

3T25

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 "anticipar", "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.

Afirmações 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.

Os benefícios da gestão ativa: desempenho operacional sólido no 3T25

Vendas
R\$6,1 bi

+6,9% vs. 3T24

Taxa de Ocupação
96,3%

+6 p.b. vs. 3T24

Inadimplência líquida
-1,9%

-178 p.b. vs. 3T24

Receita líquida
R\$618 M

+13,3% vs. 3T24

SSR
+9,3%

+3,0% SSR real vs. 3T24

Receita de Venda de Imóveis
R\$93 M

+67,9% vs. 3T24

Margem NOI
94,1%

+86 p.b. vs. 3T24

Margem EBITDA PROPRIEDADES
83,2%

+262 p.b. vs. 3T24

LPA¹ 12M
+28,8%

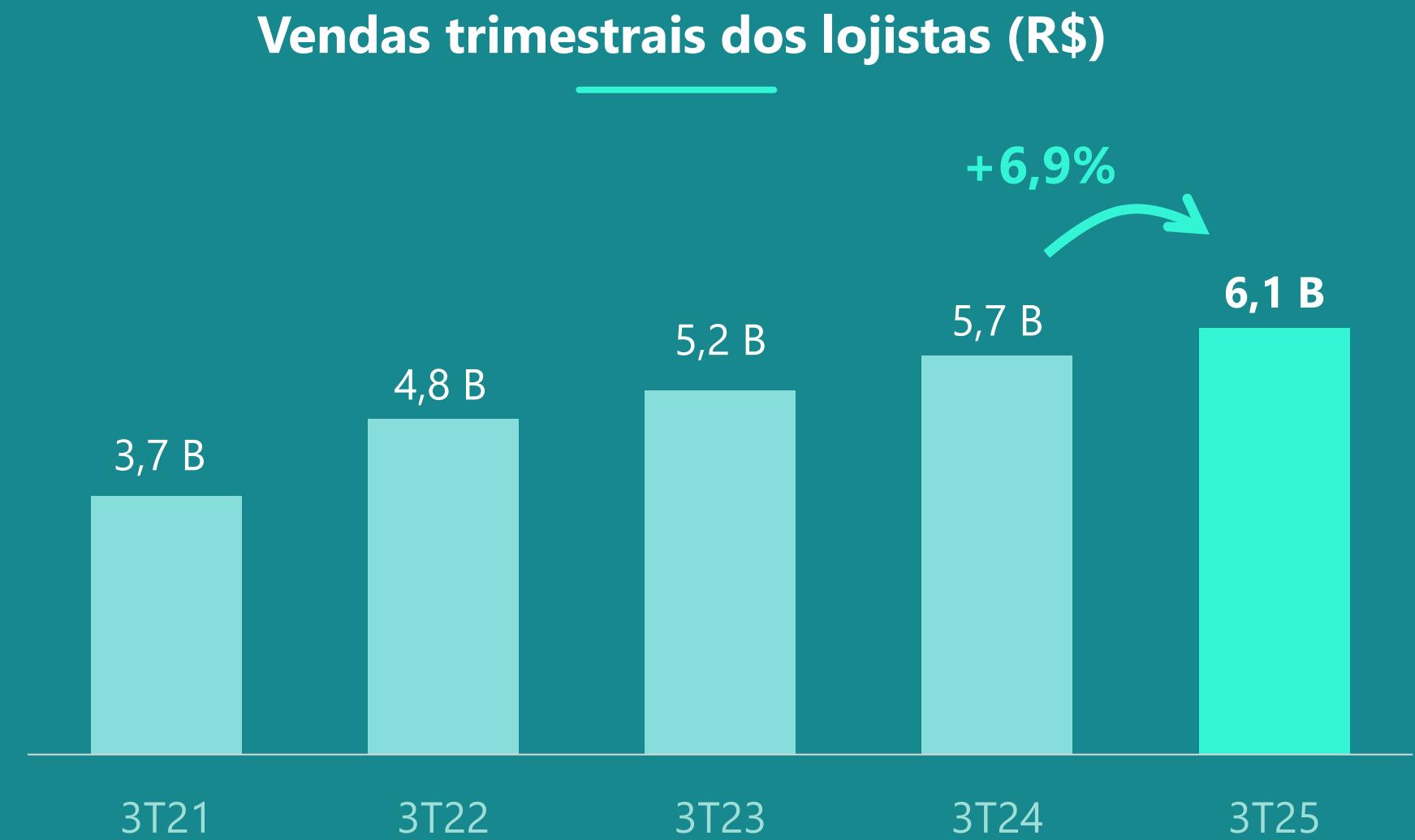
set/25 vs. set/24 (12M)

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



Vendas: crescimento de 6,9% liderado por shoppings expandidos e revitalizados

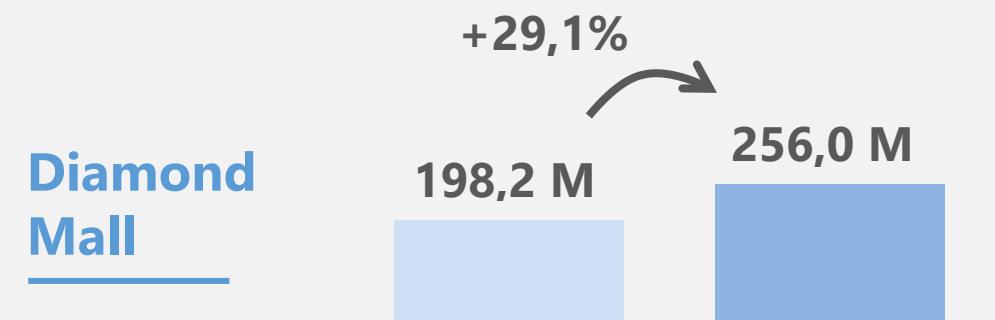
Vendas em outubro crescendo 8,0%¹



¹ Vendas preliminares até o dia 26 de outubro

Crescimento das vendas no 3T25

(% em relação ao ano anterior)



Gestão de mix

Expandindo conveniência: Artigos Diversos com maior crescimento de vendas e ABL

SSS¹ - 3T25 x 3T24

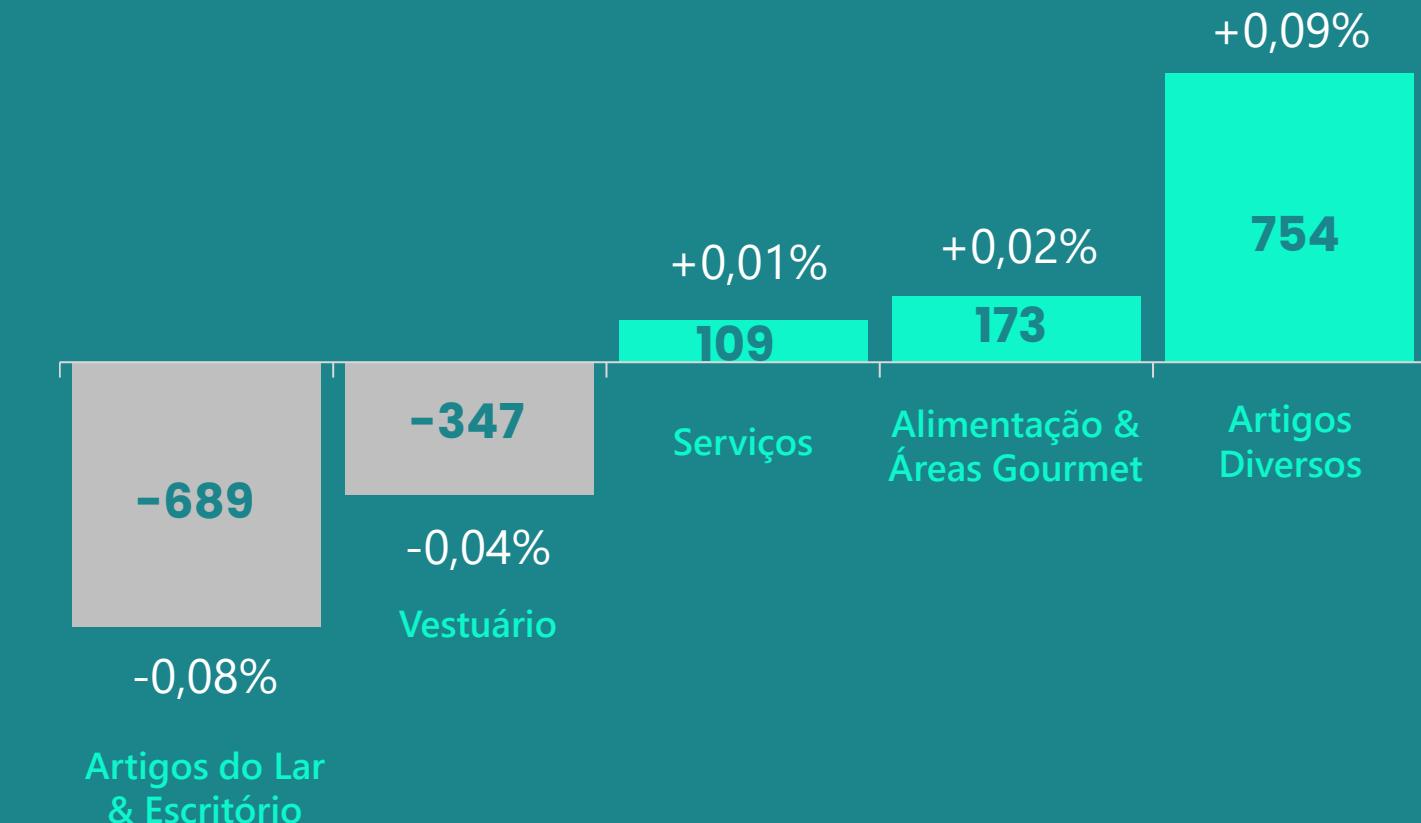
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	+6,0%	+5,8%	+5,8%
Vestuário	+2,0%	+5,7%	+4,2%
Artigos do Lar & Escritório	-6,3%	+5,6%	+3,1%
Artigos Diversos	+5,1%	+6,5%	+6,0%
Serviços	-7,6%	+6,3%	+3,2%
Total	+1,7%	+6,0%	+4,8%

