

# Segundo Trimestre de 2007

## Relatório de Resultados e Informações Financeiras Suplementares



### Teleconferência

#### **Português**

16 de Agosto de 2007  
9:30 (horário de Brasília)  
8:30 (East Time)  
Tel.: +55 11 2188 0188  
Replay: +55 11 2188 0188  
Código: MULTIPLAN

#### **Inglês**

16 de Agosto de 2007  
11:30 (horário de Brasília)  
10:30 (East Time)  
Tel.: +1 973 935 8893  
Replay: +1 973 341 3080  
Código: 9101533

## Multiplan, líder em receitas no setor de Shopping Center com R\$ 86,3 milhões no trimestre, apresenta um crescimento do Lucro Ajustado de 121%

**Rio de Janeiro, 14 de Agosto de 2007** - A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (Bovespa: MULT3) a maior empresa de Shopping Centers em receitas, maior prestadora de serviços, líder na exploração de merchandising em shoppings, que conta com um portfólio de 16 Shoppings, sendo 10 Shoppings próprios consolidados e líderes de mercado em suas cidades, 4 administrados e 2 em desenvolvimento, anuncia seus resultados do 2º trimestre de 2007. As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado em contrário, são apresentadas com base em números consolidados e em Reais, conforme práticas contábeis adotadas no Brasil. As comparações referem-se ao 2º trimestre de 2006, exceto onde indicado contrário.

**INFORMAMOS QUE A COMPANHIA ENCONTRA-SE SUJEITA ÀS REGRAS DE CONDUITA ESTABELECIDAS PELO ARTIGO 48, QUE IMPÕE RESTRIÇÕES AS INFORMAÇÕES DIVULGADAS PELA COMPANHIA DURANTE O PERÍODO DE OFERTA, DA INSTRUÇÃO CVM Nº 400, DE 29 DE DEZEMBRO DE 2003. PARA MAIORES INFORMAÇÕES SOBRE A COMPANHIA, SUAS ATIVIDADES OU RESULTADOS OPERACIONAIS LEIA O PROSPECTO DEFINITIVO DA DISTRIBUIÇÃO PÚBLICA DE AÇÕES ORDINÁRIAS DE EMISSÃO DA COMPANHIA.**

### DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

Variação 2T07/2T06			
Receita Bruta	Despesas de Shopping	EBITDA Ajustado	Lucro Ajustado
▲ 18,2%	▼ 13,4%	▲ 20,5%	▲ 121,1%

- A receita bruta da Multiplan no 2T07 totalizou R\$ 86,3 milhões, um crescimento de 18,2% em relação aos R\$ 73,0 milhões no 2T06.
- As despesas de shopping totalizaram R\$ 10,9 milhões contra R\$ 12,6 milhões no 2T06, ou seja, uma redução de 13,4%
- As despesas de sede foram reduzidas em 13,3% chegando a R\$15,0 milhões no 2T07 contra R\$ 17,3 milhões no 2T06.
- O EBITDA ajustado passou de R\$ 37,7 milhões no 2T06 para R\$ 45,5 milhões no 2T07, um crescimento de 20,5%.
- O Lucro Ajustado cresceu 121,1%, passando de R\$ 16,4 milhões no 2T06 para R\$ 36,2 milhões no 2T07.
- No dia 16 de julho de 2007, a Multiplan concluiu a aquisição de 65,2% do shopping Pátio Savassi, em Belo Horizonte, e a partir de então, iniciou sua administração. Além da participação acima mencionada, também foram adquiridos mais 18,6% do mesmo Shopping no dia 11 de junho de 2007, com fechamento final previsto para o 3T07, totalizando uma participação de 83,8%.
- Em relação aos nossos dois shoppings em fase de desenvolvimento, continuamos com as obras de construção em ritmo acelerado e a comercialização da área locável do BarraShoppingSul em Porto Alegre e, em julho, iniciamos a comercialização do Shopping VilaOlímpia, em São Paulo.

#### Destques Operacionais:

(R\$ '000)	2T07	2T06	Var. %
Receita Bruta	86.254	72.966	▲ 18,2%
Receita Líquida	78.764	67.497	▲ 16,7%
Lucro Ajustado	36.213	16.376	▲ 121,1%
Margem de Lucro	45,98%	24,26%	21,72 p.p.
EBITDA Shopping	43.752	39.663	▲ 10,3%
Margem EBITDA Shopping	67,20%	62,56%	4,64 p.p.
EBITDA Ajustado	45.487	37.744	▲ 20,5%
Margem EBITDA Ajustado	57,8%	55,9%	1,9 p.p.
ABL SC's Administrados	511.623 m <sup>2</sup>	481.018 m <sup>2</sup>	▲ 6,4%
ABL SC's Próprios	393.614 m <sup>2</sup>	368.432 m <sup>2</sup>	▲ 6,8%
ABL Multiplan	255.927 m <sup>2</sup>	209.484 m <sup>2</sup>	▲ 22,2%



## CARTA DO PRESIDENTE

Prezados senhores,

Trazer a público os resultados trimestrais da Multiplan é motivo de satisfação para nós, por ser este um período marcante na história de nossa companhia. Não só porque nossos números estão muito positivos neste segundo trimestre de 2007, mas também por ser esta a primeira divulgação após a nossa abertura de capital, ocorrida na última semana de julho.

O comprometimento com as melhores práticas de governança corporativa já faz parte de nossa rotina desde a década de 80, tendo sido aprimorado com o decorrer dos anos e especialmente no ano de 2006 quando optamos por fazer uma parceria com a Cadillac Fairview, um dos maiores proprietários e administradores de shopping centers da América do Norte, ligado ao Ontario Teachers Pension Plan, do Canadá. Esse trabalho conjunto nos últimos 12 meses nos trouxe grande aprendizado e nos permitiu implantar significativas melhorias em nossos processos internos.

Os resultados do segundo trimestre de 2007 comprovam nossa posição de liderança dentre as empresas do nosso setor, graças à mais rentável rede de shopping centers do país, entre eles o BarraShopping, no Rio de Janeiro, o MorumbiShopping, na capital paulista, e o BHSshopping, em Belo Horizonte. Nosso portfolio de shoppings nos proporcionou uma receita bruta de R\$ 81,1 milhões neste trimestre, além de R\$ 5,2 milhões resultantes de nossos empreendimentos imobiliários localizados ao redor de nossos shoppings.

Nossa meta, como não podia deixar de ser, é crescer com qualidade e responsabilidade. Adquirimos neste trimestre o Pátio Savassi, em Belo Horizonte, primeiro de nossos shoppings que foi desenvolvido por outra companhia. Essa aquisição revela-se importante do ponto de vista de consolidação de nossa estratégia de controle e gestão de shoppings em uma região onde já éramos possuidores de 2 dos melhores centros de compra na Zona Sul da cidade e, agora contamos com 3 Shoppings Centers na capital mineira.

Também iniciamos a comercialização de espaços em um novo shopping em São Paulo, o Shopping VilaOlímpia a ser erguido em parceria com um grande operador local, e comemoramos a evolução da comercialização da área locável do BarraShoppingSul, em ritmo acelerado de construção em Porto Alegre. É motivo de comemoração também o fato de nossa carteira de shoppings ser tão bem-estruturada que nos gera a maior rentabilidade por m<sup>2</sup> do mercado, seja em receita, lucro ajustado ou EBITDA ajustado, situando-se na média de 248,00 R\$/m<sup>2</sup> em receita de locação neste trimestre.

Só para apontar alguns destaques dos nossos resultados do trimestre (comparados ao mesmo trimestre do ano passado), nossa receita bruta cresceu 18,2%, nosso EBITDA ajustado aumentou 20,5% e nossas despesas nos shoppings caíram 13,4%. E, o melhor de tudo, nosso lucro ajustado teve um salto de 121,1%. São esses e outros resultados que temos orgulho de trazer neste relatório.

Boa leitura!

**José Isaac Peres**  
Presidente da Multiplan

## DESTAQUES FINANCEIROS

### Visão Geral

A Multiplan é uma das maiores empreendedoras de Shopping Centers no Brasil, desenvolvendo, operando e detendo uma das maiores e mais qualificadas carteiras de Shopping Centers no País, possuindo mais de 30 anos de experiência nesse setor. A empresa atua também estrategicamente no setor de incorporação imobiliária residencial e comercial, gerando sinergias com as atividades relacionadas aos Shopping Centers, aproveitando a valorização que os Shoppings provocam nos terrenos adjacentes a eles. Em 30 de junho de 2007, eram administrados 13 Shopping Centers próprios e de terceiros, que totalizavam uma ABL de 494.089 m<sup>2</sup>, 3.090 lojas, tráfego estimado de 155 milhões de consumidores em 2006, o que colocava a Multiplan entre as maiores administradores de Shopping Centers do Brasil segundo a ABRASCE, fato corroborado pelos inúmeros prêmios outorgados por essa agremiação. Considerando os dois shoppings em desenvolvimento, a Multiplan passará a uma posição de controle majoritário em dez dos 16 Shopping Centers integrantes do seu portfólio.

