

# Apresentação Multiplan

Dezembro 2023



Contato da equipe de  
Relações com Investidores:

[ri.multiplan.com.br](http://ri.multiplan.com.br)  
[ri@multiplan.com.br](mailto:ri@multiplan.com.br)  
+55 21 3031-5400

 Multiplan

# Aviso legal

Este documento pode conter considerações futuras que estão sujeitas a riscos e incertezas uma vez que se baseiam nas expectativas e metas 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 21 da Resolução CVM nº 80/22 e, dessa forma, eventuais 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 inferidos 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).

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](http://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.

# Perfil Multiplan

Reconhecida desenvolvedora e administradora de shoppings top-of-mind e projetos multiuso no Brasil há 49 anos



**20 shopping centers** com mais de 6000 operações & **2** complexos de torres corporativas



Propriedades com **931.511 m<sup>2</sup>** de ABL total<sup>1</sup>



Shoppings conectados ao **Multi**, em linha com a estratégias **omnichannel**



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



**60,7%** do mix concentrado em **experiências & conveniência**<sup>2</sup>



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



Mais de **70.000 empregos** gerados



**297 eventos** culturais e sociais no 3T23



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

<sup>1</sup> Considerando shopping centers e torres corporativas (3T23).

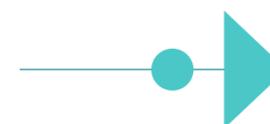
<sup>2</sup> Inclui os segmentos de Serviços, Alimentação e Artigos Diversos no 3T23.

# Líderes e ganhando *market share*

## Participação<sup>1</sup> da Multiplan no Brasil

*Vendas por ABL*

**2019**  
**169,9%**



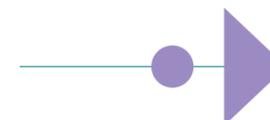
**2022**

**208,6%**

 **R\$22.852/m<sup>2</sup>**  
 R\$10.954/m<sup>2</sup>

*Vendas nos shoppings*

**8,5%**

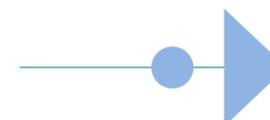


**10,4%**

 **R\$20,0 bilhões**  
 R\$191,8 bilhões

*ABL*

**5,0%**

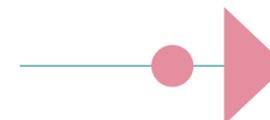


**5,0%**

 **875,901 m<sup>2</sup>**  
 17,509,461 m<sup>2</sup>

*No de shoppings*

**3,3%**

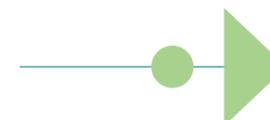


**3,2%**

 **20 shoppings**  
 628 shoppings

*No de municípios*

**0,2%**



**0,2%**

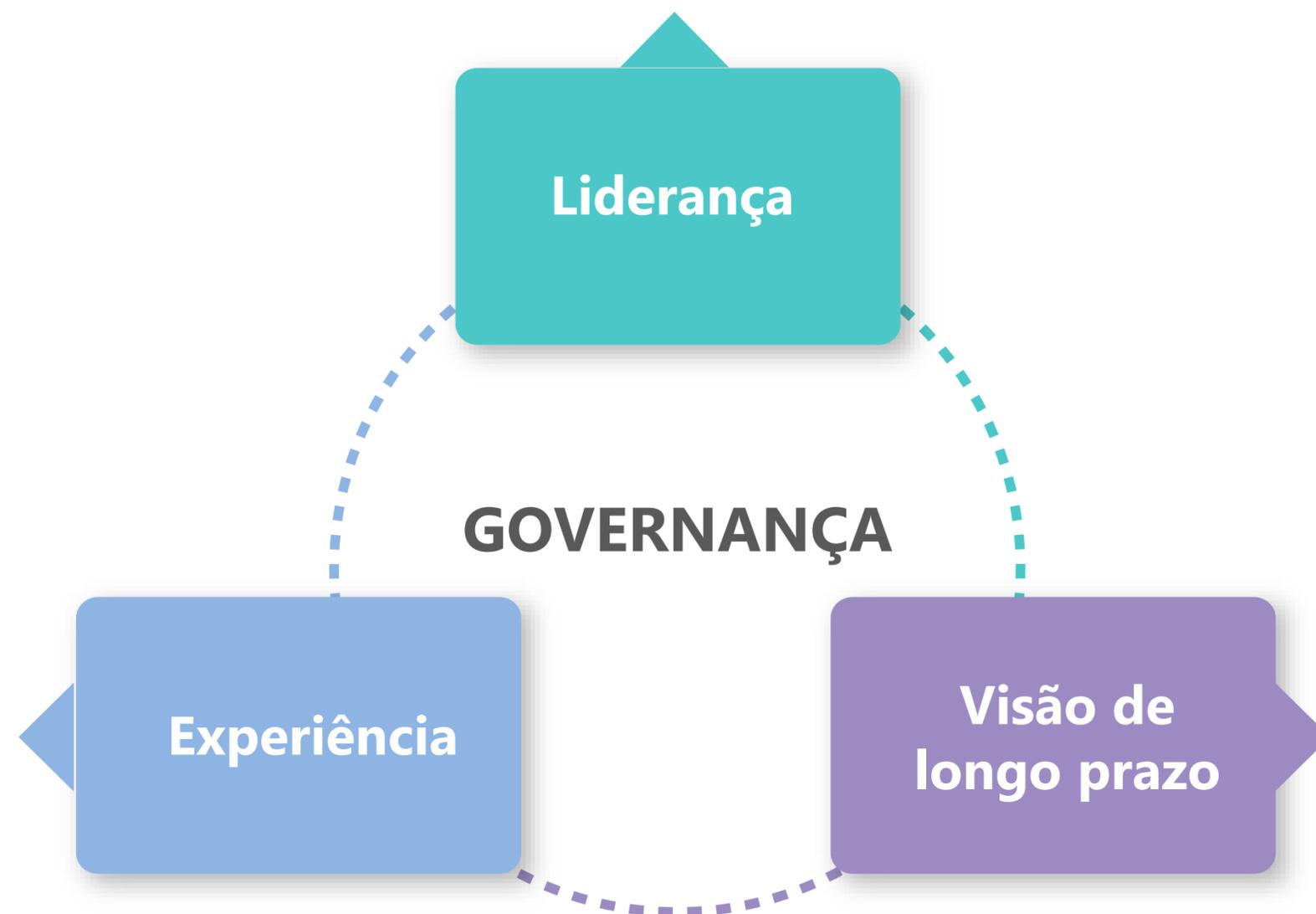
 **11 cidades**  
 5.570 cidades

<sup>1</sup> Números da Multiplan divididos pela média dos números do Brasil disponibilizados pelo censo da Abrasce (Associação Brasileira de Shopping Centers).  
Fonte: IBGE e Abrasce – Censo Brasileiro de Shopping Centers – 2019 e 2022.

# Gestão de excelência e foco no longo prazo

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

**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**<sup>1</sup>.

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

<sup>1</sup> Média entre 2015 e 2019.



ParkJacarepaguá - Uso de luz natural

# ESG: destaques 3T23

*ParkJacarepaguá recebe certificação LEED*

▶ O **ParkJacarepaguá recebeu o certificado LEED**, na categoria "Building Design and Construction", que busca avaliar o **desempenho ambiental de uma edificação** durante seu ciclo de vida. Essa certificação já havia sido concedida às torres comerciais ParkShopping Corporate e Morumbi Corporate.



Painéis solares - ParkJacarepaguá

# ESG – destaques 3T23

*Impactando a vida das pessoas muito além dos shoppings*

▶ A **1ª Festa Junina solidária do ParkShopping Canoas** reuniu 2.400 pessoas que puderam se divertir nas atrações gratuitas usando os cupons disponíveis no aplicativo Multi. Ao todos, os frequentadores arrecadaram **1,5 toneladas de alimentos** para os assistidos pela ONG “Transformar”.



Evento solidário – ParkShopping Canoas

▶ A **4ª edição da “Semana do Compliance”** teve como destaques o lançamento do **novo Canal de Ética** da empresa, um treinamento para colaboradores sobre o tema e uma palestra sobre neurociência e ética com a psicóloga Inês Cozzo no Teatro VillageMall.



Semana do Compliance - Teatro VillageMall

# ESG – destaques 3T23

*Iniciativas que trazem valor para a comunidade*

Dia das Crianças - DiamondMall



Os frequentadores do BarraShoppingSul e ParkShopping Canoas doaram **9.000 itens para o afetados pela chuva no Rio Grande do Sul**. Já a Multiplan contribuiu com mais de 35 toneladas de alimentos e cerca de 20 mil itens de higiene e limpeza para as vítimas.

A **Campanha do Agasalho** arrecadou nos shoppings da Multiplan mais de **48,6 mil roupas, 39% a mais em relação a 2022**. Considerando que cada pessoa recebe, em média, 10 peças, a ação beneficiará mais de 4.860 pessoas carentes.

Diversos shoppings da Multiplan receberam crianças de projetos sociais para **celebrar o Dia das Crianças**. No JundiaíShopping, por exemplo, **53 delas puderam brincar** em mais de 140 atrações da HotZone e ganharam um presente especial do shopping.

# Prêmios e reconhecimentos

- ▶ **Experience Awards:** quatro shoppings certificados como referências em **experiência do consumidor**, em premiação que teve mais de 26.000 votos de consumidores.

Criado pela SoluCX em parceria com a Exame e Gouvêa Experience, o prêmio considera o ranking NPS (Net Promoter Score), métrica de fidelização de clientes, e tem como objetivo **reconhecer as empresas com os melhores índices do Brasil**.

- ★ BarraShopping
- ★ BarraShoppingSul
- ★ ParkShopping
- ★ ParkShoppingBarigüi



- ▶ **Melhores e maiores:** a Companhia ficou em segundo lugar entre 70 empresas na categoria Imobiliário e Construção Civil no prêmio da Revista Exame, sendo a mais bem posicionada entre as empresas de shopping listadas em bolsa



- ▶ **Valor1000:** a Multiplan ficou em 4º lugar entre 17 empresas na categoria Empreendimentos Imobiliários do ranking do jornal "Valor Econômico"



Certificação recebida no Experience Awards

Multi: ~4,8 milhões de *downloads* acumulados



Pagamento de estacionamento online



Diretório do Centro Médico



Diretório de lojas e restaurantes



Cupons de desconto de compras



Disponibilidade de ingressos de cinema e teatro



Reserva de mesas



Ofertas e promoções



Mapa do shopping



Promoção do "Lápis Vermelho"



Sorteios



Acesso a eventos



Programa de fidelidade



Comodidades



Contato direto por Whatsapp entre clientes e lojistas

# Multi, o super aplicativo

Principal canal de relacionamento digital com o cliente



Acesso Multi com **free flow**



Novas **funcionalidades**



**Programa de fidelidade** com mais escala

MultiVocê Lounge - ParkShopping

+42%<sup>1</sup> em sessões do aplicativo nos últimos 12 meses

+28%<sup>1</sup> de clientes únicos nos últimos 12 meses

<sup>1</sup> Em comparação com o ano anterior.



A empresa busca, através do Multi, gerar valor para o cliente e conhecer mais sobre a jornada do consumidor.

## Sistema “free flow” em cada vez mais shoppings, levando conveniência para os clientes



Pátio Savassi

+ de 120 mil cadastrados!

