

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 "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.

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

<div>Vendas R\$6,1 bi</div> <div>+6,9% vs. 3T24</div>	<div>Taxa de Ocupação 96,3%</div> <div>+6 p.b. vs. 3T24</div>	<div>Inadimplência líquida -1,9%</div> <div>-178 p.b. vs. 3T24</div>
<div>Receita líquida R\$618 M</div> <div>+13,3% vs. 3T24</div>	<div>SSR +9,3%</div> <div>+3,0% SSR real vs. 3T24</div>	<div>Receita de Venda de Imóveis R\$93 M</div> <div>+67,9% vs. 3T24</div>
<div>Margem NOI 94,1%</div> <div>+86 p.b. vs. 3T24</div>	<div>Margem EBITDA PROPRIEDADES 83,2%</div> <div>+262 p.b. vs. 3T24</div>	<div>LPA¹ 12M +28,8%</div> <div>set/25 vs. set/24 (12M)</div>

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

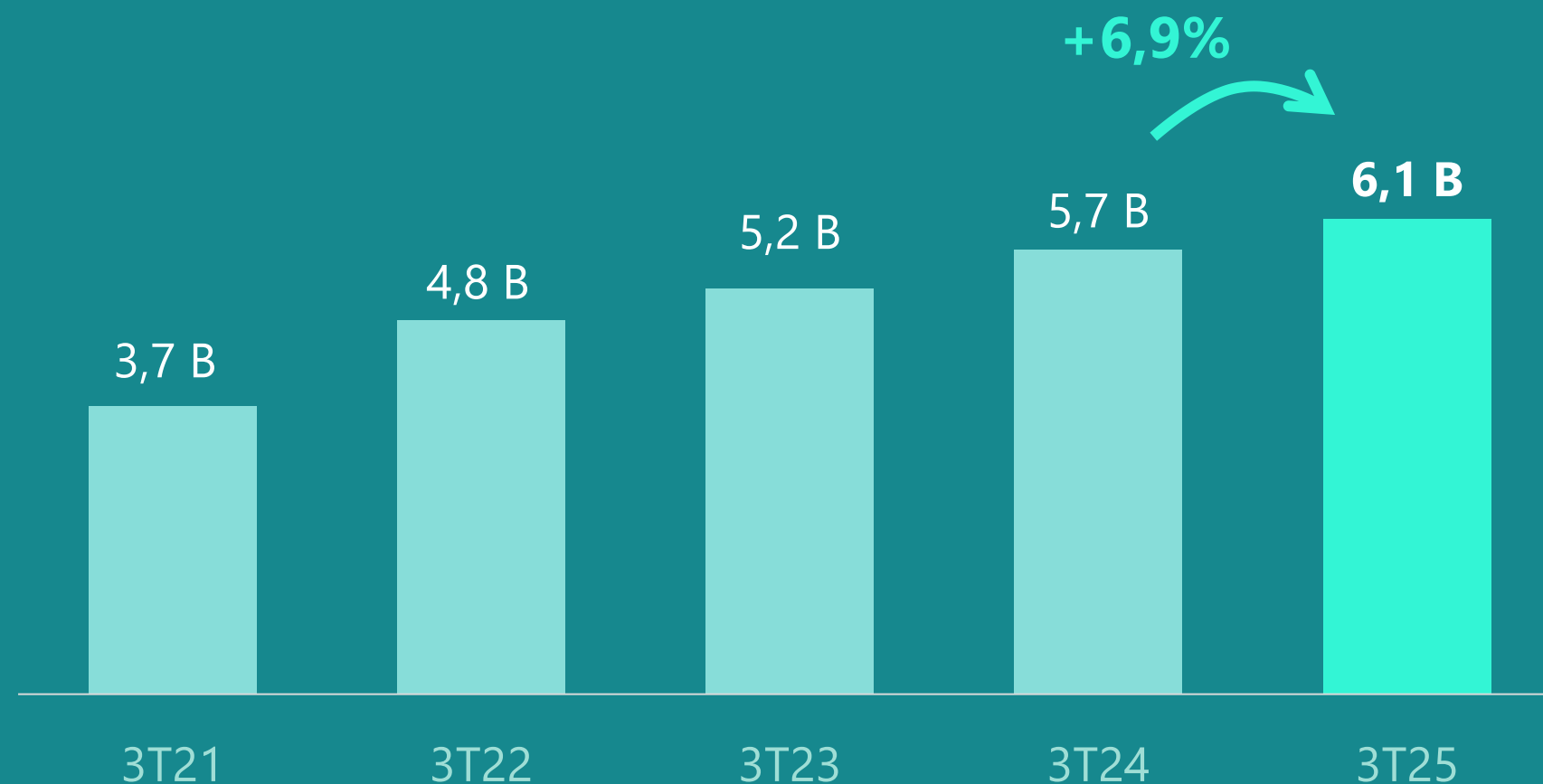


Árvore de Natal no BarraShopping – out/25

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

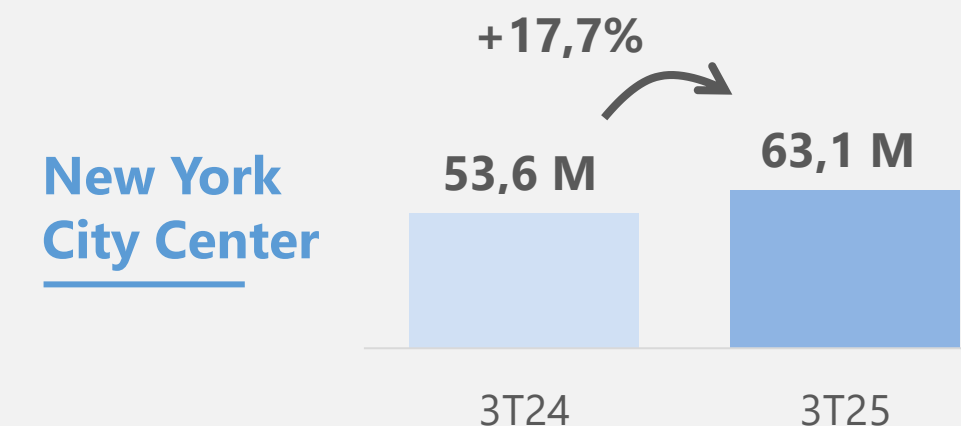
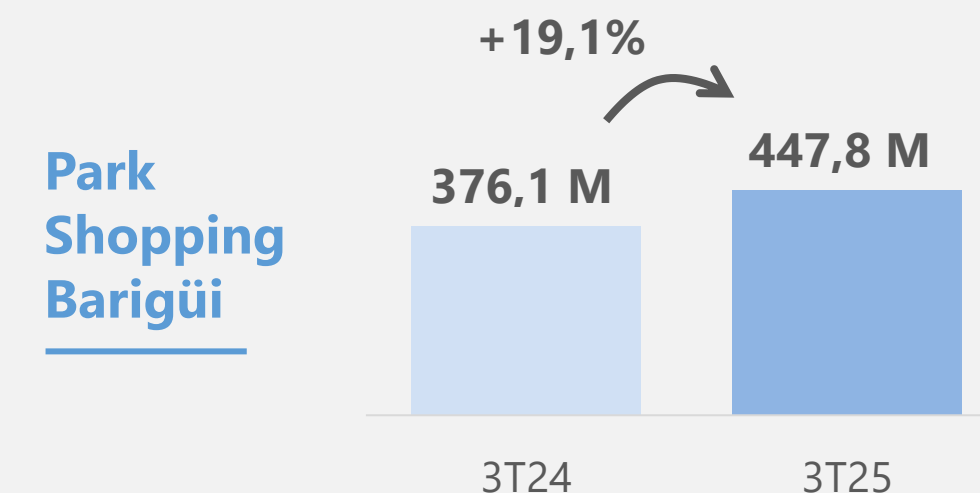
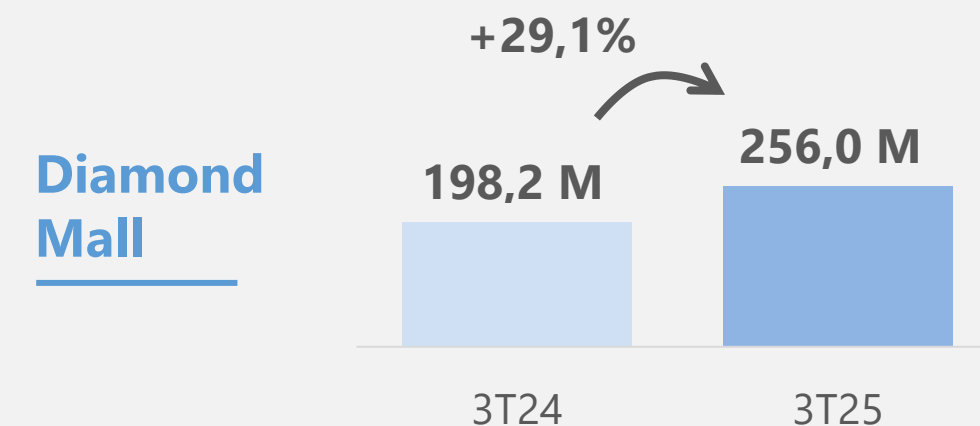
Vendas em outubro crescendo 8,0%¹

Vendas trimestrais dos lojistas (R\$)