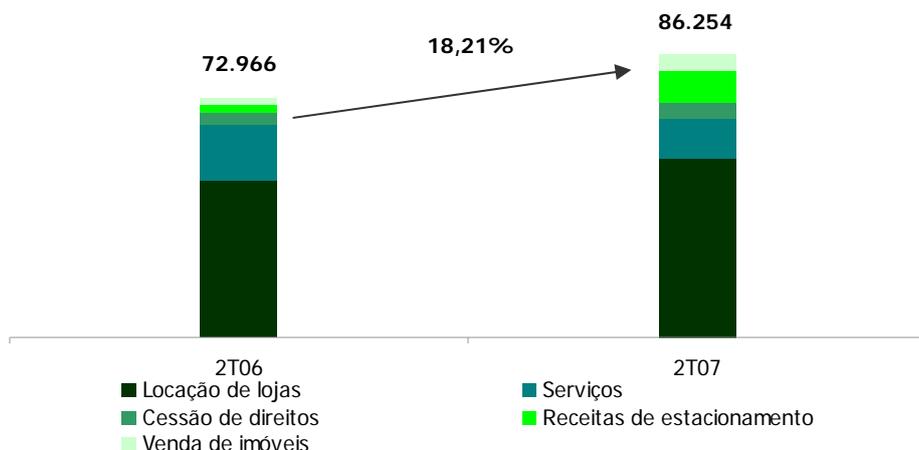
### Demonstrações Financeiras Consolidadas

(R\$ '000)	2T07	2T06	Δ %	1S07	1S06	Δ %
Locação de lojas	54.364	47.994	▲13.27%	106.816	77.551	▲37.74%
Serviços	12.116	17.143	▼29.32%	22.989	28.130	▼18.28%
Cessão de direitos	4.859	3.402	▲42.82%	9.426	5.471	▲72.29%
Receitas de estacionamento	9.728	2.362	▲311.83%	13.753	4.052	▲239.38%
Venda de imóveis	5.188	2.062	▲151.58%	10.363	7.780	▲33.19%
Outras	0	2	▼100.00%	0	64	▼100.00%
<b>Receita Bruta</b>	<b>86.254</b>	<b>72.966</b>	<b>▲18.21%</b>	<b>163.347</b>	<b>123.049</b>	<b>▲32.75%</b>
Impostos	-7.490	-5.469	▲36.96%	-14.219	-9.821	▲44.79%
<b>Receita Líquida</b>	<b>78.764</b>	<b>67.497</b>	<b>▲16.69%</b>	<b>149.128</b>	<b>113.229</b>	<b>▲31.71%</b>
Custos de Sede	-15.007	-17.316	▼13.33%	-23.717	-33.311	▼28.80%
Despesas não recorrentes (IPO)	-1.361	-5.337	▼74.49%	-1.361	-10.304	▼86.79%
Shopping centers	-10.922	-12.609	▼13.38%	-19.864	-16.895	▲17.57%
Estacionamento	-5.061	0	▲100.00%	-7.478	0	▲100.00%
Custo dos imóveis vendidos	-2.971	-1.366	▲117.51%	-5.969	-4.302	▲38.74%
Resultado de equivalência patrimonial	596	1.278	▼53.37%	2.173	702	▲209.30%
Amortização e Depreciação e Ágio	-33.463	-25.956	▲28.92%	-66.810	-35.533	▲88.02%
Resultado Financeiro	-4.441	-27.084	▼83.60%	-8.820	-32.272	▼72.67%
Outras Receitas	88	260	▼66.18%	758	-631	▼220.26%
<b>(Lucro) prejuízo operacional</b>	<b>6.222</b>	<b>-20.634</b>	<b>▼130.15%</b>	<b>18.040</b>	<b>-19.317</b>	<b>▼193.39%</b>
Resultado não Operacional	-22	1.124	▼101.94%	983	1.695	▼42.00%
<b>Lucro antes de Impostos e Participações Minoritárias</b>	<b>6.200</b>	<b>-19.510</b>	<b>▼131.78%</b>	<b>19.023</b>	<b>-17.622</b>	<b>▼207.95%</b>
IR & CS e IR & CC diferido	496	-9.362	▼105.30%	-1.995	-12.025	▼83.41%
Participações Minoritárias	-22	-6.027	▼99.63%	4	-6.027	▼100.06%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>6.674</b>	<b>-34.899</b>	<b>▼119.12%</b>	<b>17.031</b>	<b>-35.674</b>	<b>▼147.74%</b>
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>45.487</b>	<b>37.744</b>	<b>▲20.52%</b>	<b>95.031</b>	<b>58.792</b>	<b>▲61.64%</b>
<b>EBIT</b>	<b>12.024</b>	<b>11.788</b>	<b>▲2.01%</b>	<b>28.221</b>	<b>23.259</b>	<b>▲21.33%</b>
<b>FFO</b>	<b>41.498</b>	<b>20.957</b>	<b>▲98.02%</b>	<b>85.203</b>	<b>40.694</b>	<b>▲109.38%</b>
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>36.213</b>	<b>16.376</b>	<b>▲121.14%</b>	<b>74.747</b>	<b>32.318</b>	<b>▲131.28%</b>

### Receita Bruta de Aluguéis e Serviços

A Receita bruta da Multiplan cresceu 18,2% para R\$ 86,3 milhões no 2T07 comparado aos R\$ 73,0 milhões no 2T06, sendo impulsionada principalmente pelo aumento do valor dos aluguéis recebidos, como apresentado na tabela abaixo e de forma detalhada nos parágrafos subsequentes.

## Evolução das Receitas



### Locação de Lojas

A receita de locação no 2T07 foi de R\$ 54,3 milhões, um aumento de 13,3% se comparado com a receita de R\$ 47,9 milhões do mesmo período do ano passado. Este crescimento foi impulsionado pelo crescimento orgânico das receitas dos nossos shoppings, além das novas aquisições feitas no período e da abertura da expansão do MorumbiShopping. Estas receitas não estão contemplando a receita de R\$ 0,6 milhão gerada no 2T07 pela aquisição adicional de 20% da participação do RibeirãoShopping pela Multiplan.

Receitas /Shopping (R\$ '000)	2T07			2T06		
	Mínimo	Complementar	Merchandising	Mínimo	Complementar	Merchandising
BHShopping	7.249	256	1.185	7.326	132	1.618
RibeirãoShopping	2.901	132	502	2.587	79	647
BarraShopping	10.228	332	1.313	9.617	207	1.509
MorumbiShopping	9.706	387	1.461	7.580	127	1.624
ParkShopping	3.472	315	682	3.324	148	727
DiamondMall	4.017	309	436	1.946	80	297
New York City Center	1.048	8	131	972	11	133
Shopping AnáliaFranco	2.167	188	457	1.833	63	465
ParkShoppingBarigüi	4.396	414	672	3.544	457	940
<b>Total do Portfolio</b>	<b>45.183</b>	<b>2.341</b>	<b>6.840</b>	<b>38.730</b>	<b>1.305</b>	<b>7.960</b>

Os aluguéis mínimos cresceram de R\$ 38,7 milhões no 2T06 para R\$ 45,2 milhões no 2T07, ou seja, um crescimento de 16,7%. Aluguéis complementares chegaram a R\$ 2,3 milhões, crescendo 79,4% de R\$ 1,3 milhão do mesmo período do ano passado. Merchandising no ano passado contou com um contrato relevante de R\$ 4,0 milhões. Desconsiderando este contrato, a receita no 2T06 seria de R\$ 4,0 milhões, que comparado à receita de R\$ 6,8 milhões, indicaria um crescimento de 70,0%.