Sistema **inédito** no Brasil

Sistema **free flow** já lançado em **16 shoppings**

5 shoppings **totalmente livres de cancelas na entrada**

**Mais conveniência** para os clientes

**Mais pontos de dados** sobre o comportamento dos clientes



## Eventos

BarraShopping – Evento Mundo Pixar



## Serviços

MultiSer – Centro de Gestão de Emoções no RibeirãoShopping



## Diversão

ShoppingAnáliaFranco



## Lazer

ParkJacarepaguá



**Pet friendly**

Park Jacarepaguá – Parcão



**Eventos**

Village Mall – Evento de Música



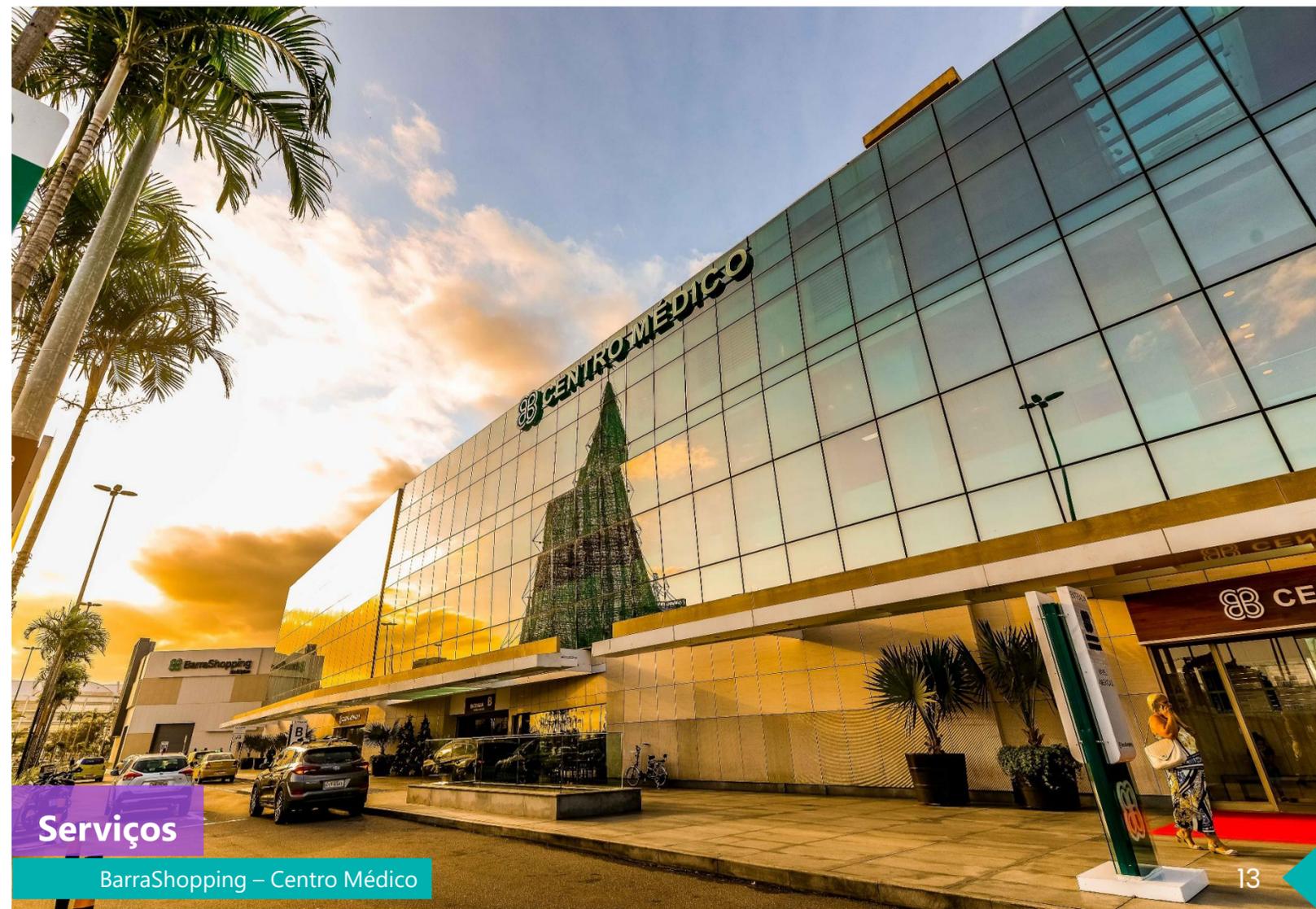
**Diversão**

ParkShopping Barigüi



**Natureza**

ParkShopping Canoas – Parque Getulio Vargas



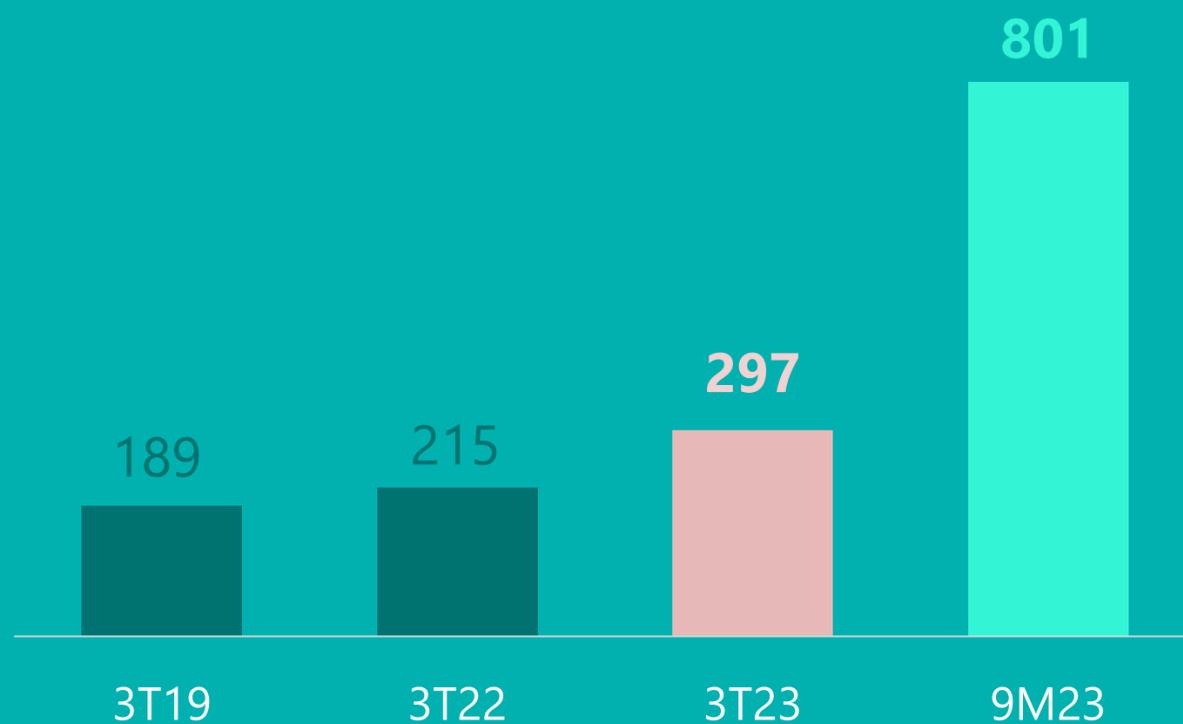
**Serviços**

BarraShopping – Centro Médico

# Eventos são parte da nossa estratégia

297 eventos no 3T23

## Evolução no número de eventos



<sup>1</sup> O evento foi realizado nos dias 22, 23, 29 e 30 de julho.

## Evento Barra e Brasa<sup>1</sup> - BarraShoppingSul

Em relação ao mesmo período de 2022:

**Fluxo de veículos:**  
**+34,6%**

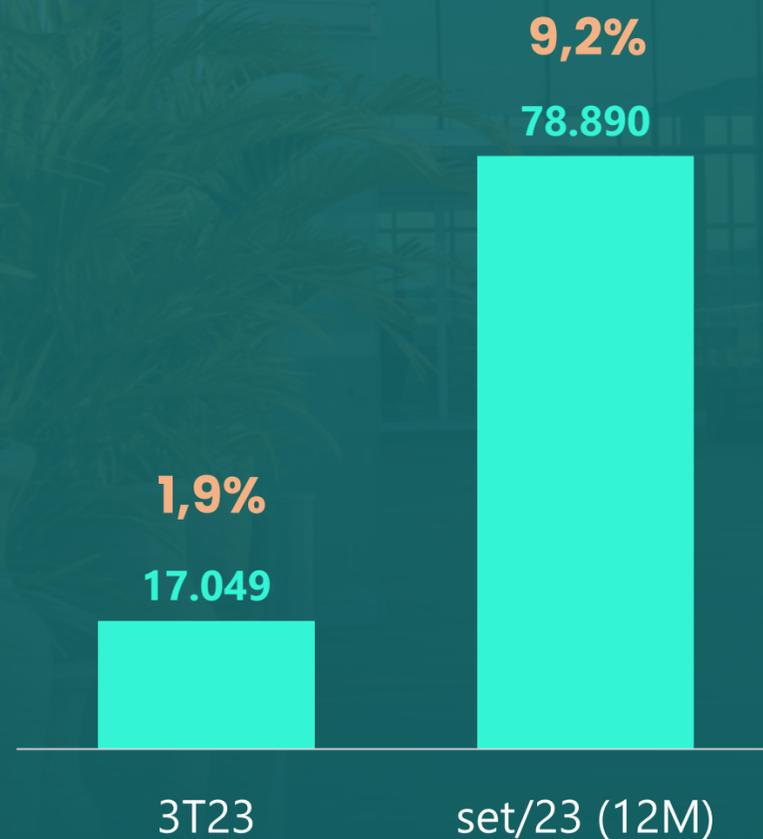
**Vendas totais:**  
**+27,5%**



# Novo recorde comercial

Recorde de 192 novas lojas adicionadas ao portfólio no 3T23 e 586 lojas nos últimos 12 meses

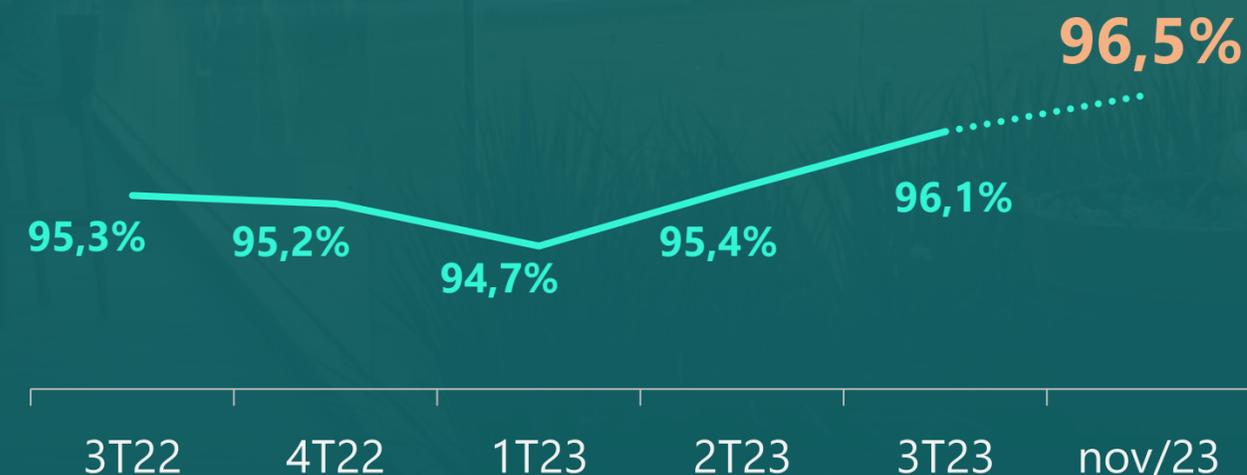
Turnover dos shoppings em ABL (m<sup>2</sup>) e % do ABL total



Maior crescimento trimestral de ocupação em 15 anos:

Taxa de ocupação 3T23: **96,1%** (+74 p.b. vs. 3T22)

Taxa de ocupação média



# Focando em nossos ativos

*Em diversas frentes*



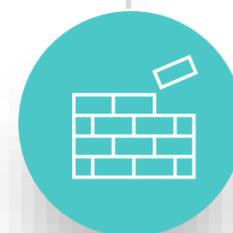
Dados referentes ao 3T23.



## Revitalizações

### Arquitetura moderna

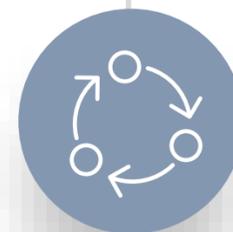
Relacionado principalmente as melhorias no PátioSavassi, New York City Center, ParkShopping e DiamondMall



