

**MULTIPLAN EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS S.A.**  
*Companhia Aberta*

**COMUNICADO AO MERCADO**  
*Prévia Operacional do 4T21*

A **MULTIPLAN EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS S.A** ("Companhia") anuncia a prévia operacional de seu portfólio no 4T21 e em 2021.

**Destaques do trimestre:**

Os indicadores operacionais da Multiplan do 4T21 **superaram os desempenhos recordes de 2019**.

- O **SSR<sup>1</sup>** apresentou um expressivo crescimento de **41,4% vs. o 4T19**, **igualando o efeito do reajuste do IGP-DI no período**, beneficiado pela volta das horas de operação, que atingiram 100% no 4T21 e pela maior eficiência nos encargos condominiais.
- O **SSS<sup>2</sup>** cresceu **10,3% vs. o 4T19**, com **forte recuperação** nos segmentos de **Alimentação e Serviços e** com o segmento de **Vestuário** crescendo 19,0%.
- As **vendas** apresentaram **aumento de 8,1%** em relação ao 4T19, sendo as **maiores vendas trimestrais da história da Companhia**, impulsionadas por um **forte crescimento durante o Natal**.
- A **taxa de ocupação subiu para 95,3%** com **14 mil m<sup>2</sup> de novas lojas locadas** no trimestre.



<sup>1</sup> SSR (Same Store Rent) se refere ao Aluguel nas Mesmas Lojas.

<sup>2</sup> SSS (Same Stores Sales) se refere a Vendas nas Mesmas Lojas.

<sup>3</sup> 4T21 vs. 4T19.

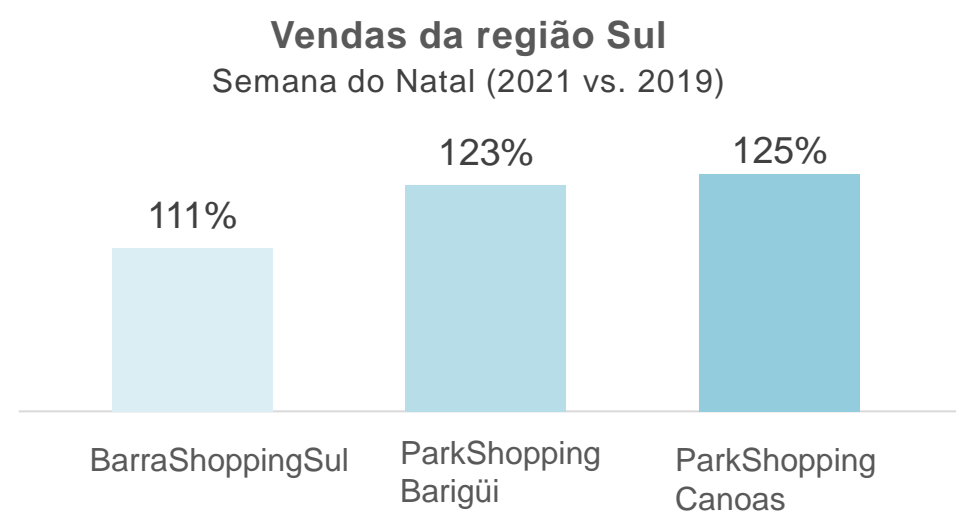
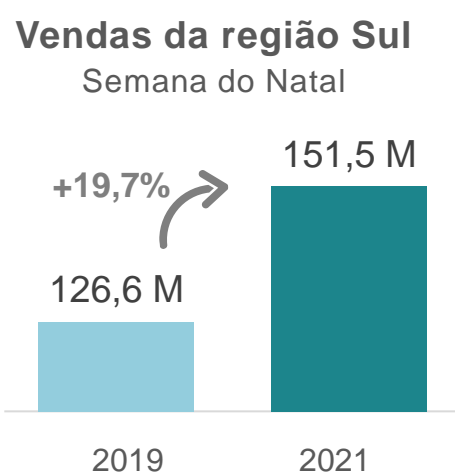
Nota: Todos os números apresentados são preliminares e estão sujeitos a alterações.

## Vendas

### Dezembro 2021

O mês de dezembro foi o grande destaque do trimestre, representando 110,1% das vendas do mesmo período em 2019. Durante a semana do Natal, entre os dias 17 e 24 de dezembro, as vendas atingiram 116,7% daquelas registradas em 2019, alcançando aproximadamente R\$1,0 bilhão. Os shoppings do Rio de Janeiro e da região Sul do país foram os grandes destaques, registrando 26,7% e 19,7% de crescimento em relação à 2019, respectivamente.