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

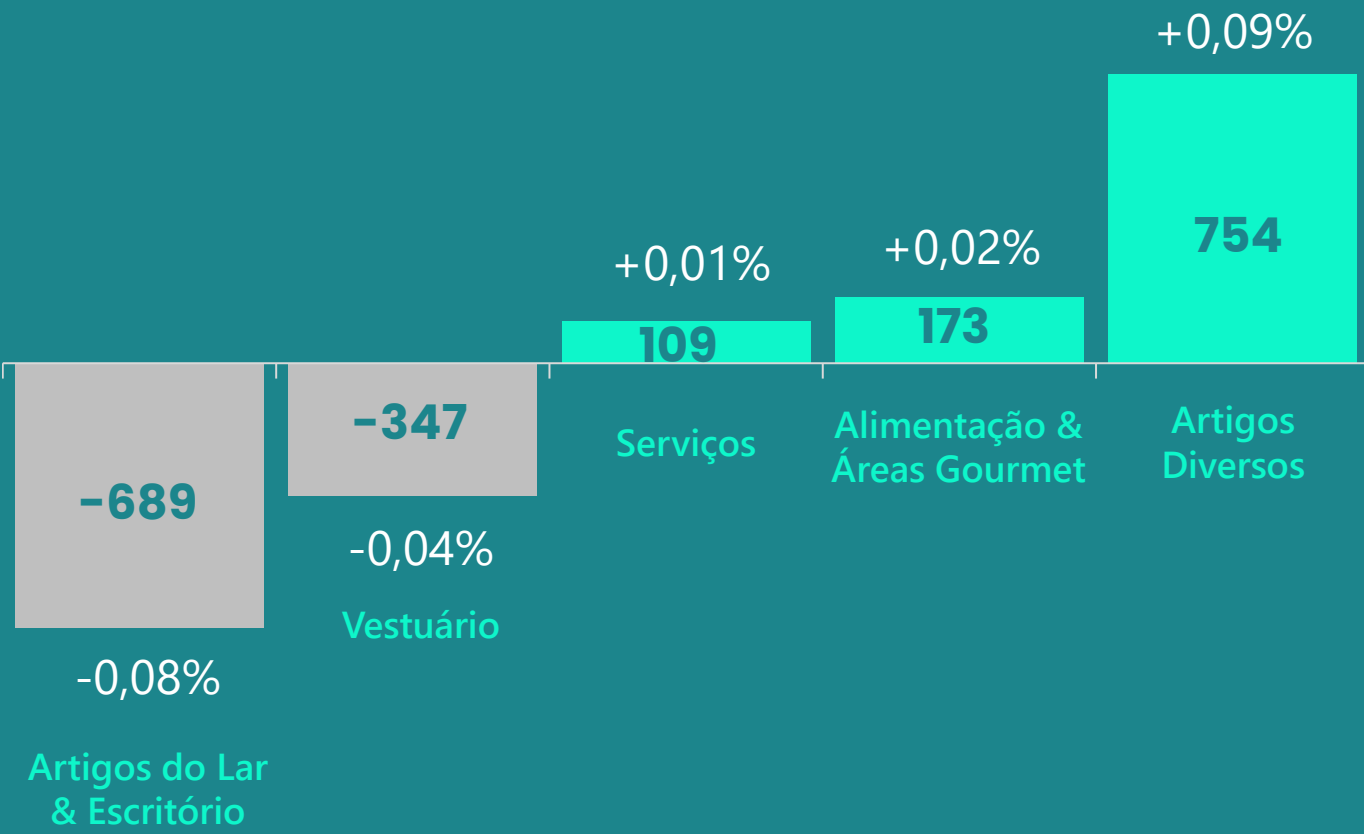
SSS¹ - 3T25 x 3T24

	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%

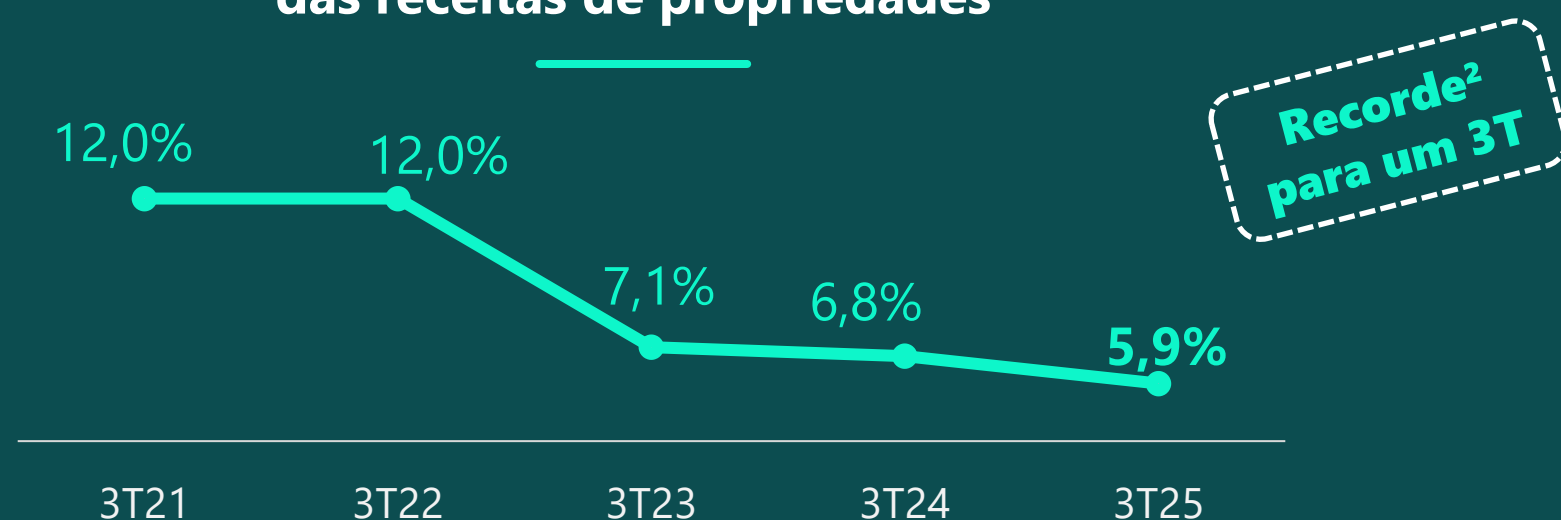
Turnover líquido por segmento em m² e % da ABL total – 3T25



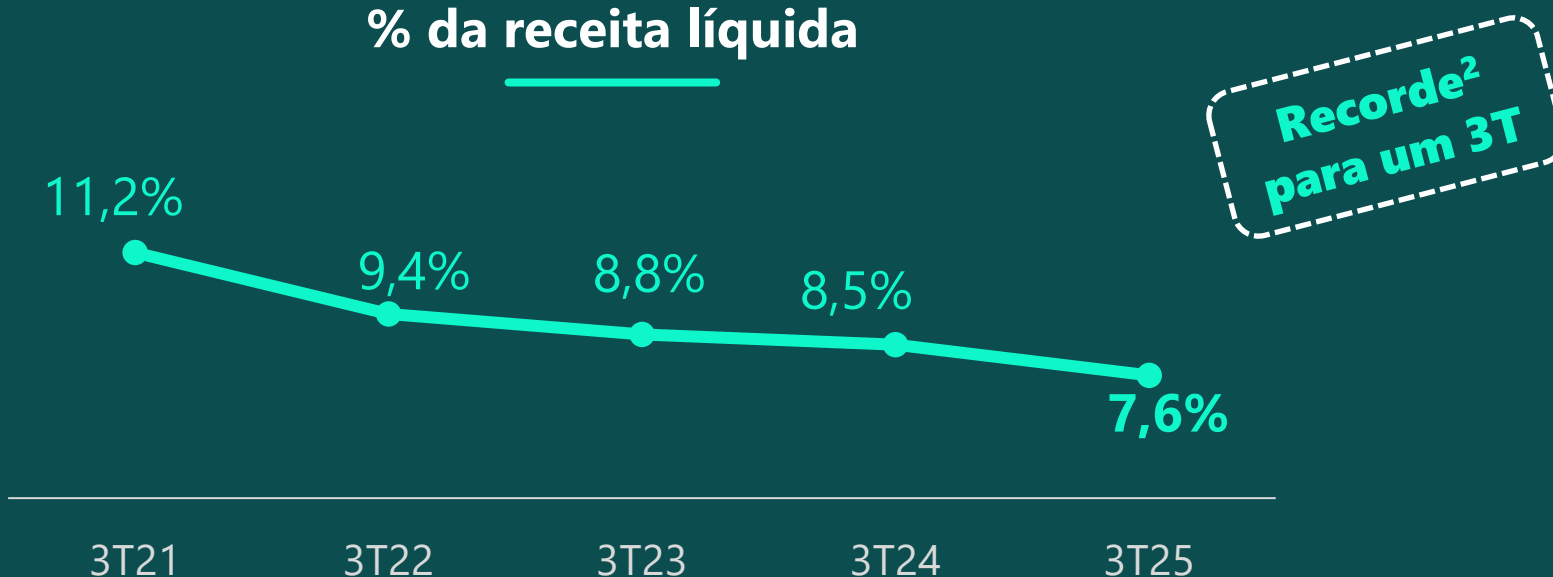
¹ SSS (Same Store Sales) refere-se ao indicador Vendas nas Mesmas Lojas.

Ganhos de eficiência resultam em recordes

Despesas de propriedade como % das receitas de propriedades¹



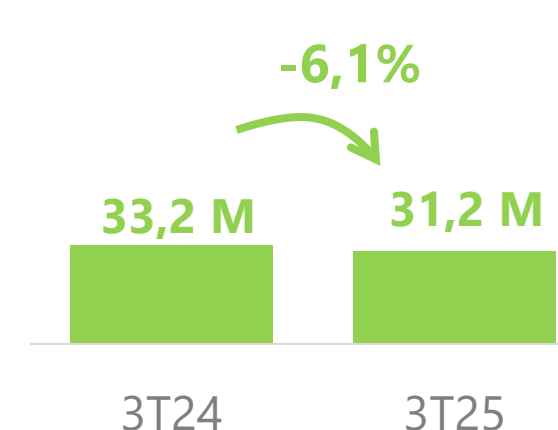
Despesas de sede como % da receita líquida



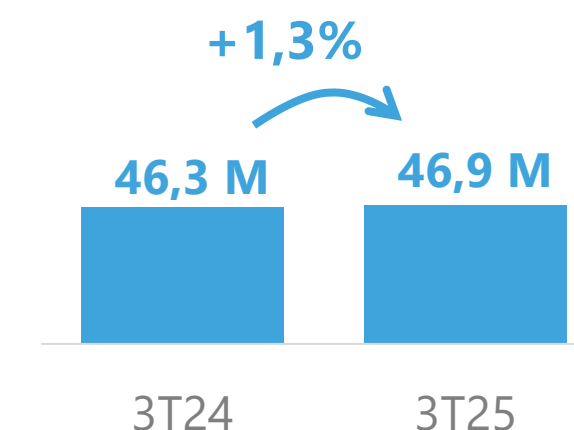
¹ Inclui receita de locação, receita de estacionamento e linearidade. ² Desde o IPO (jul/07).