Aluguel Mínimo e Complementar (R\$ '000)	R\$/m <sup>2</sup>					
	2T07	2T06	Var. %	2T07	2T06	Var. %
BHShopping	7.505	7.458	▲0,6%	264,6	263,0	▲0,6%
RibeirãoShopping	3.033	2.666	▲13,8%	138,0	121,3	▲13,8%
BarraShopping	10.560	9.824	▲7,5%	298,3	277,4	▲7,6%
MorumbiShopping	10.093	7.707	▲31,0%	326,2	300,1	▲8,7%
ParkShopping	3.787	3.472	▲9,1%	160,7	147,4	▲9,0%
DiamondMall	4.326	2.027	▲113,4%	231,6	217,0	▲6,7%
New York City Center	1.056	984	▲7,3%	95,7	89,1	▲7,3%
Shopping AnáliaFranco	2.355	1.896	▲24,2%	199,7	160,7	▲24,2%
ParkShoppingBarigüi	4.809	4.002	▲20,2%	129,1	113,9	▲13,3%
<b>Total do Portfolio</b>	<b>47.524</b>	<b>40.034</b>	<b>▲18,7%</b>	<b>217,0</b>	<b>197,9</b>	<b>▲9,6%</b>

Todos shoppings da rede apresentaram um crescimento em números absolutos e por metro quadrado, gerando um crescimento de 18,7% e 9,6% respectivamente quando comparado 2T06 e 2T07.

### Serviços

A Receita de serviços foi reduzida em 29,3% de R\$ 17,1 milhões no 2T06 para R\$ 12,1 milhões no 2T07. Esta redução decorre principalmente da aquisição de 100% do capital social da Bozano Simonsen Centros Comerciais S.A. e da Realejo Participações S.A. em 2006 e conseqüente interrupção da cobrança pelos serviços de administração por nós prestados em outubro de 2006. No 2T06 estas receitas representaram R\$ 5,4 milhões. Excluindo esta receita, a Multiplan apresentou um crescimento de 3,3%.

Receita de Serviços/Shopping (R\$ '000)	2T07	2T06	Var. %
Shoppings Próprios	10.105	14.749	▼31,5%
Shoppings de Terceiros	1.685	1.662	▲1,4%
Imobiliário	186	732	▼74,6%
Outros	139	0	n.a
<b>Total do Portfólio</b>	<b>12.116</b>	<b>17.143</b>	<b>▼29,3%</b>

### Cessão de Direito

A receita de cessão de direito no 2T07 cresceu 42,8%, de R\$3,4 milhões no 2T06 para R\$ 4,9 milhões neste trimestre. Este crescimento é decorrente principalmente da apropriação das receitas de cessão de direito da expansão do MorumbiShopping e do DiamondMall.

### Estacionamento

A receita de estacionamento do segundo trimestre de 2007 foi de R\$9,7 milhões contra R\$ 2,4 milhões no segundo trimestre de 2006, contando com um crescimento de 311,8%. Este aumento é devido ao novo processo de operação de estacionamentos na rede, o qual, desde o início deste trimestre, passou a ser realizado exclusivamente pela Multiplan Administradora de Shopping Centers Ltda., nossa subsidiária, que apropria a receita bruta do estacionamento e não mais a líquida na demonstração de resultado, como anteriormente realizado.

### Imobiliário

A receita imobiliária no 2T07 foi de R\$ 5,2 milhões apresentando um crescimento de 151,6% sobre a receita de R\$ 2,1 milhões no 2T06. Este crescimento é decorrente da evolução do progresso físico da obra do Centro Profissional MorumbiShopping neste trimestre.

### Despesas de Shoppings

As despesas com encargos de shoppings foram reduzidas de R\$ 12,6 milhões no 2T06 para R\$ 10,9 milhões no 2T07, representando uma redução de 13,4%. Estas reduções são decorrentes dos esforços de redução de custos com otimizações de processos nos shoppings, além da boa performance de determinadas lojas âncoras, cujos contratos celebrados conosco estabelecem que, na hipótese em que não seja atingido faturamento mínimo, determinadas despesas serão suportadas por nós.

### Despesas de Estacionamento

A Multiplan, por meio de sua nova operação de estacionamento, ao incorporar a receita integral em sua demonstração de resultado, passou a reportar um novo tipo custo, o custo de estacionamento. Este custo no 2T07 foi de R\$ 5,1 milhões. Anteriormente, o estacionamento era considerado como uma receita líquida incorporada na demonstração

de resultado da empresa, o que distorcia as margens operacionais. Agora, a atividade estará sendo aberta trazendo uma maior transparência para as informações e levando a uma margem real das distintas operações da empresa que envolvem shopping centers.

### Despesas Operacionais e de Desenvolvimento

As despesas de sede apresentaram uma redução de 13,3% no 2T07 se comparadas às despesas no 2T06. Esta redução decorre principalmente da implementação de melhorias de processos e sistemas que se encontravam em fase de desenvolvimento.

Despesas de sede (R\$ '000)	2T07	2T06	Var. %
Shopping	10.436	11.128	▼6,2%
Desenvolvimento	4.571	6.187	▲26,1%
<b>Total G&amp;A</b>	<b>15.007</b>	<b>17.315</b>	<b>▼13,3%</b>

### Custo dos imóveis vendidos e Equivalência Patrimonial da SCP Royal Green Península

Os custos dos imóveis vendidos cresceram 117,5% de R\$ 1,4 milhões no 2T06 para R\$ 3,0 milhões no 2T07, devido ao desenvolvimento do Centro Profissional MorumbiShopping. Estes custos seguem a apropriação com o desempenho físico financeiro. O Centro Profissional MorumbiShopping já vendeu mais de 90% de suas salas.

A equivalência patrimonial da sociedade em conta de participação Royal Green Península no 2T07 foi de R\$ 0,6 milhão. Até 30 de junho de 2007, o projeto já comercializou 87% de seus apartamentos.

(R\$ '000)	2T07			2T06		
	Receita	Custo	Margem	Receita	Custo	Margem
Royal Green Península	2.662	2.236	16,0%	1.313	1.308	0,4%
CP MorumbiShopping	5.020	2.946	41,3%	2.101	1.366	35,0%
Outros	167	25	84,8%	(39)	-	n.a.
<b>Total</b>	<b>7.849</b>	<b>5.207</b>	<b>33,7%</b>	<b>3.375</b>	<b>2.674</b>	<b>20,8%</b>

(R\$ '000)	Acumulado			Orçamento		
	Receita	Custo	Margem	Receita	Custo	Margem
Royal Green Península	24.433	15.323	37,3%	72.544	42.089	42,0%
CP MorumbiShopping	29.761	16.837	43,4%	45.979	23.462	49,0%
<b>Total</b>	<b>54.194</b>	<b>32.160</b>	<b>40,7%</b>	<b>118.523</b>	<b>65.551</b>	<b>44,7%</b>

### Resultado Financeiro, Dívidas e Disponibilidades

Houve uma redução de 79,4% nas despesas financeiras na comparação do 2T07 com o 2T06.

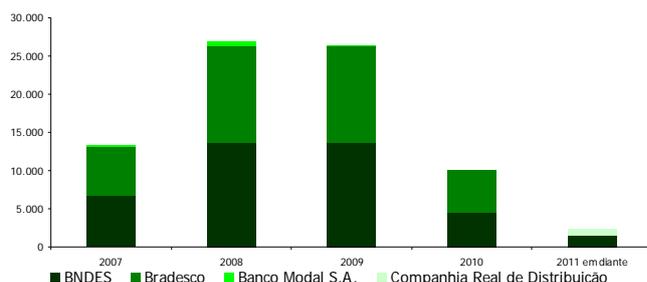
No final do 2T06 quitamos o empréstimo obtido junto ao Banco Bradesco no valor de R\$ 565 milhões, cujos recursos foram utilizados na compra da Bozano Simonsen Centros Comerciais S.A. e da Realejo Participações S.A., Em razão da quitação, deixamos de incorrer nos encargos decorrentes do empréstimo. Em razão da quitação deste empréstimo, no 2T07 a Companhia voltou a operar com alavancagem reduzida em relação ao 2T06. O total de empréstimos bancários remanescentes ficou em R\$ 79,0 milhões, em 30 de Junho, o equivalente a 6,3% do Patrimônio Líquido da empresa.

A redução nas receitas financeiras ocorreu devido à redução de caixa, e consequentemente a redução das receitas de aplicações. Esta redução de caixa disponível para aplicação ocorreu devido aos vários investimentos em compras de

participação nos nossos shoppings e compras de terrenos para desenvolvimento imobiliário ao redor de nossos shopping centers.