SSS¹ – 9M25 x 9M24

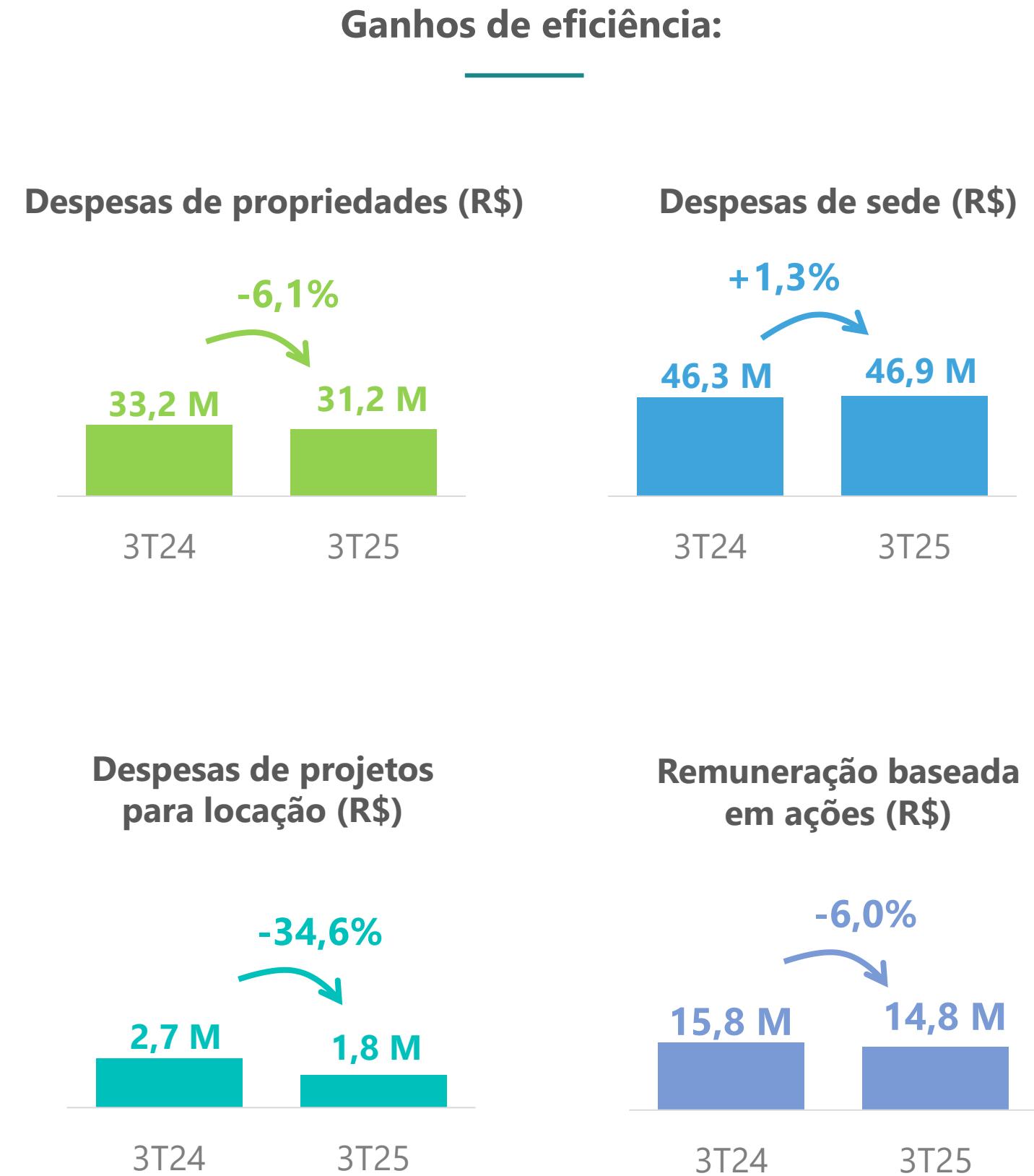
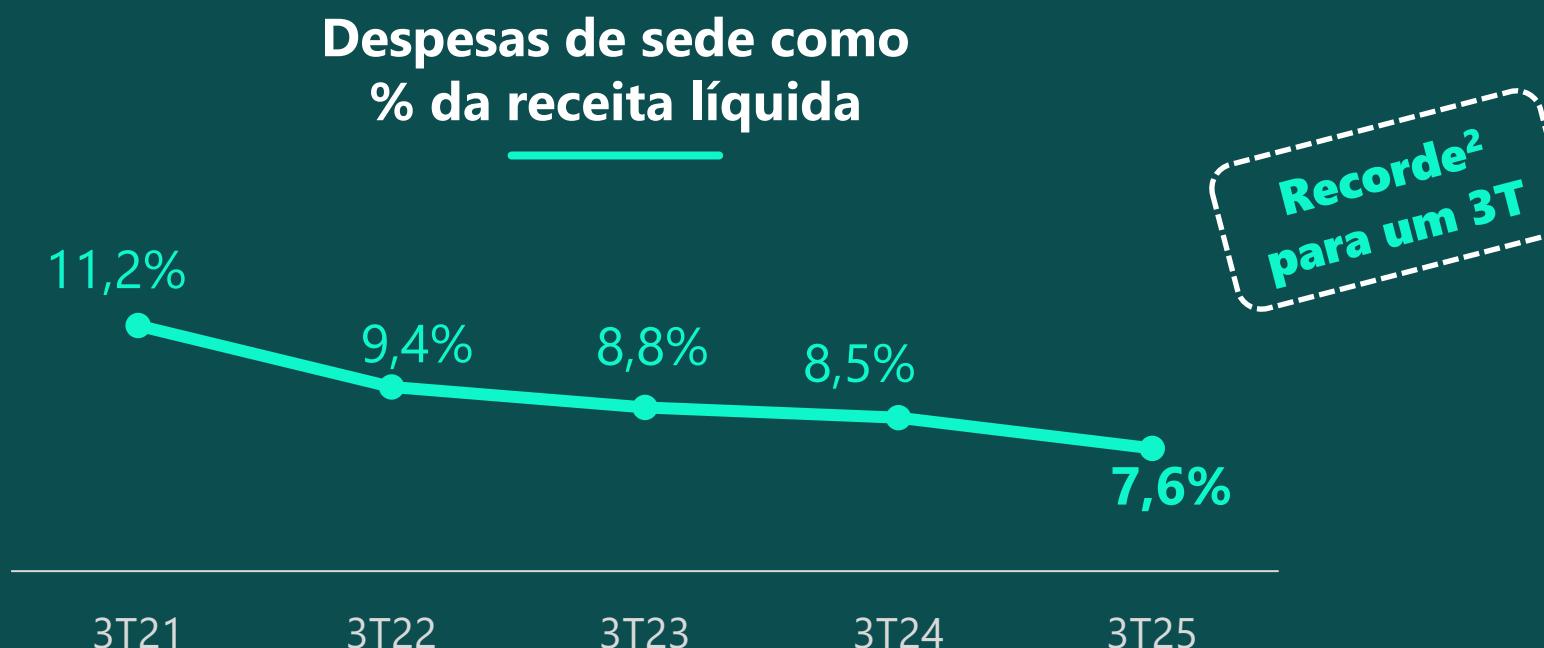
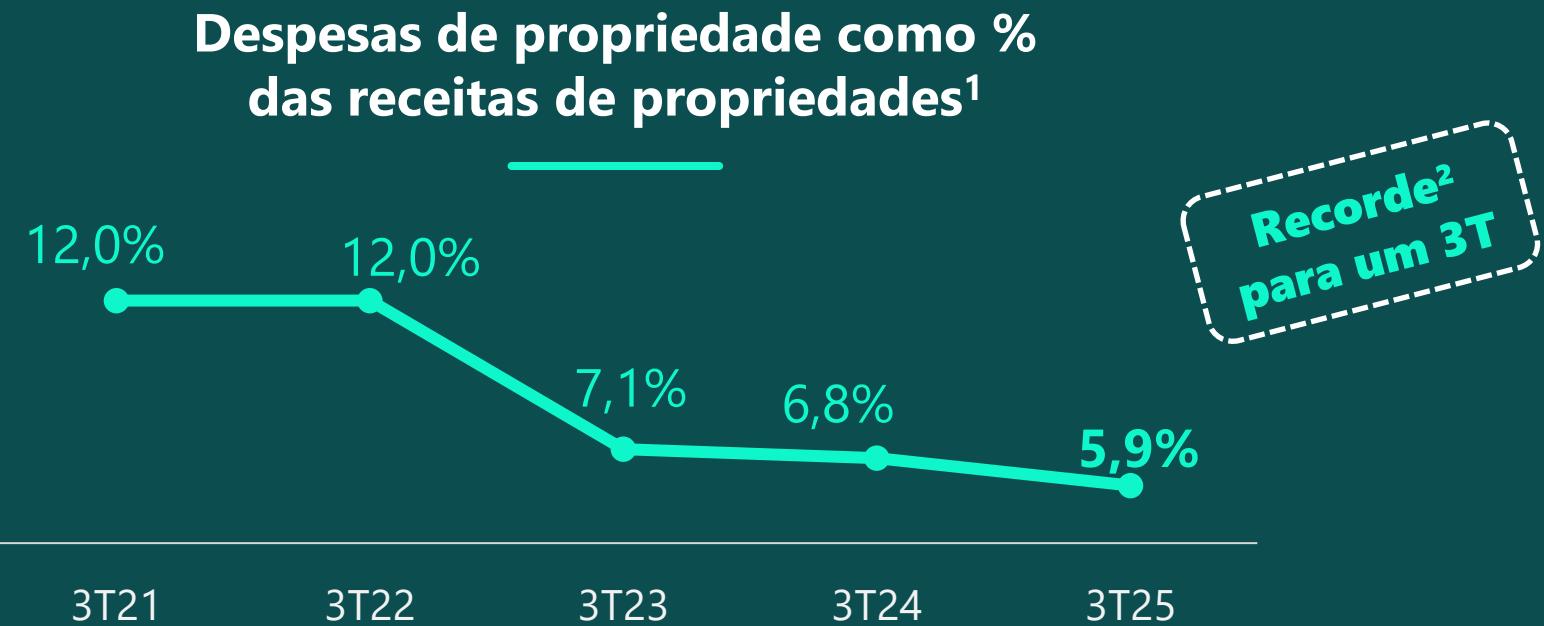
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	+8,2%	+6,0%	+6,0%
Vestuário	+10,2%	+8,0%	+8,6%
Artigos do Lar & Escritório	+12,9%	+7,8%	+8,9%
Artigos Diversos	+6,4%	+7,2%	+7,0%
Serviços	+6,2%	+5,5%	+5,5%
Total	+8,7%	+7,0%	+7,4%