Ganhos de eficiência:

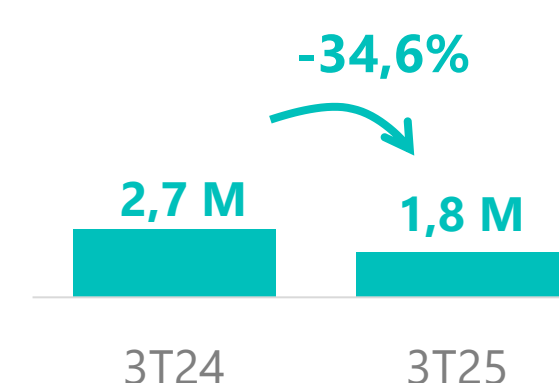
Despesas de propriedades (R\$)



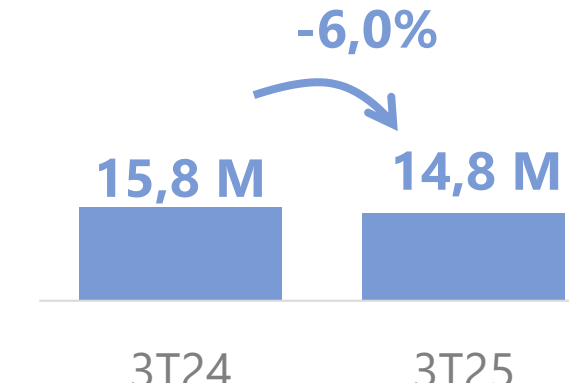
Despesas de sede (R\$)



Despesas de projetos para locação (R\$)

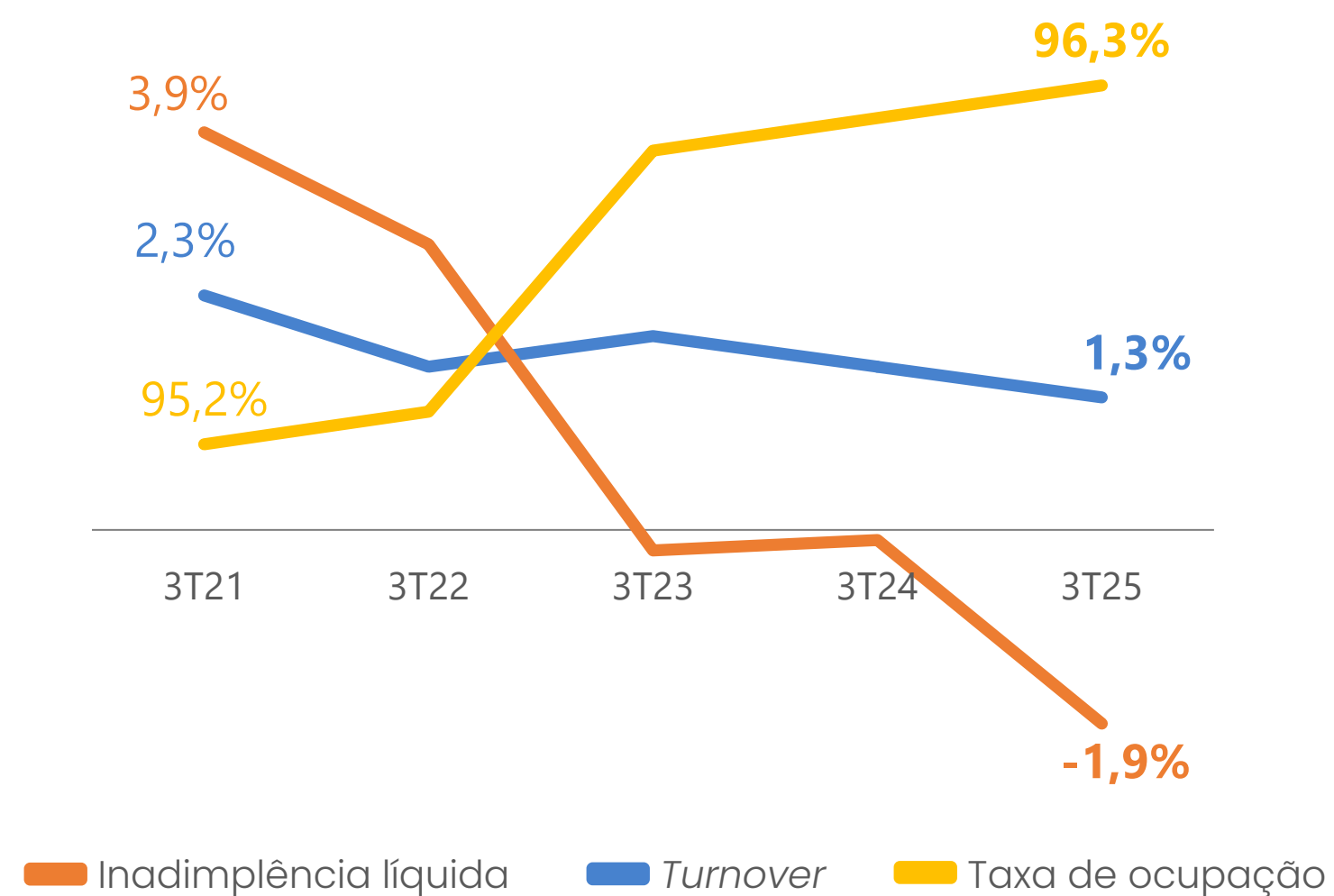


Remuneração baseada em ações (R\$)