## Expansões de shoppings

### Em resposta à grande demanda comercial

DiamondMall e ParkShoppingBarigüi representaram 90% do capex da expansão



## Mudança de mix

### Segmentos mais voltados para a experiência

192 novas lojas representando 17.049 m<sup>2</sup>



## Eventos

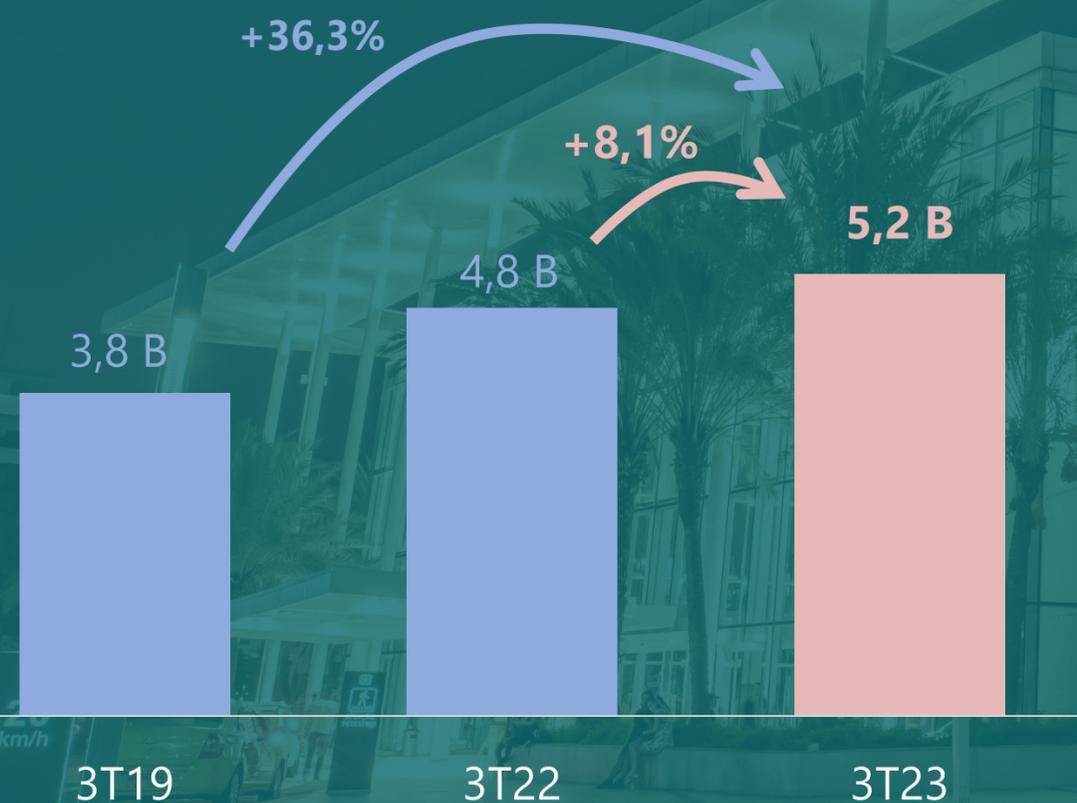
### Atraindo e encantando clientes

297 eventos realizados no trimestre

# Vendas: crescimento de 8,1% sobre o 3T22 e 36,3% vs. 3T19

Vendas em nov/23<sup>1</sup> cresceram 14,1% vs. nov/22

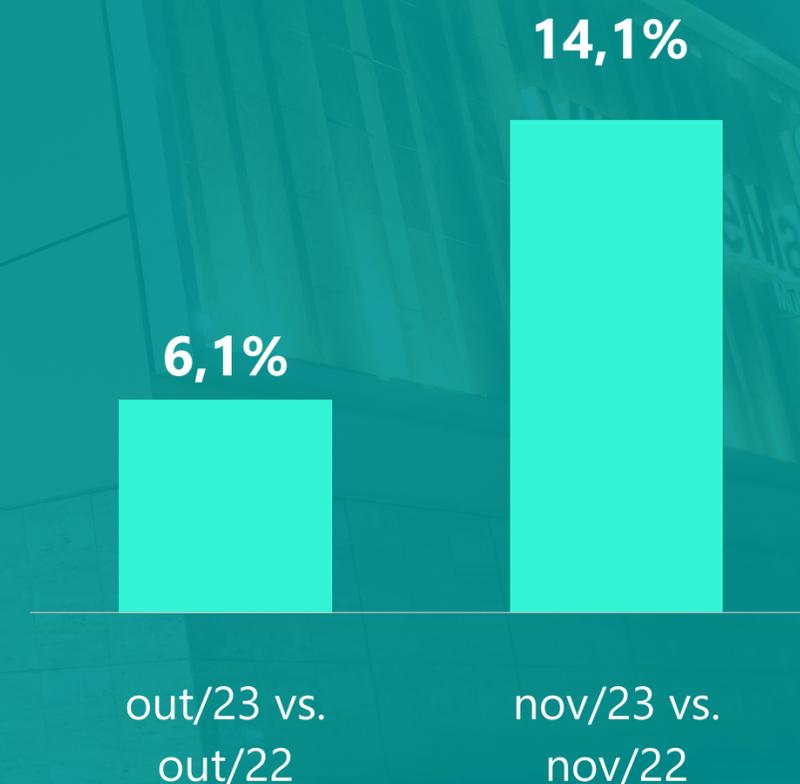
## Vendas trimestrais dos lojistas (R\$)



<sup>1</sup> Números preliminares de vendas para nov/23.

## Vendas outubro e novembro<sup>1</sup>

(2023 vs. 2022)

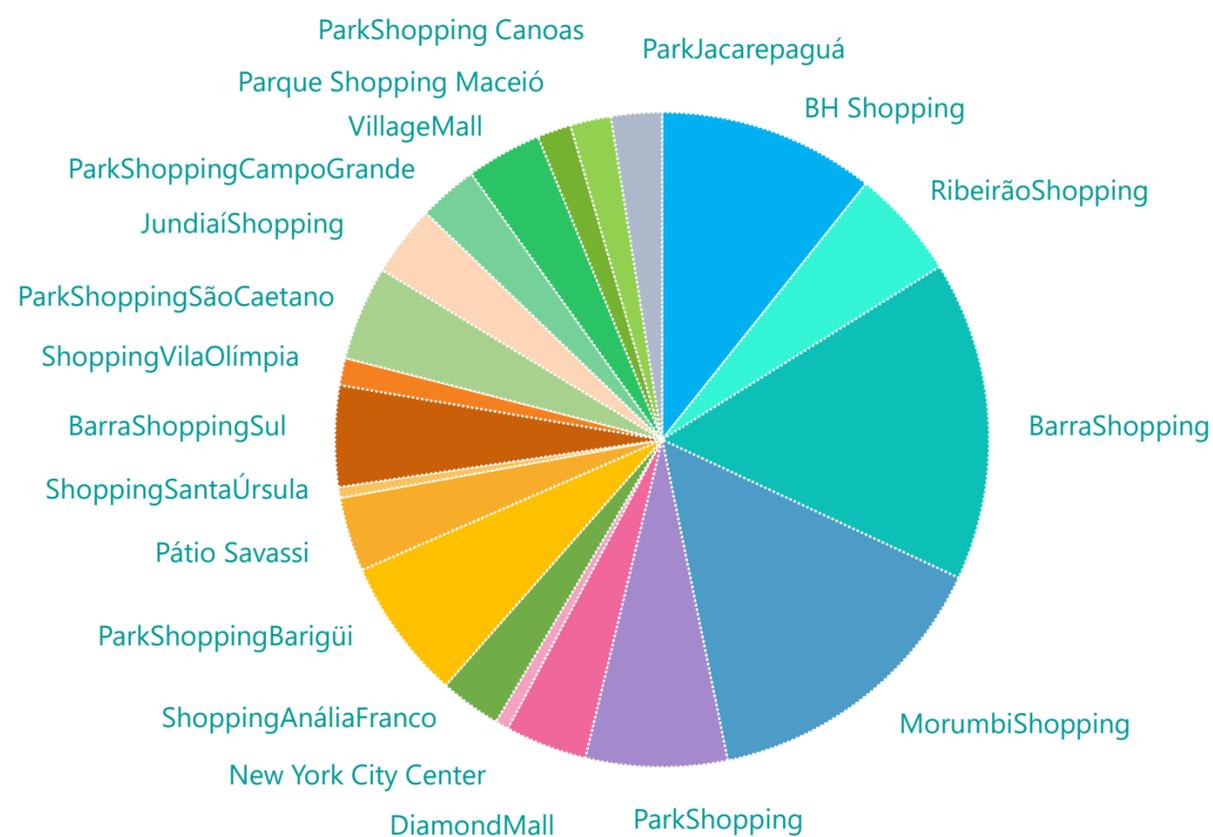


# Receitas diversificadas

Diversificação geográfica, 20 ativos, 5 segmentos, 69 atividades, mais de 1,5 mil marcas e 6 mil lojas

83% da ABL ocupada por lojistas que possuem pelo menos 2 lojas nos shoppings da Multiplan

## Diversificação de receita de locação<sup>1</sup> entre ativos



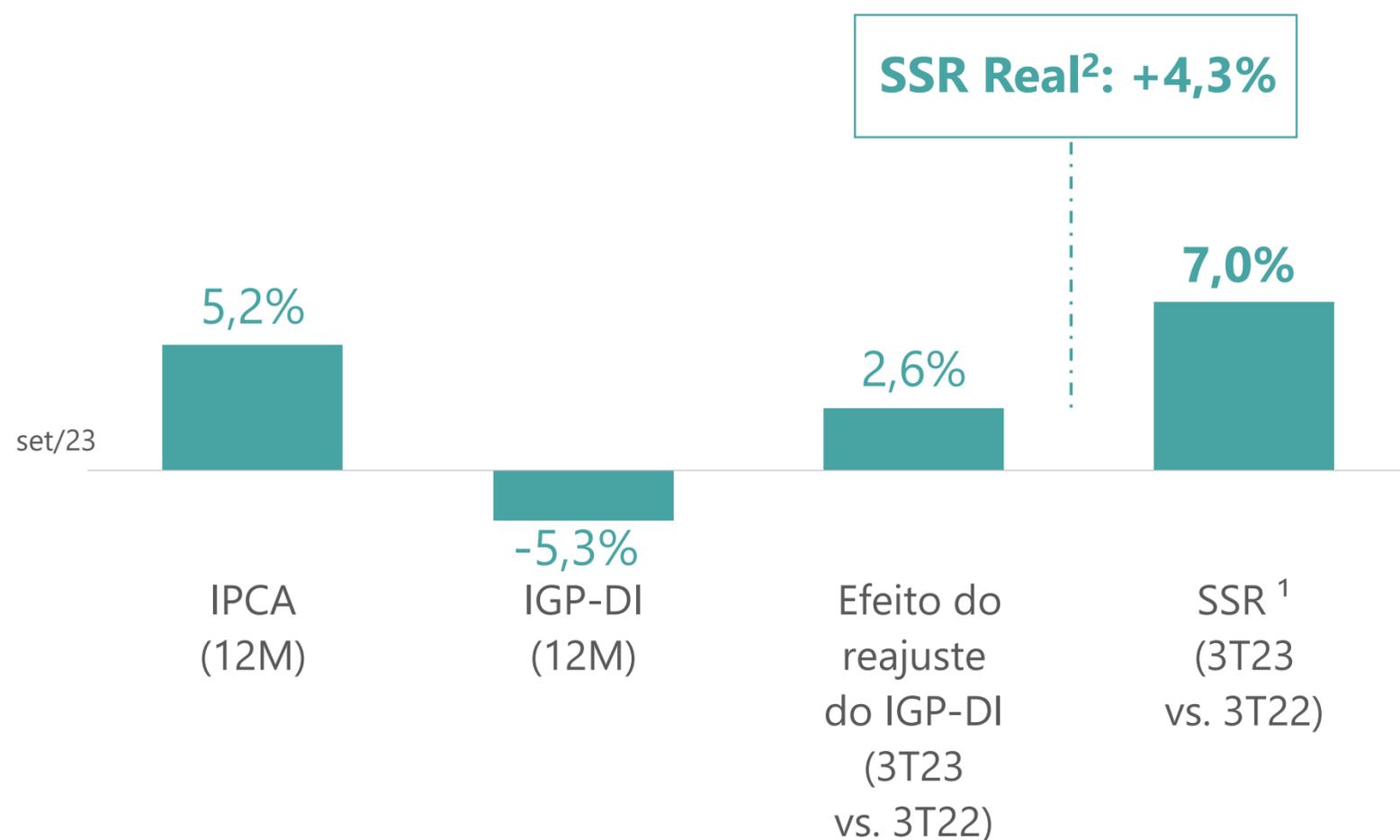
<sup>1</sup> Números referentes ao 3T23 e aos 20 shoppings do portfólio da Multiplan.

## Diversificação de receita de locação<sup>1</sup> entre as maiores redes varejistas



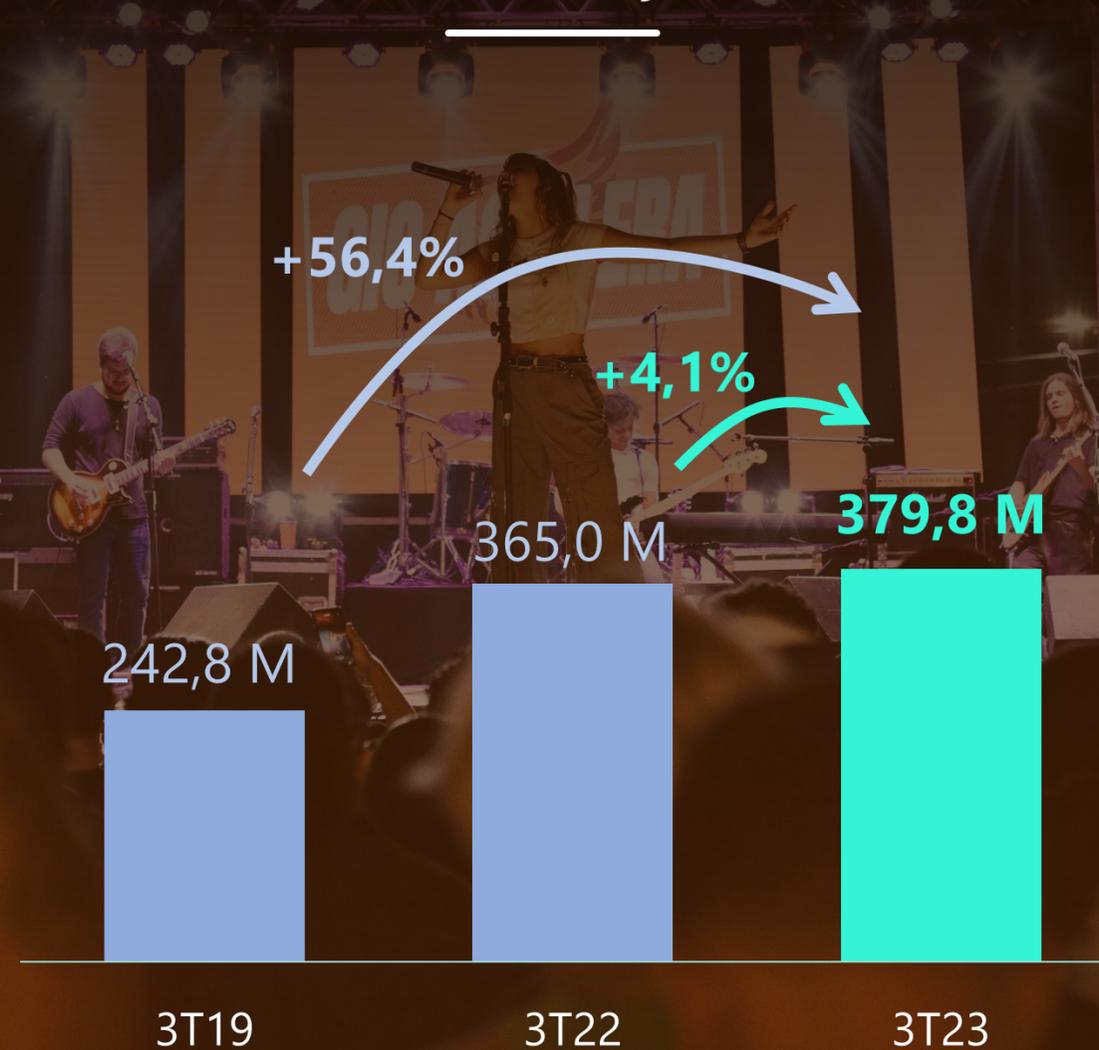
# Aumento real de aluguel de 4,3% no 3T23

