VP de Finanças e RI***

Medidas para apoiar a sociedade

A partir da 2ª quinzena de março, a Multiplan participou de diversas iniciativas de apoio às comunidades vizinhas

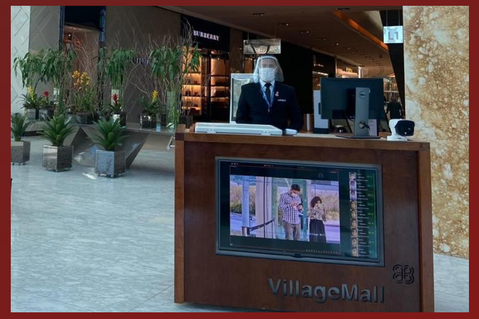
- **100 mil máscaras de tecido doadas** a lojistas e colaboradores dos shopping centers;
- **25 mil testes rápidos** para o diagnóstico de colaboradores;
- **Doações de álcool em gel, máscaras e material de limpeza** para instituições, em parceria com o Ministério Público de São Paulo;
- Utilização dos estacionamentos dos shoppings como **coleta de doações** via *drive thru;*
- **Campanhas educativas** nos canais de mídia dos shoppings;
- Continuidade dos **serviços essenciais** nos shopping centers.



Testagem de COVID-19 no ParkShopping, DF

Medidas para apoiar a sociedade

Desenvolvimento de protocolos de boas práticas, implementados em todos os shopping centers da Companhia desde a reabertura



Uso de máscaras, luvas e checagem de temperatura de funcionários



Maior distância entre mesas nas praças de alimentação



Instalação de diversos *dispensers* de álcool



Sistemas independentes de purificação de ar



Testagem dos locais

Atuação para mitigar os impactos da suspensão de operações

Principais estratégias para preservação do caixa

> **Revisões de processos e adequação de estrutura** reduziram as despesas de sede em 43,3% no 9M20;

> **Postergação de desembolso de caixa**, incluindo JCP, *greenfields*, expansões e renovações;

> Captação de R$875 milhões em **empréstimos e financiamentos**;

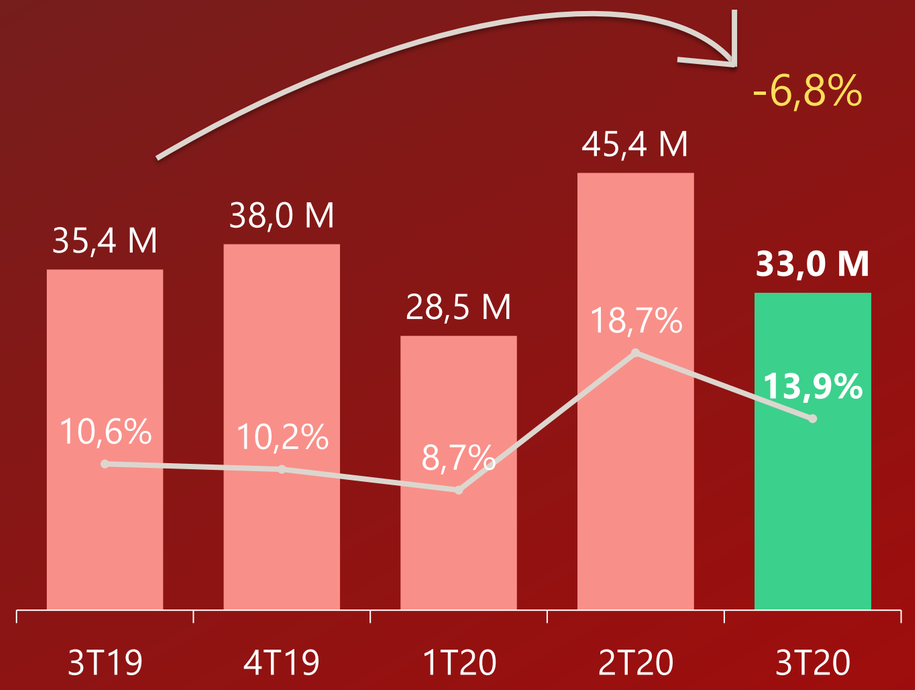
> Conclusão da **venda da Diamond Tower** no Morumbi Corporate, por R$810 milhões.



Busca por maior eficiência e benefícios de longo prazo

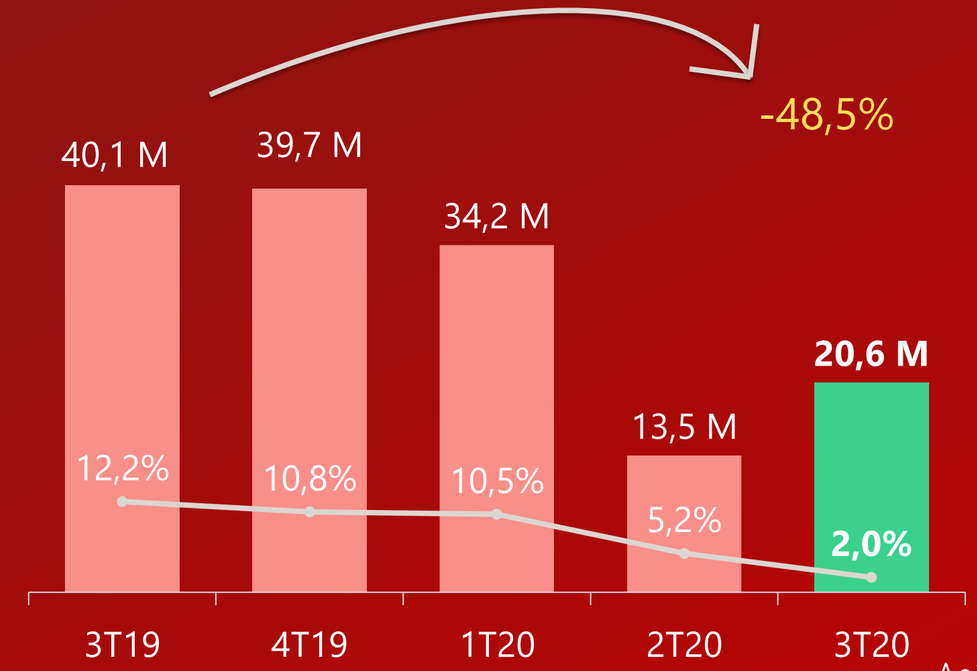
Redução dos custos condominiais diminuem as **despesas de propriedades**:

Despesas de propriedades (R$) e como % das receitas de propriedades



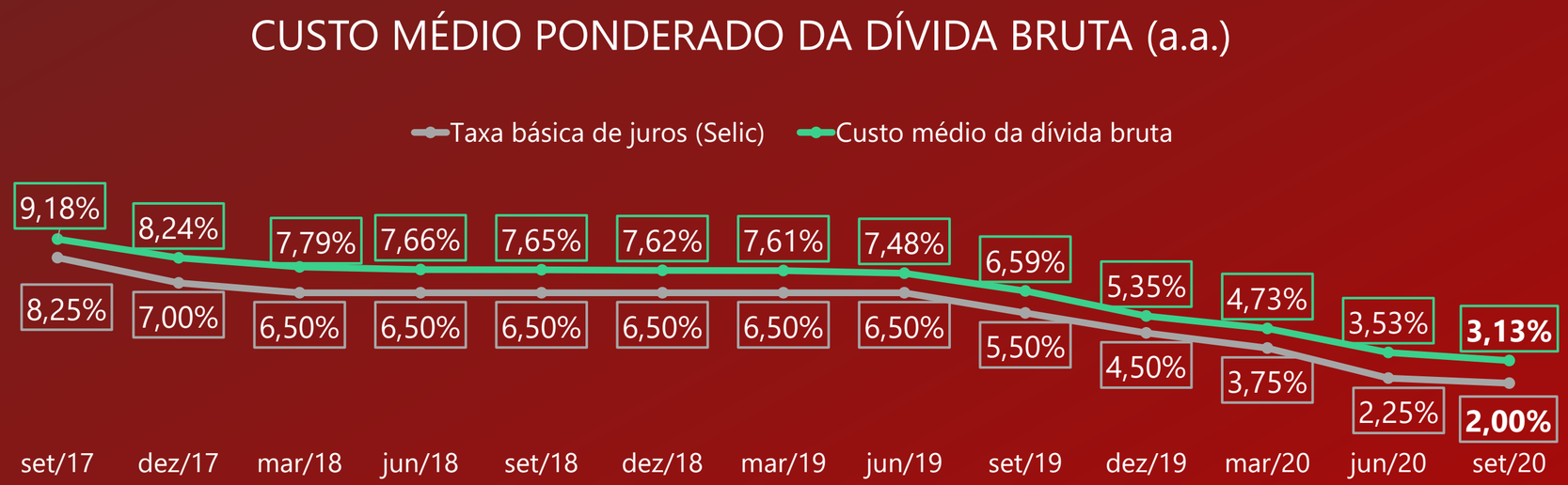
Menores **despesas de sede** elevam margens e resultados:

Evolução das despesas de sede (R$) e como % da receita líquida



Menor custo médio de dívida bruta da história da Companhia

Gestão de passivos gera economia de quase R$24 milhões a Valor Presente Líquido (VPL)



Ações Recentes

- **Pré-pagamento de quatro dívidas** no valor total de R$388 milhões, reduzindo o custo total de todas as dívidas atreladas à TR, de 6,75% a.a. no 2T20 para 5,48% a.a. no 3T20
- **Captação de R$400 milhões** em duas emissões de debêntures no ano