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

Turnover líquido por segmento em m² e % da ABL total – 3T25



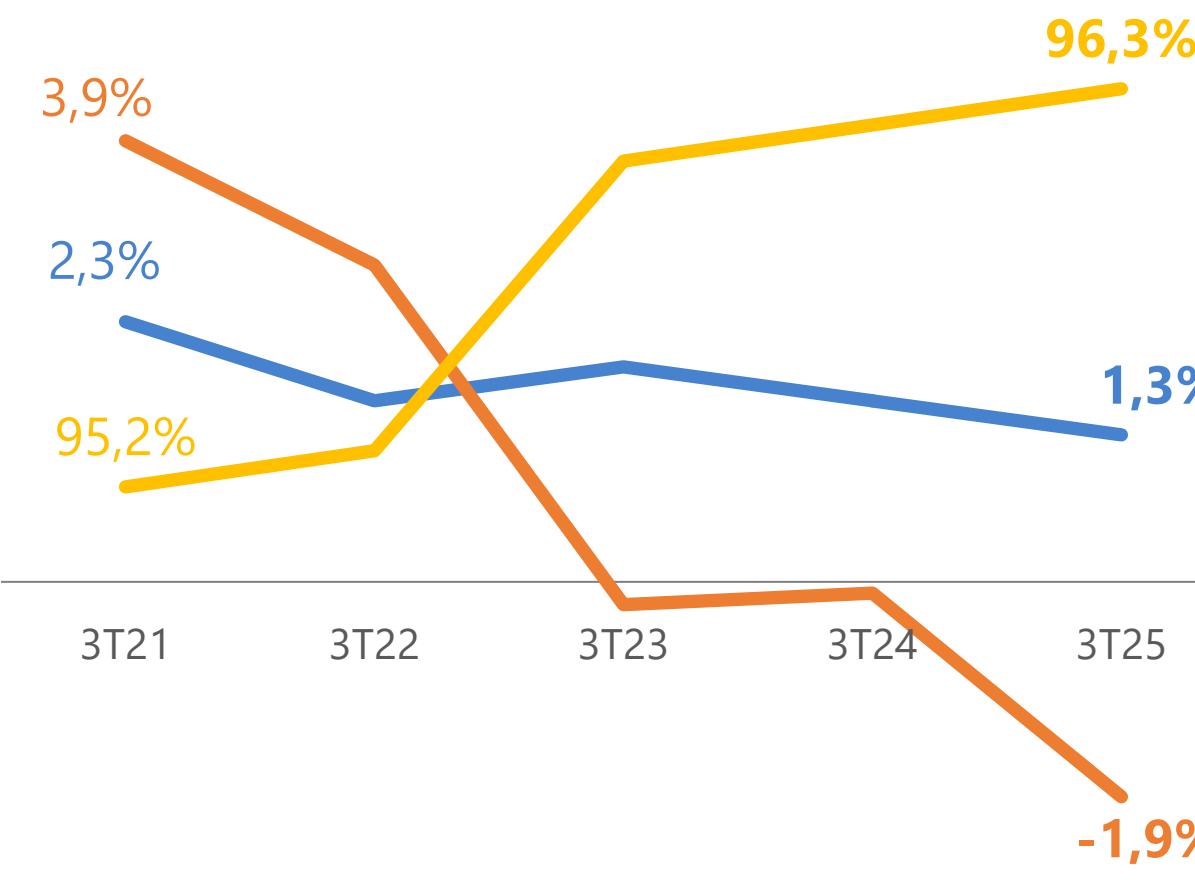
Ganhos de eficiência resultam em recordes



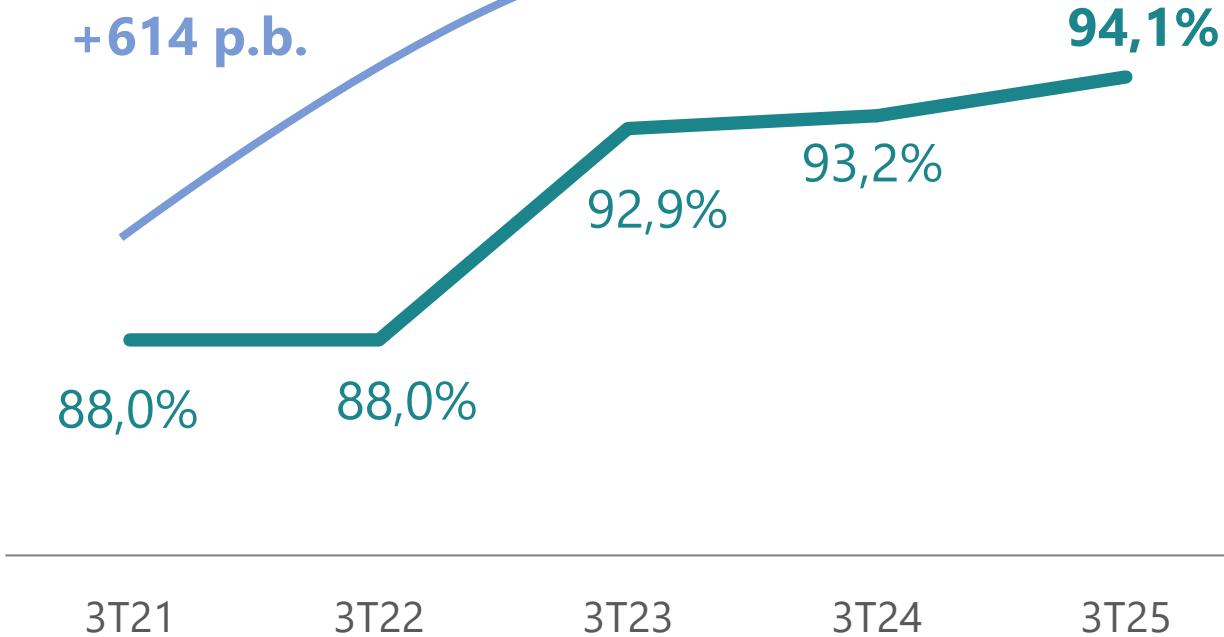
¹ Inclui receita de locação, receita de estacionamento e linearidade. ² Desde o IPO (jul/07).

Contínua melhora de indicadores operacionais levam a margem NOI recorde

Inadimplência líquida, turnover
e taxa de ocupação



Margem NOI



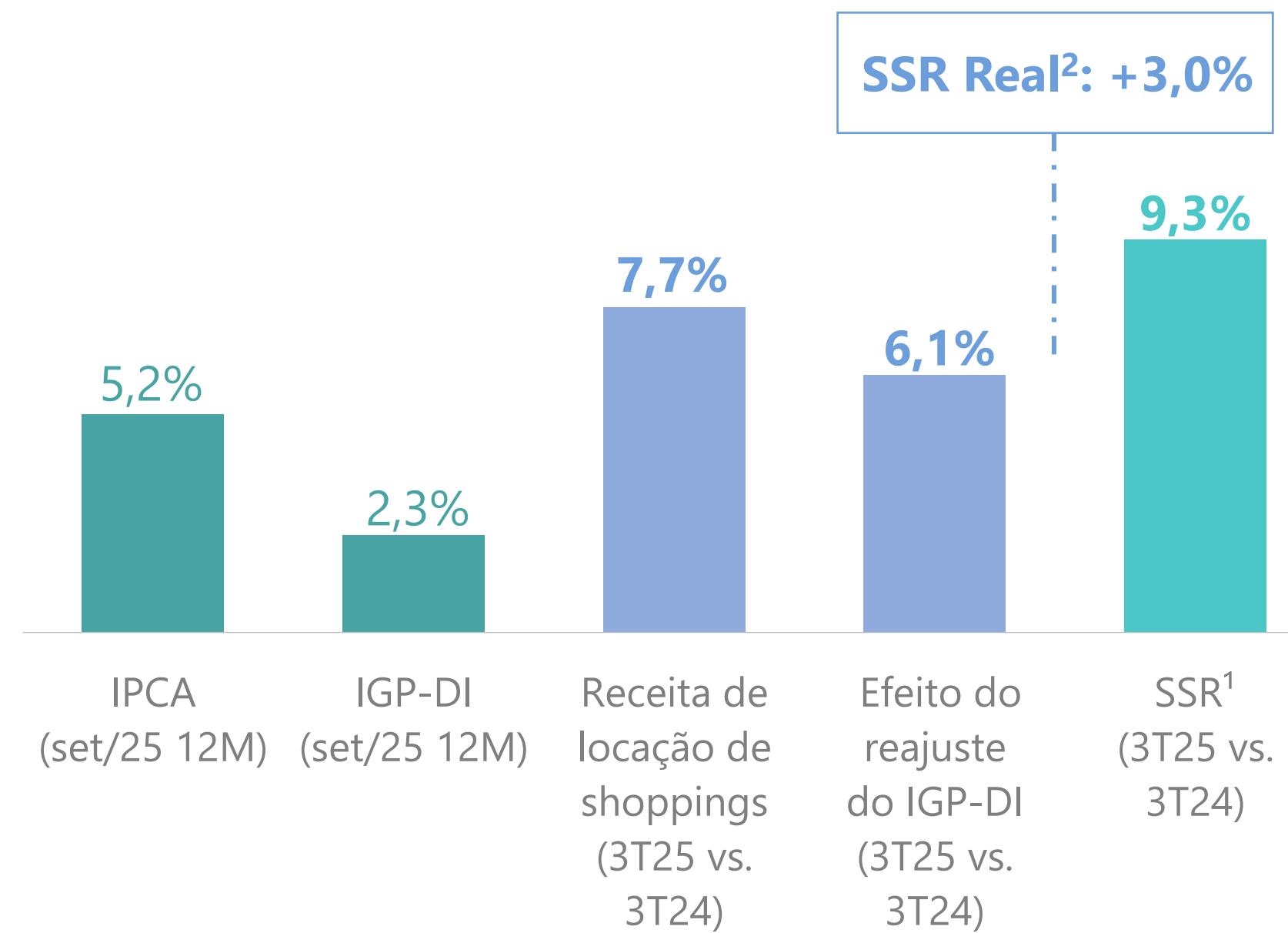
■ Inadimplência líquida ■ Turnover ■ Taxa de ocupação



SSR de 9,3% no 3T25

SSR real de 3,0% sobre o efeito do reajuste do IGP-DI de 6,1%

Índices e análise do SSR¹ – 3T25



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 – out/25

Lançamento: **out/21**
Entrega: **4T25**

Vendas: **76,6% das unidades¹**
equivalente a **R\$427,4 M do VGV²**

Receita contabilizada até set/25: **R\$405,9 M**

*1ª fase com 4 torres residenciais
94 unidades*

*34 mil m² de área privativa
VGV² de R\$600 M*

¹Vendas realizadas até 16 de outubro de 2025.