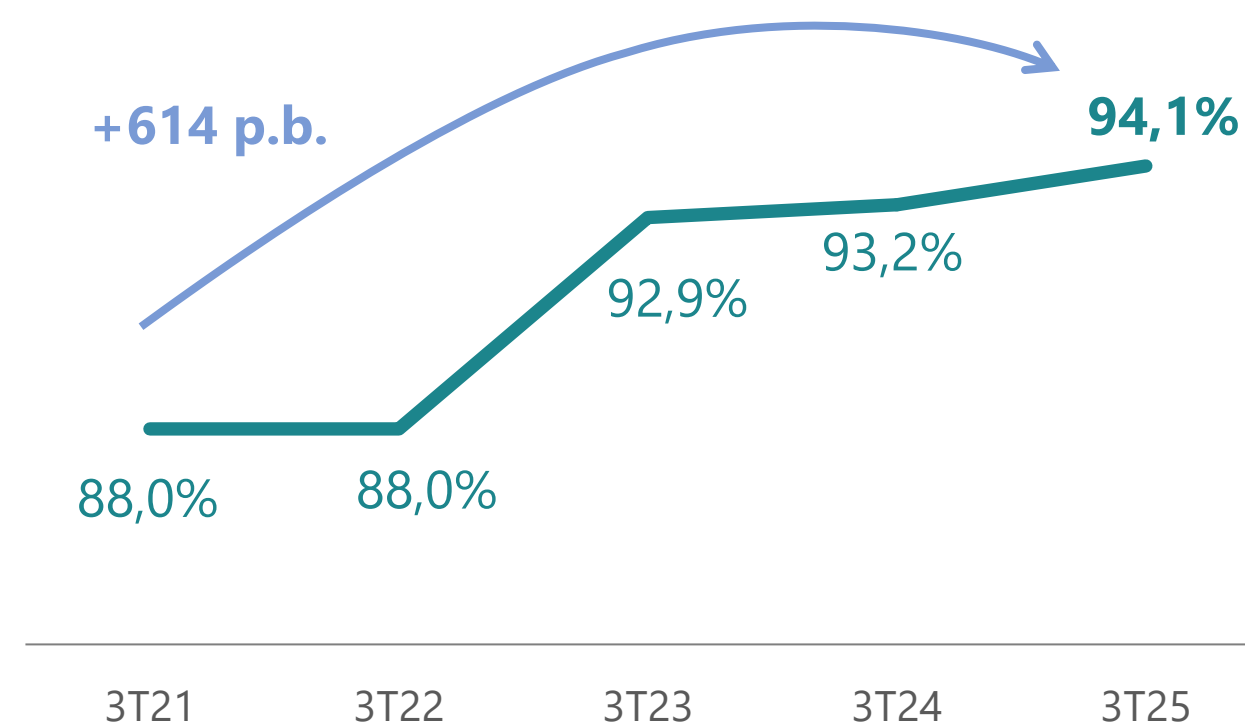


Contínua melhora de indicadores operacionais levam a margem NOI recorde

Inadimplência líquida, *turnover* e taxa de ocupação



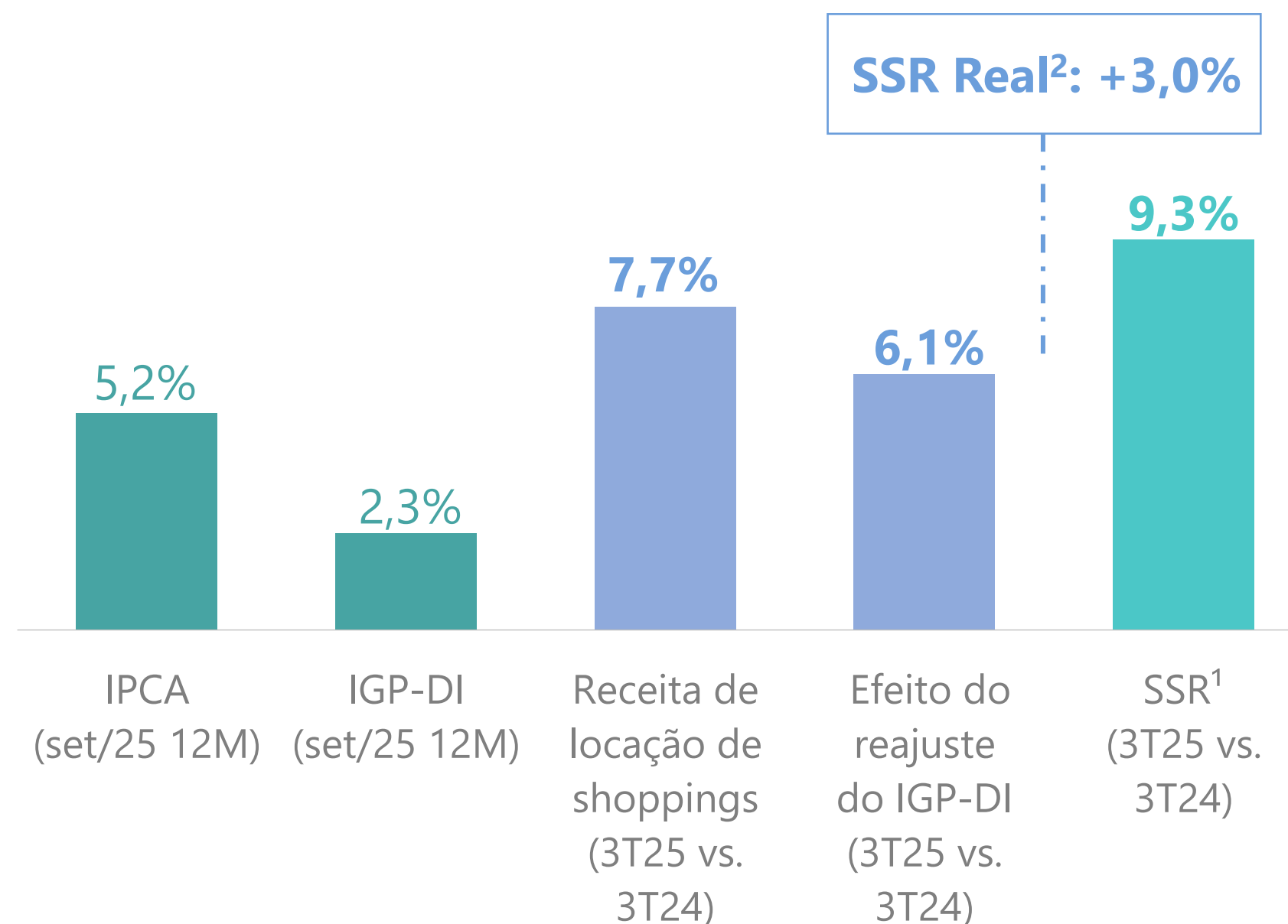
Margem NOI



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**

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

*2ª fase com 2 torres residenciais
127 unidades*

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

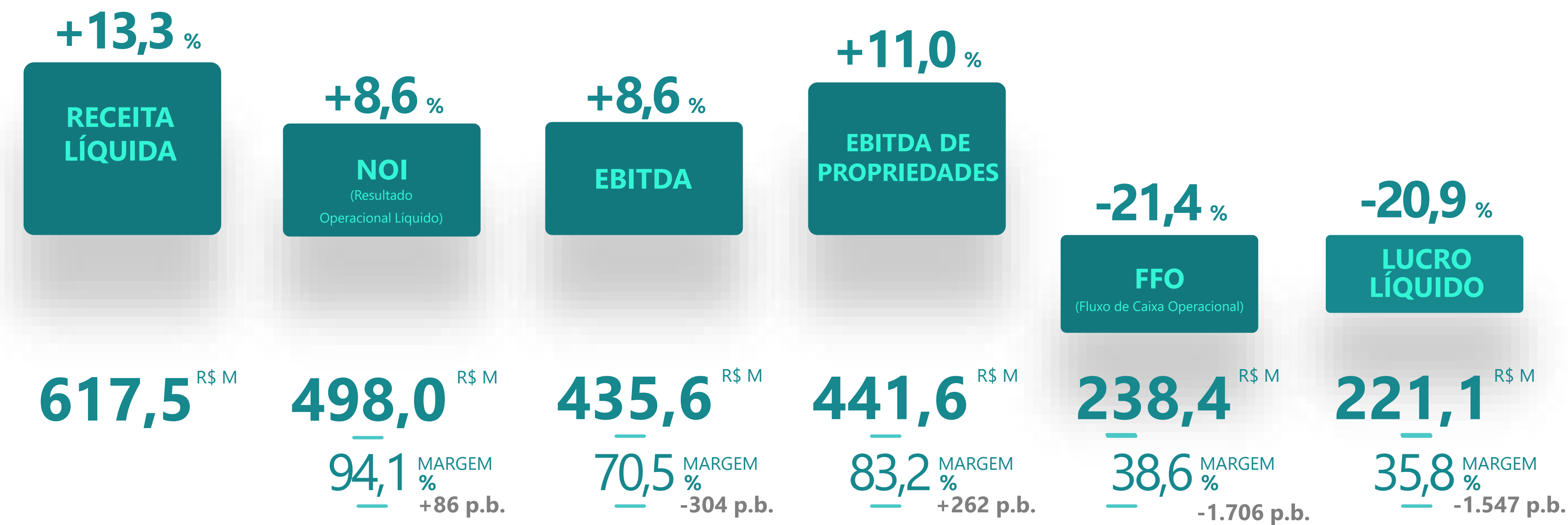
¹ VGV refere-se ao Valor Geral de Vendas.

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.

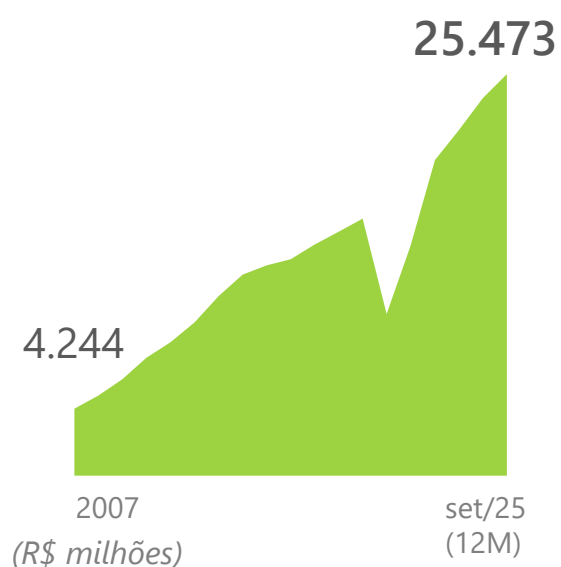


Nota: Dados referentes ao 3T25. Crescimentos referentes ao 3T25 em comparação com 3T24.

Crescimento consistente no longo prazo

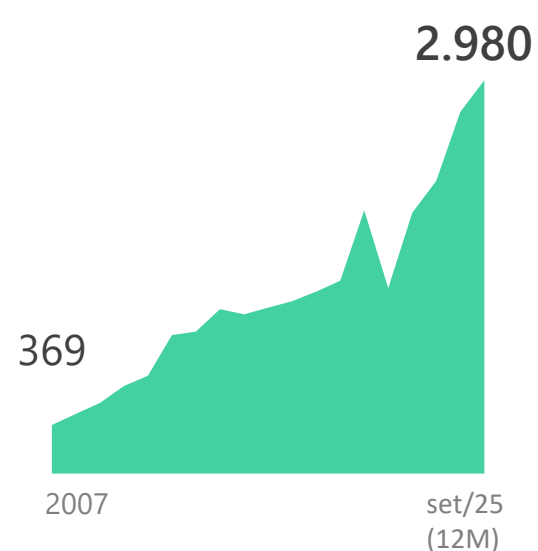
(CAGR¹ % 2007- set/25 12M)