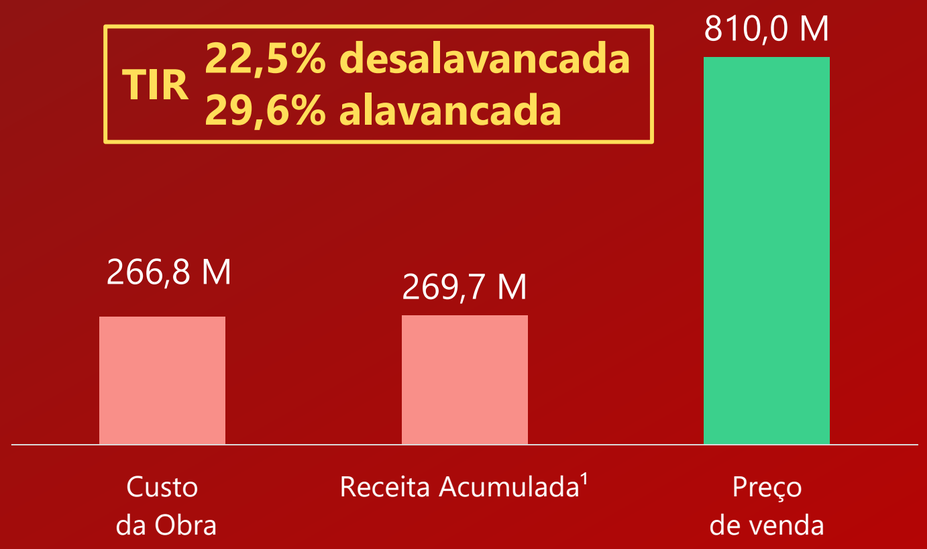


Venda da Diamond Tower concluída em jul/20

Geração de R$547 milhões em EBITDA no 3T20 e TIR desalavancada de 22,5%

DIAMOND TOWER

Preço de venda é 3x maior do que o custo da obra



[1] *Receita acumulada da Diamond Tower desde sua entrega, em 2013, até junho de 2020.*

AGENDA

- Qualidade
- Ações
- Parceria
- Retomada
- Visão de Longo-Prazo
- Anexos

Iniciativas *drive-thru* em todos shopping centers



PARCERIA

“Nossas propriedades são partes essenciais das sociedades nas quais estão inseridas. Com este senso de comunidade a Companhia buscou intensificar ainda mais sua preocupação com a saúde criando campanhas educativas, de testagem em massa e de vacinação. Essa preocupação com o bem estar de seus clientes e colaboradores em parceria com os lojistas é fundamental para uma retomada segura de suas atividades.”
*- **Vander Giordano, VP Institucional e de Compliance***

Iniciativas de apoio aos lojistas

Medidas para preservação da saúde financeira dos lojistas

	ALUGUEL	ENCARGOS
***Shoppings fechados*[1]**	• redução integral do aluguel para os lojistas durante fechamento dos shoppings	• 50% de redução nos encargos condominiais • até 100% de redução nas contribuições para os fundos de promoção
***Início da reabertura dos shoppings*[1]**	• análise caso a caso para aplicação de condições temporárias	• entre 20% e 30% de redução nos encargos condominiais • até 85% de redução nas contribuições para os fundos de promoção

R$522 milhões[2] em reduções de aluguel concedidas aos lojistas

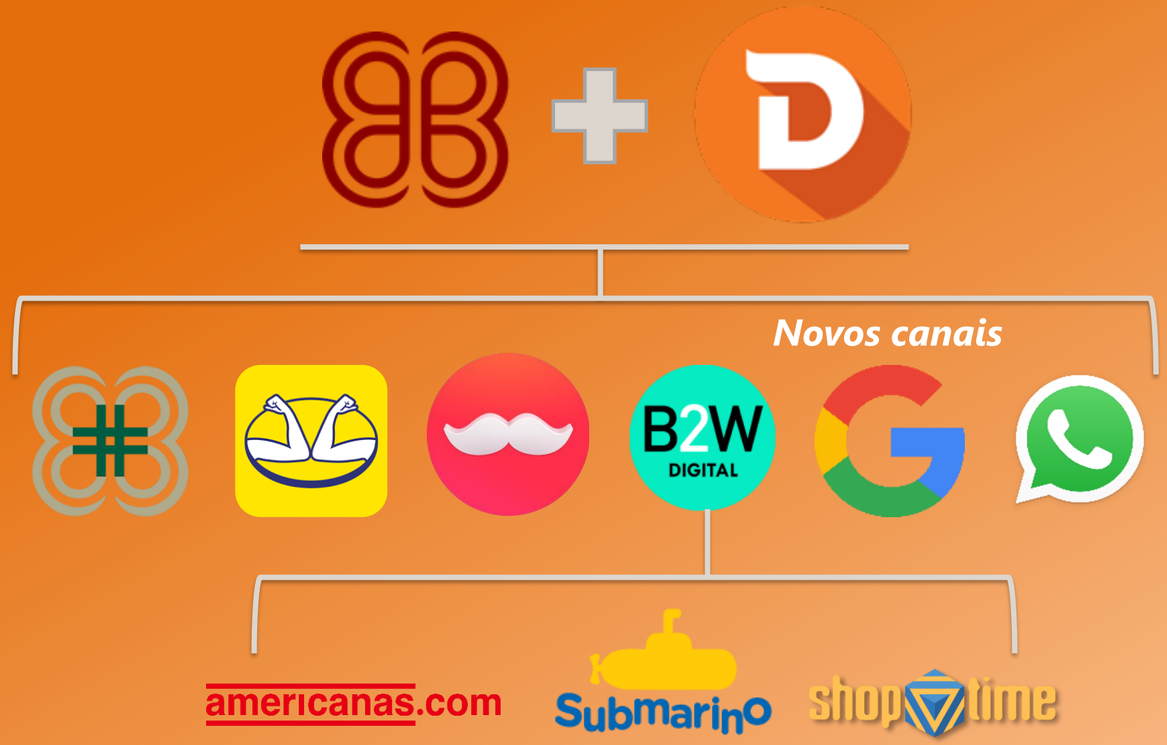
[1] *Vide slide 52 para detalhamento das datas de restrições e reaberturas de nossos shoppings centers.*
[2] *Valor acumulado entre março a outubro de 2020.*

Ações de *omnichannel* permitem novas alternativas de vendas aos lojistas

Suporte a **vendas por *drive-thru*** nos estacionamentos dos shoppings:



Integração de novos lojistas ao **aplicativo Multi** e outros canais de vendas:



Campanha de Natal

Realização de forte ações de Natal nos shoppings da Multiplan





Iniciativas ambientais e práticas sustentáveis aumentam eficiência e reduzem custos operacionais

- Auto geração de 21,5 GWh/ano de **energia limpa e renovável**
- Shopping centers com **arquitetura moderna que valoriza a luz natural**
- 10 shoppings com sistema de **reuso de água**, sendo cinco com **coleta de água de chuva**
- 174 toneladas de adubo geradas por meio da **reciclagem de lixo orgânico**



Arquitetura do VillageMall com entrada de luz natural



Horta do terraço do PátioSavassi adubada com a reciclagem de lixo orgânico. Alimentos colhidos são doados para instituições da região

Cinco projetos fotovoltaicos gerando energia limpa e renovável para os shoppings e a sede corporativa

5 iniciativas de autogeração solar
que abastecem o ParkShoppingSãoCaetano, ParkShopping Canoas, ParkShoppingCampoGrande, VillageMall e a sede da Companhia no RJ

21,5 GWh/ano
de energia limpa e renovável gerada

35.302
módulos fotovoltaicos

476.670
toneladas a menos de CO2 emitido ao longo de 25 anos

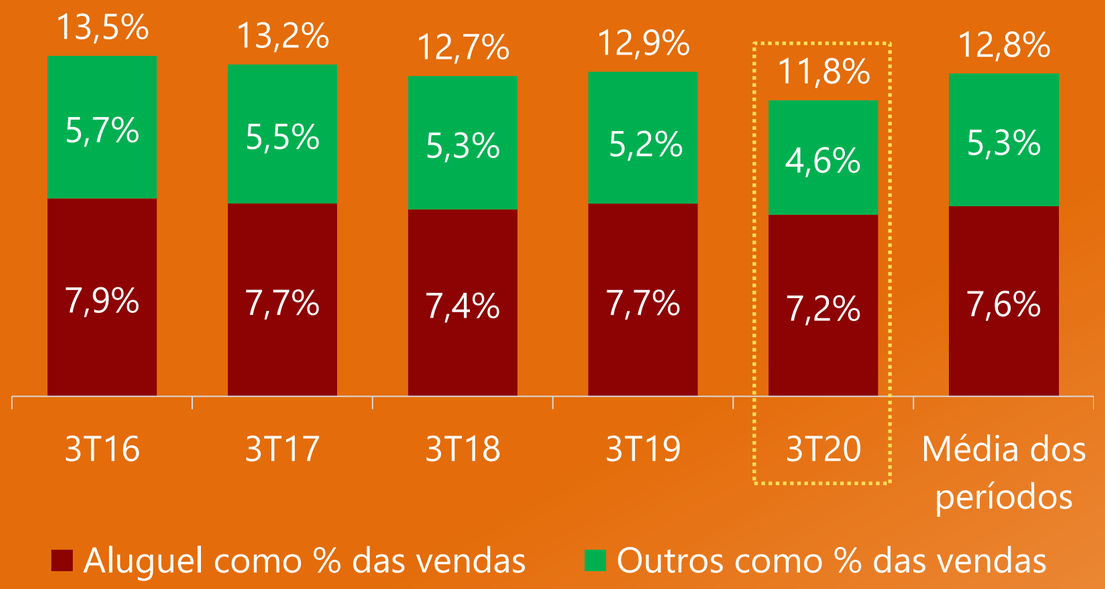


Usina fotovoltaica em Minas Gerais para abastecimento do VillageMall

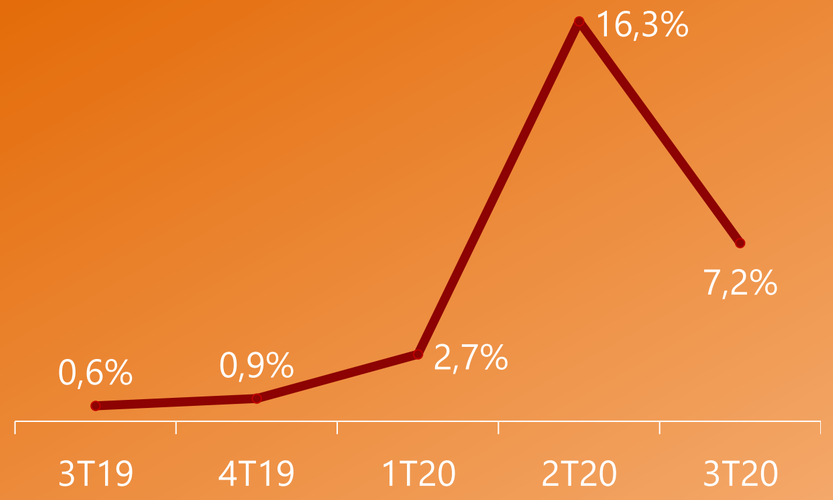

Usina fotovoltaica em Paty de Alferes para abastecimento da sede da Multiplan no Rio de Janeiro