## Índices e análise do SSR<sup>1</sup>



<sup>1</sup>SSR (Same Store Rent) se refere ao indicador Aluguel nas Mesmas Lojas. <sup>2</sup> SSR Real refere-se ao Aluguel nas Mesmas Lojas líquido do efeito do reajuste do IGP-DI no período. <sup>3</sup> Receita de locação somente de shoppings.

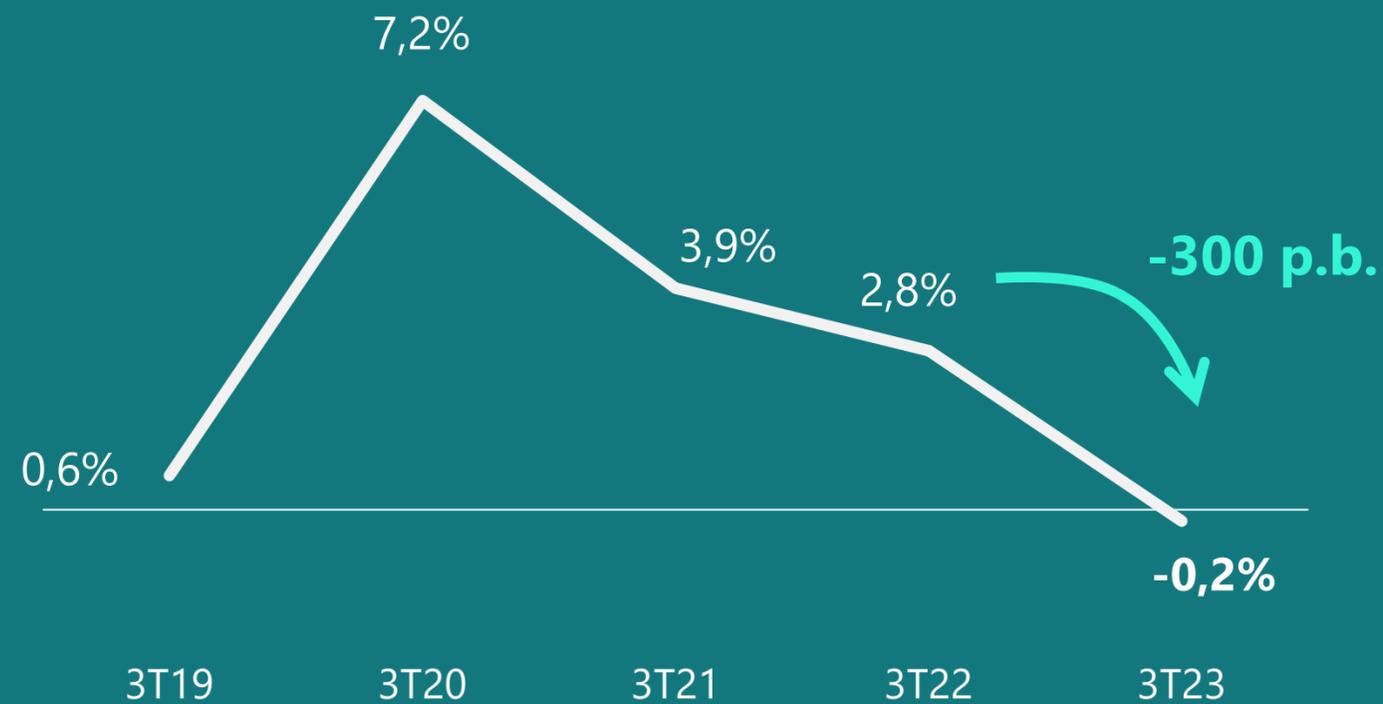
## Receita de locação<sup>2</sup> (R\$)



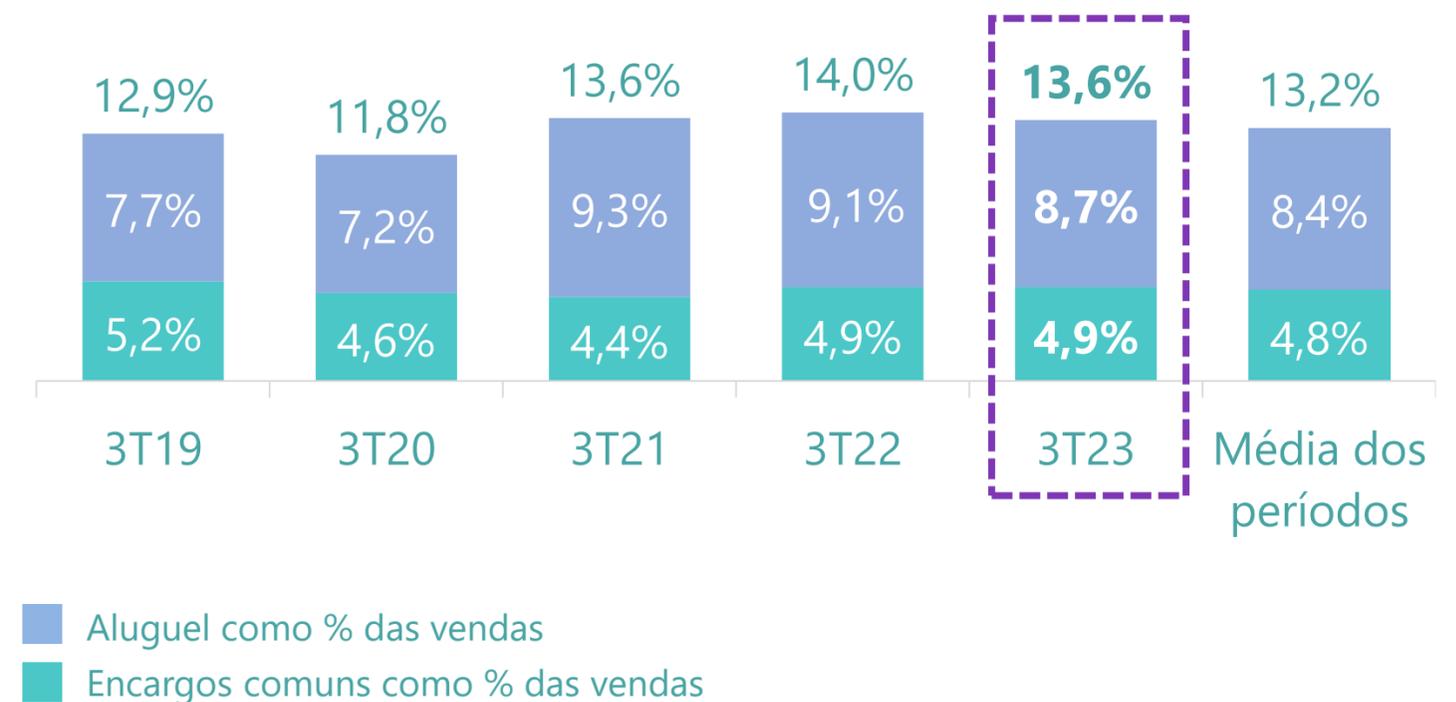
# Maiores vendas e maiores recebimentos

*Custo de ocupação cai para 13,6% e recuperação de aluguéis acarreta em taxa de inadimplência líquida negativa pela 1ª vez na história da Companhia*