Vendas²



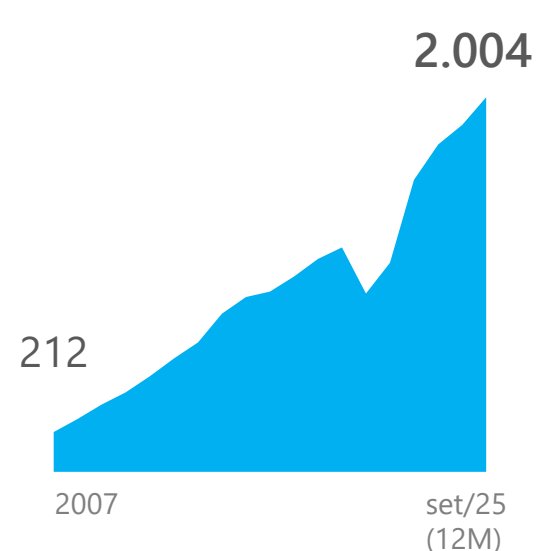
+10,6%

Receita Bruta



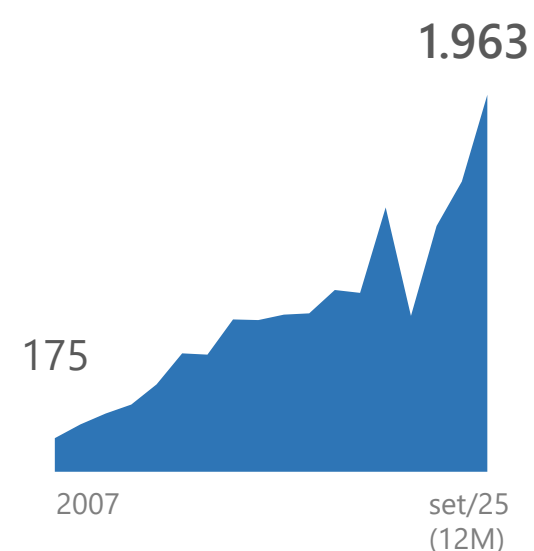
+12,5%

NOI³



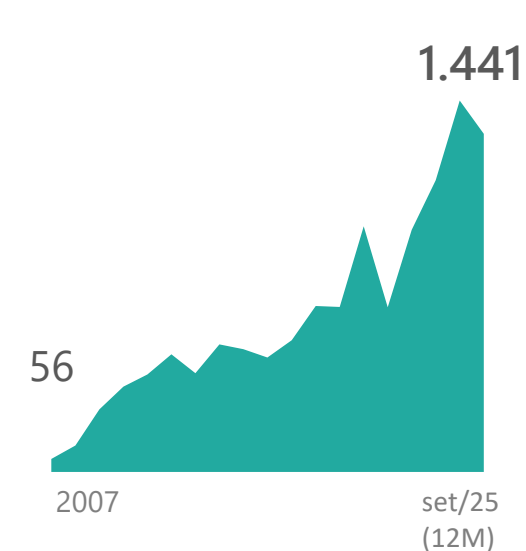
+13,5%

EBITDA



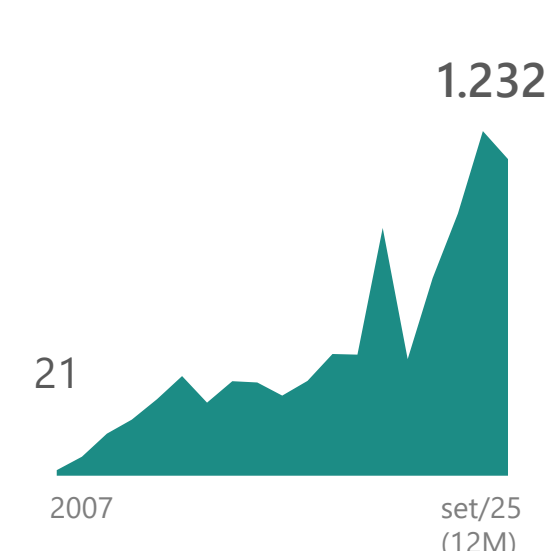
+14,6%

FFO⁴



+20,1%

Lucro Líquido



+25,7%

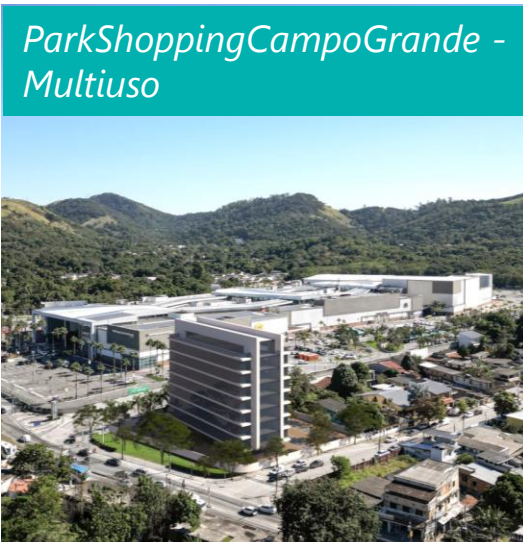
¹ CAGR (Compound Annual Growth Rate) refere-se à Taxa de Crescimento Anual Composta. ² Vendas totais dos lojistas em base 100%, e não na participação da Multiplan. ³ Resultado Operacional Líquido (na sigla em inglês NOI - Net Operating Income). ⁴ FFO (Fluxo de Caixa Operacional).

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 m ²
Nº de novas lojas:	Expansão de loja existente
Capex (100%):	R\$35,0 M
Abertura:	2S26

- ▶ Fase I da expansão **ampliárá 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:

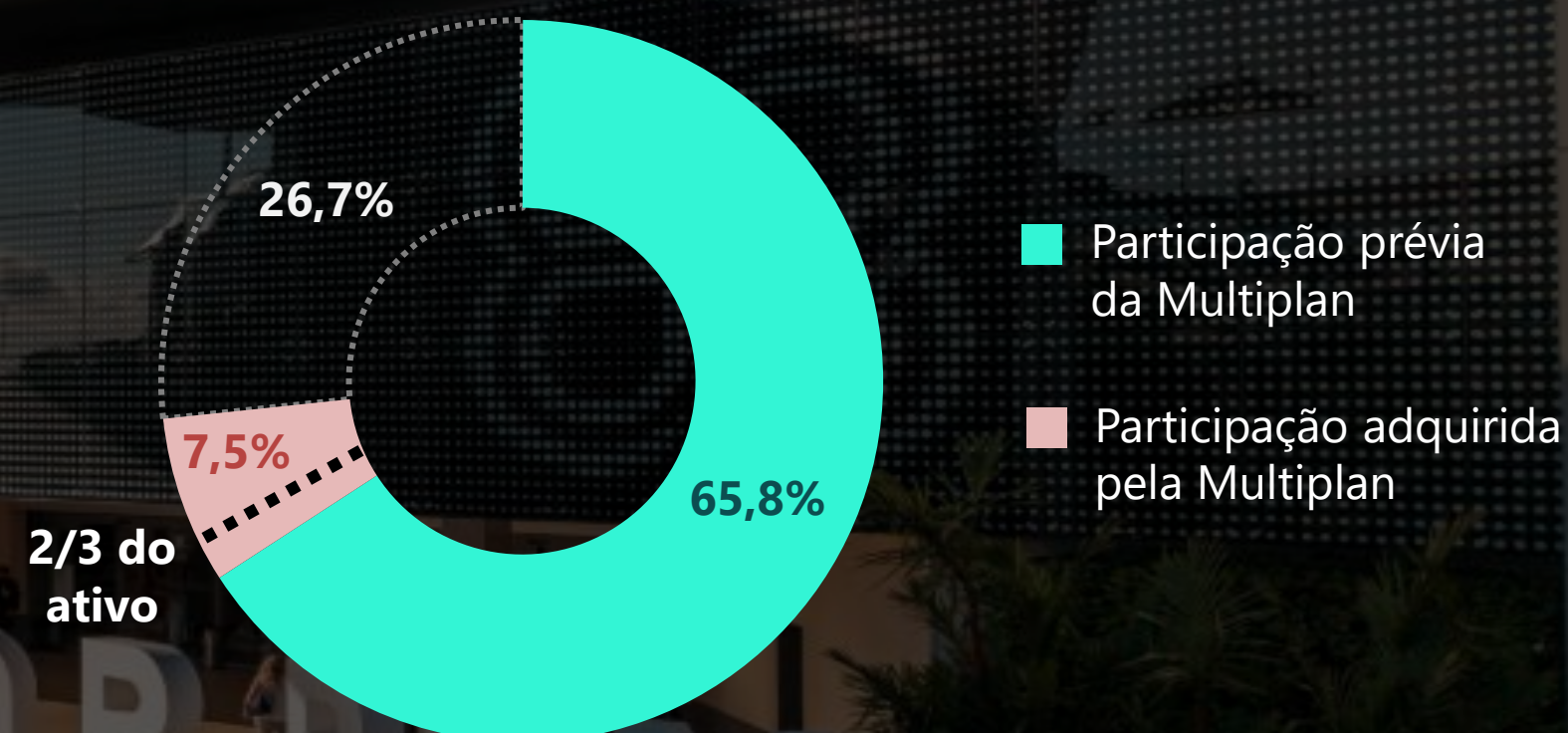
R\$88,3 milhões investidos em revitalização nos últimos 3 anos³

Vetor de crescimento: Barra da Tijuca **creceu 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:



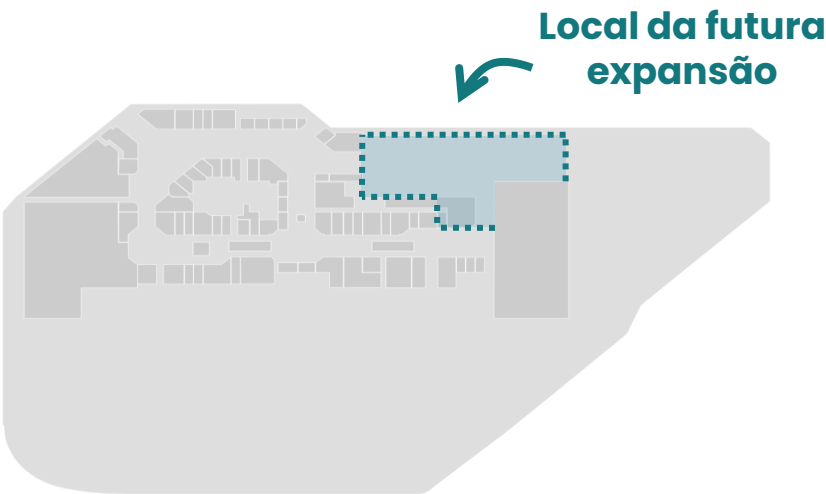
¹ Considera o NOI do shopping em set/25 (12M). ² Em termos de Área Bruta Locável (ABL) ao final do 3T25. ³ CAPEX para 100% da participação entre jan/22 e set/25, sem juros ativados. ⁴ Fonte: Censo Demográfico do IBGE. Comparação entre o Censo 2010 e 2022. Considera a Região Administrativa da Barra da 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



ABL: 5.506 m² | Capex: R\$ 55,4 M | Inauguração: nov/25

Obras de expansão do MorumbiShopping – out/25



ABL: 13.141 m² | Capex: R\$ 233,0 M | Inauguração: 1S26

Obras de expansão do ParkShopping – out/25



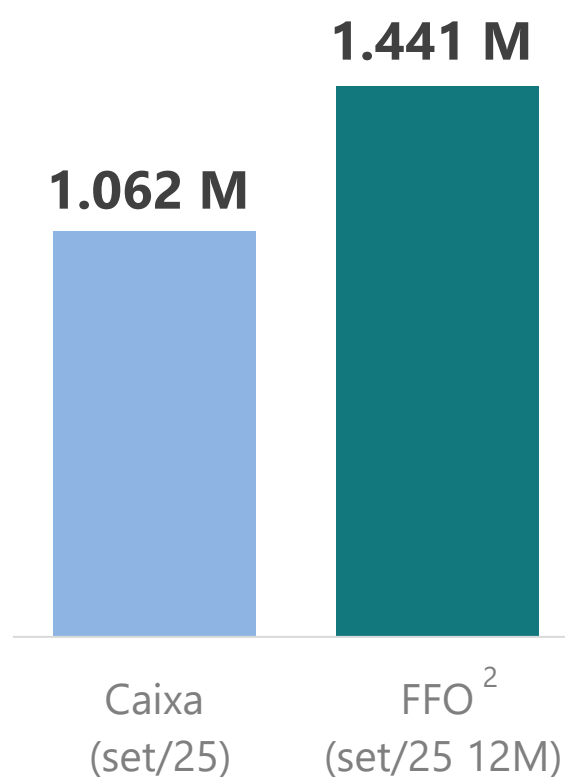
ABL: 8.615 m² | Capex: R\$ 221,0 M | Inauguração: 2S26

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.