Na semana do Natal, o BarraShopping, localizado no Rio de Janeiro, superou as vendas de 2019 em 16,4%. Os três shoppings localizados na região Sul do país apresentaram aumento de dois dígitos nas vendas em relação à 2019, conforme demonstrado abaixo.



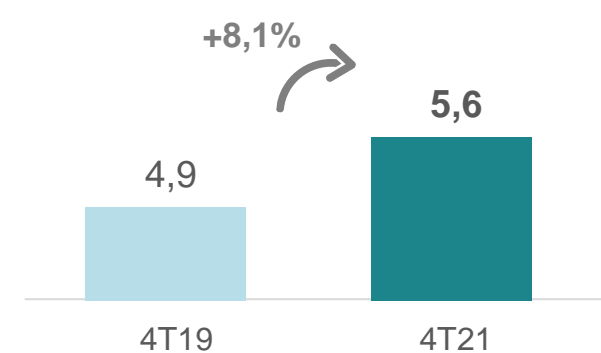
### 4T21

A cada trimestre do ano, as vendas se aproximaram dos patamares de 2019. No 4T21, pela primeira vez no ano, as vendas registradas pelos shoppings ultrapassaram 2019, totalizando R\$5,6 bilhões, 108,1% do 4T19 e um novo recorde histórico da Companhia.

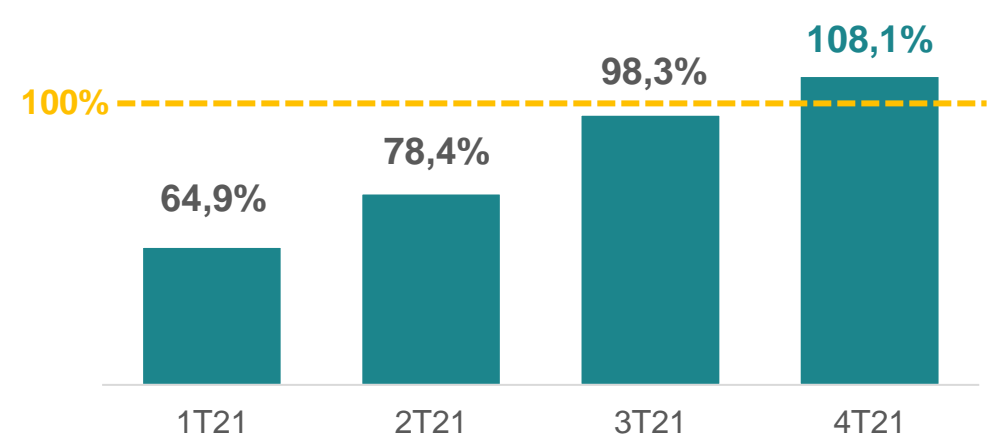
O último trimestre do ano foi, também, o primeiro em que os shoppings operaram com 100% do horário regular, embora ainda enfrentando restrições de capacidade e eventos.

Cinco shoppings do portfólio da Multiplan registraram aumento de vendas de dois dígitos no 4T21 em comparação com o 4T19: Parque Shopping Maceió +24,1%, VillageMall +22,3%, ParkShoppingBarigüi +17,0%, ParkShopping Canoas +14,2% e BH Shopping +10,7%.