Menor custo de ocupação contribui para recuperação dos lojistas

Maiores vendas, junto com encargos condominiais reduzidos, diminuem o **custo de ocupação**:



Menor custo de ocupação reduz a **taxa de inadimplência líquida**:



AGENDA

- Qualidade
- Ações
- Parceria
- Retomada
- Visão de Longo-Prazo
- Anexos



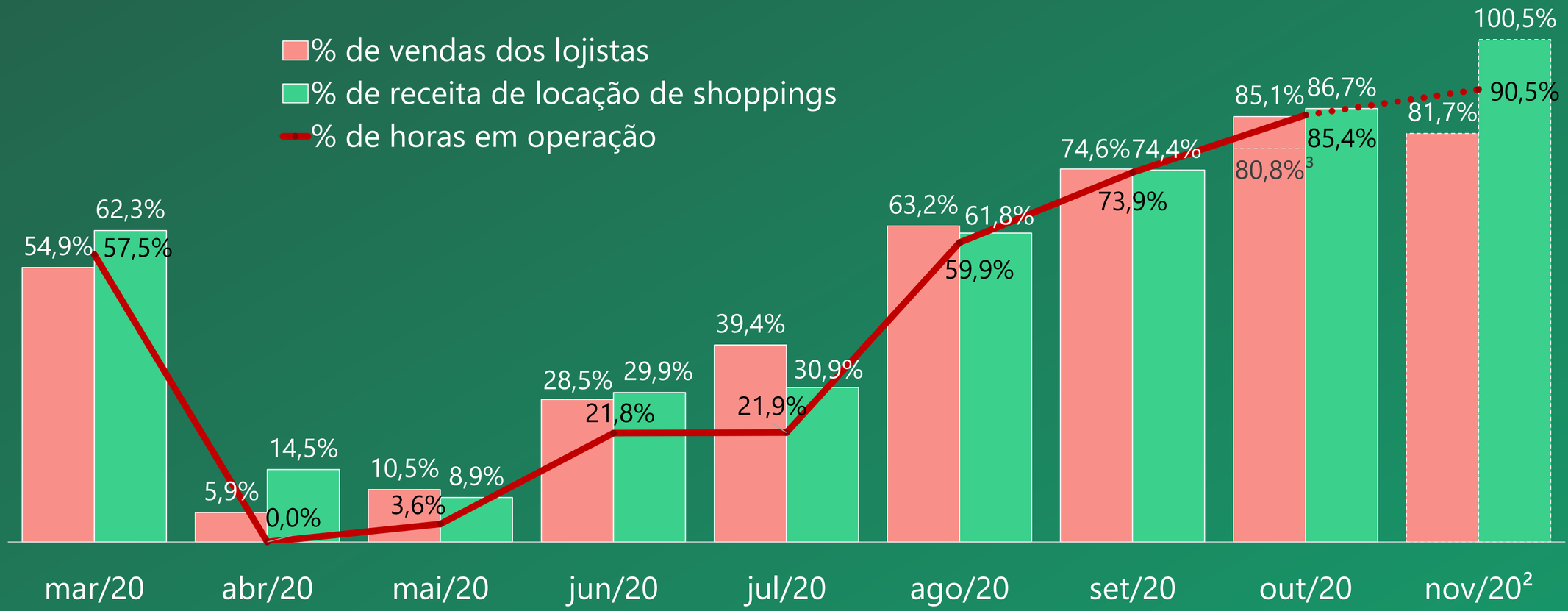
ParkShoppingBarigüi, 17 de outubro de 2020

RETOMADA

“Enquanto o segundo trimestre foi o mais desafiador da história, no terceiro já colhemos os frutos de nossas ações e parcerias, apresentando inclusive o maior lucro desde nossa fundação. A cada mês nossos shoppings aumentaram suas vendas, se reintegrando às vidas das pessoas de forma saudável, segura, conveniente e pra-zerosa. Estamos orgulhosos desta retomada.”
*- **Eduardo Peres, VP de Operações***

Forte recuperação mensal

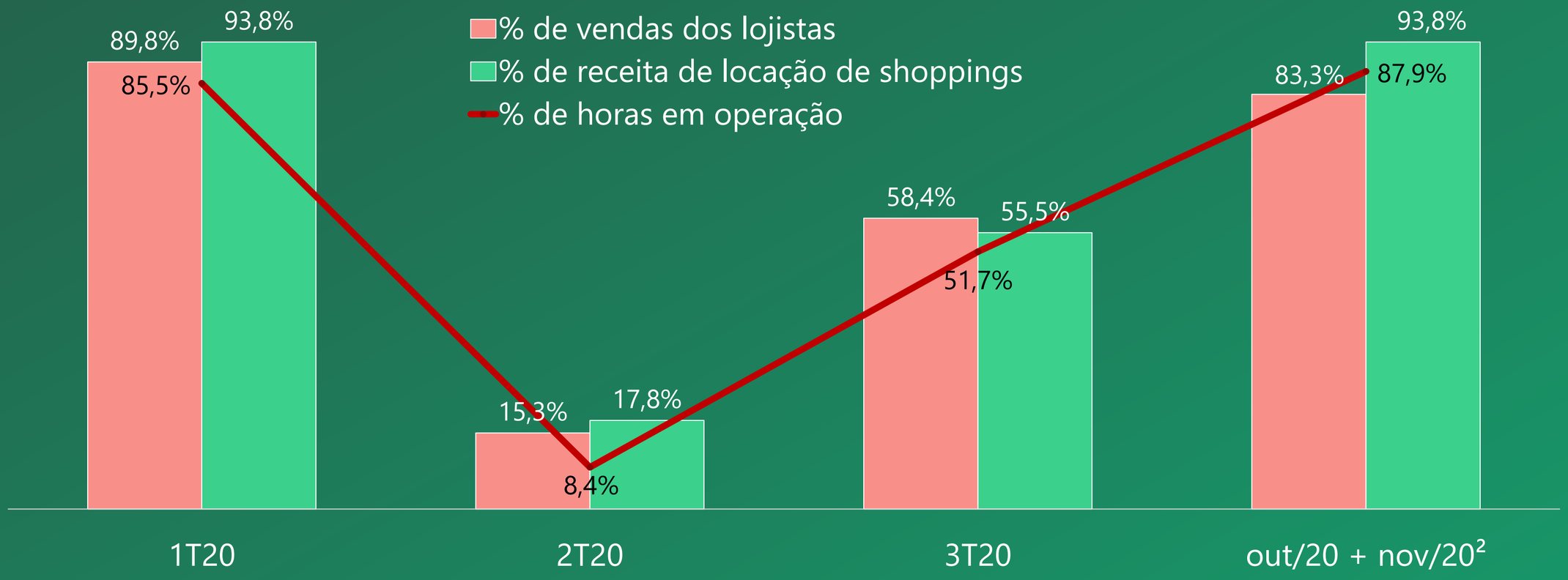
Horas em operação[1], vendas dos lojistas e receita de locação de shoppings (2020 como % de 2019), com sucessivas melhoras ao longo do 2º semestre



[1] Calculado através da divisão das horas de operação dos shopping centers sobre o período de funcionamento regular.
[2] Com base em números preliminares da Companhia:
Vendas dos lojistas: considerando 100% de participação nos shopping centers, comparado ao mesmo período do ano anterior. Não inclui o Parque Shopping Maceió.
Receita de locação: considerando a participação da Multiplan, comparado ao mesmo período do ano anterior. Não inclui o Parque Shopping Maceió.
[2] Valor previamente divulgado no Relatório de Resultados 3T20; estimativa considerando 100% de participação nos shopping centers, entre os dias 1º e 25/out/20, comparado ao mesmo período do ano anterior. Não inclui o Parque Shopping Maceió.

Recuperação trimestral ainda mais acentuada

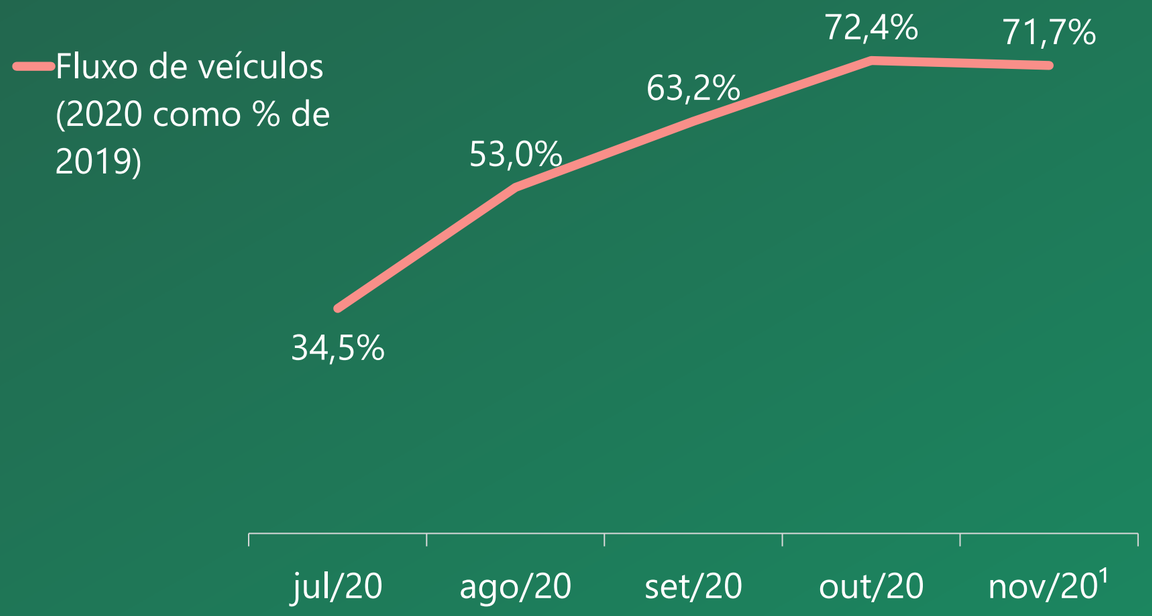
Horas em operação[1], vendas dos lojistas e receita de locação de shoppings (2020 como % de 2019), com sucessivas melhoras desde o 2º trimestre