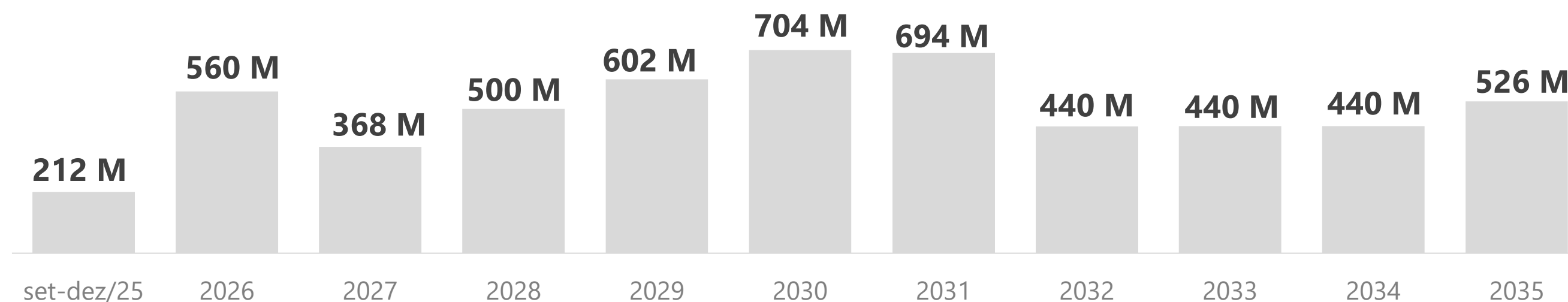
Estrutura de capital

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.

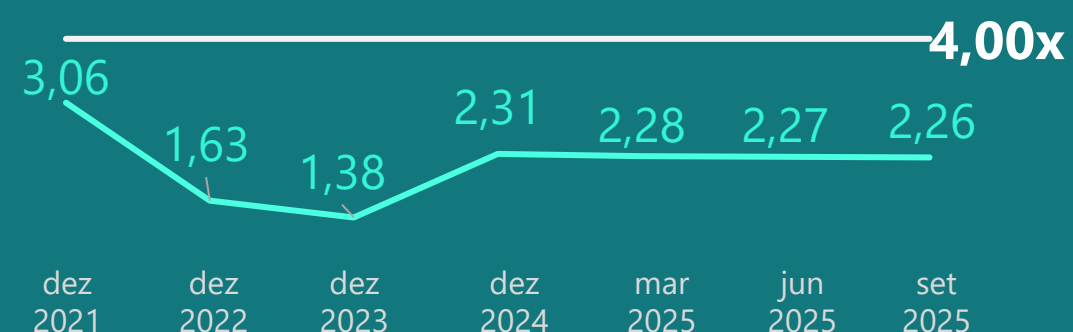
Alavancagem estável em meio a investimentos e remuneração aos acionistas

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%**

**Dívida Liq./
EBITDA (x)**

**Menor
covenant
em: 4,0x**



Maior nível no período: 3,06x em dez/21
Menor nível no período: 1,32x em mar/24

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

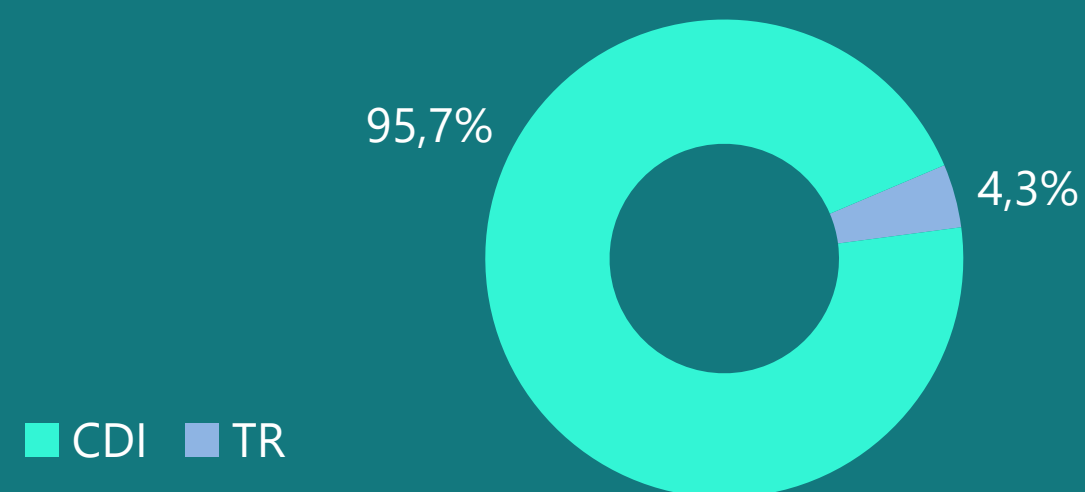


BarraShoppingSul – Evento de comida

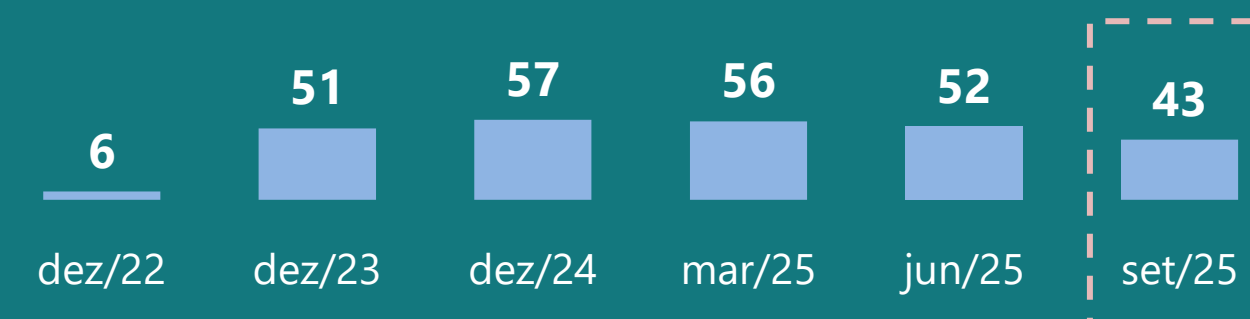
Custo da dívida

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

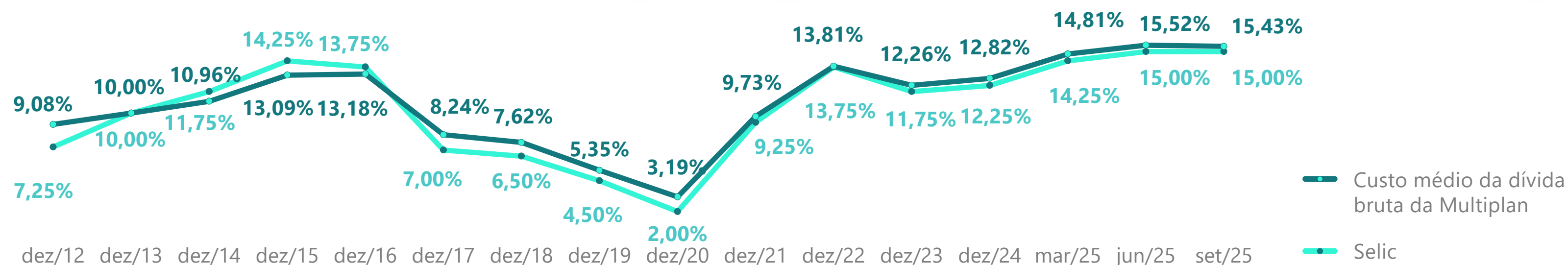
Endividamento por índice (set/25)



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 impulsionam 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