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

Golden Lake – Fase 2

Lake Eyre: quase 2/3 do VGV¹ vendido e obras iniciadas



Ilustração - Torres do Lake Eyre

Lançamento²: set/24

Início da construção: mai/25

Entrega: mar/28

Vendas: 66,1% das unidades³
equivalente a R\$240,5 M do VGV¹

*2^a fase com 2 torres residenciais
127 unidades*

**Receita contabilizada
até set/25: R\$61,0 M**

*19 mil m² de área privativa
VGV¹ de R\$350 M*

¹ VGV refere-se ao Valor Geral de Vendas.

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

³ Vendas realizadas até 16 de outubro de 2025.

Receita líquida cresce duplo dígito

Eficiência operacional gerando redução de despesas e levando a margem NOI recorde para um 3T. Recompra de ações eleva alavancagem e reduz lucro e FFO.

+13,3 %

RECEITA
LÍQUIDA

+8,6 %

NOI
(Resultado
Operacional Líquido)

+8,6 %

EBITDA

+11,0 %

EBITDA DE
PROPRIEDADES

-21,4 %

FFO
(Fluxo de Caixa Operacional)

-20,9 %

LUCRO
LÍQUIDO

617,5 R\$ M

498,0 R\$ M

435,6 R\$ M

441,6 R\$ M

238,4 R\$ M

221,1 R\$ M

94,1 MARGEM
%
+86 p.b.

70,5 MARGEM
%
-304 p.b.

83,2 MARGEM
%
+262 p.b.

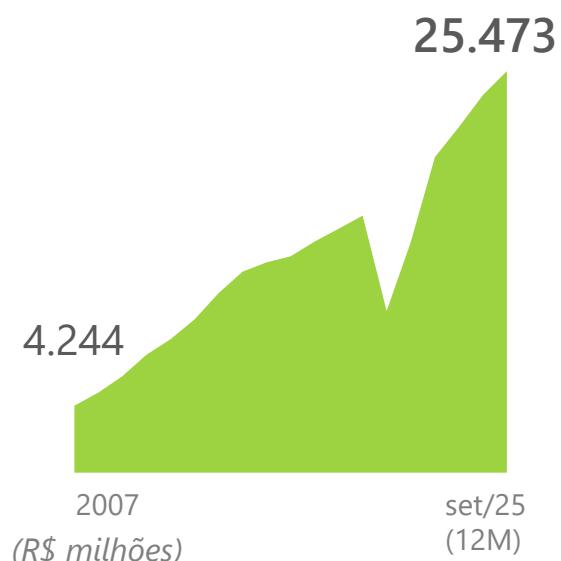
38,6 MARGEM
%
-1.706 p.b.

35,8 MARGEM
%
-1.547 p.b.

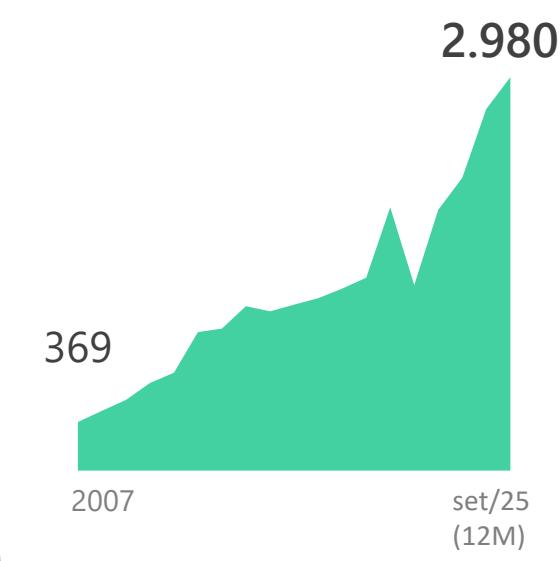
Crescimento consistente no longo prazo

(CAGR¹ % 2007- set/25 12M)

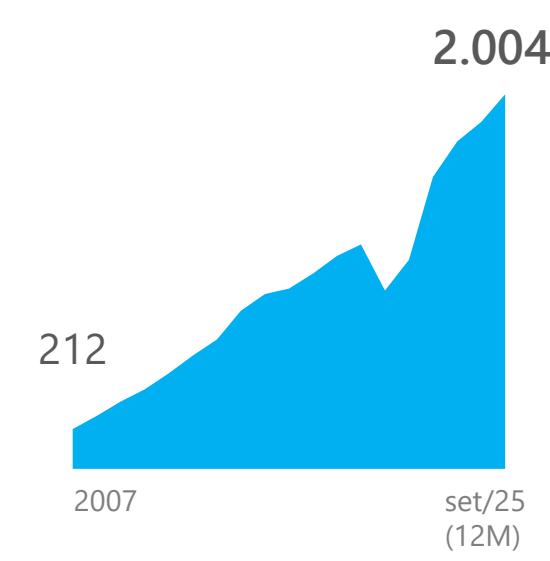
Vendas²



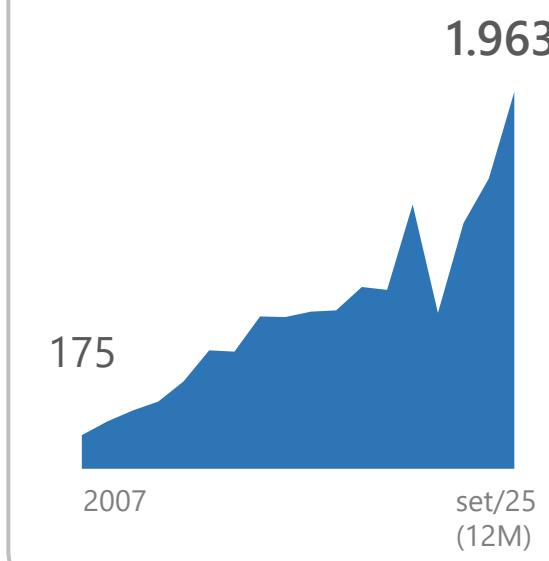
Receita Bruta



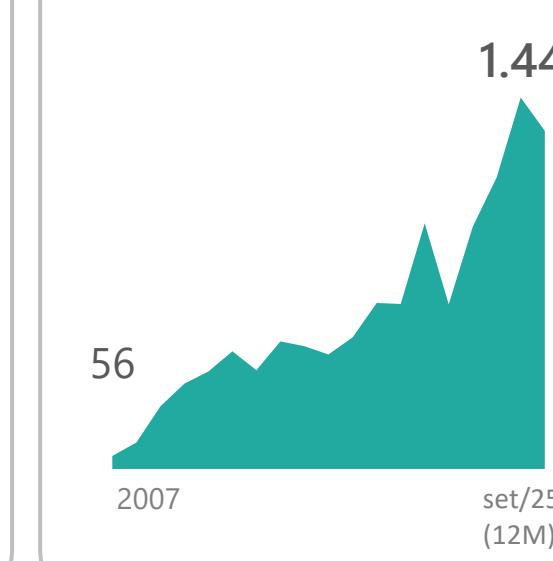
NOI³



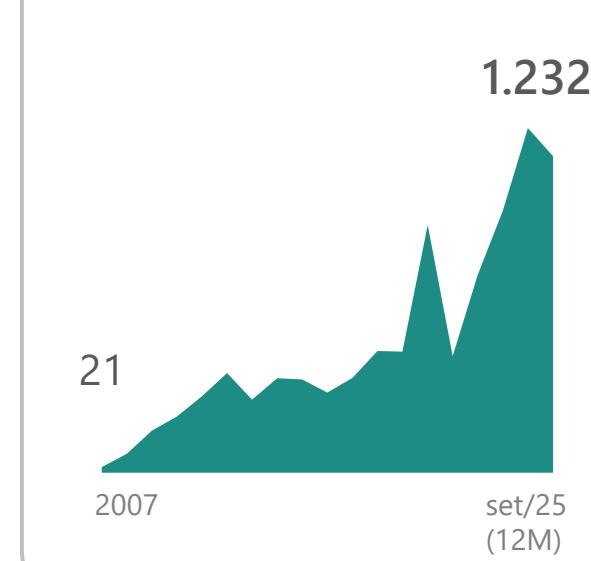
EBITDA



FFO⁴



Lucro Líquido



+10,6%

+12,5%

+13,5%

+14,6%

+20,1%

+25,7%

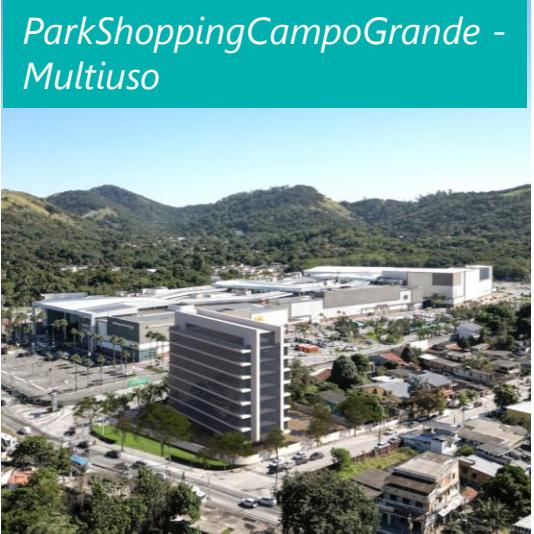
¹ CAGR (Compound Annual Growth Rate) refere-se à Taxa de Crescimento Anual Composta. ² Vendas totais dos lojistas em base 100%, e não na participação da Multiplan. ³ Resultado Operacional Líquido (na sigla em inglês NOI - Net Operating Income). ⁴ FFO (Fluxo de Caixa Operacional).

Multiplan: uma história de crescimento que nunca termina

Pipeline de expansões:
157.310 m²

Pipeline de multiuso:
864.020 m²

Área computável adicional:
1.448.700 m²



Nota: Os dados apresentados correspondem a estudos iniciais conduzidos pelos departamentos técnico e de desenvolvimento da Companhia, somente com o intuito de fornecer uma visão preliminar do potencial dos projetos, podendo ser revisados a qualquer tempo, conforme legislação em vigor, parâmetros de construção, viabilidade econômico-financeira e direitos de edificação. Imagens meramente ilustrativas de projetos preliminares sujeitos a alterações sem aviso prévio.