## Taxa de inadimplência líquida

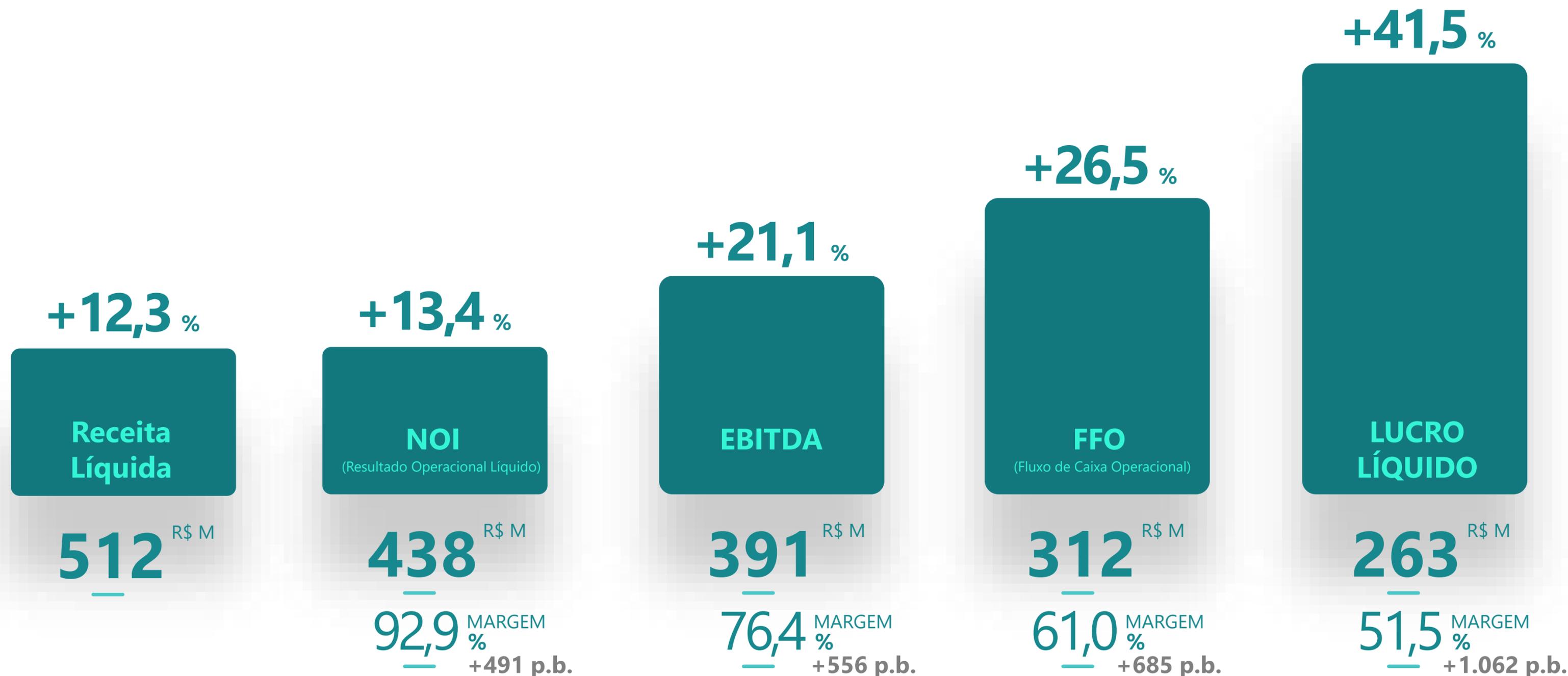


## Custo de ocupação



# Maiores receitas e maiores margens

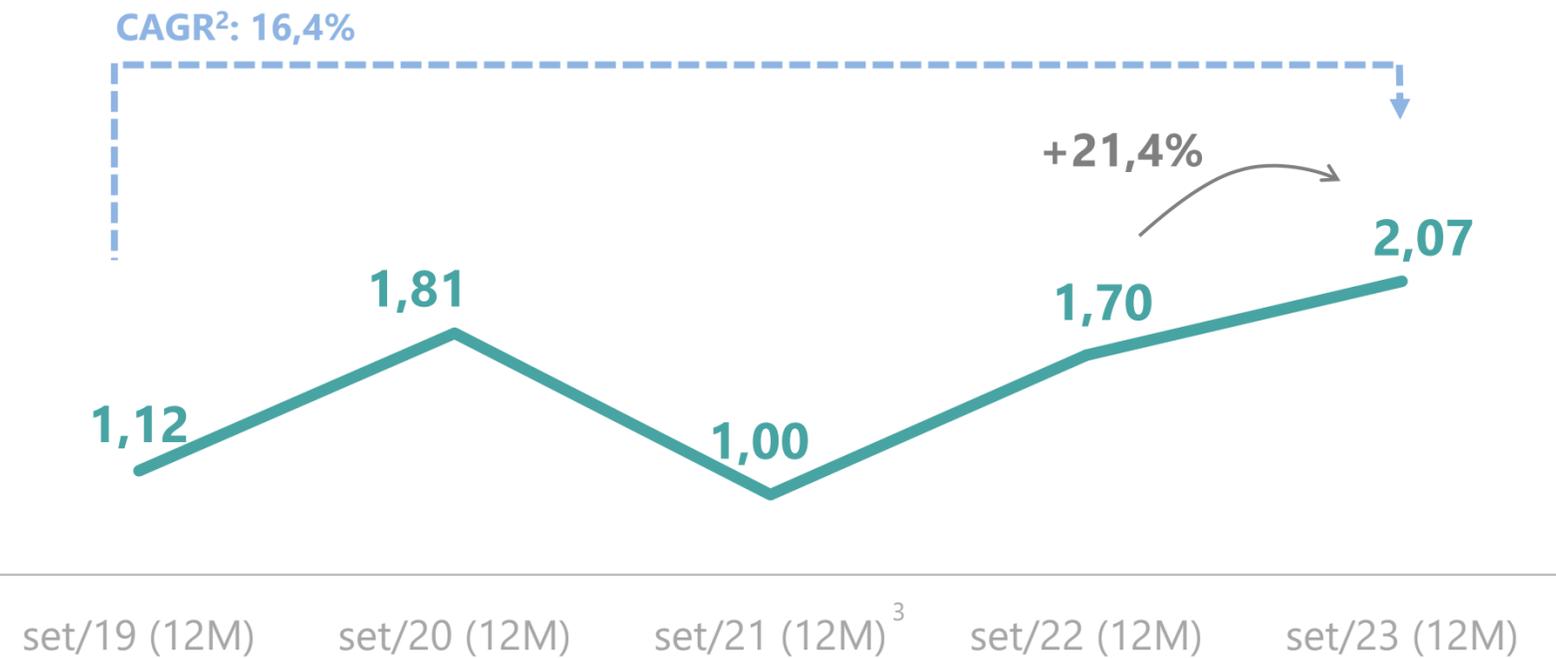
*Crescimento sobre crescimento*





# FFO por ação - dois dígitos durante 5 anos

## FFO por ação<sup>1</sup> (R\$)



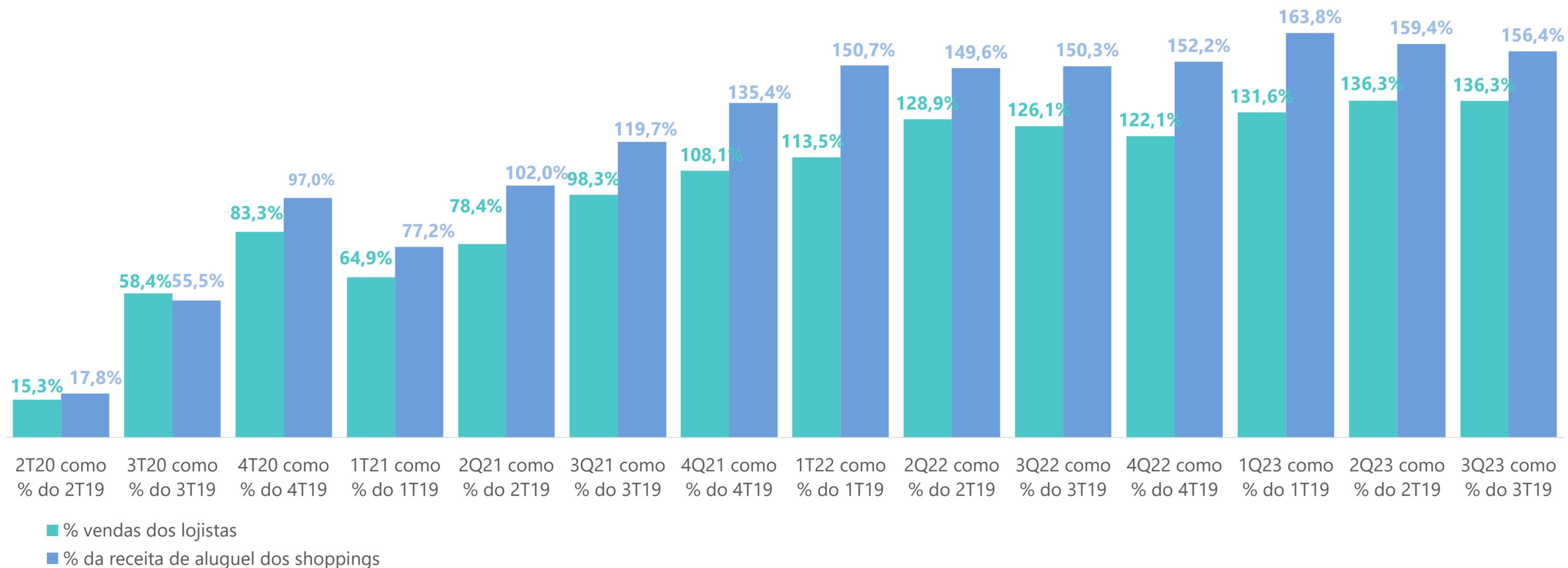
<sup>1</sup> Considera as ações em circulação no final de cada período excluindo as ações detidas em tesouraria e ajustado pelo *split* em três ações (1:3) do mesmo tipo e classe ocorrido em 2018.

<sup>2</sup> CAGR (Compound Annual Growth Rate) se refere a taxa de crescimento anual composto.

<sup>3</sup> O FFO de set/21 (12M) foi beneficiado pela venda da Diamond Tower em jul/20.

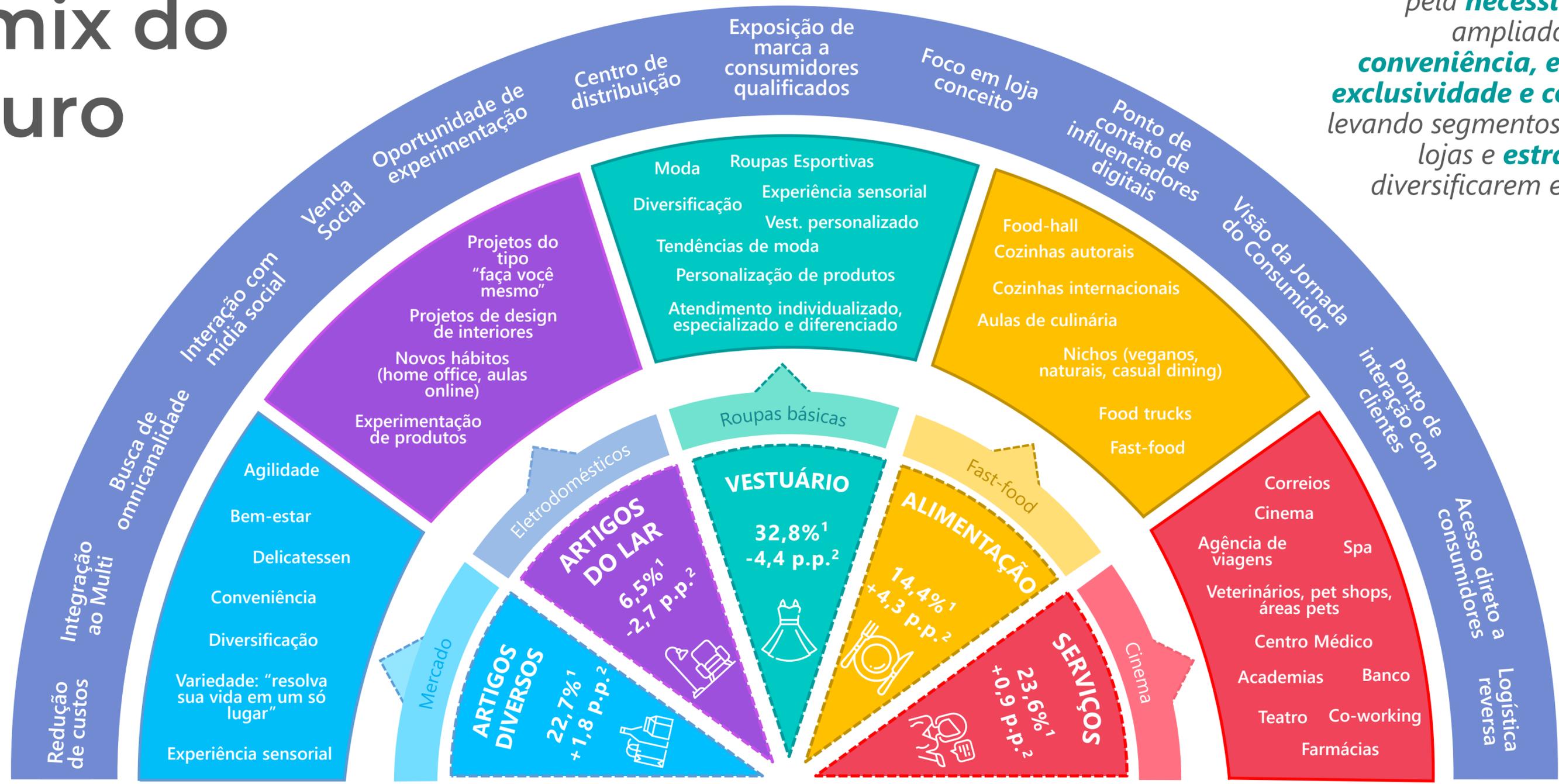
# Comprovando resiliência ao longo do tempo

## Vendas dos lojistas e receita de aluguel dos shoppings



# O mix do futuro

Hábitos de consumo motivados pela **necessidade** foram ampliados, incluindo **conveniência, experiência, exclusividade e convivência**, levando segmentos, atividades, lojas e **estratégias** a se diversificarem e adaptarem



Ampliação de estratégia

Diversificação de atividades

Mudanças de segmentos

Diversificação de atividades

Ampliação de estratégia



Evolução ao longo do tempo

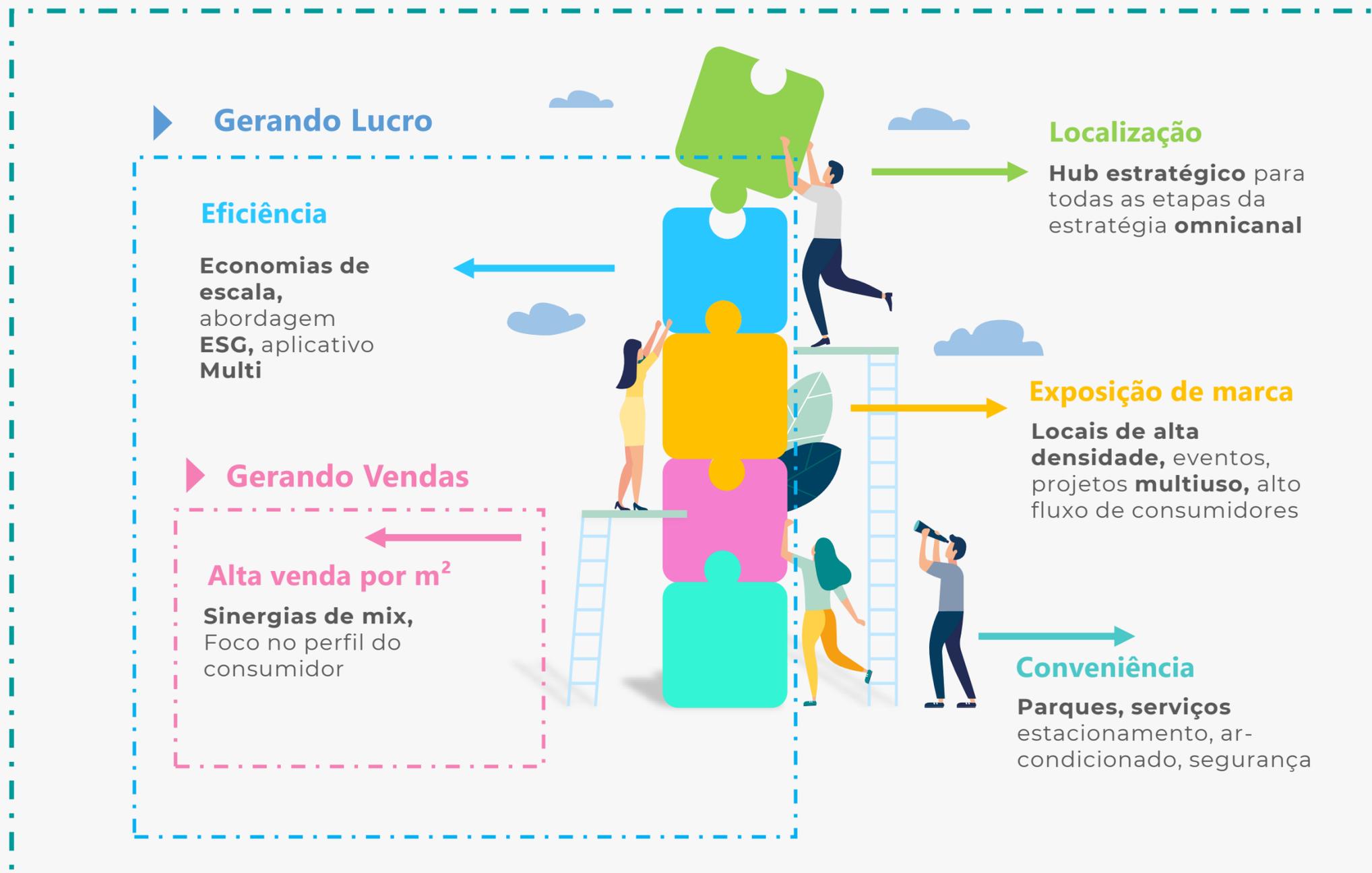
<sup>1</sup> Distribuição da ABL ocupada por segmento – 3T23.  
<sup>2</sup> Mudança desde o 3T13.