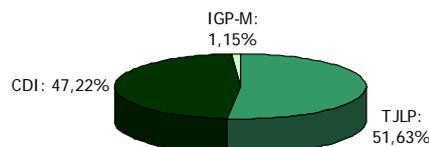
Instituições Financeiras	Indexação	Taxa média anual de juros	Endividamento	
			(R\$ '000)	%
<b>Curto Prazo</b>				
BNDES	TJLP	5,6%	13.928	17,6%
Bradesco	(105,3%) CDI	-	12.709	16,1%
Banco Modal S.A.	TJLP	4,5%	548	0,7%
Companhia Real de Distribuição	IGP-M	-	26	0,0%
<b>Sub-total Curto Prazo</b>			<b>27.212</b>	<b>34,4%</b>
<b>Longo Prazo</b>				
BNDES	TJLP	5,6%	25.978	32,9%
Bradesco	(105,3%) CDI	-	24.612	31,1%
Banco Modal S.A.	TJLP	4,5%	355	0,4%
Companhia Real de Distribuição	IGP-M	-	884	1,1%
<b>Sub-total Longo Prazo</b>			<b>51.828</b>	<b>65,6%</b>
<b>Total do Endividamento</b>			<b>79.040</b>	<b>100,0%</b>

### Cronograma de Amortização



A amortização acima demonstrada, com relação ao Banco Bradesco, decore das condições contratuais estabelecidas junto a esta instituição, sendo importante ressaltar que a dívida poderá ser antecipadamente quitada a nosso critério, como ocorrido com a dívida de 131,8 milhões junto ao Banco Bradesco, liquidada em 31 de julho de 2007

### Indexadores das dívidas



### Impostos

O imposto de renda e contribuição social no 2T07, na Controladora, foi de R\$ 0,6 milhão de reais positivo. A Companhia efetivou o cálculo de seu Imposto de Renda e Contribuição Social, a partir da utilização do benefício fiscal resultante das apropriações abaixo relacionadas:

- Em 24 de fevereiro de 2006, a Companhia adquiriu a totalidade das ações do capital da Bozano Simonsen Centros Comerciais S.A. e da Realejo Participações S.A, tendo sido apurados ágios nos montantes de R\$ 307,1 milhões e R\$ 86,6 milhões, respectivamente, em relação ao valor contábil patrimonial das referidas empresas, naquela data.
- Em 22 de junho de 2006, a Companhia adquiriu a totalidade das ações da Multishopping Empreendimentos Imobiliários S.A. que se encontrava em poder da GSEMREF Emerging Market Real Estate Fund L.P, tendo sido apurados ágios nos montantes de R\$ 158,9 milhões e R\$ 10,5 milhões, respectivamente, em relação ao valor patrimonial da Multishopping naquela data.
- Em 08 de julho de 2006 a Companhia adquiriu as ações da Multishopping Empreendimentos Imobiliários S.A. que se encontravam em poder das acionistas Ana

Paula Peres e Daniela Peres, pelo valor de R\$ 900 mil, tendo sido apurado um ágio no montante de R\$ 448 mil.

Os referidos ágios tiveram como fundamento a expectativa de rentabilidade futura desses investimentos.

Com a incorporação dessas empresas, os montantes dos ágios foram classificados como "Intangível" e compõem-se como segue:

(R\$ '000)	Taxas anuais de depreciação	2T07	1T07
		Consolidado	Consolidado
Ágio em aquisições de participações	20,00%	563.534	563.534
Amortização acumulada	-	(139.819)	(111.642)
<b>Total</b>		<b>423.715</b>	<b>451.892</b>

(d) Adicionalmente, a Companhia incorporou sua até então controladora Bertolino Participações em 29 de maio de 2007. O ágio registrado no balanço da Bertolino decorrente da aquisição de participação no capital da Multiplan, no valor de R\$ 550,3 milhões, que teve como fundamento econômico a expectativa de rentabilidade futura, será amortizado pela Multiplan de acordo com as mesmas perspectivas de rentabilidade futura que lhe deu origem no período de 5 anos e 8 meses.

Em atendimento à Instrução CVM nº 349, a Bertolino constituiu anteriormente a sua incorporação uma provisão para manutenção da integridade do patrimônio líquido, no montante de R\$ 363,2 milhões, correspondente à diferença entre o valor do ágio e do benefício fiscal decorrente da sua amortização, de forma que a Multiplan incorporou somente o ativo correspondente ao benefício fiscal decorrente da amortização do ágio a ser dedutível para fins fiscais, no montante de R\$ 186,5 milhões. A referida provisão será revertida na mesma proporção em que o ágio seja amortizado pela Multiplan, não afetando, portanto o resultado de suas operações.

### Lucro Líquido ajustado

O lucro líquido ajustado de R\$ 36,2 milhões no 2T07 cresceu 121,1% se comparado ao lucro líquido ajustado de R\$ 16,4 milhões no 2T06. O lucro está sendo ajustado pelas apropriações acima mencionadas, gerando uma economia no caixa da Companhia, uma vez que essas apropriações não representam nenhum dispêndio de caixa.

### EBITDA ajustado

O EBITDA ajustado no 2T07 chegou a R\$ 45,5 milhões, mostrando um crescimento de 20,5%, quando comparado ao EBITDA ajustado de R\$ 37,7 milhões no 2T06. O EBITDA ajustado de R\$ 95,0 milhões no 1S07 apresentou um crescimento de 61,6% se comparado ao EBITDA ajustado de R\$ 58,8 milhões acumulados do 1S06.

Cálculo do EBITDA (R\$ '000)	2T07	2T06	Var. %	1S07	1S06	Var. %
Lucro (prejuízo) do período	6.674	(34.899)	n.a	17.031	(35.674)	n.a
IR & CS Correntes	(496)	9.362	n.a	1.995	12.025	▼83,4%
Receitas não operacionais líquidas	22	(1.124)	n.a	(983)	(1.695)	▼42,0%
Resultado financeiro	4.441	27.084	▼83,6%	8.820	32.272	▼72,7%
Depreciação e amortização	5.286	4.581	▲15,4%	10.456	28.096	▼62,8%
Participação minoritária	22	6.027	▼99,6%	(4)	6.027	n.a
Amortização do ágio	28.177	21.375	▲31,8%	56.354	7.438	▲657,6%
Despesas não recorrentes	1.361	5.337	▼74,5%	1.361	10.304	▼86,8%
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>45.487</b>	<b>37.744</b>	<b>▲20,5%</b>	<b>95.030</b>	<b>58.793</b>	<b>▲61,6%</b>

A Multiplan, por ser uma empresa full-service, procurando sempre se apropriar das melhores oportunidades no mercado imobiliário ao redor de nossos shoppings, tem margens diferenciadas para cada uma de suas atividades. As despesas de sede foram rateadas pelas diferentes atividades. As margens de shoppings subiram 464 bps de 62,6% para 67,2%, devido ao aumento de 2,7% das receitas e reduções de 13,3% dos custos.

(R\$ '000)	2T07				2T06			
	Rec. Líq.	Custo	EBITDA	Margem	Rec. Líq.	Custo	EBITDA	Margem
Shopping	65.110	(21.358)	43.752	67,2%	63.401	(23.738)	39.663	62,6%
Estacionamento	8.529	(5.061)	3.468	40,7%	2.122	0	2.121	100,0%
Imobiliário *	7.787	(5.207)	2.580	33,1%	3.287	(2.674)	613	18,6%
Desenvolvimento	-	(4.571)	(4.571)	0,0%	-	(6.187)	(6.187)	0,0%
Efeito da equivalência *	(2.662)	2.831	170	-6,4%	(1.313)	2.586	1.273	-97,0%
Outros resultados	-	88	88	0,0%	-	260	260	0,0%
<b>Resultados Oper.</b>	<b>78.764</b>	<b>(33.277)</b>	<b>45.487</b>	<b>57,8%</b>	<b>67.497</b>	<b>(29.753)</b>	<b>37.744</b>	<b>55,9%</b>

\*As receitas e despesas do projeto Royal Green Peninsula são consideradas no imobiliário e ajustadas na linha de efeito de equivalência patrimonial para melhor demonstrar as margens da empresa para projetos imobiliários.