Expansão VIII do BarraShopping

Expansão de 4.000 m² com duas fases

BarraShopping Expansão VIII – Fase 1

ABL adicionada: 2.000 m²

Nº de novas lojas: Expansão de loja existente

Capex (100%): R\$35,0 M

Abertura: 2S26

- ▶ Fase I da expansão **ampliará loja âncora** de vestuário
- ▶ Construção **sobre o estacionamento VIP existente**, que será preservado e coberto
- ▶ **Nova estrutura coberta** tem potencial de abrigar a **2ª fase da expansão com +2.000 m²**



Planta do piso - BarraShopping



Ilustração da expansão do BarraShopping



Estacionamento VIP, local da futura expansão do BarraShopping

BarraShopping: adquirindo crescimento

Aquisição de 7,5% de participação por R\$362,5 milhões, a um cap rate de 8,8%¹, no maior e crescente shopping da Multiplan²

Motores de crescimento:

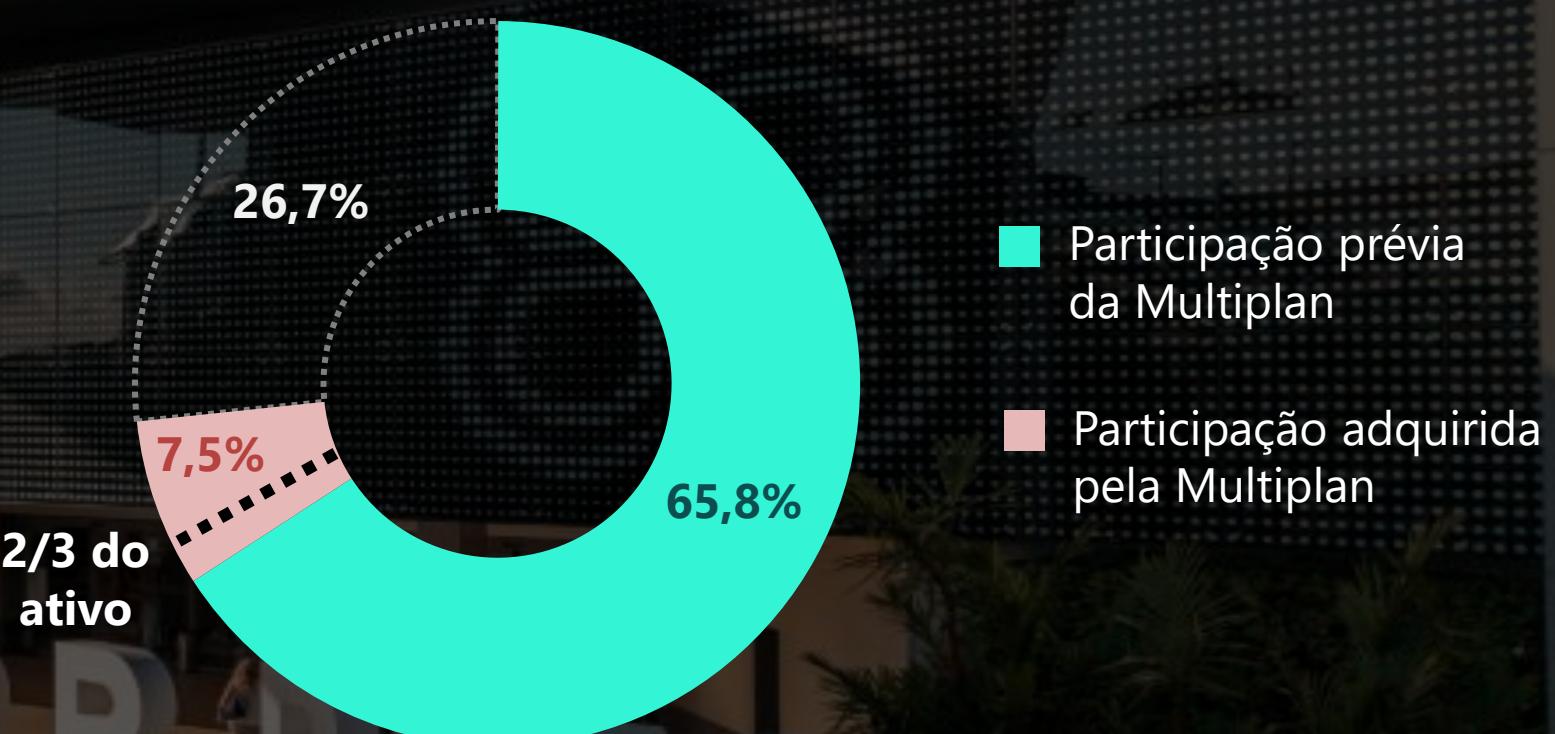
R\$88,3 milhões investidos em revitalização nos últimos 3 anos³

vetor de crescimento: Barra da Tijuca cresceu 37,7%⁴

Potencial de expansão⁵ futuro de 14.700 m²

Complexo multiuso completo, com shoppings, torres corporativas, residenciais e dois centros médicos, com possível ampliação

Participação dos sócios no BarraShopping:



¹ Considera o NOI do shopping em set/25 (12M).² Em termos de Área Bruta Locável (ABL) ao final do 3T25. ³ CAPEX para 100% da participação entre jan/22 e set/25, sem juros ativados. ⁴ Fonte: Censo Demográfico do IBGE. Comparação entre o Censo 2010 e 2022. Considera a Região Administrativa da Barra da Tijuca, conforme definição da Prefeitura do Rio de Janeiro. ⁵ Inclui a expansão VIII em andamento com 4.000 m².

Expansão VI do BH Shopping

Expansão será realizada com a conversão de uma área de estacionamento coberta

BH Shopping Expansão VI

ABL adicionada: 1.962 m²

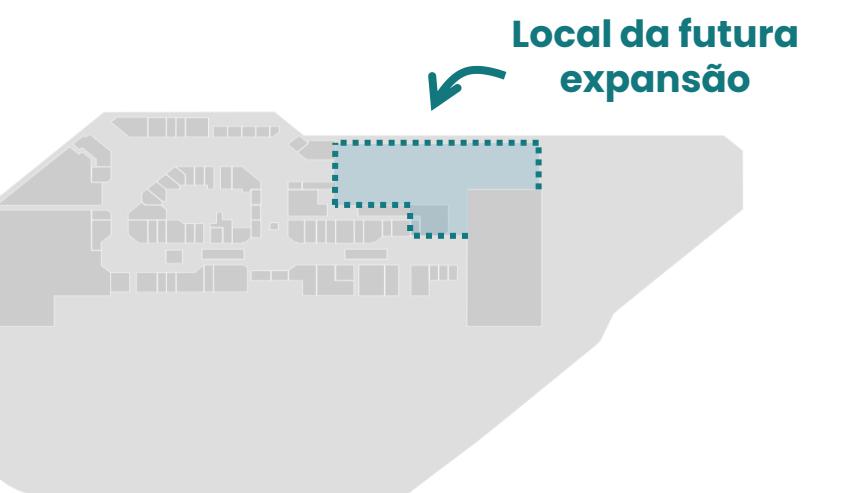
Nº de novas lojas: 6, mais expansão de loja existente

Capex (100%): R\$30,0 M

Tamanho das lojas: 6 satélite, 1 loja âncora a ser expandida

Abertura: 1S26

- Aproveitamento de área do estacionamento **otimizará espaço e reduzirá custos de construção**



Planta do piso – BH Shopping



Ilustração da futura expansão VI do BH Shopping



Ilustração da futura expansão VI do BH Shopping

**Aproximadamente
157 mil m²
em potenciais expansões**

**Obras das expansões em
andamento seguem a todo vapor
para adicionar 27 mil m² de ABL**

Obras de expansão do Parque Shopping Maceió – out/25



Obras de expansão do MorumbiShopping – out/25



Obras de expansão do ParkShopping – out/25

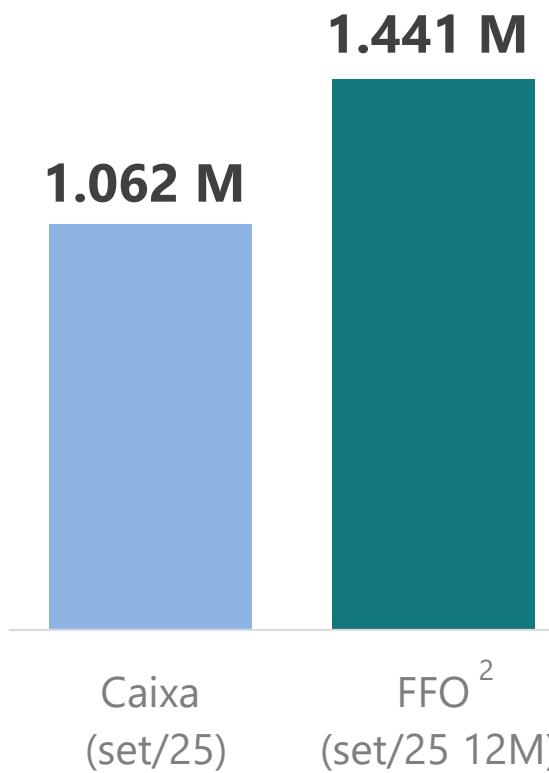


A expansão do MorumbiShopping adicionará 7.377 m² de ABL “líquida”, além de 5.764 m² de readequações. As informações são preliminares e baseadas em dados disponíveis até a presente data, sujeitando-se a riscos e incertezas que podem levar a resultados reais diferentes dos previstos. Os dados apresentados correspondem a estudos iniciais conduzidos pelos departamentos técnico e de desenvolvimento da Companhia, somente com o intuito de fornecer uma visão preliminar do potencial dos projetos, podendo ser revisados a qualquer tempo, conforme legislação em vigor, parâmetros de construção, viabilidade econômico-financeira e direitos de edificação.