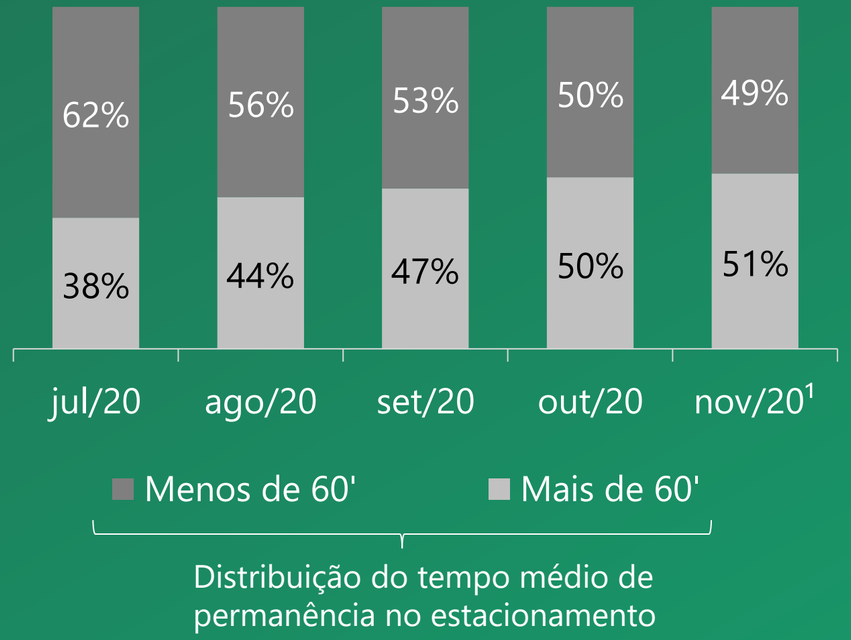


[1] Calculado através da divisão das horas de operação dos shopping centers sobre o período de funcionamento regular.
[2] Com base em números preliminares da Companhia:
Vendas dos lojistas: considerando 100% de participação nos shopping centers, comparado ao mesmo período do ano anterior. Não inclui o Parque Shopping Maceió.
Receita de locação: considerando a participação da Multiplan, comparado ao mesmo período do ano anterior. Não inclui o Parque Shopping Maceió.

Dados iniciais do 4T20 confirmam tendência positiva

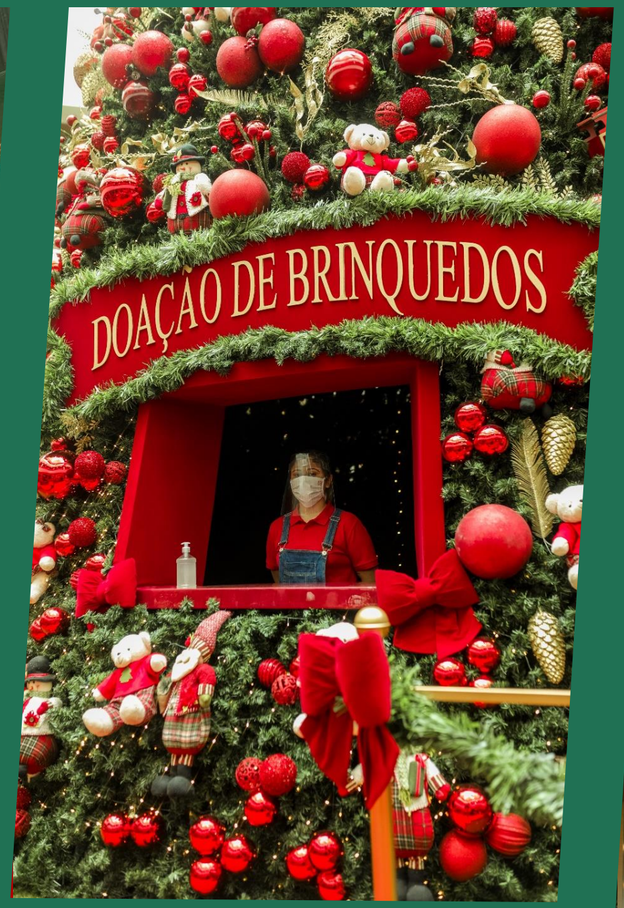
Fluxo de veículos em recuperação, com tempo de permanência em evolução





¹ Com base em números preliminares da Companhia:
Fluxo de veículos: comparado ao mesmo período do ano anterior. Não inclui o Parque Shopping Maceió.


FELIZ NATAL


DOAÇAO DE BRINQUEDOS


ESG


APONTE O SEU CELULAR E SAIBA ONDE ENCONTRAR AS OUTRAS VITRINES MÁGICAS.
VITRINES Mágicas
#VitrinesMagicas


NATAL
BarraShopping
NewYorkCityCenter
5 vales-compras
R$100 MIL
+
260 vales-compras
R$5 MIL
O NATAL MAIS ESPERADO DE TODOS OS TEMPOS.
Retomada 30







ESG







Retomada 31

AGENDA

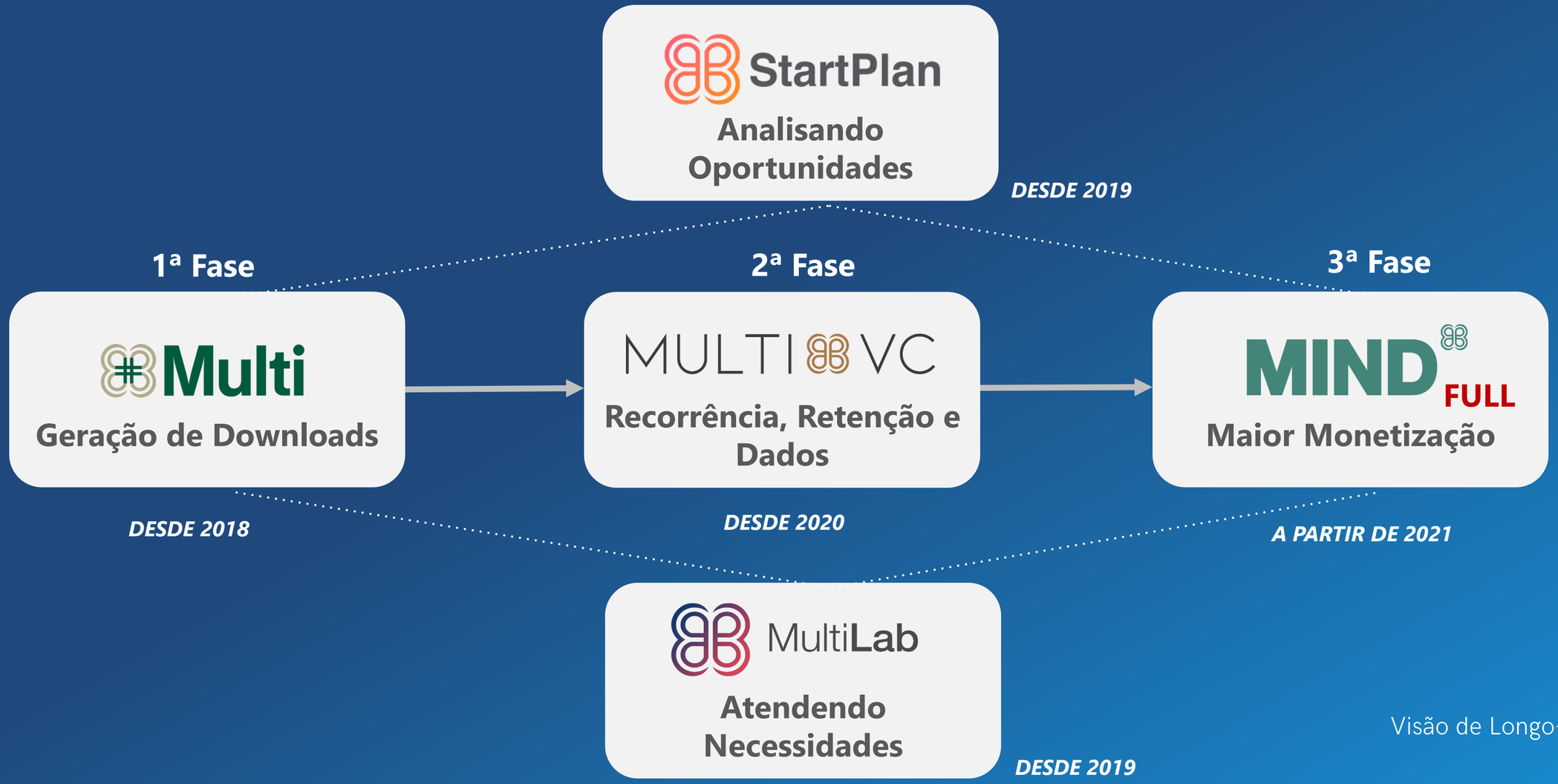
- Qualidade
- Ações
- Parceria
- Retomada
- Visão de Longo-Prazo
- Anexos