### Vendas totais (R\$ bilhões)



### Vendas totais como % de 2019



### 2021

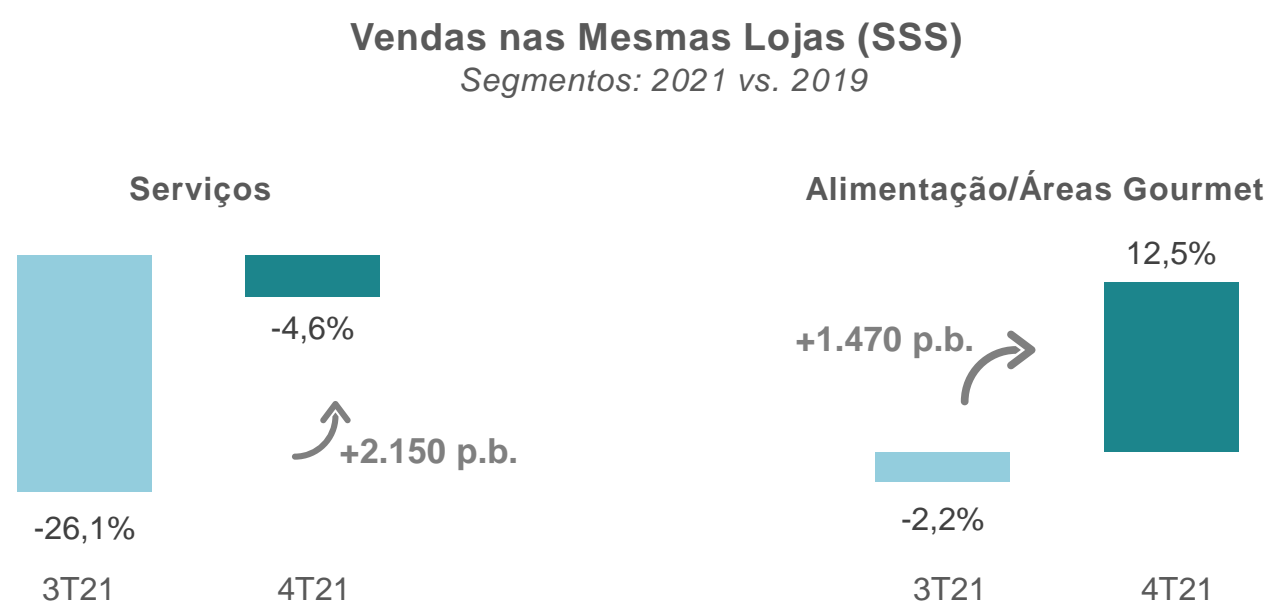
Em 2021, os shoppings da Multiplan operaram por apenas 83,6% do horário regular, em meio a outras restrições, e registraram R\$14,6 bilhões em vendas, o que corresponde a 89,5% do total registrado em 2019. O VillageMall, o Parque Shopping Maceió e o ParkShopping Canoas superaram as vendas do ano de 2019, alcançando 113,0%, 109,6% e 101,8%, respectivamente.

## Vendas nas Mesmas Lojas (SSS<sup>1</sup>)

As Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) no 4T21 cresceram 10,3% em relação ao 4T19. Destacaram-se os segmentos de Vestuário, Alimentação e Artigos Diversos, que apresentaram crescimento de 19,0%, 12,5% e 11,0%, respectivamente.

Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)			4T21 x 4T19
Segmento	Âncora	Satélite	Total
Alimentação/ Áreas Gourmet	-	+12,5%	+12,5%
Vestuário	+16,2%	+20,5%	+19,0%
Artigos do Lar & Escritório	-21,6%	-6,3%	-10,8%
Artigos Diversos	+10,1%	+11,3%	+11,0%
Serviços	-11,9%	-3,0%	-4,6%
<b>Total</b>	<b>+7,3%</b>	<b>+11,2%</b>	<b>+10,3%</b>

Os segmentos de Serviços e Alimentação apresentaram uma significativa recuperação ao longo do ano. O segmento de Serviços apresentou SSS de -4,6% no 4T21 ante -26,1% no 3T21, uma melhora de 2.150 p.b.. O segmento de Alimentação também demonstrou forte recuperação, revertendo a queda no 3T21 e apresentando um crescimento de 12,5% no trimestre.



## Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR<sup>2</sup>)

No 4T21, o SSR atingiu 41,4% na comparação com o 4T19, superando a relação observada no 3T21 (28,4%), a inflação de dois anos medida pelo IPCA (15,0%) e igualando o efeito do reajuste do IGP-DI para o mesmo período (41,4%).

O ano de 2021 encerrou com um SSR de 17,2% em relação à 2019. Para o mesmo período a inflação (IPCA) foi de 10,1%. O SSR dos shoppings do Rio de Janeiro foi um dos destaques no período, alcançando 27,1%.

<sup>1</sup> SSR (Same Store Rent) se refere ao Aluguel nas Mesmas Lojas.

<sup>2</sup> SSS (Same Stores Sales) se refere a Vendas nas Mesmas Lojas.

O ParkJacarepaguá ainda não contribui para o SSS e para o SSR, considerando que o shopping foi inaugurado em novembro de 2021.