## PRINCIPAIS INDICADORES DE PERFORMANCE

### Desempenho Operacional

Consolidado - MULTIPLAN (R\$ '000)	2T07	2T06	Var. %
<b>100% dos Shoppings</b>			
<b>ABL Total *</b>	<b>361.680 m<sup>2</sup></b>	<b>354.032 m<sup>2</sup></b>	<b>▲2,2%</b>
NOI	81.905	73.678	▲11,2%
Margem %	88,68%	85,53%	3,15 p.p.
NOI/m <sup>2</sup>	226,00 R\$/m <sup>2</sup>	200,00 R\$/m <sup>2</sup>	▲13,2%
<b>Participação da Multiplan</b>			
ABL Multiplan *	219.006 m <sup>2</sup>	202.284 m <sup>2</sup>	▲8,3%
Receita de Locação de lojas	54.364	47.994	▲13,3%
Receita de Locação de lojas/m <sup>2</sup>	248,00 R\$/m <sup>2</sup>	237,00 R\$/m <sup>2</sup>	▲4,6%
EBITDA Ajustado	45.487	37.744	▲20,5%
EBITDA Ajustado/m <sup>2</sup> *	208,00 R\$/m <sup>2</sup>	187,00 R\$/m <sup>2</sup>	▲11,3%
Margem EBITDA Ajustado	57,75%	55,92%	1,83 p.p.
EBITDA Shopping	43.752	39.663	▲10,3%
EBITDA Shopping/m <sup>2</sup> *	200,00 R\$/m <sup>2</sup>	196,00 R\$/m <sup>2</sup>	▲1,9%
Margem EBITDA Shopping	67,20%	62,56%	4,64 p.p.
FFO Ajustado	41.498	20.957	▲98,0%
FFO Ajustado/m <sup>2</sup> *	189,00 R\$/m <sup>2</sup>	104,00 R\$/m <sup>2</sup>	▲82,9%
Vendas Totais Shoppings Próprios	994.873	952.400	▲4,5%
Vendas Totais Shoppings Próprios/m <sup>2</sup> *	2.751,00 R\$/m <sup>2</sup>	2.690,00 R\$/m <sup>2</sup>	▲2,3%
Turnover	0,84%	0,77%	0,07 p.p.
Taxa de Ocupação	97,49%	96,12%	1,38 p.p.
Custos de Ocupação com % das Vendas	15,91%	14,37%	▲10,8%
Aluguel como % das Vendas	10,68%	8,45%	▲26,4%

\* Estas áreas não incluem o Supermercado BIG, o Pátio Savassi e a participação adicional do RibeirãoShopping. Caso fossem considerados, a ABL da Multiplan seria calculada conforme abaixo.

Ajustes de ABL	2T07	2T06	Var. %
ABL Inicial Multiplan	219.006 m <sup>2</sup>	202.284 m <sup>2</sup>	▲8,27%
BarraShoppingSul (Supermercado BIG)	14.400 m <sup>2</sup>	7.200 m <sup>2</sup>	▲100,00%
Pátio Savassi	14.695 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	▲100,00%
RibeirãoShopping (20% adicionais)	7.826 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	▲100,00%
<b>ABL Final Multiplan (julho/2007)</b>	<b>255.927 m<sup>2</sup></b>	<b>209.484 m<sup>2</sup></b>	<b>▲22,17%</b>

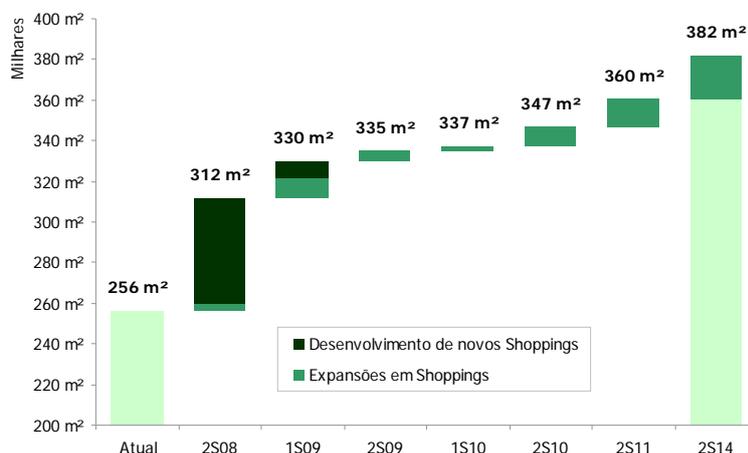


## ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO

A Multiplan tem uma consistente estratégia de crescimento focada na rentabilidade de seus investimentos. A Multiplan, além do crescimento orgânico, identifica quatro formas principais de crescimento:

1. **Desenvolvimento de novos shoppings:** Novos Shoppings podem ser desenvolvidos tanto em áreas pouco exploradas e atrativas ao mercado varejista nacional, quanto em áreas com boa capacidade de absorção deste tipo de investimento. O desenvolvimento de novos empreendimentos tem como principal ponto positivo taxas de retorno desalavancadas e reais acima de 15%. Shoppings novos também oferecem potencial de sinergias com empreendimentos imobiliários, além de expansões futuras.
2. **Expansão de shoppings existentes:** A expansão de nossos shoppings já existentes representa modalidade altamente rentável na consolidação de um shopping, pois aumenta o fluxo de consumidores, a fidelidade, o poder de barganha com lojistas e a representatividade do empreendimento na sua base geográfica. As taxas de retorno desalavancadas e reais ultrapassam 20%, pois o terreno já está pago e já existe um fundo de comércio estabelecido.
3. **Aquisição de participações minoritárias:** A aquisição de participações minoritárias em shoppings que já detemos participação, além de aumentar nossa participação no resultado do Shopping, traz grandes benefícios no que se refere à implementação de nossa gestão no respectivo empreendimento. Além da administração, a consolidação ou aquisição do controle nos shoppings que já participamos nos permite definir o melhor momento para futuras expansões, revitalizações e mudanças de mix. Salientamos ainda que esta modalidade de crescimento não adiciona custo fixo para nós, uma vez que o investimento ocorre apenas no que se refere à aquisição do ativo (adicional de participação).
4. **Aquisição de shoppings de terceiros:** A aquisição de empreendimentos já em operação representa uma forma rápida de crescimento. Nesses casos, buscamos sempre a possibilidade de melhorar o desempenho do empreendimento e, principalmente a possibilidade de integração com o nosso portfólio já existente. Ao avaliarmos a conveniência de aquisição de shoppings já em operação, procuramos sempre analisar os seguintes fatores: idade do empreendimento, tamanho, gestão, possibilidade de expansão e preços de locação praticados.

Abaixo segue o cronograma atual de projetos a serem desenvolvidos pela empresa. Considerando somente estes projetos aprovados, ponderados pela participação esperada em cada um deles, sem aquisições futuras e novos projetos que estão sendo estudados, a empresa deverá apresentar um aumento de 49% em sua ABL, ou seja, 163 mil m<sup>2</sup> sendo 126 mil m<sup>2</sup> próprios.



**CAPEX**

A Multiplan no 2T07 investiu R\$ 176,5 milhões em sua estratégia de crescimento.

CAPEX (R\$ '000)	2T07	%	Referência
Revitalizações	1.382	0,8%	Revitalizações em andamento: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ BarraShopping</li> <li>▪ MorumbiShopping</li> </ul>
Desenvolvimento de Shopping	1.872	1,1%	Shoppings em construção: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ BarraShoppingSul</li> <li>▪ Shopping VilaOlímpia</li> </ul>
Expansão de Shopping	1.023	0,6%	Expansão em desenvolvimento: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ BarraShopping Antiquarius</li> </ul>
Compra de Terreno	35.343	20,0%	Compra de Terreno: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Terreno anexo ao RibeirãoShopping</li> <li>▪ Terreno e CEPAC anexo ao MorumbiShopping</li> </ul>
Aquisição de Shopping	132450 *	75,0%	Aquisição de Shopping <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pátio Savassi</li> </ul>
Aquisições Minoritárias	4.455	2,5%	Aquisição da C&A no ParkShoppingBarigüi
<b>Total</b>	<b>176.525</b>	<b>100,0%</b>	

\* Este valor não contempla a última parcela, ainda a ser paga, no valor de R\$ 28,2 milhões.

**Shoppings em Desenvolvimento**

Shopping	ABL	%	Lançamento	Inauguração
BarraShoppingSul	51.978 m <sup>2</sup>	100,0%	dez/06	ago/08
Shopping Vila Olímpia *	26.417 m <sup>2</sup>	30,0%	jul/07	abr/09
<b>Total</b>	<b>78.395 m<sup>2</sup></b>	<b>76,4%</b>		

\* A Multiplan contribuirá com 41,958% do Custo total e receberá a Cessão de Direito do projeto na mesma proporção.

**Barra Shopping Sul – Mais de 75% da ABL locada um ano antes da Inauguração**

O BarraShoppingSul, empreendimento 100% da Multiplan, em construção na cidade de Porto Alegre, alcançou em 31 de julho de 2007, 162 de suas 247 lojas comercializadas, o que representa quase 76% da ABL (Área Bruta Locável) total do shopping. O início da comercialização ocorreu em Dezembro de 2006 e o lançamento público em maio de 2007 e já são 50.109 m<sup>2</sup> locados em um universo de 66.378 m<sup>2</sup>, faltando ainda cerca de um ano para sua inauguração. Entre as Lojas Âncoras já contratadas estão C&A, Cinemark, Colombo, WalMart (já em operação), FastShop, FNAC, Paquetá Esportes, MegaZone (jogos eletrônicos) e Renner. No segmento de moda, os destaques ficam para a gaúcha Conte Freire, revendedora de marcas internacionais, além de Fórum, Animale, Calvin Klein e Capodarte (bolsas e calçados).