Distribuição de remuneração aos acionistas

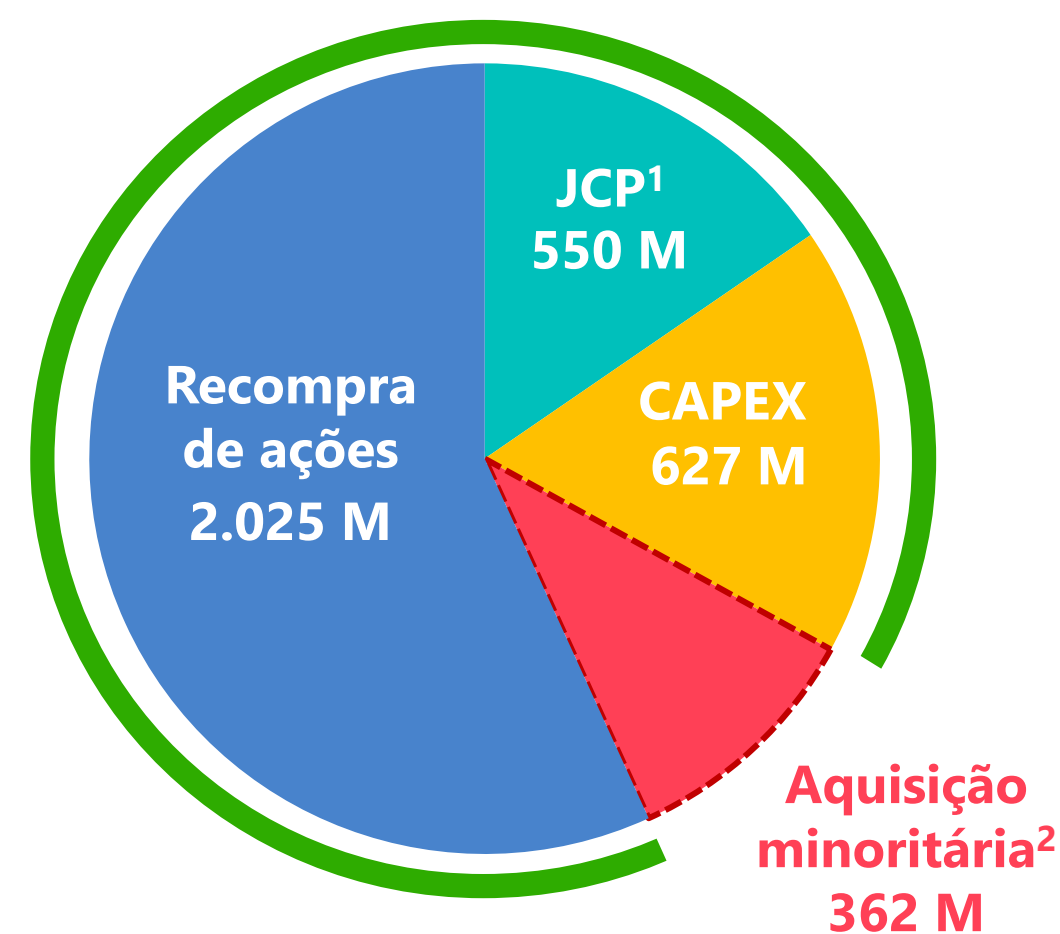


¹A abertura de capital da Companhia ocorreu em jul/07. ²CAGR (Compound Annual Growth Rate) refere-se à Taxa de Crescimento Anual Composta. ³Remuneração por ação: dividendos + juros sobre capital próprio declarados divididos pelo número de ações em circulação na data da declaração, excluindo as ações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

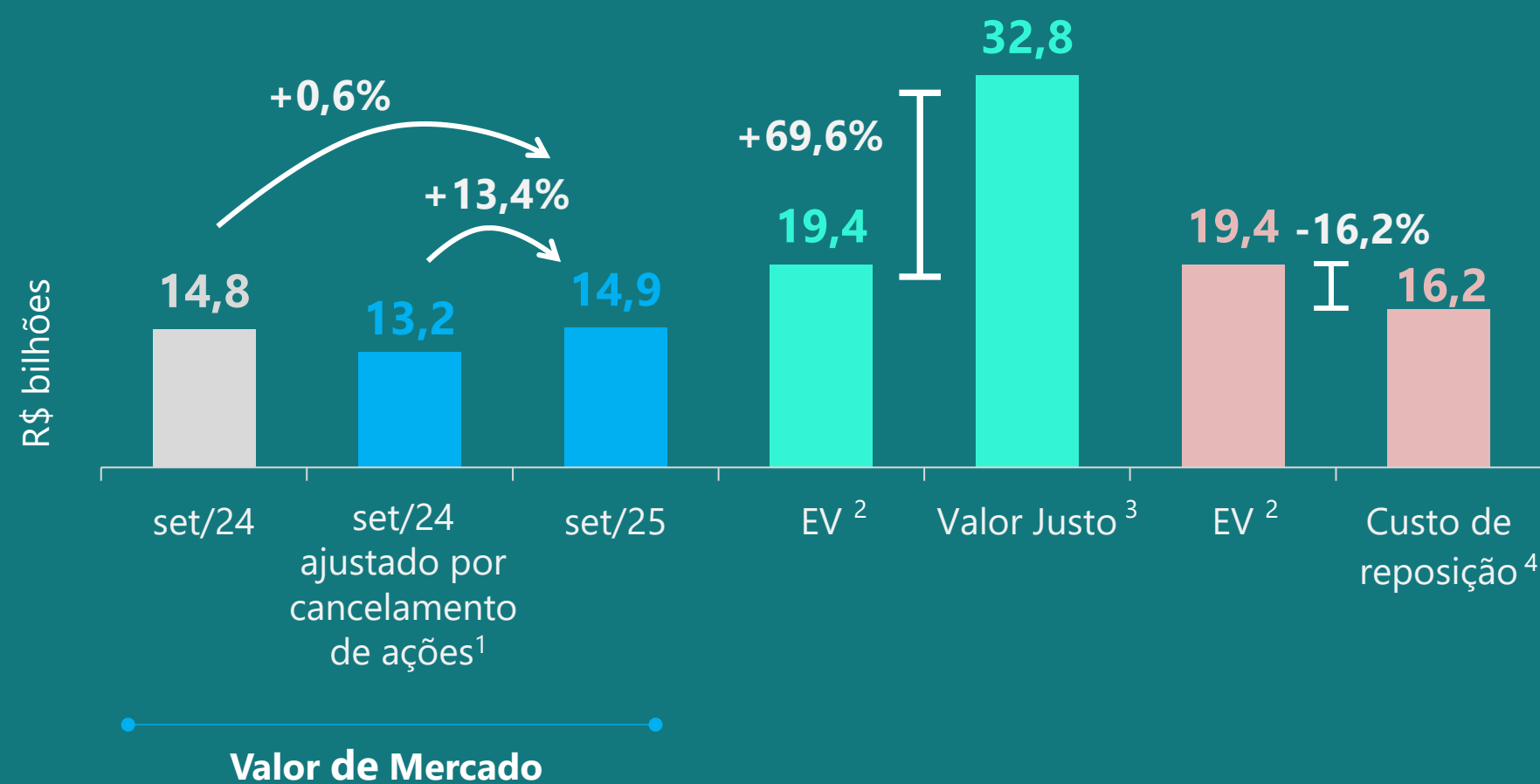


¹ JCP refere-se a Juros sobre o Capital Próprio deliberados. ² Refere-se à aquisição de uma participação de 7,535% no BarraShopping, anunciada em 29 de agosto de 2025 ([link](#)), que ainda não foi concluída. Assim, o desembolso de R\$362,5 milhões ainda não ocorreu.

Valor Justo

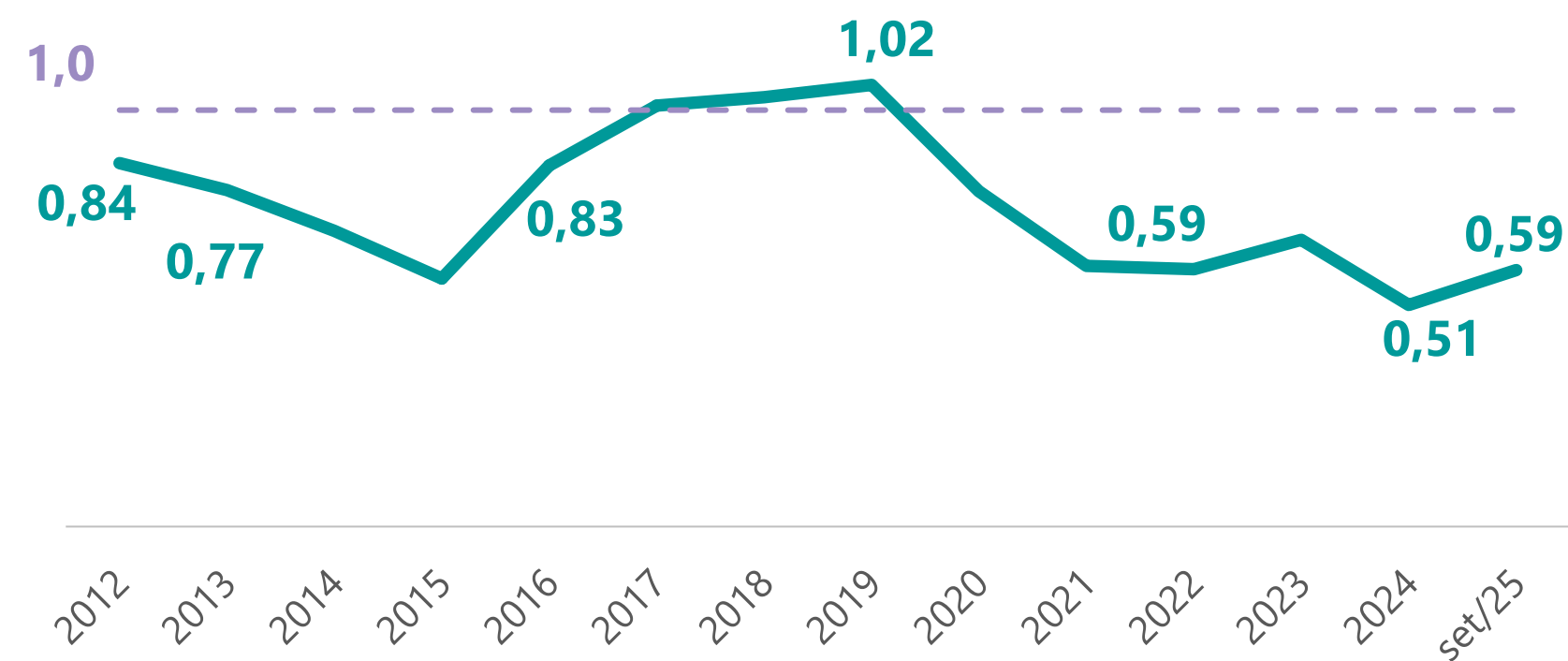
Valor da Empresa (EV) é 59% do Valor Justo

Valor da Multiplan



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.