## Fluxo de veículos e tempo de permanência

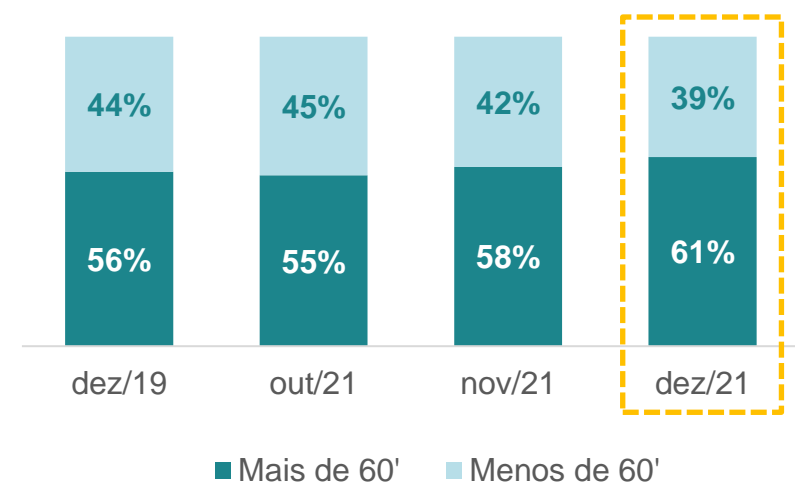
Dois fatores que impulsionam o desempenho das vendas, o fluxo de veículos e o tempo de permanência nos shoppings, apresentaram crescimento ao longo de 2021.

### Dezembro 2021

Mais uma vez, o mês de dezembro foi o destaque do trimestre. O tempo de permanência nos shoppings em dezembro superou os demais meses do trimestre e o mesmo mês em 2019, com 61% dos veículos permanecendo por mais de uma hora no estacionamento.

O fluxo de veículos em dezembro atingiu 94,4% de 2019, com destaque para o MorumbiShopping que, neste mês, alcançou 104,9% dos níveis de 2019.

Tempo de permanência nos shoppings  
Evolução mensal

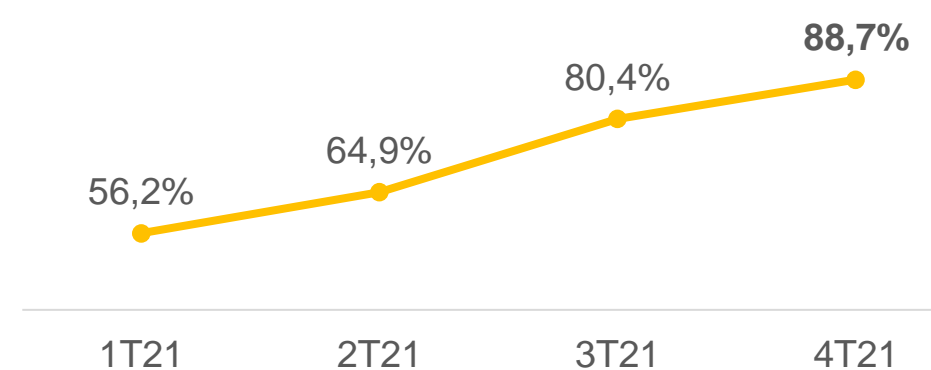


### 4T21

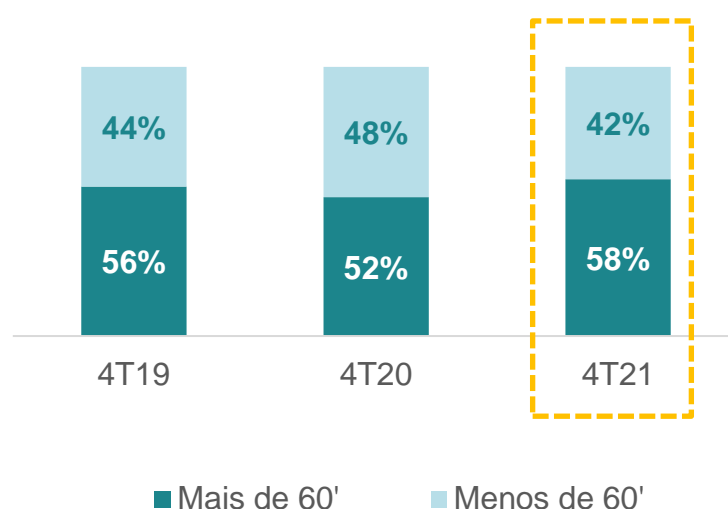
No 4T21, o fluxo de veículos atingiu 88,7% dos níveis de 2019, com 11,8 milhões de veículos.