ParkShoppingBarigüi, 17 de outubro de 2020

MIND

Estratégia de Transformação Digital



MIND

O ano de 2020

ESG

Multi

3T19 x 3T20

TPV	Pedidos	Downloads
+527%	+191%	+296%

Presente em todos os shoppings

3T19 x 3T20

TPV	Pedidos
+252%	+316%

Presente em 17 dos 18 shoppings administrados

StartPlan

+ 700 startups analisadas
+ 40 startups convertidas

MultiLab

+ 200 mil mensagens
+ 55 mil usuários

MULTI VC

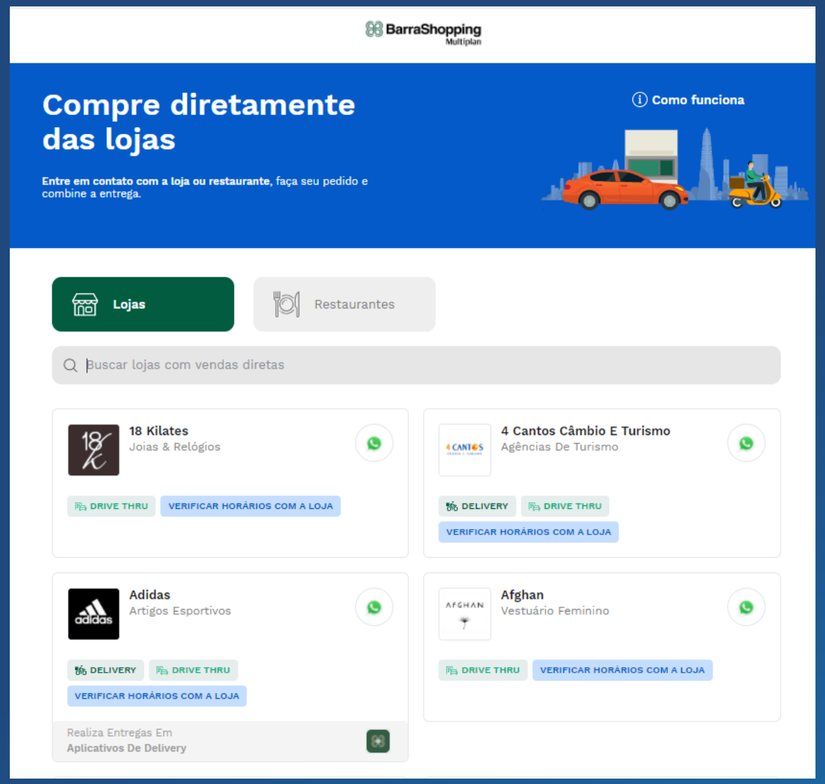
Programa Implementado em 6 Shoppings

MIND

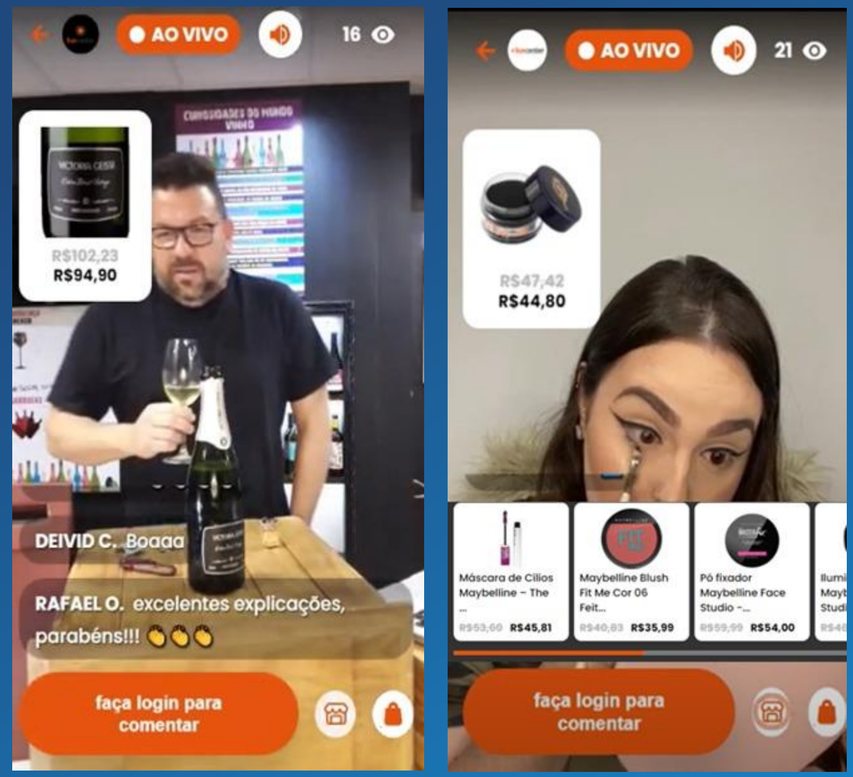
Agilidade em testes e desenvolvimentos



Marketplace via Whatsapp (Caminhamos para o SuperChat)



Diretório de lojas nos sites com opções de drive-thru, entregas e compras por aplicativos



Livecomerce utilizando influencers e os estoques das lojas dos Shoppings Multiplan

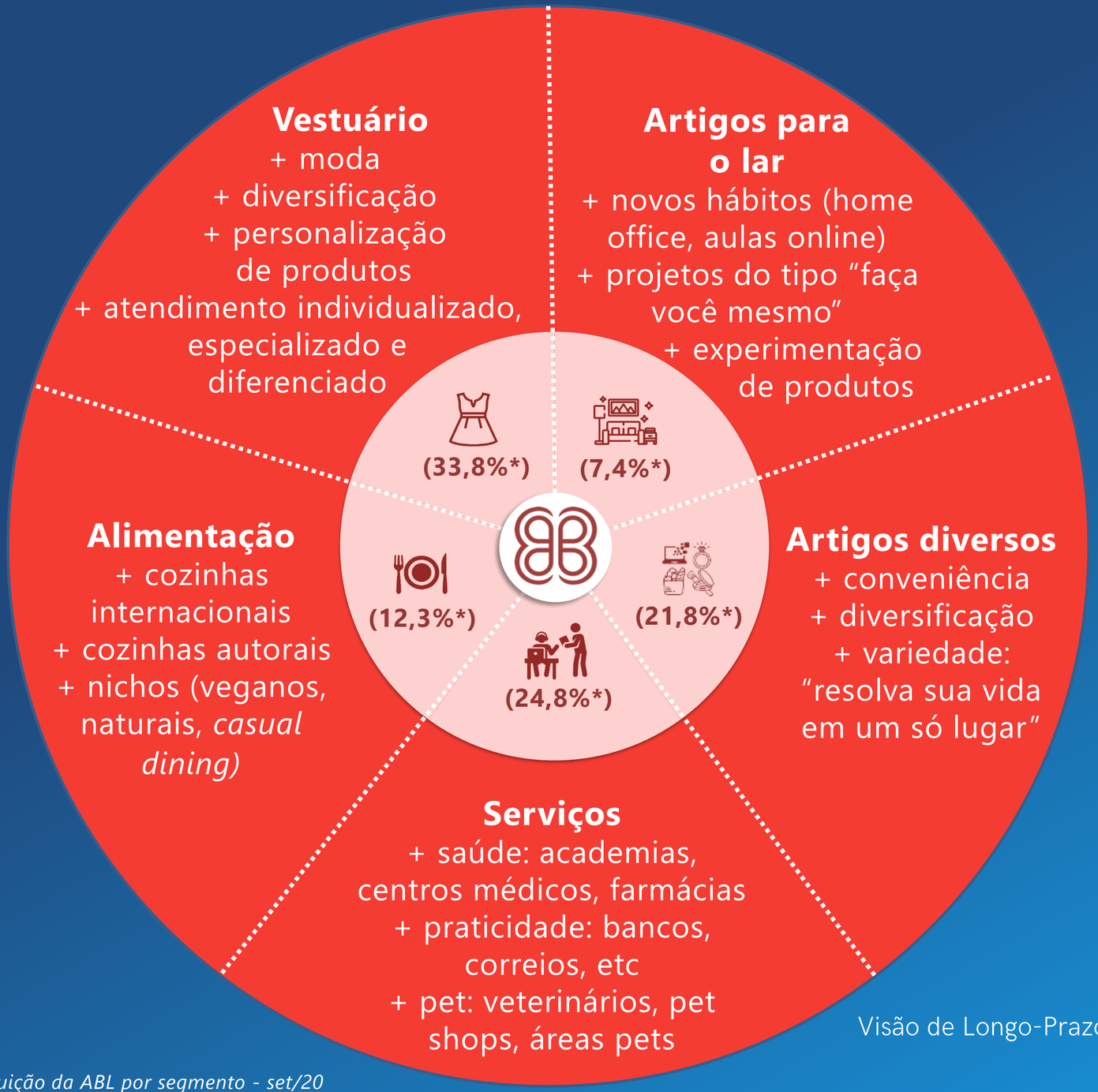
VISÃO DE LONGO-PRAZO

"Buscamos promover, através do desenvolvimento de shopping centers e empreendimentos imobiliários, qualidade de vida, conveniência e geração de valor. O objetivo é consolidar nossos empreendimentos como as melhores e mais completas soluções para as necessidades de consumo, lazer, serviços e bem-estar para a sociedade, levando sempre em conta o aspecto sustentável dos mesmos."

*- **Marcello Barnes, VP de Desenvolvimento***

Mix do futuro: shoppings cada vez mais presentes na vida das pessoas

"Templos de Consumo" evoluem para *hubs* sociais, provedores de entretenimento, conveniência e convivência – muito além da experiência tradicional de compra



** Distribuição da ABL por segmento - set/20*



Natureza



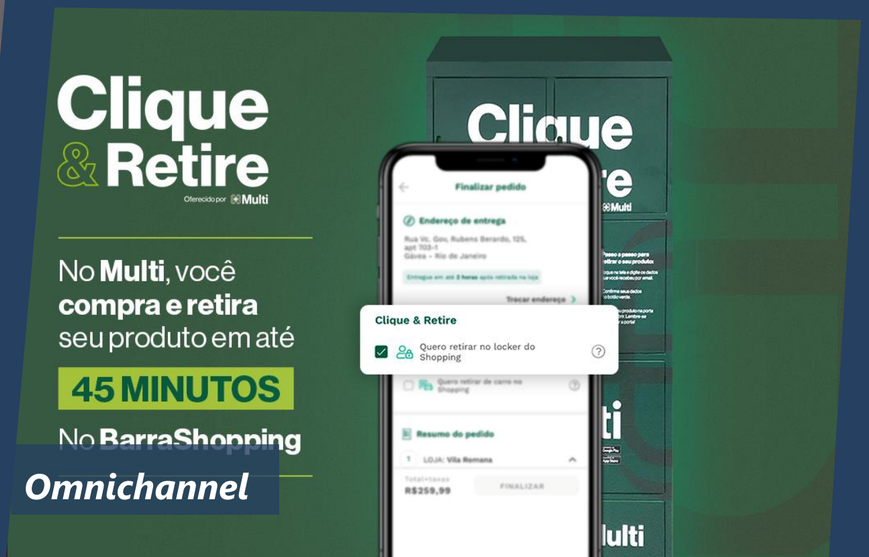
Diversão



Arte e cultura



Interatividade e experimentação



Omnichannel



Serviços

ESG



Eventos

Parcão no BarraShopping

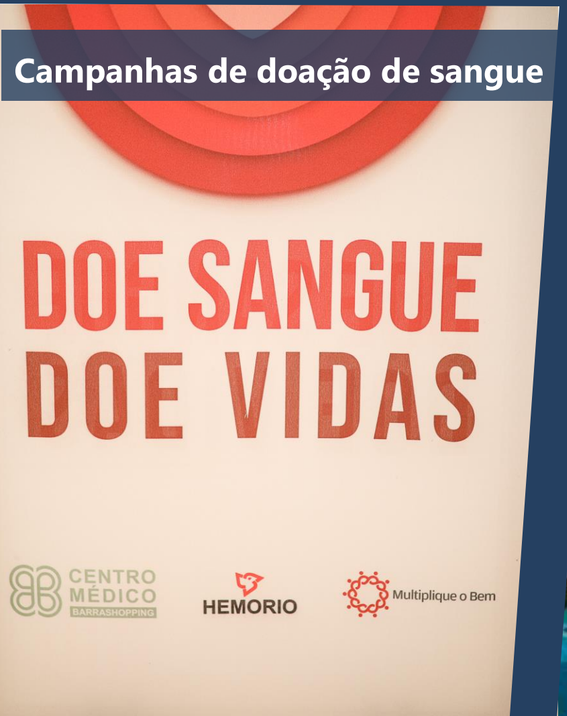


Passeio ciclístico no ParkShoppingSãoCaetano

ESG



Campanhas de doação de sangue



BarraCadabra no BarraShoppingSul



Patinação no gelo no ParkShopping Canoas



ParkJacarepaguá



39.000 m² de ABL
249 operações
Abertura no 4T21

Fonte: Multiplan. A foto mostra uma ilustração artística sujeita a modificações, favor ler o aviso legal no slide 2.