# O valor de uma loja vai muito além das vendas

*Localização, eficiência e logística são alguns dos fatores que constituem o verdadeiro valor de se estar nos shoppings da Multiplan*

Valor > Vendas

## ▶ Gerando Valor



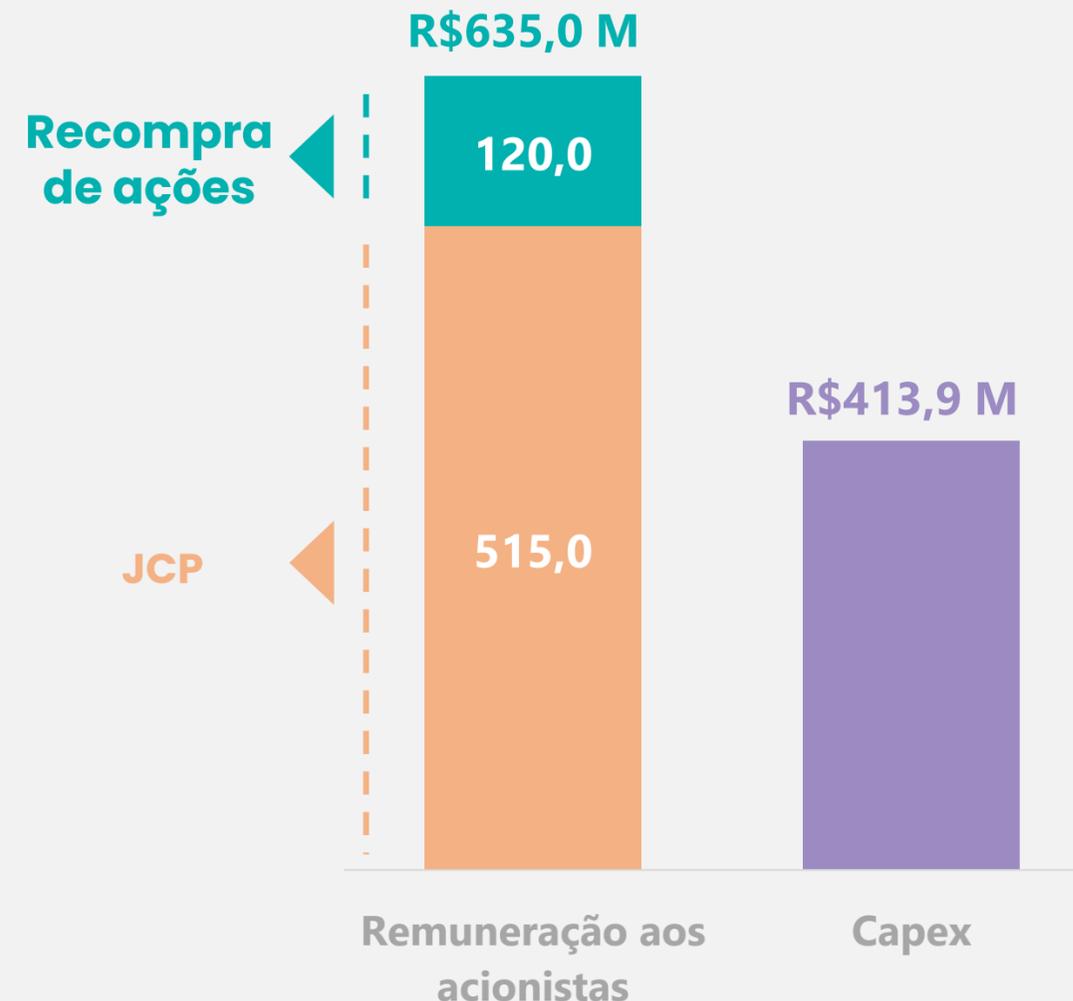
# Alocação de capital

R\$1,1 bilhão alocados nos últimos doze meses

## Aquisições

R\$170,0 M investidos na compra de **24,95%** no **DiamondMall** (mar/23)

R\$76,0 M investidos na compra de **4,1%** no **RibeirãoShopping** (out/23)



## JCP

(juros sobre capital próprio)

**R\$515,0 milhões +**

aprovados nos últimos 12 meses (set/23)

## Recompra de ações

**R\$120,0 milhões**

4,8 M de ações recompradas nos últimos 12 meses (set/23)

## Capex

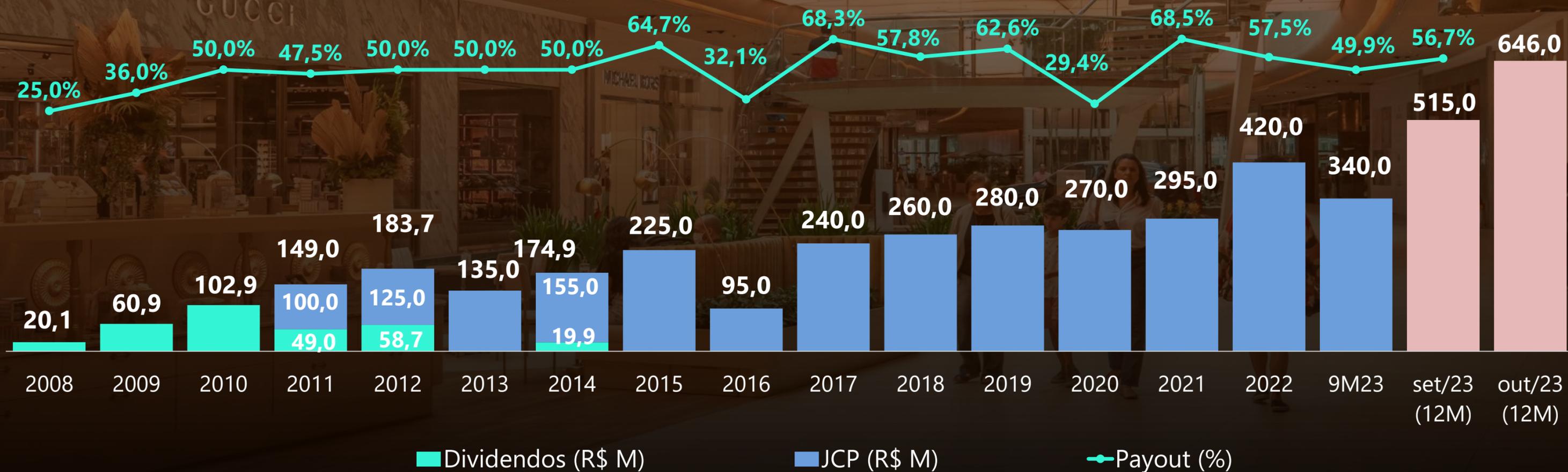
**R\$413,9 milhões**

investidos nos últimos 12 meses (set/23)

# Histórico de dividendos e JCP

R\$646,0 milhões distribuídos nos últimos 12 meses, incluindo R\$131,0 milhões em out/23

## Distribuição de remuneração aos acionistas (R\$M)



# MULT3

Recompra de ações: 14º Programa em andamento

## Evolução do Programa de Recompra de ações e Cap Rate<sup>1</sup>

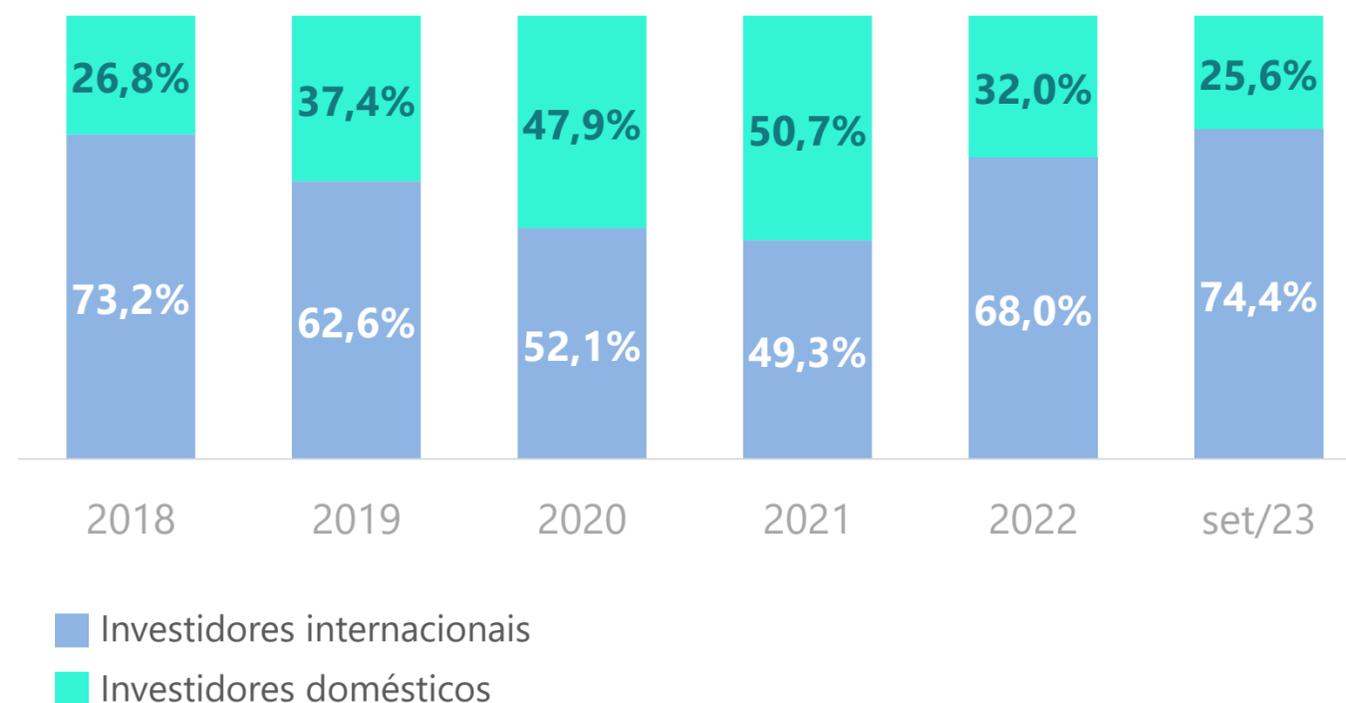


<sup>1</sup> Cap Rate calculado com base no NOI dos últimos 12 meses dividido pelo Enterprise Value (Valor da Empresa).



Em jun/23, o Conselho de Administração da Companhia aprovou um **novo programa de recompra** de até **14.000.000 de ações**, com prazo até jun/24.