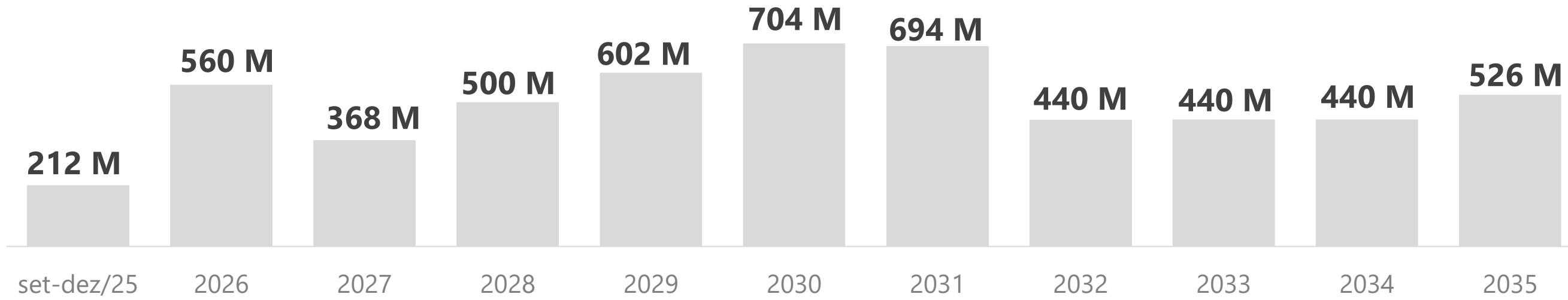
Estrutura de capital

Gestão de passivos, incluindo emissão de novo CRI¹ com custo de 98% do CDI, alonga duration e reduz custo da dívida da Companhia

Caixa e geração de caixa (R\$)



Cronograma de amortização da dívida bruta (R\$)



Emissão de CRI¹ em set/25:

- Montante: R\$500 M
- Prazo: 10 anos *bullet*
- Custo: 98,0% do CDI

¹ CRI se refere a Certificado de Recebíveis Imobiliários. ² FFO (*Funds from Operations*) refere-se ao Fluxo de Caixa Operacional.

Alavancagem estável em meio a investimentos e remuneração aos acionistas

Dívida líquida/EBITDA em 2,26x (set/25)

- » Dívida bruta: **R\$5.489,7 M**
- » Custo médio a.a.: **15,43%**
- » Dívida líquida: **R\$4.427,8 M**
- » Dívida líquida / EBITDA: **2,26x**
- » Valor Justo das Propriedades¹: **R\$32.816,2 M**
- » Dívida líquida / Valor Justo: **13,5%**



¹ Valor Justo das Propriedades calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 30 de setembro de 2025.

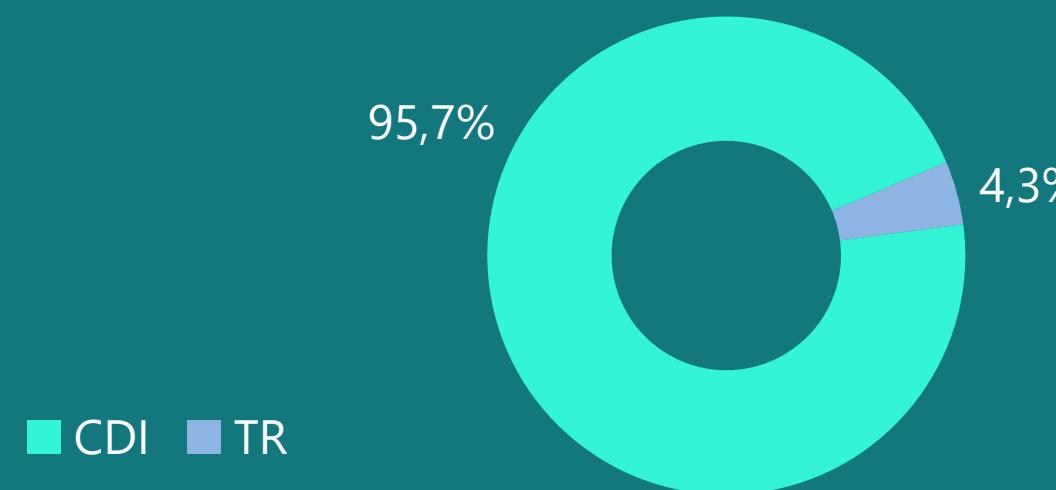


BarraShoppingSul – Evento de comida

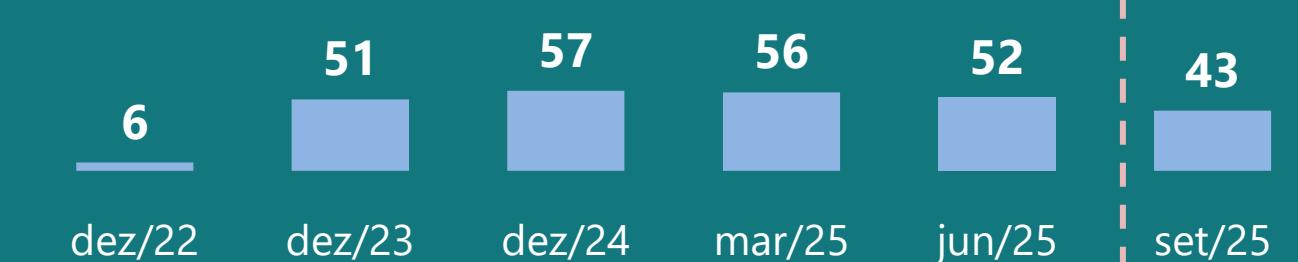
Custo da dívida

Redução do *spread* sobre a SELIC em cada um dos quatro últimos trimestres

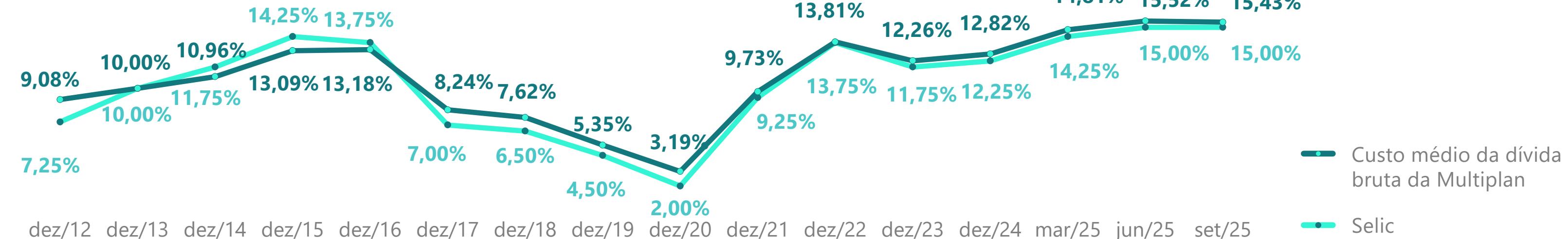
Endividamento por índice (set/25)



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



Custo médio da dívida bruta (a.a.)



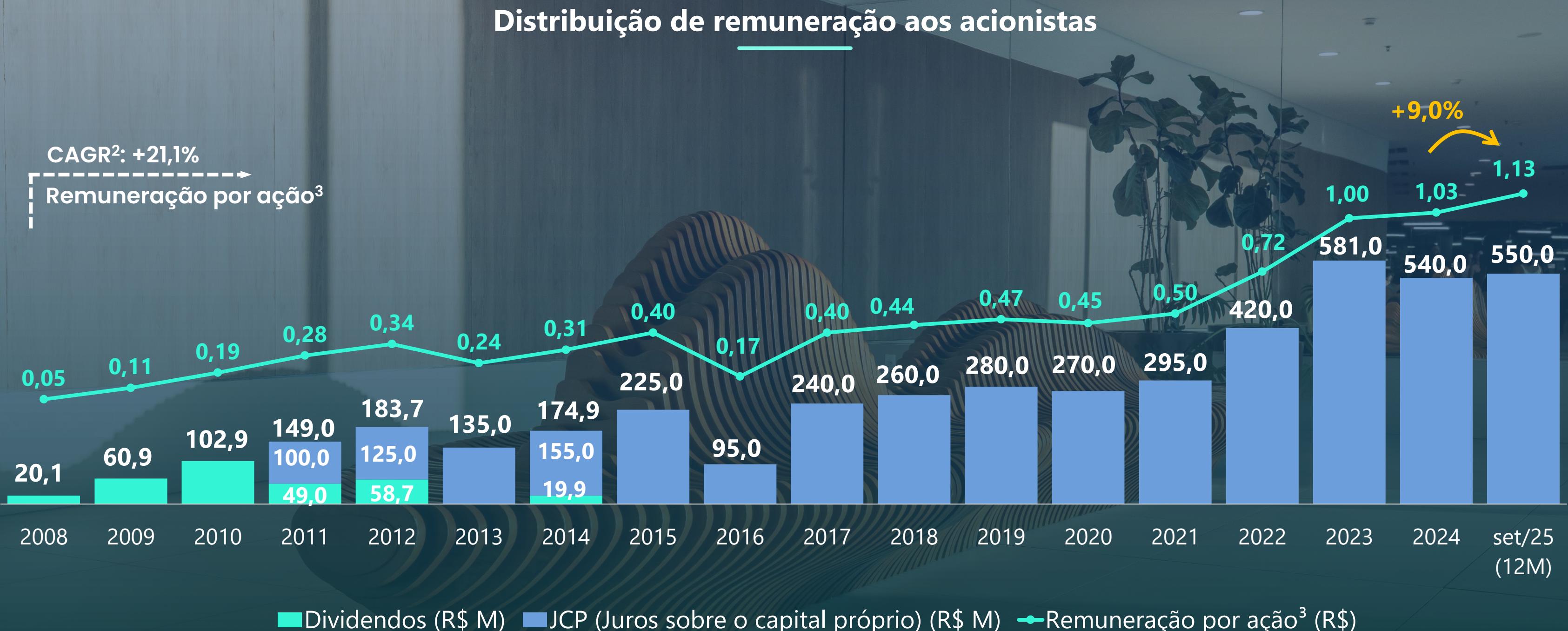
R\$2,0 bi em recompras nos últimos 12 meses impulsiona o desempenho por ação



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\$550,0 M distribuídos nos últimos 12 meses, e R\$4,4 bi desde a abertura de capital¹