ParkJacarepaguá



Parques de diversões indoor e outdoor
Centro de eventos multiuso
Pista de patinação no gelo
6 salas de cinema stadium
Restaurantes exclusivos
Supermercado

Fonte: Multiplan. A foto mostra uma ilustração artística sujeita a modificações, favor ler o aviso legal no slide 2.

ParkShoppingBarigüi – Expansão V



16.000 m² de ABL
93 operações
Centro Médico

Fonte: Multiplan. A foto mostra uma ilustração artística sujeita a modificações, favor ler o aviso legal no slide 2.

ParkShoppingBarigüi – Expansão V



Fonte: Multiplan. A foto mostra uma ilustração artística sujeita a modificações, favor ler o aviso legal no slide 2.

DiamondMall – Expansão II

ESG

4.400 m² de ABL
49 operações
Novos restaurantes

Fonte: Multiplan. A foto mostra uma ilustração artística sujeita a modificações, favor ler o aviso legal no slide 2.



Golden Lake

ESG

250.000 m² de área privativa
Desenvolvimento faseado
18 torres

Fonte: Multiplan. A foto mostra uma ilustração artística sujeita a modificações; favor ler o aviso legal no slide 2.

Golden Lake



Fonte: Multiplan. A foto mostra uma ilustração artística sujeita a modificações, favor ler o aviso legal no slide 2.

Golden Lake

ESG



1ª fase com 34.000 m²

Fonte: Multiplan. A foto mostra uma ilustração artística sujeita a modificações, favor ler o aviso legal no slide 2.

Projetos do futuro



Ilustração de projeto no ParkShoppingBarigüi



Ilustração de projeto no BarraShoppingSul

ESG



Ilustração de projeto no VillageMall



Ilustração de projeto no RibeirãoShopping

. Imagens mostram ilustrações artística sujeitas a modificações, favor ler o aviso legal no slide 2.

Shopping do futuro

"Mais que templos de consumo, os shoppings centers da Multiplan promovem cada vez mais entretenimento, interação, cultura e sustentabilidade. São polos de experiências únicas com lazer para todas as idades e cada vez mais integrados com a natureza local. Os shoppings não só reúnem os melhores serviços e conveniência, integrando o varejo de uma forma mais ampla – o físico e o digital – como também promovem os mais variados encontros e momentos memoráveis."

- José Isaac Peres, Presidente

Multiplan

FAZ SUA VIDA MELHOR



AGENDA

- Qualidade
- Ações
- Parceria
- Retomada
- Visão de Longo-Prazo
- Anexos


Complexo Morumbi Corporate

Calendário de reaberturas e horário de funcionamento

% de horas em operação[1]	mar/20	abr/20	mai/20	jun/20	jul/20	ago/20	set/20	out/20	nov/20	dez/20 (estimado)
BH Shopping	57,0%	-	-	-	-	32,3%	55,6%	61,6%	65,0%	70,2%
RibeirãoShopping	61,3%	-	-	15,6%	-	47,3%	66,7%	76,3%	83,3%	83,3%
BarraShopping	54,8%	-	-	44,4%	78,5%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
MorumbiShopping	57,0%	-	-	21,1%	47,3%	55,4%	66,7%	90,3%	100,0%	83,9%
ParkShopping	57,0%	-	10,8%	66,7%	75,8%	83,3%	83,3%	95,2%	100,0%	100,0%
DiamondMall	57,0%	-	-	-	-	32,3%	55,6%	61,6%	65,0%	70,2%
New York City Center	54,8%	-	-	44,4%	78,5%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
ShoppingAnáliaFranco	57,0%	-	-	21,1%	47,3%	55,4%	66,7%	90,3%	100,0%	83,9%
ParkShoppingBarigüi	59,1%	-	15,1%	57,8%	34,9%	67,2%	83,3%	83,3%	83,3%	83,3%
Pátio Savassi	57,0%	-	-	-	-	32,3%	55,6%	61,6%	65,0%	70,2%
ShoppingSantaÚrsula	61,3%	-	-	15,6%	-	47,3%	66,7%	76,3%	83,3%	83,3%
BarraShoppingSul	54,8%	-	21,5%	46,7%	-	34,8%	57,5%	64,5%	81,1%	83,3%
ShoppingVilaOlímpia	57,0%	-	-	21,1%	47,3%	55,4%	66,7%	89,2%	100,0%	83,9%
ParkShoppingSãoCaetano	57,0%	-	-	17,8%	47,3%	55,4%	66,7%	89,2%	100,0%	83,9%
JundiaíShopping	59,1%	-	-	40,0%	17,7%	53,6%	66,7%	90,3%	100,0%	83,9%
ParkShoppingCampoGrande	54,8%	-	-	44,4%	78,5%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
VillageMall	54,8%	-	-	44,4%	78,5%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Parque Shopping Maceió	61,3%	-	-	-	25,8%	66,7%	83,3%	100,0%	100,0%	100,0%
ParkShopping Canoas	59,1%	-	64,5%	42,2%	-	38,2%	70,3%	100,0%	100,0%	100,0%
Média Total	**57,5%**	**-**	**3,6%**	**21,8%**	**21,9%**	**59,9%**	**73,9%**	**85,4%**	**90,5%**	**87,4%**

[1] Calculado através da divisão das horas de operação dos shopping centers sobre o período de funcionamento regular.



Resultados financeiros – 3T20 vs. 3T19

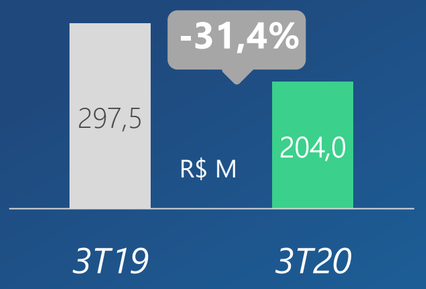
Recuperação de receitas, redução de despesas e venda da Diamond Tower levam a resultados financeiros recordes na história da Companhia

NOI
(Resultado Operacional Líquido)

204 R$ M

86,1 % MARGEM

-31,4% vs. 3T19

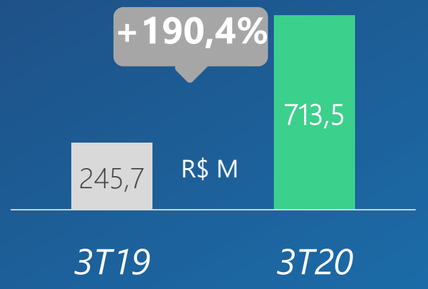


EBITDA

704 R$ M

68,9 % MARGEM

+199,4% vs. 3T19

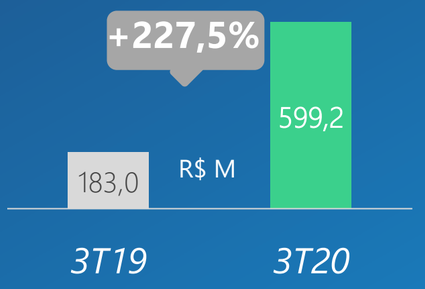


FFO
(Fluxo de Caixa Operacional)

589 R$ M

57,7 % MARGEM

+242,1% vs. 3T19

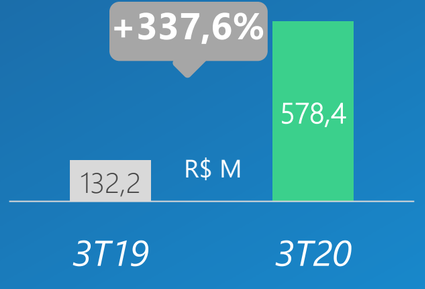


LUCRO LÍQUIDO

569 R$ M

55,7 % MARGEM

+368,0% vs. 3T19



¹ *Desconsidera a remuneração baseada em ações.*



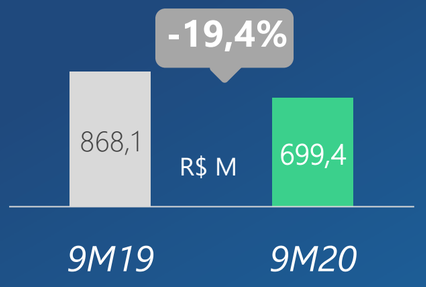
Resultados financeiros – 9M20 vs. 9M19

NOI
(Resultado Operacional Líquido)

699 R$ M

86,7 % MARGEM

-19,4% vs. 9M19



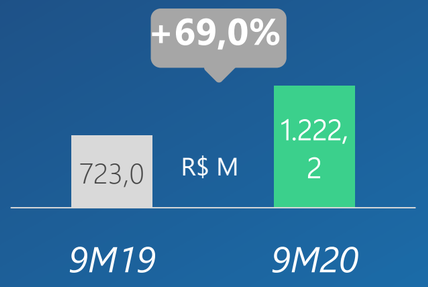
EBITDA

1.228 R$ M

76,5 % MARGEM

+80,7% vs. 9M19

AJUSTADO[1]



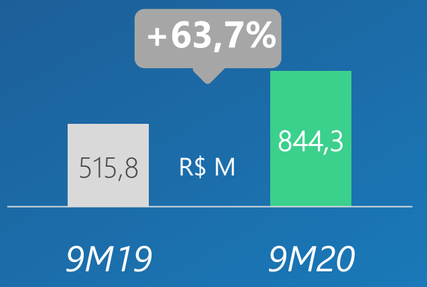
FFO
(Fluxo de Caixa Operacional)

850 R$ M

53,0 % MARGEM

+80,0% vs. 9M19

AJUSTADO[1]