EV¹ / Valor Justo²



Multi: expansão e engajamento

Aceleração do ecossistema e fortalecimento do relacionamento com clientes

Experiência
centralizada
e **fortalecida**

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

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

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

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

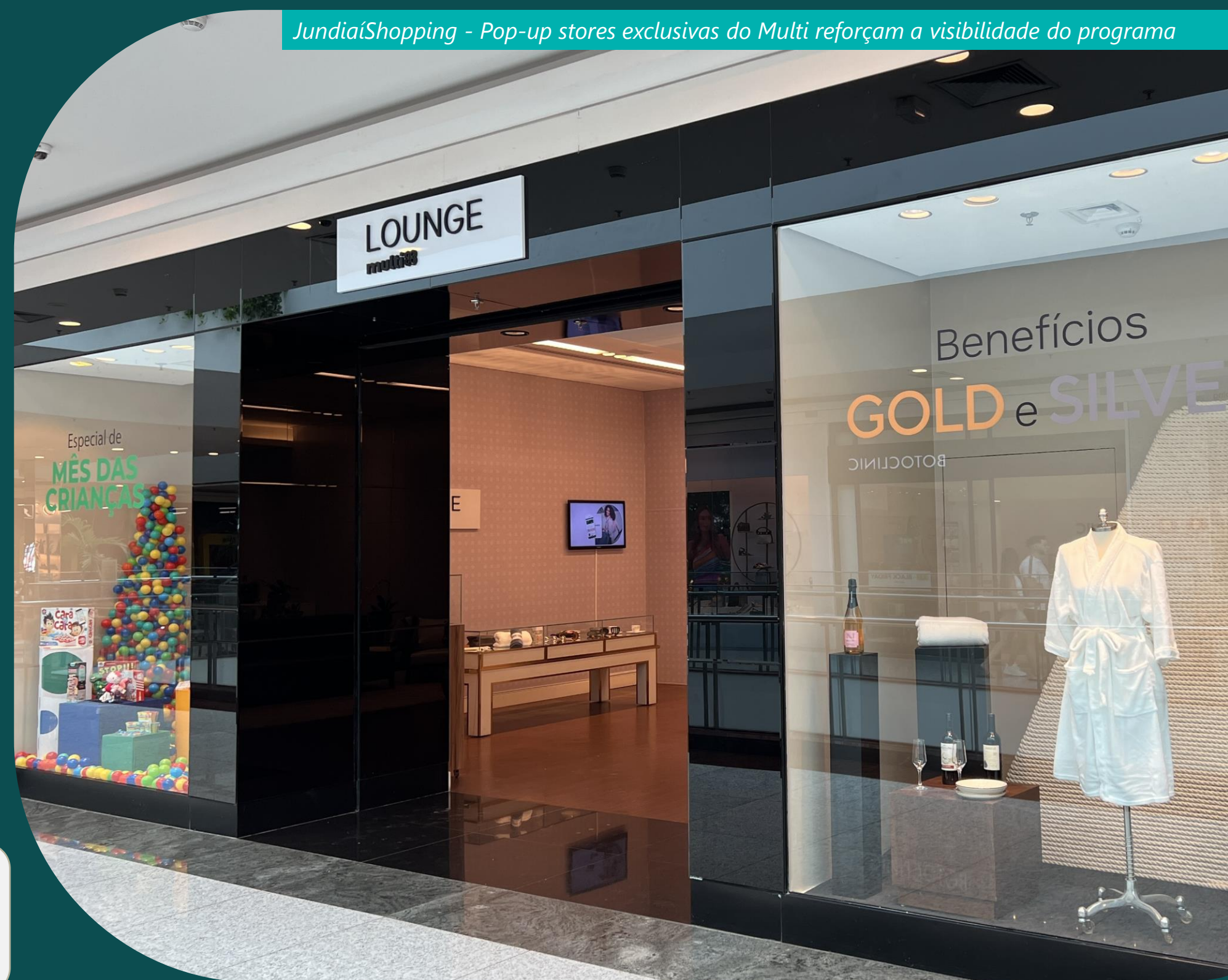
multi 
GREEN

multi 
SILVER

multi 
GOLD

multi 
PLATINUM

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

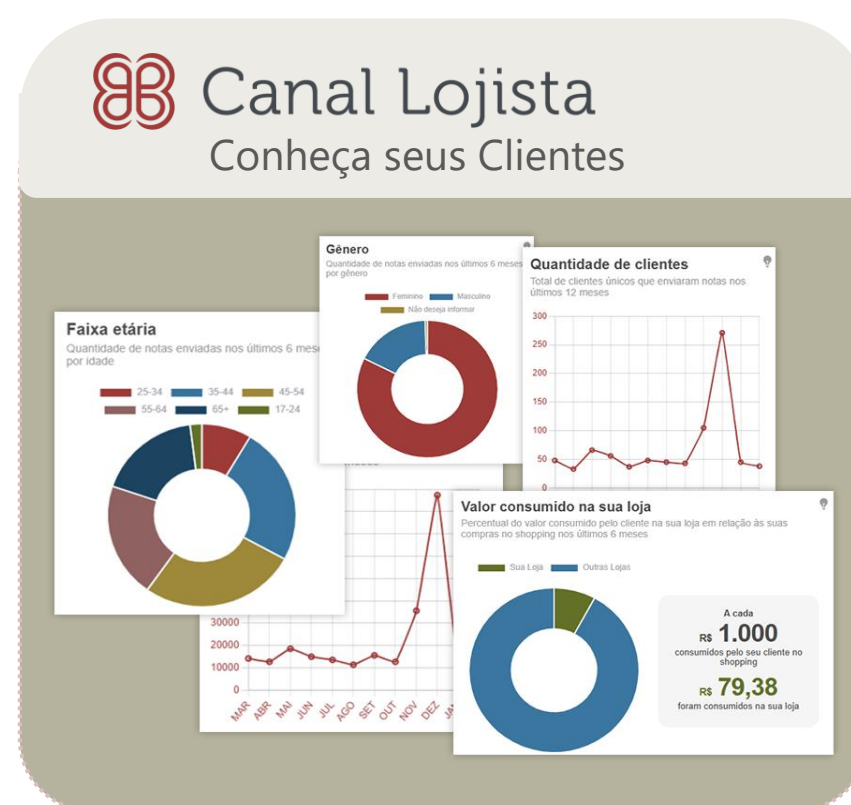
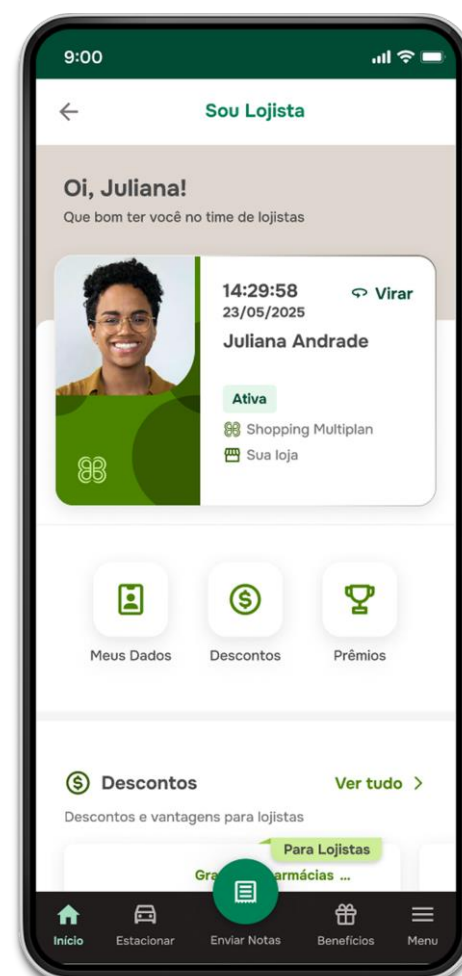


Relacionamento ampliado com o ecossistema

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

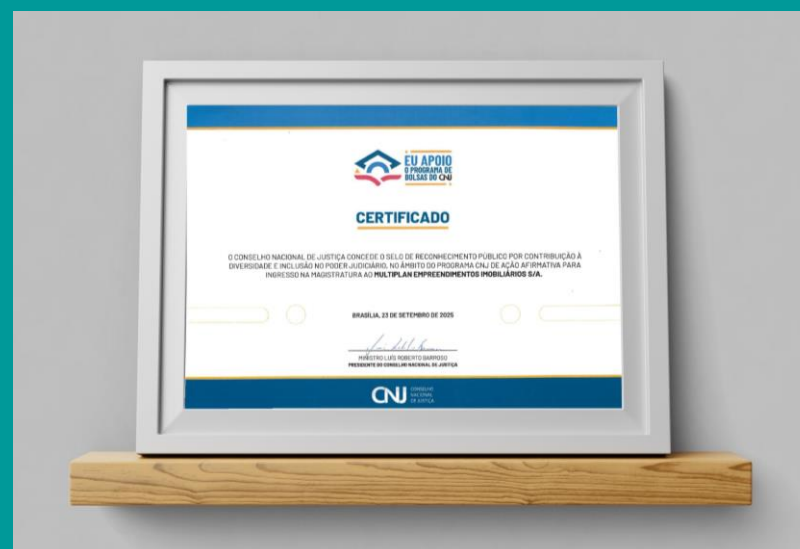
ShoppingAnáliaFranco: o shopping e praça de alimentação mais queridos de São Paulo



Fortalecendo nossa parceria com o Instituto Pacto Contra a Fome



ParkShopping Canoas – Parque do Park



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



ParkShoppingCampoGrande – Dia da Árvore



Parque Shopping Maceió - Alagoas



Relações com Investidores

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