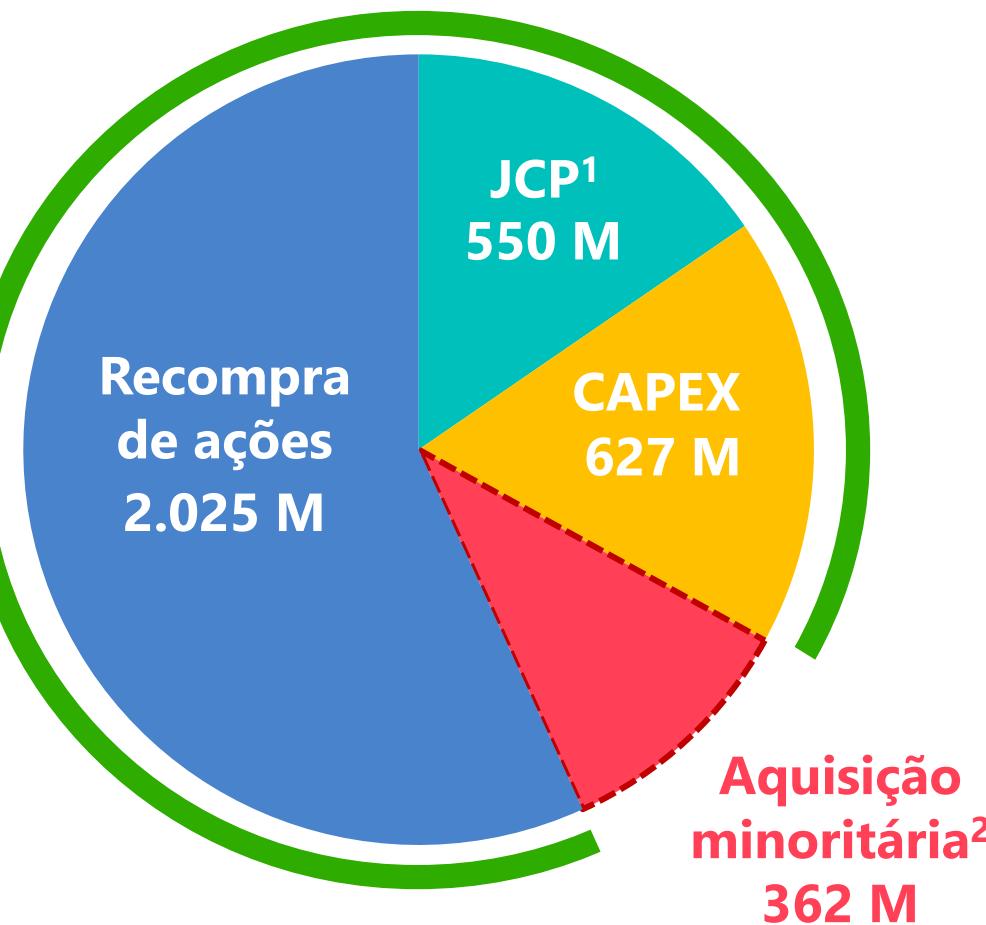
¹A abertura de capital da Companhia ocorreu em jul/07. ²CAGR (Compound Annual Growth Rate) refere-se à Taxa de Crescimento Anual Composta. ³Remuneração por ação: dividendos + juros sobre capital próprio declarados divididos pelo número de ações em circulação na data da declaração, excluindo as ações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



Alocação de capital set/25 (12M): R\$ 3,2 bilhões em JCP¹, recompra de ações e CAPEX (R\$)

Alocação de capital da Multiplan set/25 (12M)

Alocação de capital total
R\$3.202 M

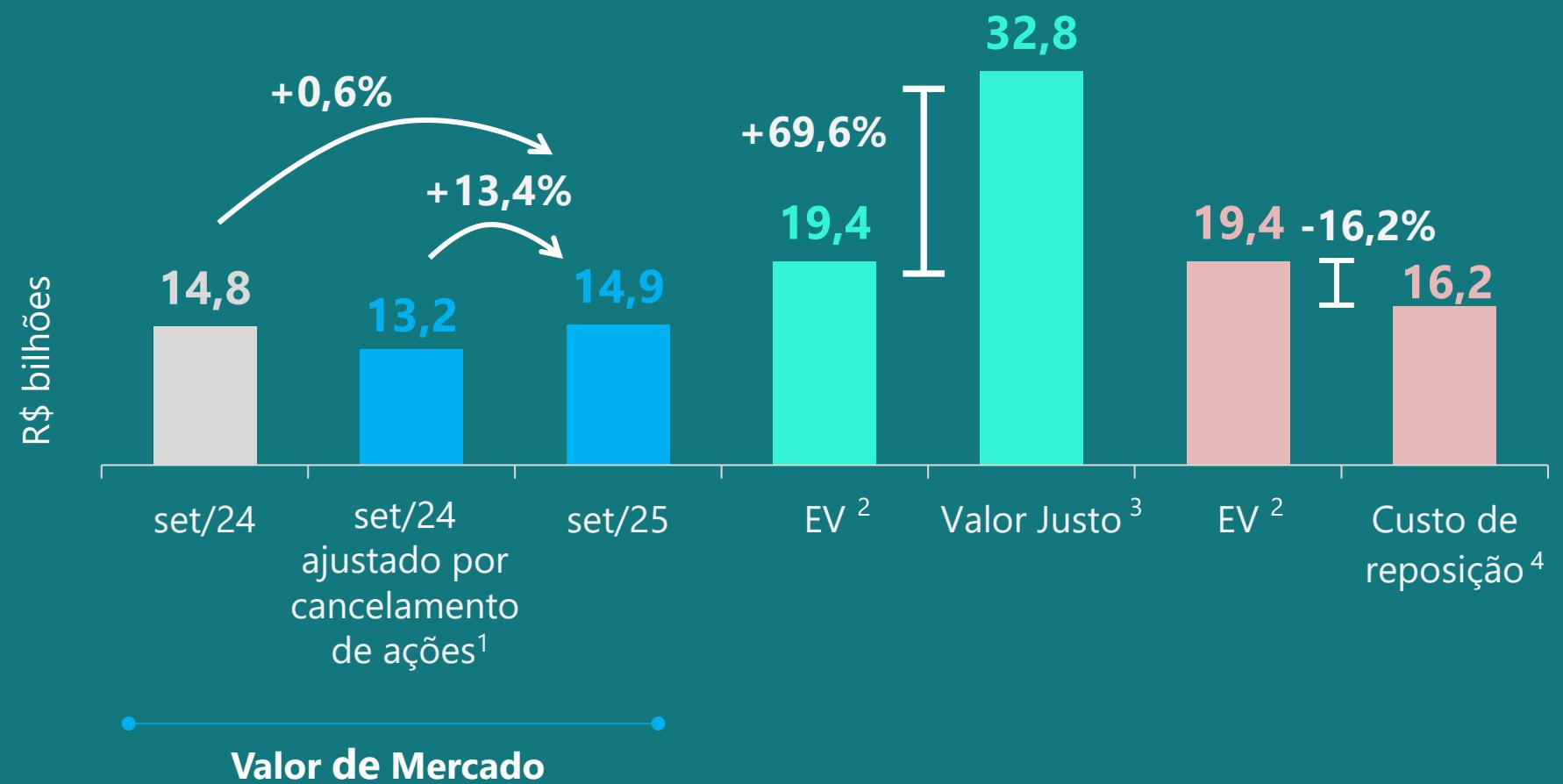


¹ JCP refere-se a Juros sobre o Capital Próprio deliberados. ² Refere-se à aquisição de uma participação de 7,535% no BarraShopping, anunciada em 29 de agosto de 2025 ([link](#)), que ainda não foi concluída. Assim, o desembolso de R\$362,5 milhões ainda não ocorreu.

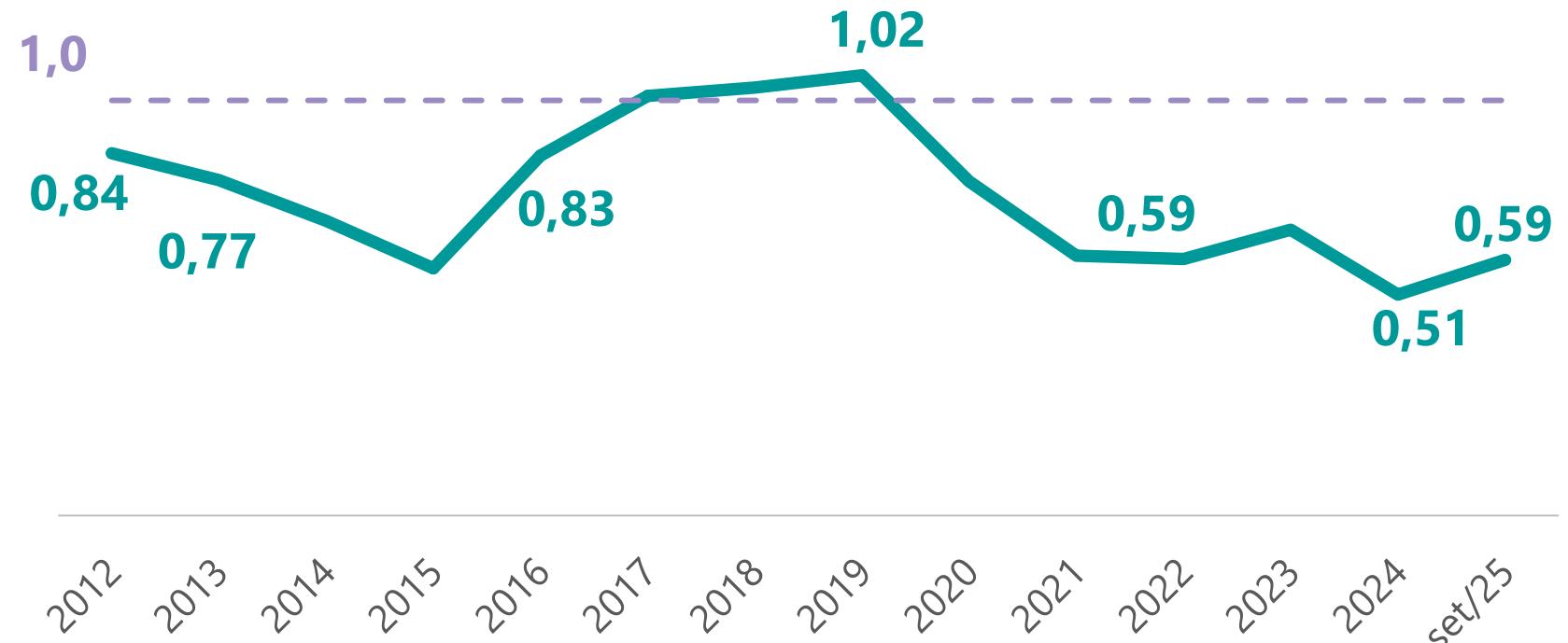
Valor Justo

Valor da Empresa (EV) é 59% do Valor Justo

Valor da Multiplan



EV¹ / Valor Justo²



¹ Considera o total de ações emitidas em set/25, multiplicado pelo preço de fechamento da ação em set/24, para refletir o cancelamento de 65,0 milhões de ações no período. ² Enterprise Value (EV): valor de mercado + dívida líquida ao final de setembro de 2025. ³ Valor Justo dos imóveis calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 30 de setembro de 2025. ⁴ Custo de Reposição calculado através da multiplicação de uma estimativa de custo de reposição por m² e a ABL própria (765.605 m²) ao final de setembro de 2025. A estimativa do custo de reposição por m² foi calculada usando o capex do ParkJacarepaguá de R\$770,0 milhões dividido pela ABL própria do shopping (36.342 m²), levando a um custo de reposição por m² de R\$21.188/m².