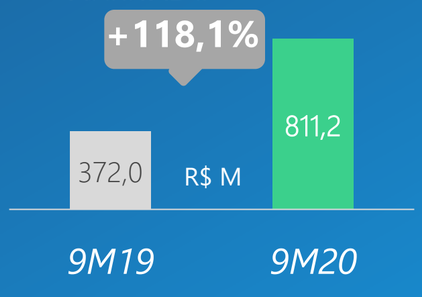
LUCRO LÍQUIDO

817 R$ M

50,9 % MARGEM

+148,6% vs. 9M19

AJUSTADO[1]



[1] *Desconsidera a remuneração baseada em ações.*

Estrutura de capital (set/20)

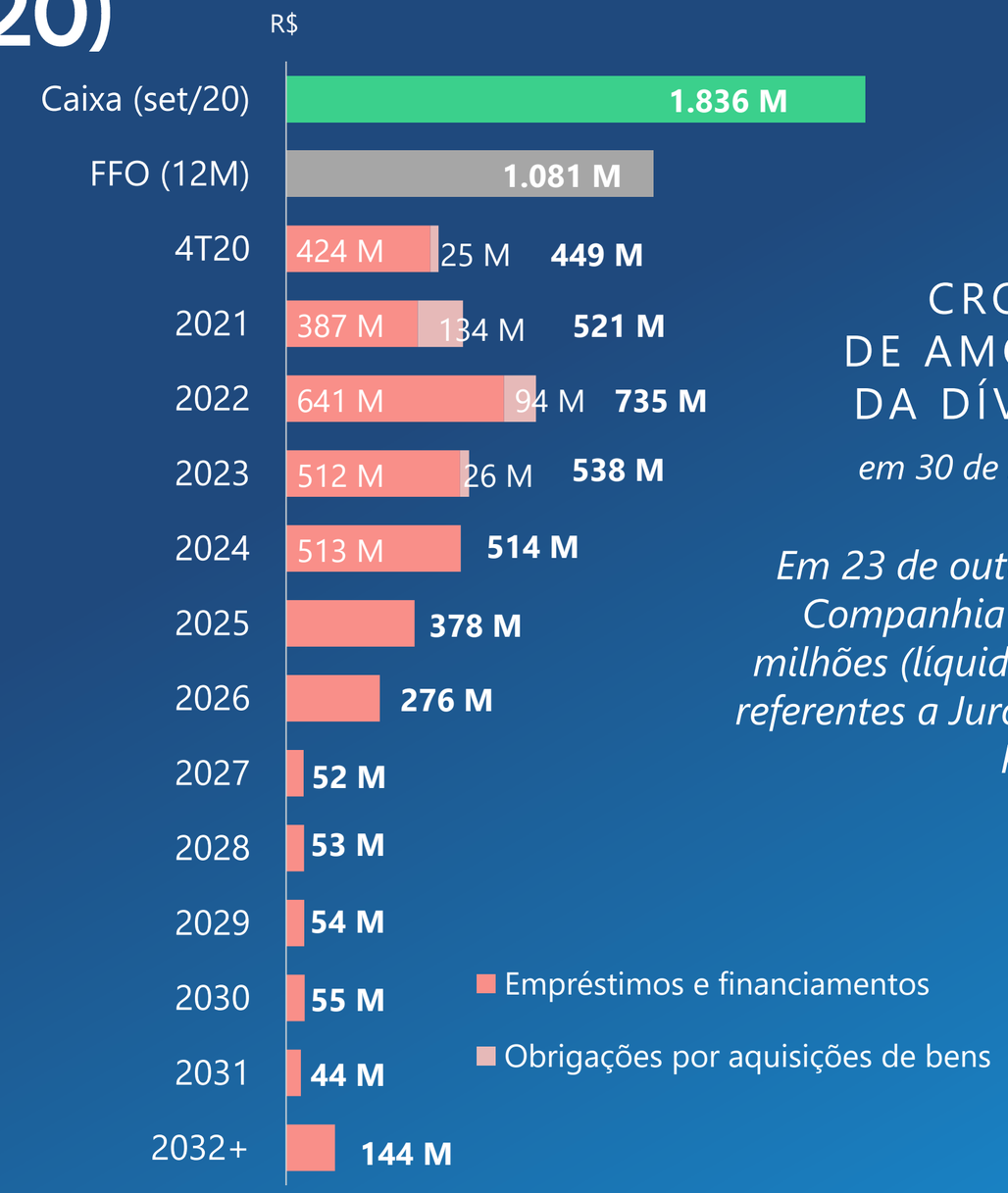
Menor alavancagem dívida líquida sobre EBITDA em mais de 8 anos

- Dívida bruta: **R$3.811 M**
- Custo médio a.a.: **3,13%**
- Dívida líquida: **R$1.974 M**
- Dívida líquida / EBITDA: **1,33x**
- Valor Justo das Propriedades[1]: **R$19.620 M**
- Dívida líquida / Valor Justo: **10,1%**

EVOLUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA/ EBITDA

Menor covenant em 4,0x





CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO DA DÍVIDA BRUTA

em 30 de setembro de 2020

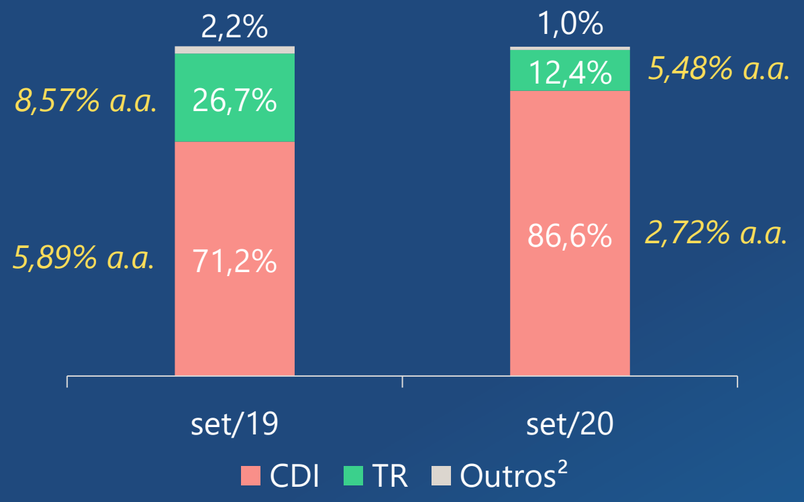
Em 23 de outubro de 2020, a Companhia pagou R$148,4 milhões (líquidos de impostos) referentes a Juros sobre Capital Próprio de 2019

[1] *Valor Justo das Propriedades calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 30 de setembro de 2020.*

Estrutura de capital (set/20)

Gestão de passivos leva ao menor custo médio de dívida da história da Companhia e gera R$23,6 M a VPL

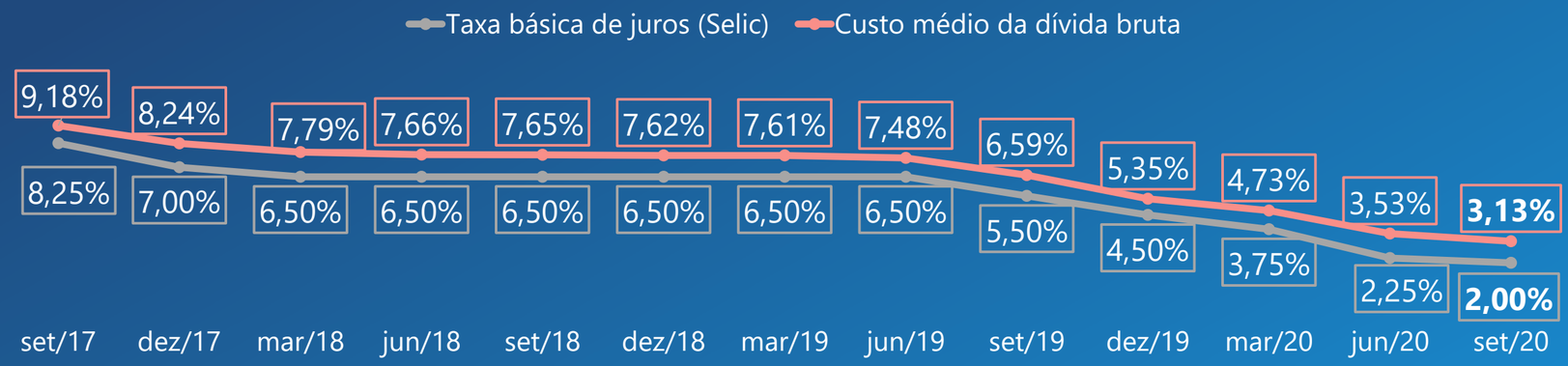
EVOLUÇÃO DO ENDIVIDAMENTO POR ÍNDICE E *CUSTO MÉDIO*



CUSTO MÉDIO DO ENDIVIDAMENTO POR ÍNDICE (a.a.)

	Desempenho do indexador	Taxa de juros média[1]	Custo da dívida	Saldo da dívida (R$)
TR	0,00%	5,48%	5,48%	472,7 M
CDI	2,00%	0,72%	2,72%	3.299,2 M
Outros[2]	5,66%	4,02%	9,68%	38,6 M
Total	**1,79%**	**1,34%**	**3,13%**	**3.810,5 M**

CUSTO MÉDIO PONDERADO DA DÍVIDA BRUTA (a.a.)



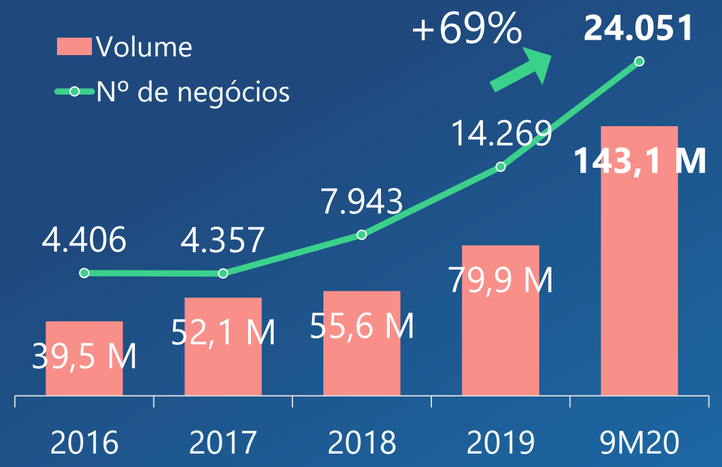
[1] Média ponderada da taxa anual.
[2] 'Outros' incluem IGP-M e outros índices.