O tempo de permanência, por sua vez, atingiu patamares superiores aos de 2019, onde 58% dos veículos permaneceram nos shoppings por mais de uma hora (vs. 56% no 4T19).

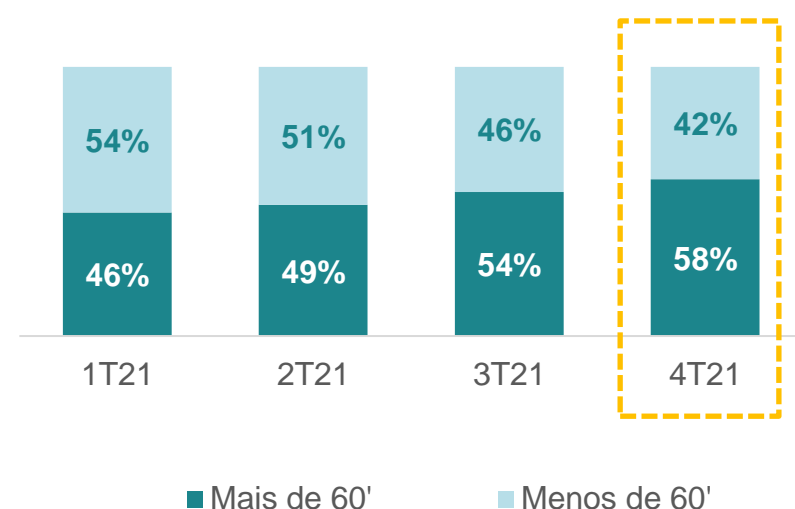
Fluxo de veículos  
(2021 como % de 2019)



Tempo de permanência nos shoppings  
Comparação 4º trimestre



Tempo de permanência nos shoppings  
Evolução trimestral em 2021

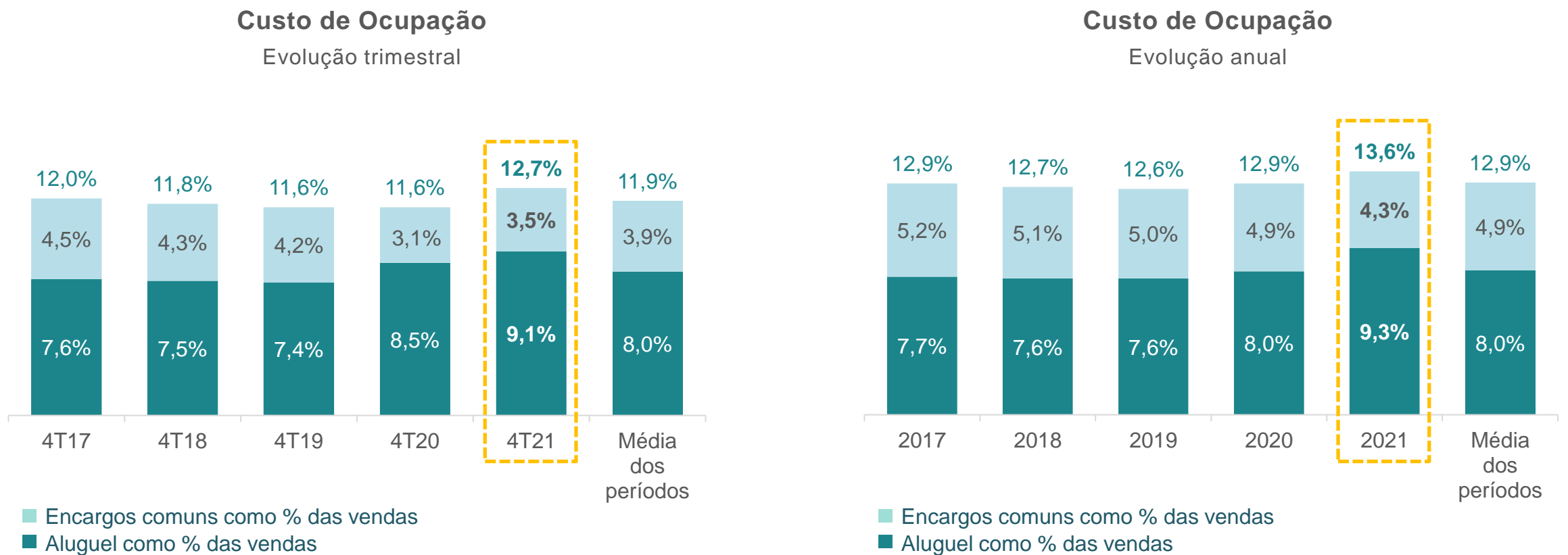




## Custo de Ocupação

O Custo de Ocupação no 4T21 atingiu 12,7%, uma redução de 97 p.b. vs. o 3T21. Destaca-se, na composição do custo de ocupação, o aumento da parcela do aluguel, sendo viabilizado pelas bem sucedidas iniciativas de redução de encargos comuns e pelo aumento das vendas.