**Expansões de Shopping**

Shopping	ABL	%	Lançamento	Inauguração
ParkShopping Expansão	3.072 m <sup>2</sup>	60,0%	jun/07	nov/08
BHShopping Expansão	12.735 m <sup>2</sup>	80,0%	set/08	nov/10
Shopping AnáliaFranco Expansão	12.117 m <sup>2</sup>	30,0%	mar/08	nov/09
RibeirãoShopping Expansão	6.793 m <sup>2</sup>	76,2%	mar/08	abr/09
BarraShopping Expansão VII	3.462 m <sup>2</sup>	51,1%	jun/08	nov/09
DiamondMall Expansão II	5.299 m <sup>2</sup>	90,0%	mar/08	abr/09
ParkShopping Espaço Gourmet	3.346 m <sup>2</sup>	60,0%	abr/09	abr/10
ParkShoppingBarigui Expansão II	14.784 m <sup>2</sup>	90,0%	jun/10	nov/11
ParkShoppingBarigui Espaço Gourmet	2.188 m <sup>2</sup>	90,0%	jul/07	ago/08
BarraShoppingSul Expansão	21.638 m <sup>2</sup>	100,0%	abr/13	dez/14
<b>Total</b>	<b>85.029 m<sup>2</sup></b>	<b>77,8%</b>		



### Aquisições de Participações Minoritárias em Shoppings Próprios

Shopping	ABL	%	Data	Preço	Forma de Pagto
C&A - ParkShoppingBarigüi	2.595 m <sup>2</sup>	90,0%	12/abr/07	4.455,000	À vista

Em 12 de abril de 2007, a Multiplan adquiriu 90% da Loja da C&A no ParkShoppingBarigüi pelo valor de R\$ 4,5 milhões, sendo os outros 10% adquiridos pelo outro sócio do shopping J. Malucelli. Essa aquisição adicionará 2.595 m<sup>2</sup> ao ABL do Shopping aumentando em 2.336 m<sup>2</sup> a ABL da Multiplan. Com esta aquisição a Multiplan além de exercer controle sobre esta área, passará a cobrar um aluguel mensal de R\$ 43,4 mil.

### Aquisições de Shoppings de Terceiros

Shopping	ABL	%	Data	Preço (R\$)
Pátio Savassi	17.534	83,8%	10-mai-07	1.014.500
			23-mai-07	29.232.000
			8-jun-07	8.907.531
			16-jul-07	93.296.170
			falta pagar	28.207.182
<b>Total</b>				<b>160.657.383</b>

### Shopping Pátio Savassi – Aquisição de Controle e Crescimento

A Multiplan no dia 10 de Maio de 2007 assinou contrato para aquisição de 83,81% do Shopping Pátio Savassi, em Belo Horizonte. Em 16 de julho de 2007, assumiu a administração do shopping, após o pagamento efetuado nesta mesma data.

A Multiplan efetuou a aquisição de 83,81% do Shopping por R\$ 160,7 milhões (conforme discriminado acima) com o seguinte racional em mente:

**Controle do Shopping:** A Multiplan com esta aquisição passou a deter uma participação de 83,81% do shopping. Desta forma a Multiplan passou a administrar o shopping e também a deter total controle para executar expansões, mudanças de mix e outros projetos quando eventualmente necessário ou de interesse da empresa.

**Mercado com alto potencial aquisitivo:** O Pátio Savassi está localizado na Zona Sul de Belo Horizonte, entorno do bairro Savassi, região que apresenta a maior renda familiar numa localização privilegiada. Este potencial de consumo gera maiores vendas, que por sua vez atraem mais lojistas, levando ao aumento dos aluguéis existentes e a um melhor mix que por sua vez irá atrair mais clientes num ciclo virtuoso.

**Claro Potencial de crescimento de aluguéis:** O Pátio Savassi foi inaugurado em 25 de Maio de 2004. Na qualidade de shopping mais novo, se valeu de descontos nos valores da locação, como política para atrair lojistas para uma região já atendida por 2 shoppings da Multiplan. Em 2006 a receita bruta anual por metro quadrado do Pátio Savassi foi de R\$ 653,05 enquanto no BHSopping e DiamondMall registramos receitas para o mesmo período da ordem de R\$ 1.060,70 e R\$ 845,02 respectivamente. A partir dessa situação fica claro um potencial de crescimento nos aluguéis dos lojistas deste shopping. Este aumento é esperado nos próximos 3 anos, pois a maioria dos contratos, que são de cinco anos, devem ser renegociados a partir de Maio de 2009.

**Sinergias entre os shoppings:** O Pátio Savassi será beneficiado pelo poder de barganha que a rede Multiplan detém em Belo Horizonte e de ganhos de escala decorrentes do aumento de nossa rede.



## ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO

### **Aquisição de Participação no Shopping Center Pátio Savassi**

Em 16 de julho de 2007 ocorreu o fechamento da operação de compra com a Norbel e o Cmte. José Afonso Assunção, tendo sido o valor de R\$ 93,29 milhões adicionalmente pago e, nesta data, foi iniciada a administração do shopping pela Companhia.

### **Registro de Companhia Aberta**

Em 25 de julho de 2007 a Companhia obteve junto a CVM - Comissão de Valores Mobiliários, seu registro para negociação das ações representativas de seu Capital Social em Bolsa.

Em 26 de julho de 2007 a Companhia completou a Oferta de Distribuição Pública Primária e Secundária, na qual foram emitidas 27.491.409 de novas ações, totalmente subscritas por novos acionistas; e os acionistas 1700480 Ontario, José Isaac Peres e Maria Helena Kaminitz Peres alienaram 9.448.026 de suas ações, também totalmente adquiridas por novos acionistas.

As ações novas ofertadas foram negociadas ao preço de R\$ 25,00 por ação. O valor de venda da oferta primária de ações, sem considerar o exercício do lote suplementar, foi de R\$ 687 milhões, que resultou no ingresso de R\$ 666 milhões ao caixa da Companhia, depois de descontado os valores estimados de comissões e despesas.

Conforme divulgado no Prospecto Definitivo de Oferta Pública de Distribuição Primária e Secundária de Ações Ordinárias de Emissão da Companhia, estes recursos serão destinados para aquisição de novos shoppings centers; continuidade ao desenvolvimento dos projetos do BarraShoppingSul, que se encontra em fase de construção e do Shopping VilaOlímpia, que se encontra em fase de comercialização; expansão dos shopping centers já existentes no portfólio da Companhia; aquisição de novos terrenos para o desenvolvimento de novos shopping centers e para a incorporação de novos empreendimentos residenciais e comerciais em áreas adjacentes às dos shoppings centers existentes no portfólio da Companhia; e fortalecimento de capital de giro. Até a presente data a Companhia destinou R\$ 44 milhões para quitação da dívida com a GSEMREF Emerging Market Real Estate Fund L.P., R\$ 133 milhões para aquisição de participação no Shopping Center Pátio Savassi e a diferença encontra-se em aplicação financeira.

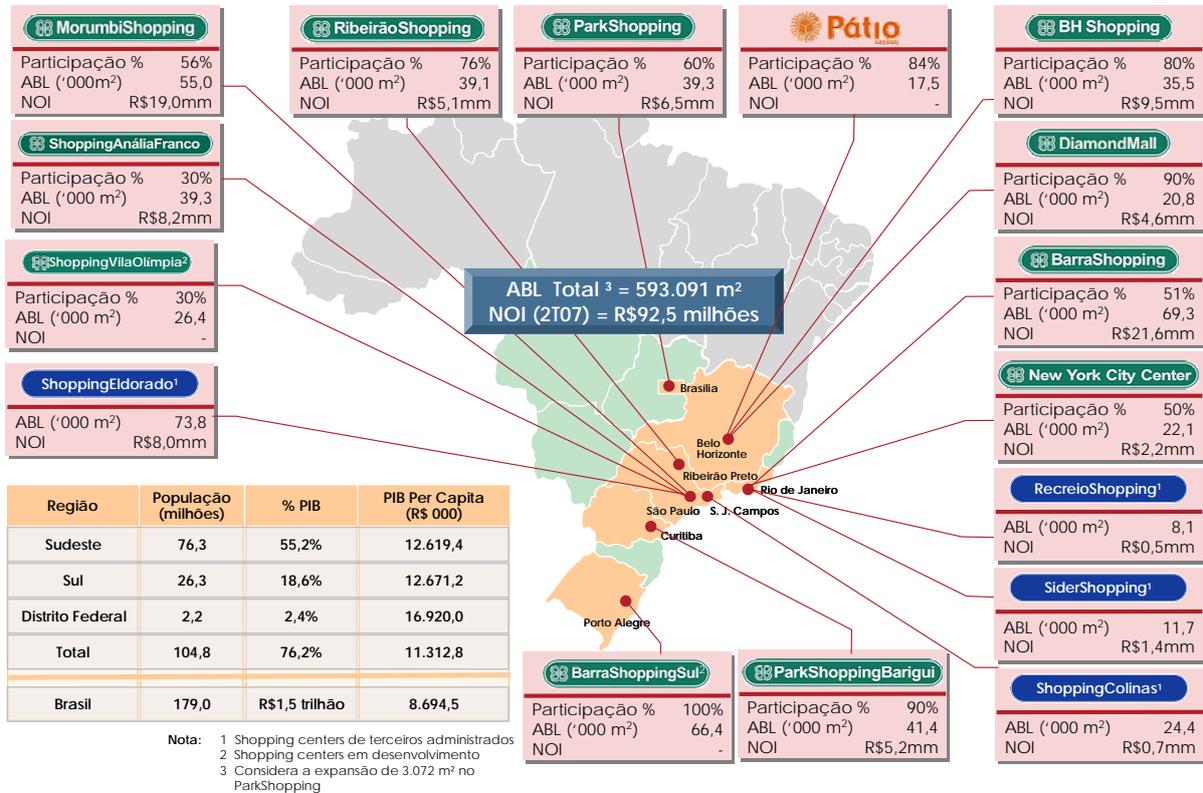
### **Aquisição de terreno junto ao MorumbiShopping**