## Base de Investidores<sup>2</sup> (Percentual referente ao free-float)

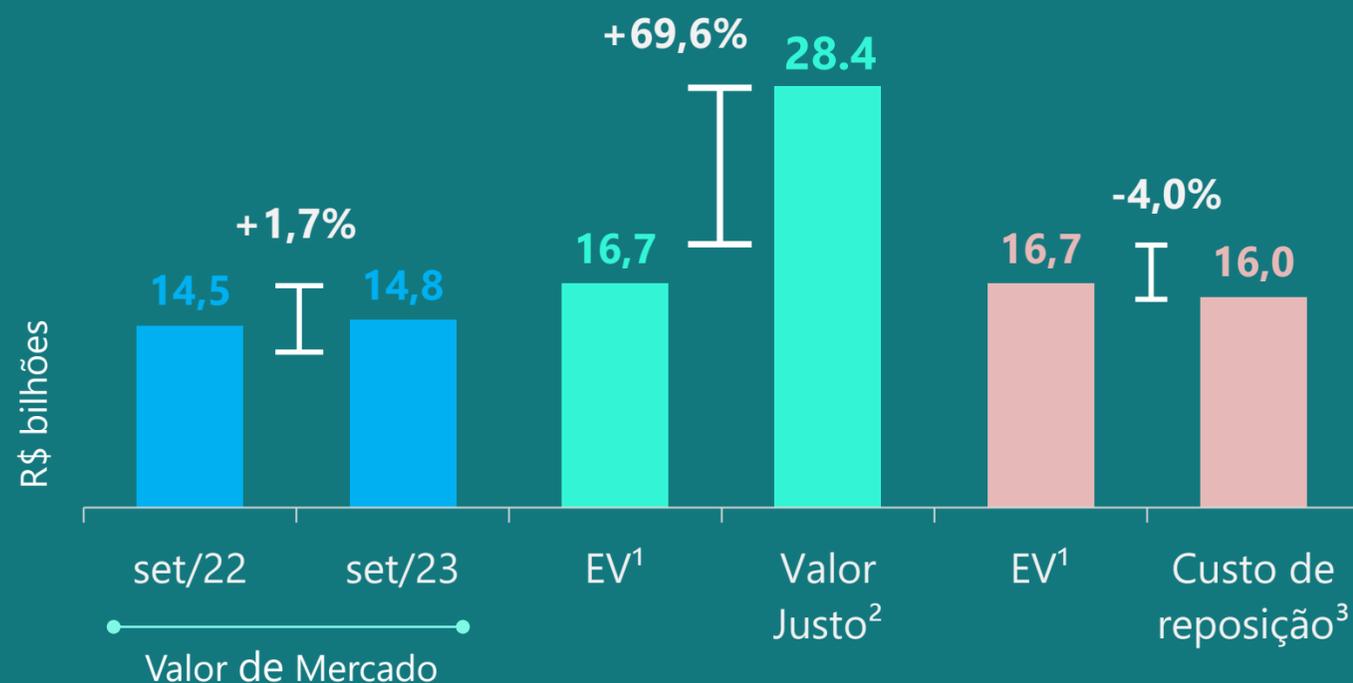


<sup>2</sup> Fonte: B3. Dados classificados de acordo com os dados recebidos da B3. Dados de fim de período.

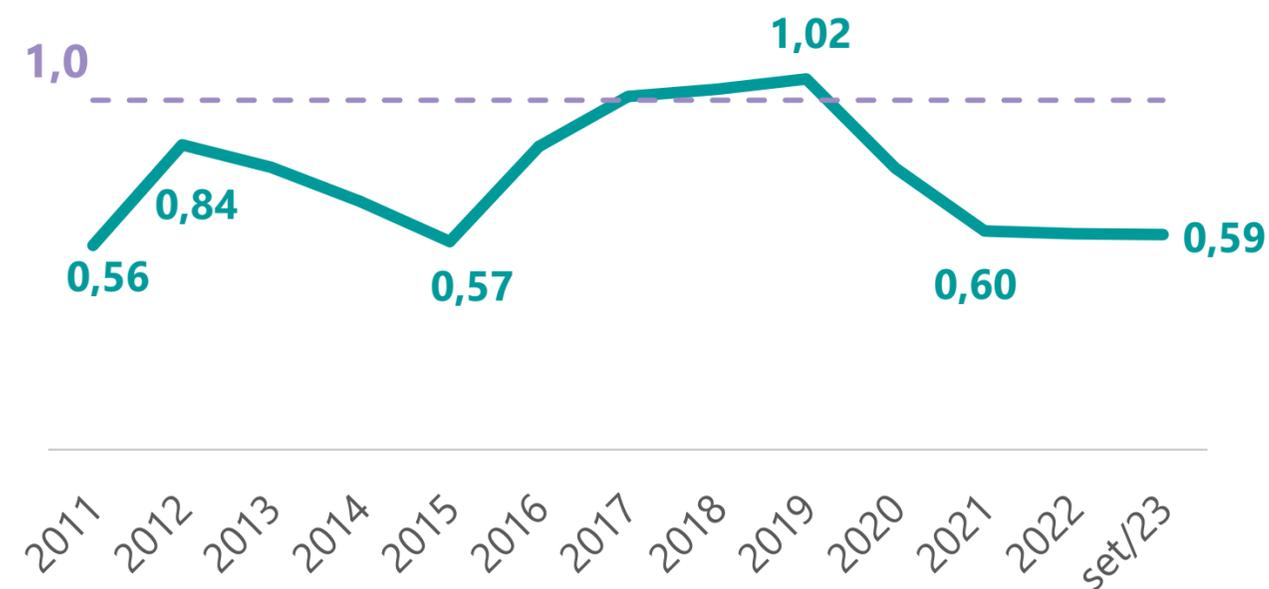
# Valor Justo

Valor da Empresa (EV) 69,6% abaixo do Valor Justo

## Valor da Multiplan



## EV<sup>1</sup> / Valor Justo<sup>2</sup>



<sup>1</sup>Enterprise Value (EV): valor de mercado + dívida líquida ao final de setembro de 2023.

<sup>2</sup>Valor Justo dos imóveis calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 30 de setembro de 2023

<sup>3</sup>Custo de Reposição calculado através da multiplicação de uma estimativa de custo de reposição por m<sup>2</sup> e a ABL própria (756.179 m<sup>2</sup>) ao final de setembro de 2023. A estimativa do custo de reposição por m<sup>2</sup> foi calculada usando o Capex do ParkJacarepaguá de R\$770,0 milhões dividido pela ABL própria do shopping (36.342 m<sup>2</sup>), levando a um custo de reposição por m<sup>2</sup> de R\$21.188/m<sup>2</sup>.

# Capital: menor alavancagem em 11 anos

Dívida líquida/EBITDA em 1,32x  
(set/23)

» Dívida bruta: **R\$2.702,7 M**

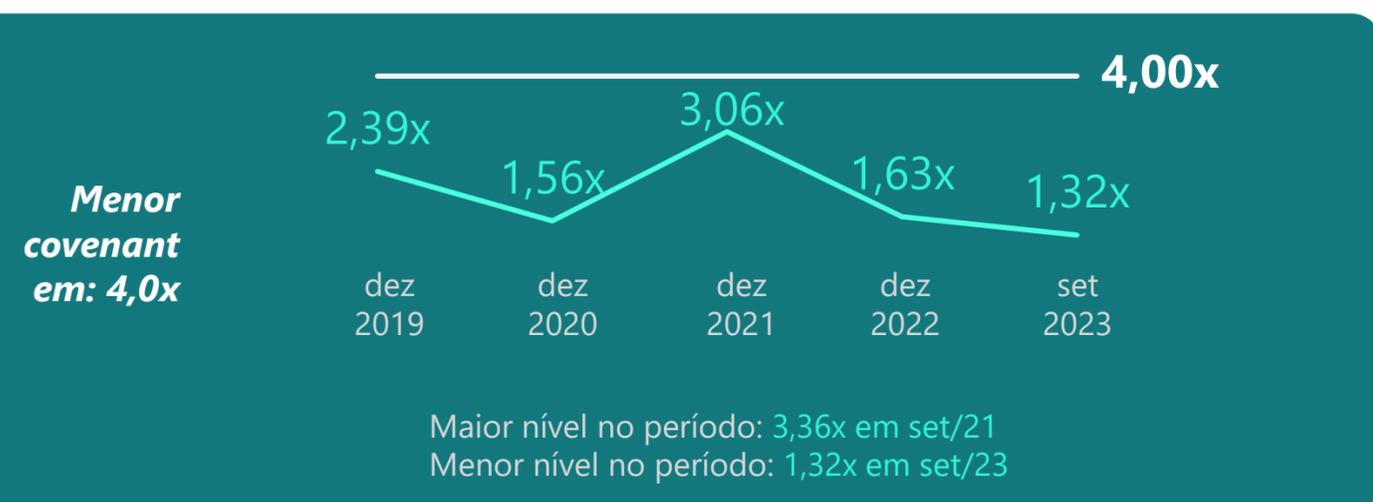
» Custo médio a.a.: **13,25%**

» Dívida líquida: **R\$1.965,2 M**

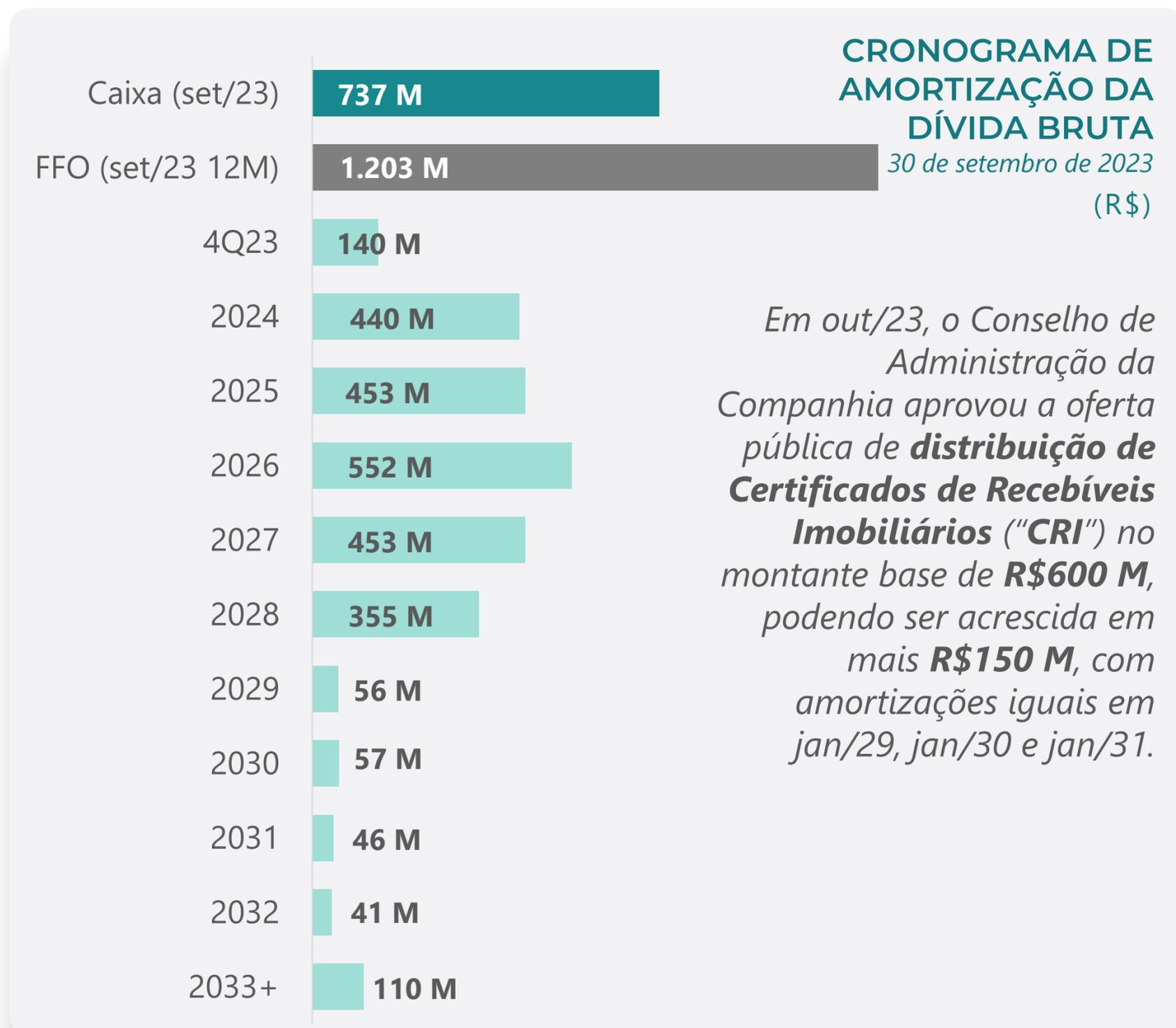
» Dívida líquida / EBITDA: **1,32x**

» Valor Justo das Propriedades<sup>1</sup>: **R\$28.362,5 M**

» Dívida líquida / Valor Justo: **6,9%**



<sup>1</sup> Valor Justo das Propriedades calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 30 de setembro de 2023