Multi: expansão e engajamento

Aceleração do ecossistema e fortalecimento do relacionamento com clientes

Experiência
centralizada
e **fortalecida**

Multi: **9,2 milhões**
de **downloads**
acumulados

Cliente **Platinum**: 4x maior frequência
de compras e 20x maior tíquete médio
vs. cliente Green no 3T25

multi^{BB}
GREEN

multi^{BB}
SILVER

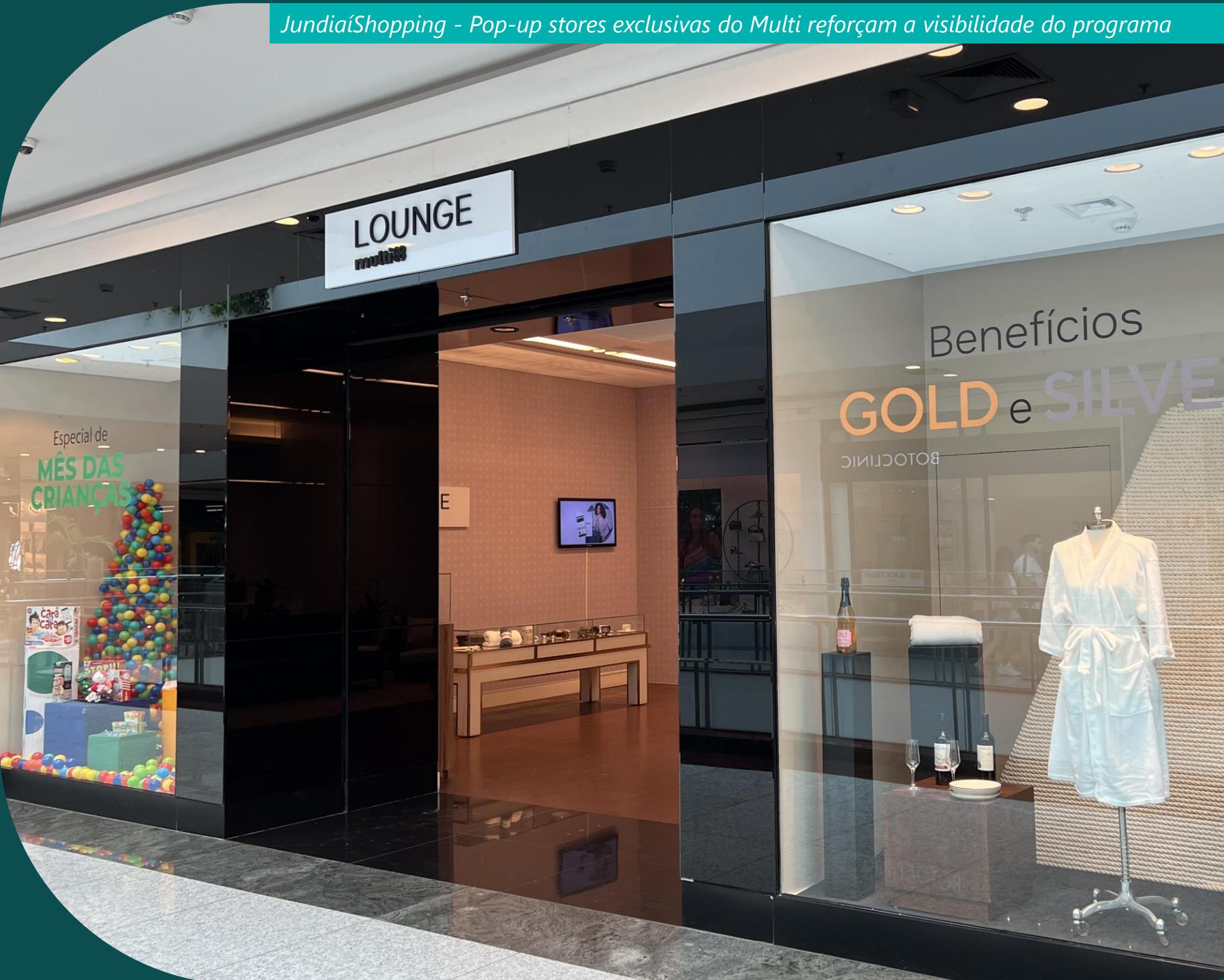
multi^{BB}
GOLD

multi^{BB}
PLATINUM

+44% em vendas
capturadas **pelo app**
(9M25 vs. 9M24)

+42% no resgate de
benefícios pelo app
(9M25 vs. 9M24)

JundiaíShopping - Pop-up stores exclusivas do Multi reforçam a visibilidade do programa

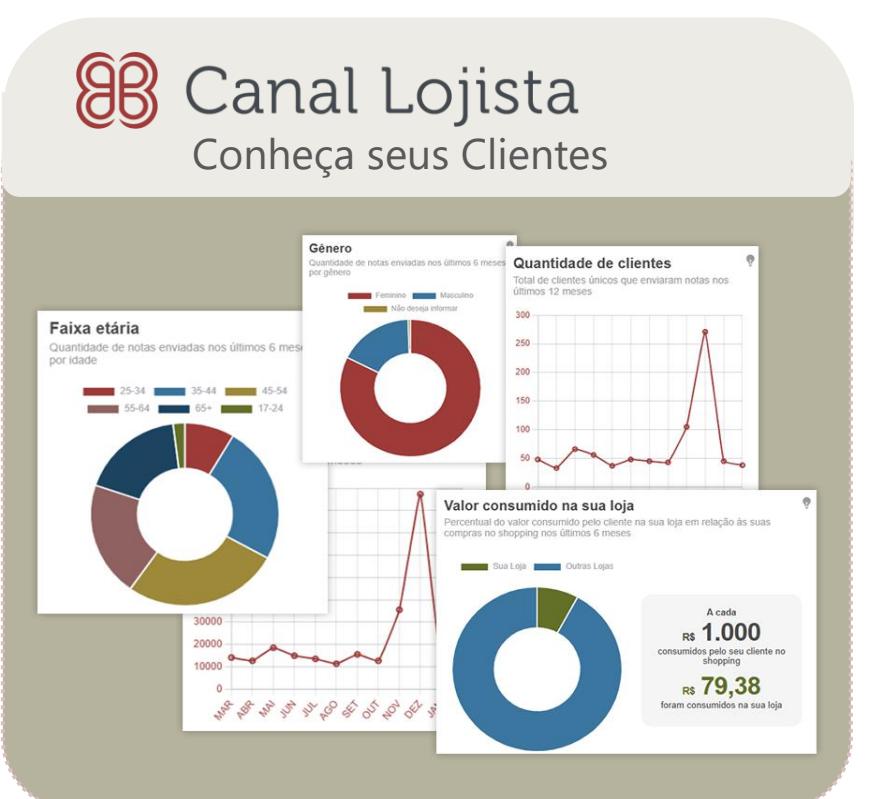
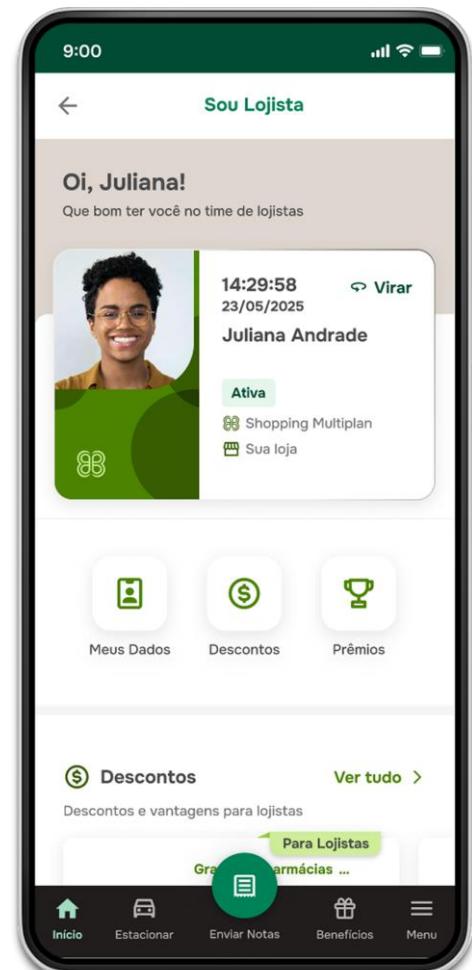


Relacionamento ampliado com o ecossistema

Lançamento do canal “Sou lojista”, conectando os colaboradores das lojas à plataforma

“Sou lojista”: nova funcionalidade amplia o ecossistema Multi e gera valor compartilhado entre clientes, lojistas e colaboradores

“Conheça seus Clientes”: funcionalidades do app Multi alimentam o *dashboard* individual de cada loja



Canal “**Sou Lojista**”: inédito **canal direto** da **Companhia** com os **colaboradores** das lojas

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

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

Responsabilidade social e ambiental, governança e reconhecimentos no 3T25



Prêmio Marco Maciel 2025
2º lugar em Relações Institucionais e Governamentais: Multiplan e HD Sunflower – parceria inclusiva



Veja SP: os mais amados
ShoppingAnáliaFranco: o shopping e praça de alimentação mais queridos de São Paulo



Fortalecendo nossa parceria com o Instituto Pacto Contra a Fome



Selo de Reconhecimento Público por Contribuição à Diversidade e Inclusão no Poder Judiciário



ParkShopping Canoas – Parque do Park



ParkShopping Campo Grande – Dia da Árvore



Parque Shopping Maceió - Alagoas

BB Multiplan

Relações com Investidores

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