No dia 27 de Julho de 2007 adquirimos um terreno de 1.069 m<sup>2</sup> na Rua José Áureo Bustamante em São Paulo junto ao MorumbiShopping. Com a aquisição deste terreno, passamos a deter uma área de 2.700 m<sup>2</sup> que poderá receber um prédio de escritórios aos moldes do Centro Profissional MorumbiShopping, lançado em 2006 pela empresa com sucesso total na sua comercialização.

Esta aquisição está em linha com a estratégia da empresa em desenvolver projetos de escritórios nas proximidades de shoppings, aproveitando as sinergias entre ambos.

### **Inauguração do Restaurante Antiquarius**

Em 22 de julho de 2007 foi inaugurado no BarraShopping, numa área de 505 m<sup>2</sup>, o restaurante Antiquarius, considerado um dos restaurantes mais conceituados do Rio de Janeiro. Este fato emblemático representa nossa contínua melhoria de mix visando atender às novas exigências dos consumidores cariocas por restaurantes de grande sucesso. Esta nova área, adicionada ao ABL da Multiplan, irá gerar um fluxo adicional de pessoas no BarraShopping além de contabilizar uma receita anual de R\$ 0,4 milhão.

**NOSSO PORTFOLIO (2T07)**


Shopping	Localização	ABL 2T07	NOI 2T07	ABL 2T06	NOI 2T06	Participação	Vendas 2T07
<b>SC's em Operação</b>							
BHShopping	Belo Horizonte	35.450 m²	9.454	35.450 m²	9.282	80,00%	117.328
RibeirãoShopping	Ribeirão Preto	39.130 m²	5.085	39.130 m²	4.828	76,17%	79.355
BarraShopping	Rio de Janeiro	69.316 m²	21.590	69.355 m²	19.548	51,07%	231.053
MorumbiShopping	São Paulo	54.967 m²	19.042	49.665 m²	16.920	56,29%	190.955
ParkShopping	Brasília	39.293 m²	6.517	39.276 m²	6.116	59,98%	116.826
DiamondMall	Belo Horizonte	20.757 m²	4.553	20.757 m²	3.803	90,00%	38.014
New York City Center	Rio de Janeiro	22.068 m²	2.229	22.067 m²	1.730	50,00%	30.099
Shopping AnáliaFranco	São Paulo	39.310 m²	8.194	39.310 m²	7.094	30,00%	99.644
ParkShoppingBarigüi	Curitiba	41.389 m²	5.240	39.022 m²	4.357	90,00%	91.598
Pátio Savassi	Belo Horizonte	17.534 m²	-	0 m²	-	83,81%	N/D
BarraShoppingSul *	Porto Alegre	14.400 m²	-	14.400 m²	-	100,00%	-
<b>Sub-Total SC's em Operação</b>		<b>393.614 m²</b>	<b>81.905</b>	<b>368.432 m²</b>	<b>73.678</b>	<b>65,02%</b>	<b>994.873</b>
<b>SC's/Expansões em Desenvolvimento</b>							
ParkShopping Expansão	Brasília	3.072 m²	-	0 m²	-	59,98%	-
BarraShoppingSul	Porto Alegre	51.978 m²	-	0 m²	-	100,00%	-
Shopping VilaOlímpia	São Paulo	26.417 m²	-	0 m²	-	30,00%	-
<b>Sub-Total SC's/Expansões em Desenvolvimento</b>		<b>81.467 m²</b>	<b>-</b>	<b>0 m²</b>	<b>-</b>	<b>75,79%</b>	<b>-</b>
<b>SC's de Terceiros</b>							
Shopping Eldorado	São Paulo	73.789 m²	8.021	69.381 m²	6.459	0,00%	121.676
Shopping Colinas	S.J. dos Campos	24.435 m²	695	23.461 m²	862	0,00%	32.304
Sider Shopping	Rio de Janeiro	11.734 m²	1.413	11.734 m²	1.238	0,00%	29.530
Recreio Shopping	Rio de Janeiro	8.051 m²	497	8.009 m²	151	0,00%	15.790
<b>Sub-Total SC's de Terceiros</b>		<b>118.009 m²</b>	<b>10.627</b>	<b>112.585 m²</b>	<b>8.709</b>	<b>0,00%</b>	<b>199.300</b>
<b>Total do Portfolio</b>		<b>593.091 m²</b>	<b>92.532</b>	<b>481.018 m²</b>	<b>82.388</b>	<b>53,56%</b>	<b>1.194.173</b>

\* Corresponde ao Supermercado BIG, que já opera no local.

**ANEXO I**

(R\$ '000)	2T07	2T06	Δ %	1S07	1S06	Δ %
Locação de lojas	54.364	47.994	▲13,27%	106.816	77.551	▲37,74%
Serviços	12.116	17.143	▼29,32%	22.989	28.130	▼18,28%
Cessão de direitos	4.859	3.402	▲42,82%	9.426	5.471	▲72,29%
Receitas de estacionamento	9.728	2.362	▲311,83%	13.753	4.052	▲239,38%
Venda de imóveis	5.188	2.062	▲151,58%	10.363	7.780	▲33,19%
Outras	0	2	▼100,00%	0	64	▼100,00%
<b>Receita Bruta</b>	<b>86.254</b>	<b>72.966</b>	<b>▲18,21%</b>	<b>163.347</b>	<b>123.049</b>	<b>▲32,75%</b>
Impostos sobre a receita	-7.490	-5.469	▲36,96%	-14.219	-9.821	▲44,79%
<b>Receita líquida</b>	<b>78.764</b>	<b>67.497</b>	<b>▲16,69%</b>	<b>149.128</b>	<b>113.229</b>	<b>▲31,71%</b>
<b>(Receitas) despesas operacionais</b>						
Sede	-15.007	-17.316	▼13,33%	-23.717	-33.311	▼28,80%
Despesas não recorrentes (IPO)	-1.361	-5.337	▼74,49%	-1.361	-10.304	▼86,79%
Shopping centers	-10.922	-12.609	▼13,38%	-19.864	-16.895	▲17,57%
Estacionamento	-5.061	0	▲100,00%	-7.478	0	▲100,00%
Custo dos imóveis vendidos	-2.971	-1.366	▲117,51%	-5.969	-4.302	▲38,74%
Resultado de equivalência patrimonial	596	1.278	▼53,37%	2.173	702	▲209,30%
Amortização do ágio	-28.177	-21.375	▲31,82%	-56.354	-27.158	▲107,50%
Receitas financeiras	1.697	2.725	▼37,72%	3.064	6.168	▼50,32%
Despesas financeiras	-6.138	-5.248	▲16,97%	-11.884	-7.910	▲50,25%
Despesas Financeiras não-recorrentes (Bradesco)	0	-24.562	▼100,00%	0	-30.530	▼100,00%
Depreciações e amortizações	-5.286	-4.581	▲15,38%	-10.456	-8.375	▲24,85%
Outras receitas (despesas) operacionais	88	260	▼66,18%	758	-631	▼220,26%
<b>(Lucro) prejuízo operacional</b>	<b>6.222</b>	<b>-20.634</b>	<b>▼130,15%</b>	<b>18.040</b>	<b>-19.317</b>	<b>▼193,39%</b>
Lucro não Operacional	-22	1.124	▼101,94%	983	1.695	▼42,00%
<b>Lucro (prejuízo) antes do IR, CS e PM</b>	<b>6.200</b>	<b>-19.510</b>	<b>▼131,78%</b>	<b>19.023</b>	<b>-17.622</b>	<b>▼207,95%</b>
IR & CS	616	-5.909	▼110,43%	-1.681	-11.199	▼84,99%
IR & CS diferidos	-120	-3.453	▼96,53%	-314	-826	▼61,98%
Participação dos acionistas minoritários	-22	-6.027	▼99,63%	4	-6.027	▼100,06%
<b>(Lucro líquido) / Prejuízo do período</b>	<b>6.674</b>	<b>-34.899</b>	<b>▼119,12%</b>	<b>17.031</b>	<b>-35.674</b>	<b>▼147,74%</b>
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>45.487</b>	<b>37.744</b>	<b>▲20,52%</b>	<b>95.031</b>	<b>58.792</b>	<b>▲61,64%</b>
<b>EBIT</b>	<b>12.024</b>	<b>11.788</b>	<b>▲2,01%</b>	<b>28.221</b>	<b>23.259</b>	<b>▲21,33%</b>
<b>FFO</b>	<b>41.498</b>	<b>20.957</b>	<b>▲98,02%</b>	<b>85.203</b>	<b>40.694</b>	<b>▲109,38%</b>
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>36.213</b>	<b>16.376</b>	<b>▲121,14%</b>	<b>74.747</b>	<b>32.318</b>	<b>▲131,28%</b>