MULT3

Número de investidores Pessoa Física e volume negociado seguem aumentando

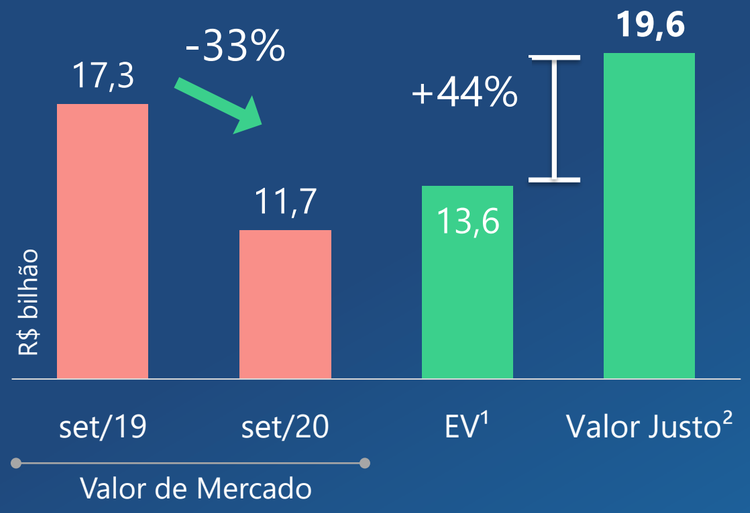
MÉDIA DIÁRIA DO NÚMERO DE NEGÓCIOS E VOLUME (R$)

Em três anos, média diária de negócios aumentou mais de 452%



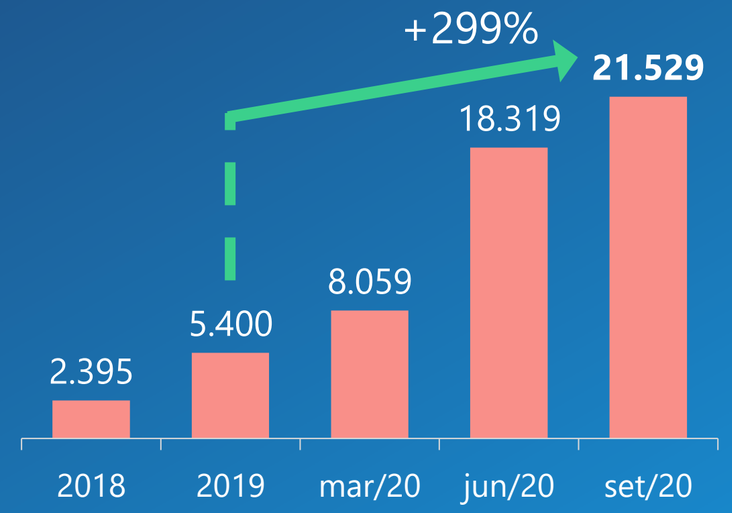
VALOR DA MULTIPLAN

Valor Justo[2] 44% superior ao atual valor da empresa (EV)[1]



NÚMERO DE INVESTIDORES PESSOA FÍSICA

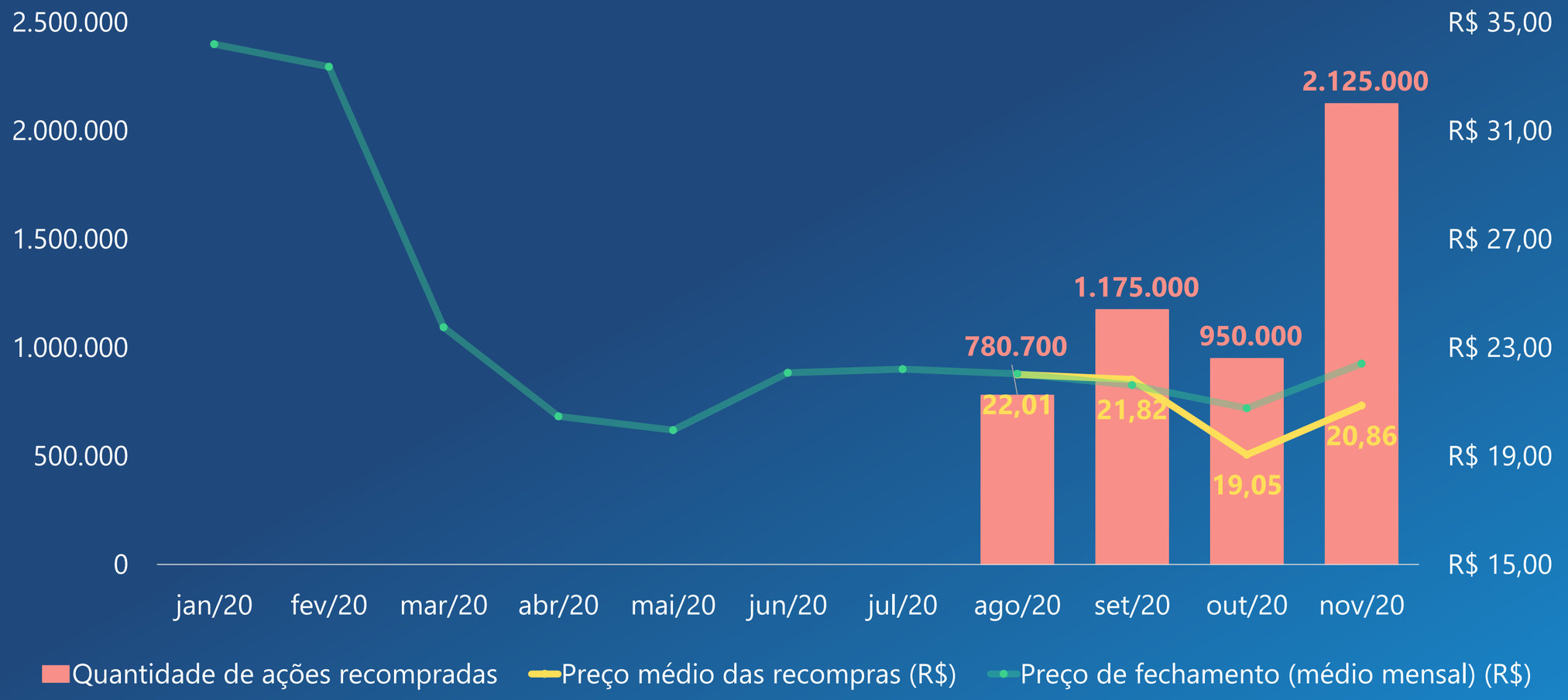
Número de investidores Pessoa Física segue crescendo a cada trimestre



[1] *Enterprise Value (EV): Valor de Mercado + dívida líquida.*
[2] *Valor Justo das Propriedades calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 30 de setembro de 2020.*

Programa de recompra

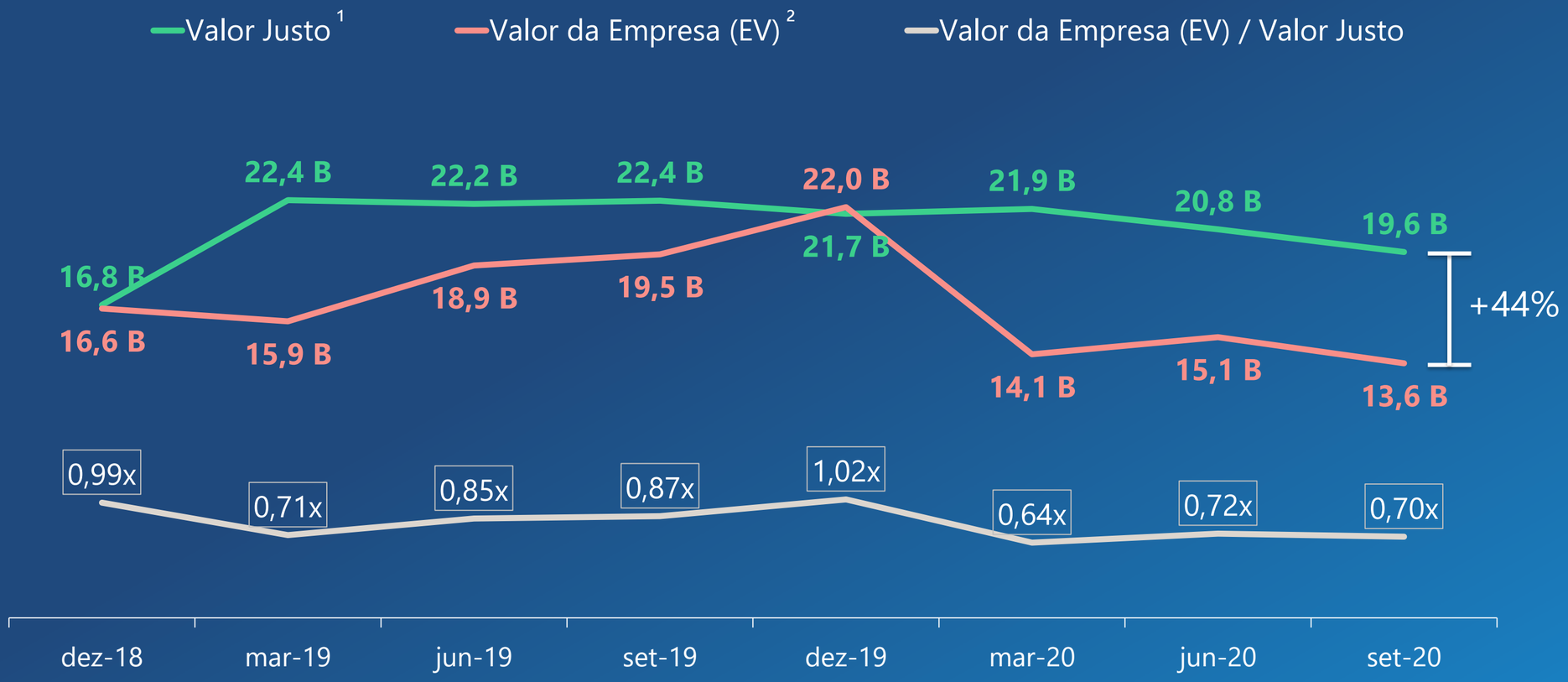
Execução ao longo dos últimos meses



Fonte: Multiplan / Formulários CVM 358.

Valor da Multiplan e de suas propriedades para investimento

Histórico do Valor Justo[1] e do Valor da Empresa (EV[2])



[1] Valor Justo das Propriedades calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 30 de setembro de 2020.
[2] Enterprise Value (EV): Valor de Mercado + dívida líquida.



Multiplan – Relações com Investidores

+55 21 3031-5600

ri@multiplan.com.br