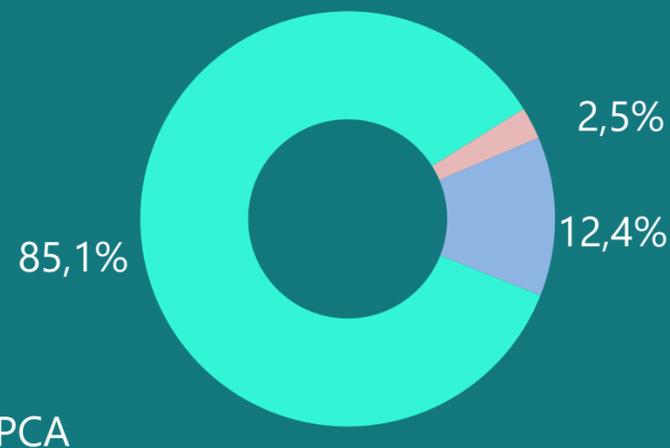


# Estrutura de capital

*Custo da dívida próximo da taxa Selic*

## Endividamento por índice

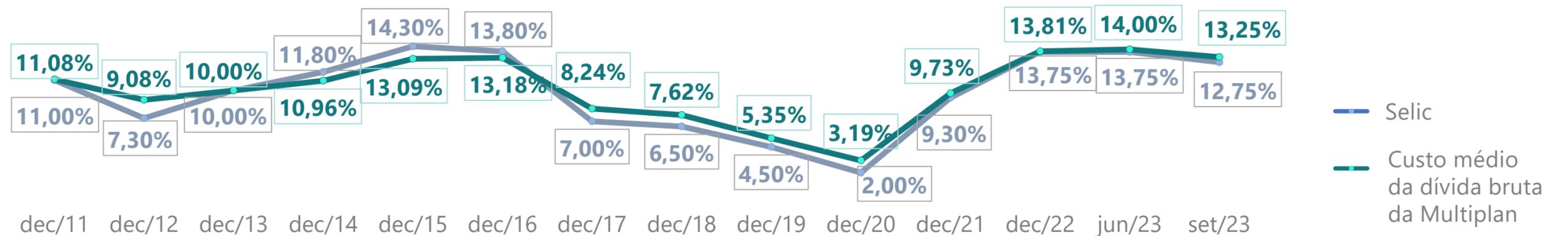
(set/23)



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



## Custo médio<sup>1</sup> da dívida bruta (a.a.)

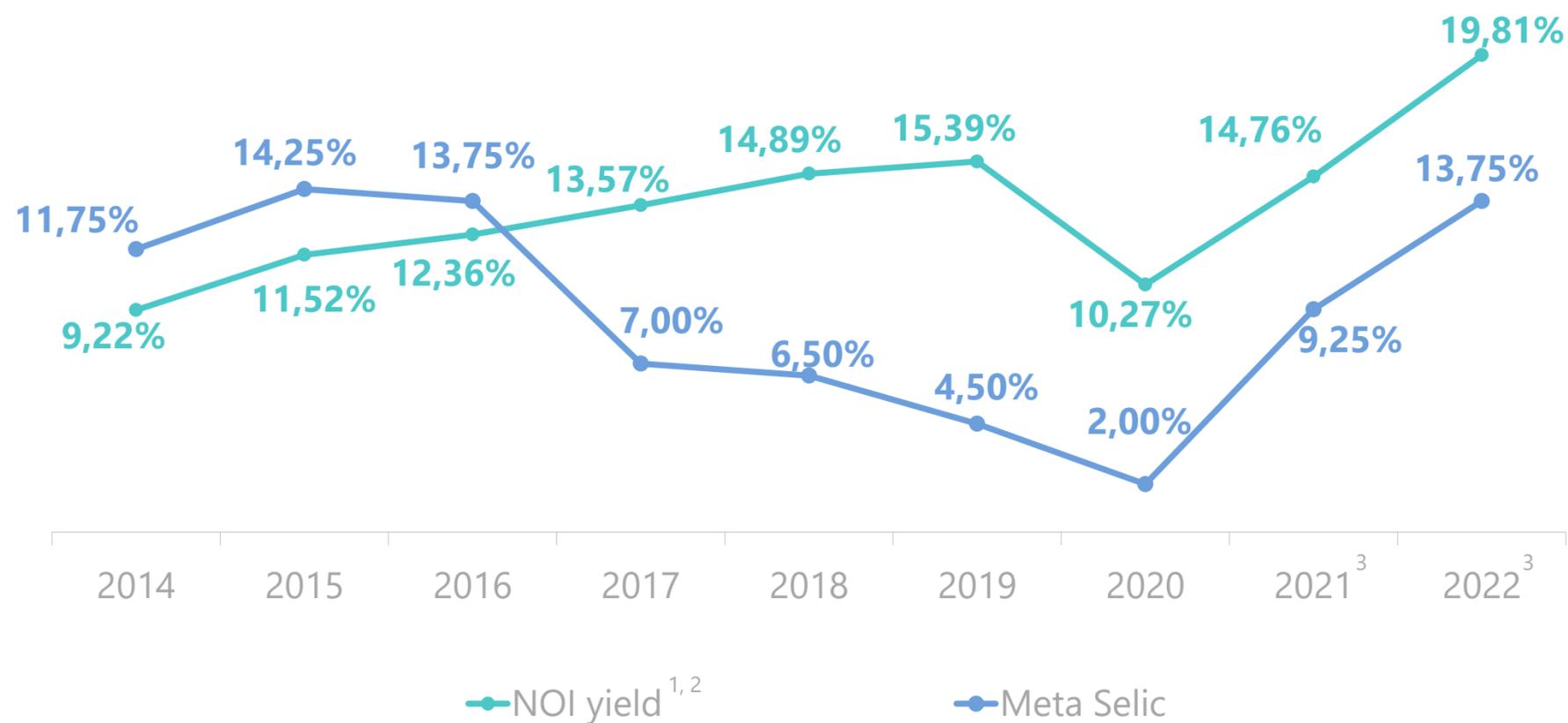


# Retorno sobre o investimento dos projetos inaugurados entre 2011 e 2013 atinge 19,8%<sup>1,2</sup> em 2022

## Projetos recentes:

ParkShoppingSãoCaetano (2011)  
JundiaíShopping (2012)  
ParkShoppingCampoGrande (2012)  
VillageMall (2012)  
ParkShopping Corporate (2012)  
Parque Shopping Maceió (2013)  
Morumbi Corporate (2013)

### NOI Yield dos projetos recentes vs. Meta Selic



<sup>1</sup> NOI dos ativos dividido pelos seus respectivos CAPEX, líquido de cessão de direitos. Números ponderados pela participação da Multiplan.

<sup>2</sup> Considera os projetos inaugurados entre 2011 e 2013: ParkShoppingSãoCaetano, JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande, VillageMall, Parque Shopping Maceió, Morumbi Corporate e ParkShopping Corporate.

<sup>3</sup> Em 2021 e 2022, o CAPEX do Morumbi Corporate foi ajustado para refletir a venda da Diamond Tower em julho de 2020.

# 7 expansões, 70 mil m<sup>2</sup> de ABL

Shopping	ABL <sup>1</sup> (m <sup>2</sup> )	Inauguração
ParkShoppingBarigüi	14.314	2S24
DiamondMall	5.116	2S24
Parque Shopping Maceió	5.506	1S25
MorumbiShopping	13.141	1S26
ParkShopping	8.615	1S26
JundiaíShopping	7.850	1S27
ParkShoppingSãoCaetano	12.746	2S27
<b>Total</b>	<b>67.288</b>	

## Aproximadamente 200 mil m<sup>2</sup> em potenciais expansões

<sup>1</sup> Refere-se a 67.288 m<sup>2</sup> de expansões, incluindo 8.122 m<sup>2</sup> de readequações, o que resultará em uma adição de 59.167 m<sup>2</sup> de ABL. A expansão do MorumbiShopping adicionará 7.377 m<sup>2</sup> de ABL, além de 5.764 m<sup>2</sup> de readequações. A expansão do DiamondMall adicionará 3.181 m<sup>2</sup> de ABL, além de 1.935 m<sup>2</sup> de readequações. A expansão do ParkShoppingBarigüi adicionará 13.892 m<sup>2</sup> de ABL, além de 423 m<sup>2</sup> 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. A Companhia não está obrigada divulgar a atualização ou revisão destas informações, que poderão ser alteradas sem aviso prévio. Para mais informações sobre os riscos de execução da estratégia de crescimento da empresa, leia atentamente o Formulário de Referência disponível no site de RI, em especial a seção "Fatores de Risco".

# ParkShoppingBarigüi

## Expansão



**ABL<sup>1</sup>: 14.314 m<sup>2</sup> | Inauguração: 2S24**

<sup>1</sup> A expansão do ParkShoppingBarigüi adicionará 13.892 m<sup>2</sup> de ABL, além de 423 m<sup>2</sup> de readequações. Imagens ilustrativas dos projetos de expansão. 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. A Companhia não está obrigada divulgar a atualização ou revisão destas informações, que poderão ser alteradas sem aviso prévio. Para mais informações sobre os riscos de execução da estratégia de crescimento da empresa, leia atentamente o Formulário de Referência disponível no site de RI, em especial a seção "Fatores de Risco".

# DiamondMall

## Expansão



**ABL<sup>1</sup>: 5.116 m<sup>2</sup> | Inauguração: 2S24**

*<sup>1</sup> A expansão do DiamondMall adicionará 3.181 m<sup>2</sup> de ABL, além de 1.935 m<sup>2</sup> de readequações.*

*Imagens ilustrativas dos projetos de expansão. 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. A Companhia não está obrigada divulgar a atualização ou revisão destas informações, que poderão ser alteradas sem aviso prévio. Para mais informações sobre os riscos de execução da estratégia de crescimento da empresa, leia atentamente o Formulário de Referência disponível no site de RI, em especial a seção "Fatores de Risco".*

# Parque Shopping Maceió

## Expansão



**ABL: 5.506 m<sup>2</sup> | Inauguração: 1S25**

*Imagens ilustrativas dos projetos de expansão. 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. A Companhia não está obrigada divulgar a atualização ou revisão destas informações, que poderão ser alteradas sem aviso prévio. Para mais informações sobre os riscos de execução da estratégia de crescimento da empresa, leia atentamente o Formulário de Referência disponível no site de RI, em especial a seção "Fatores de Risco".*

# MorumbiShopping

## Expansão



**ABL<sup>1</sup>: 13.141 m<sup>2</sup> | Inauguração: 1S26**

<sup>1</sup> A expansão do MorumbiShopping adicionará 7.377 m<sup>2</sup> de ABL, além de 5.764 m<sup>2</sup> de readequações.

Imagens ilustrativas dos projetos de expansão. 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. A Companhia não está obrigada divulgar a atualização ou revisão destas informações, que poderão ser alteradas sem aviso prévio. Para mais informações sobre os riscos de execução da estratégia de crescimento da empresa, leia atentamente o Formulário de Referência disponível no site de RI, em especial a seção "Fatores de Risco".

# ParkShopping

## Expansão



**ABL: 8.615 m<sup>2</sup> | Inauguração: 1S26**

*Imagens ilustrativas dos projetos de expansão. 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. A Companhia não está obrigada divulgar a atualização ou revisão destas informações, que poderão ser alteradas sem aviso prévio. Para mais informações sobre os riscos de execução da estratégia de crescimento da empresa, leia atentamente o Formulário de Referência disponível no site de RI, em especial a seção "Fatores de Risco".*

# JundiaíShopping

## Expansão



**ABL: 7.850 m<sup>2</sup> | Inauguração: 1S27**

*Imagens ilustrativas dos projetos de expansão. 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. A Companhia não está obrigada divulgar a atualização ou revisão destas informações, que poderão ser alteradas sem aviso prévio. Para mais informações sobre os riscos de execução da estratégia de crescimento da empresa, leia atentamente o Formulário de Referência disponível no site de RI, em especial a seção "Fatores de Risco".*

# ParkShoppingSãoCaetano

## Expansão

**ABL: 12.746 m<sup>2</sup> | Inauguração: 2S27**

*Imagens ilustrativas dos projetos de expansão. 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. A Companhia não está obrigada divulgar a atualização ou revisão destas informações, que poderão ser alteradas sem aviso prévio. Para mais informações sobre os riscos de execução da estratégia de crescimento da empresa, leia atentamente o Formulário de Referência disponível no site de RI, em especial a seção "Fatores de Risco".*



*Ilustração de projeto multiuso no ParkShoppingBarigüi*

**795.100 m<sup>2</sup>**  
de área total privativa  
para venda



*Ilustração de projeto multiusono RibeirãoShopping*



*Ilustração de projeto multiuso no BarraShoppingSul*

# Golden Lake – Fase 1

*Construção segue a todo vapor*



**Lançamento: out/21**  
**Entrega: dez/24**

**Vendas: 54,3% da área privativa<sup>1</sup>**  
**equivalente a R\$297 M do VGV<sup>2</sup>**

**Receita 3T23: R\$22,6 milhões**  
**Margem bruta 3T23: 36,0%<sup>3</sup>**

*1ª fase com 4 torres*

*94 unidades*

*34 mil m<sup>2</sup>*

*VGV<sup>2</sup> de R\$560 milhões*

<sup>1</sup>Vendas contabilizadas até 18 de julho de 2023. <sup>2</sup>VGV refere-se ao Valor Geral de Vendas.

<sup>3</sup>A margem bruta considera o resultado bruto das vendas (receita – custo) sobre a receita de vendas.



 **Multiplan**

**Relações com Investidores**

[ri@multiplan.com.br](mailto:ri@multiplan.com.br) ● +55 21 3031-5400