**ANEXO II**

Período encerrado em - (R\$ '000)	30/6/2007	31/3/2007
<b>Ativo</b>		
<b>Circulante</b>		
Disponibilidades	12.039	11.268
Contas a receber	45.996	42.450
Valores a receber	897	1.113
Empréstimos e adiantamentos diversos	41.850	5.116
Impostos e contribuições a recuperar	6.837	5.846
Outros	152	230
<b>Total Circulante</b>	<b>107.771</b>	<b>66.023</b>
<b>Realizável a longo prazo</b>		
Créditos com partes relacionadas	1.192	1.145
Valores a receber	11.349	10.095
Terrenos e imóveis a comercializar	74.719	39.152
Empréstimos e adiantamentos diversos	3.062	2.294
Depósitos judiciais	14.222	14.335
Imposto de renda diferido	193.963	6.971
Outros	44	44
<b>Total Realizável a longo prazo</b>	<b>298.551</b>	<b>74.037</b>
<b>Permanente</b>		
Investimentos	42.804	42.471
Imobilizado	644.750	641.303
Diferido	441.349	463.819
<b>Total Permanente</b>	<b>1.128.903</b>	<b>1.147.593</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>1.535.225</b>	<b>1.287.653</b>
<b>Passivo</b>		
<b>Circulante</b>		
Empréstimos e financiamentos	27.212	13.120
Aquisição de Ações	44.114	45.320
Contas a pagar	5.955	4.652
Obrigações por aquisição de bens	53.008	37.710
Impostos e contribuições a recolher	6.396	6.886
Parcelamento de impostos	319	518
Impostos Diferidos	-	-
Dividendos a pagar	430	496
Débitos com partes relacionadas	858	2.228
Adiantamentos de clientes	-	1.555
Outros	664	666
<b>Total Circulante</b>	<b>138.955</b>	<b>113.150</b>
<b>Exigível a longo prazo</b>		
Empréstimos e financiamentos	51.829	32.152
Aquisição de Ações	47.211	46.718
Débitos com partes relacionadas	-	-
Obrigações por aquisição de bens	25.644	22.068
Parcelamento de impostos	1.849	1.881
Impostos Diferidos	-	-
Provisão para contingências	16.488	16.873
<b>Total Exigível a longo prazo</b>	<b>143.021</b>	<b>119.691</b>
<b>Resultados de exercícios futuros</b>	<b>70.023</b>	<b>64.894</b>
<b>Participação dos acionistas minoritários</b>	<b>1.236</b>	<b>906</b>
<b>Patrimônio líquido</b>		
Capital social	264.419	264.419
Reservas de capital	932.425	745.877
Reserva de lucros	-	-
Lucros (prejuízos) acumulados	(14.854)	(21.284)
Reserva de incentivos fiscais	-	-
Reserva de reavaliação	-	-
Dividendos	-	-
Juros sobre capital proprio	-	-
<b>Total Patrimônio líquido</b>	<b>1.253.249</b>	<b>1.054.812</b>
<b>Total Passivo</b>	<b>1.535.225</b>	<b>1.287.653</b>

## Glossário

**ABC:** Área Bruta Comercial, correspondente ao somatório de todas as áreas comerciais dos Shopping Centers, ou seja, a ABL somada às áreas de lojas vendidas.

**ABL:** Área Bruta Locável, correspondente ao somatório de todas as áreas disponíveis para a locação em Shopping Centers, exceto quiosques.

**ABL Próprio:** Refere-se ao ABL total multiplicado pela nossa participação em cada shopping.

**Net Operating Income (NOI):** Refere-se a soma do resultado operacional e do resultado de estacionamento. Para cálculo do NOI, a taxa de administração é considerada uma despesa.

**EBITDA:** Lucro líquido (prejuízo) adicionado das despesas com IRPJ e CSLL, resultado não operacional, resultado financeiro, depreciação e amortização, participação de acionistas minoritários e despesas não recorrentes. O EBITDA não tem uma definição única e a definição de EBITDA pode não ser comparável ao EBITDA utilizado por outras companhias.

**EBITDA Ajustado:** EBITDA ajustado para as despesas não recorrentes com o IPO, custos de reestruturação, depreciação e amortização.

**Lucro Líquido Ajustado:** Lucro Líquido ajustado para as despesas não recorrentes com o IPO, custos de reestruturação, depreciação e amortização.

**FFO Ajustado:** Soma do Lucro Líquido ajustado, depreciação e amortização.

**Aluguel Mínimo:** Aluguel base do contrato de locação de um lojista. Caso um lojista não tenha um base o aluguel mínimo passa a ser uma porcentagem de suas vendas.

**Aluguel Complementar:** A diferença entre o aluguel mínimo e o aluguel com base numa porcentagem cobrada, definida em contrato, sobre as vendas. Este valor é pago somente se o aluguel percentual for maior que o aluguel mínimo.

**Merchandising:** Merchandising é todo tipo de locação num shopping não vinculada a uma área do ABL do shopping. Merchandising inclui receitas de quiosques, stands, cartazes, locação de espaços em pilares, portas, escadas rolantes, entre outros pontos de exposição num shopping.

**Lojas Âncora:** Grandes lojas conhecidas do público, com características estruturais e mercadológicas especiais, que funcionam como força de atração de consumidores, assegurando permanente afluência e trânsito uniforme destes em todas as áreas do Shopping Center. Estas lojas devem ter mais de 1.000m<sup>2</sup>.

**Lojas Satélite:** Pequenas lojas, sem características estruturais e mercadológicas especiais, localizadas no entorno das Lojas Âncora e destinadas ao comércio em geral.

**VGV:** Volume Geral de Venda. Refere-se ao total de unidades a vender em um empreendimento imobiliário multiplicado pelo valor de tabela de cada uma delas.



## RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Como parte do bom relacionamento que almejamos desenvolver com nossos novos investidores e no intuito de manter a transparência da empresa, a Multiplan convida a todos para o conference call, para discutir os resultados da empresa no 2T07, e sanar todas as eventuais dúvidas que apareçam durante o evento. Segue abaixo os detalhes do evento:

### Teleconferência

#### Português

16 de Agosto de 2007  
9:30 (horário de Brasília)  
8:30 (East Time)  
Tel.: +55 11 2188 0188  
Replay: +55 11 2188 0188  
Código: MULTIPLAN

#### Inglês

16 de Agosto de 2007  
11:30 (horário de Brasília)  
10:30 (East Time)  
Tel.: +1 973 935 8893  
Replay: +1 973 341 3080  
Código: 9101533

Adicionalmente, caso ainda permaneçam dúvidas após o evento, a Multiplan está à inteira disposição para maiores esclarecimentos. Para isso, favor entrar em contato com:

### **Mário Augusto Nogueira de Paula**

Diretor Vice-Presidente e de Relações com Investidores

### **Hans Christian Melchers**

Gerente de Planejamento e de Relações com Investidores

Tel.: +55 (21) 3433-5224  
Fax: +55 (21) 3433-5322  
E-mail: [ri@multiplan.com.br](mailto:ri@multiplan.com.br)