Em 2021, com a recuperação das vendas ao longo do ano, o Custo de Ocupação foi de 13,6%, sendo 9,3% deste, referente à parcela do aluguel.



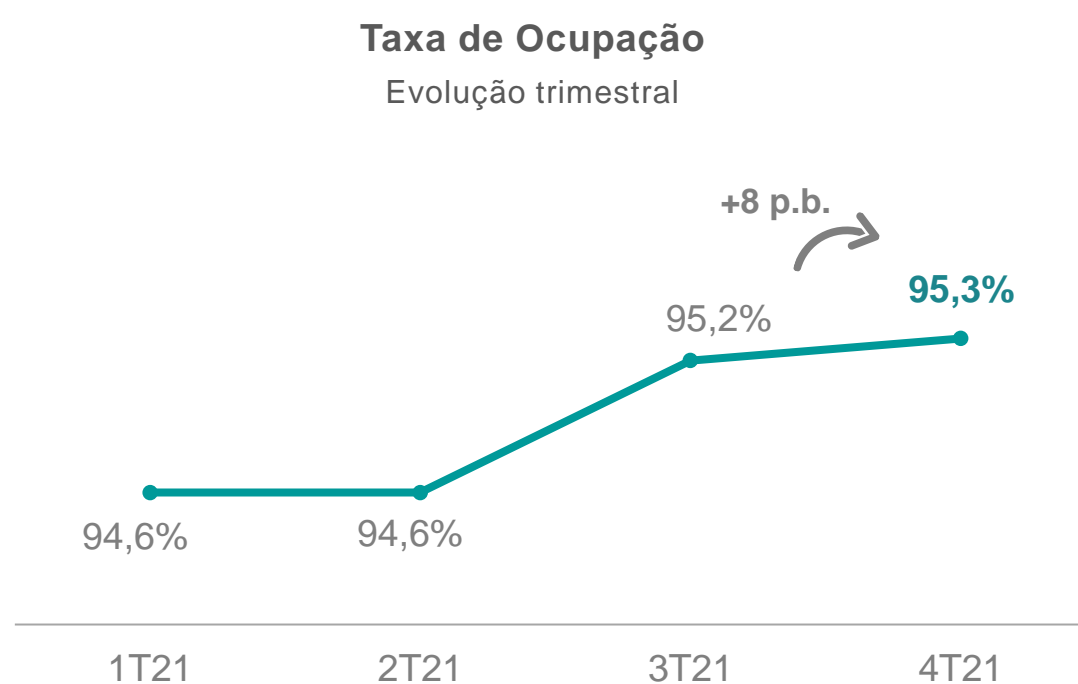


## Taxa de Ocupação

A Taxa de Ocupação continuou a trajetória de crescimento observada nos últimos trimestres e atingiu 95,3% no 4T21, crescimento de 8 p.b. frente ao 3T21. A constante, e forte, demanda por espaços nos shoppings da Multiplan foi evidenciada pelos mais de 14 mil m<sup>2</sup> de ABL<sup>1</sup> assinada no trimestre, distribuídos por 133 lojas.

No trimestre, dez shoppings apresentaram ocupação igual ou superior à 97%. Destes, destaque para o Pátio Savassi e para o ParkShoppingSãoCaetano, que apresentaram crescimento trimestral de 281 p.b. e 153 p.b. na taxa de ocupação, para 97,9% e 98,4%, respectivamente.

Em 2021, foram quase 63 mil m<sup>2</sup> de ABL locada para novos lojistas, representando 7,9% da ABL total administrada<sup>2</sup>.



<sup>1</sup> ABL administrada pela Multiplan (exclui o Parque Shopping Maceió).

<sup>2</sup> ABL administrada pela Multiplan. ABL total (média) excluindo o Parque Shopping Maceió.

Rio de Janeiro, 12 de janeiro de 2022.

Armando d'Almeida Neto

Diretor Vice-Presidente Financeiro e de Relações com Investidores