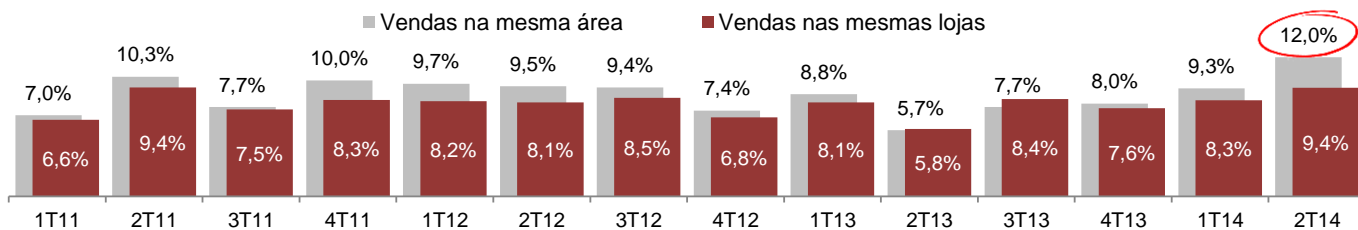


VENDAS NA MESMA ÁREA (SAS) CRESCEM 12,0% E VENDAS TOTAIS 15,2% NOS SHOPPING CENTERS DA MULTIPLAN

Rio de Janeiro, 10 de julho de 2014 – A **Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (BM&FBOVESPA: MULT3)** anuncia os dados preliminares de vendas do segundo trimestre de 2014.

As Vendas na Mesma Área (SAS) apresentaram um aumento de 12,0%, enquanto as Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) cresceram 9,4% na comparação com o 2T13, resultado do aprimoramento do mix de lojistas ocorrido neste período. As Vendas na Mesma Área e as Vendas nas Mesmas Lojas registraram o maior crescimento nos últimos 14 trimestres, conforme o gráfico abaixo.

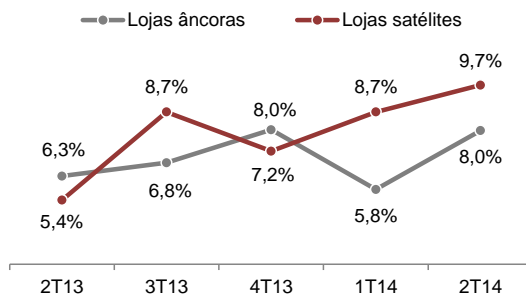


Vendas na Mesma Área (SAS) e Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

A tabela de SSS por segmento mostra o bom desempenho da evolução de vendas, com destaque para Alimentação, com crescimento de 19,2%, e Artigos Diversos, com 11,8%. A evolução por o tipo de loja – âncoras e satélites – apresentou um crescimento de 430 pontos base frente ao 2T13, nas satélites, e 170 pontos base nas âncoras.

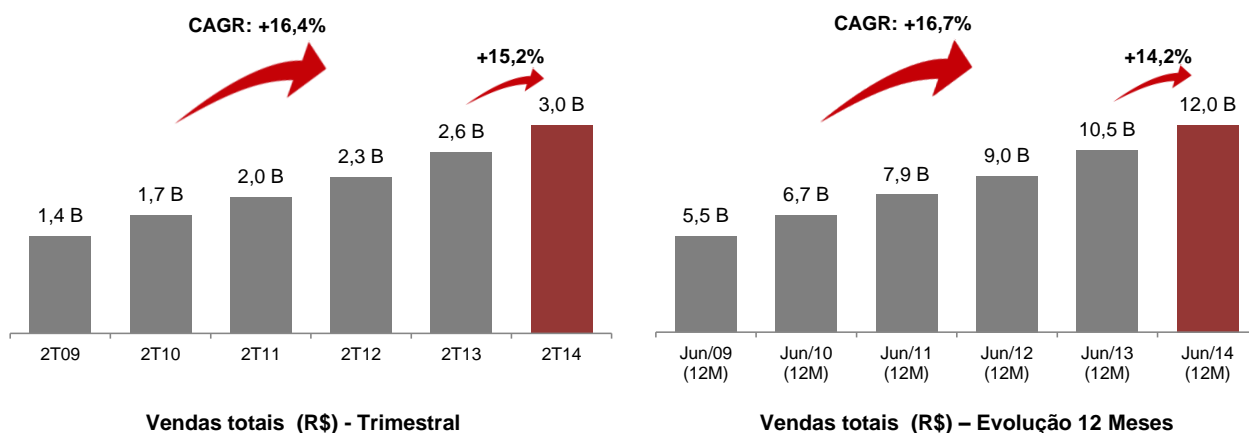
Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) – 2T14			
Segmento	Âncora	Satélite	Total
Alimentação	-	▲19,2%	▲19,2%
Vestuário	▲8,0%	▲6,6%	▲6,9%
Artigos para o Lar	▲9,7%	▲7,2%	▲8,1%
Artigos Diversos	▲6,7%	▲14,0%	▲11,8%
Serviços	▲5,2%	▼0,8%	▲1,5%
Total	▲8,0%	▲9,7%	▲9,4%

Abertura de SSS por segmento – 2T14



Evolução de lojas Âncoras e Satélites

No segundo trimestre, as vendas totais nos 18 shopping centers da Multiplan somaram R\$3,0 bilhões, um crescimento de 15,2% comparado ao mesmo período do ano anterior. Nos últimos 12 meses, as vendas totais foram de R\$12,0 bilhões, refletindo um crescimento de 14,2% frente aos 12 meses anteriores. O crescimento médio ponderado (CAGR) dos últimos cinco anos foi expressivo, atingindo a marca dos 16,4% no comparativo trimestre a trimestre, e 16,7% na comparação 12M.



O crescimento das vendas nos shopping centers consolidados tiveram como destaque o RibeirãoShopping, com aumento de 20,4%, o MorumbiShopping, com 16,5%, o DiamondMall, com 12,9%, e o ParkShopping com 10,7%. Entre os novos shopping centers, abertos no quarto trimestre de 2012, VillageMall, ParkShoppingCampoGrande e JundiaíShopping, o melhor desempenho foi do VillageMall, cujo crescimento foi de 91,8%, quase dobrando suas vendas sobre o segundo trimestre do ano passado, seguido do JundiaíShopping, com 28,6%, e o ParkShoppingCampoGrande, com 22,4%. O gráfico abaixo mostra a consistência do processo de consolidação desses três novos shopping centers, aumentando o percentual de participação das vendas dos shoppings novos sobre vendas totais de 7,8%, no 1T13, para 10,8%, no 2T14.



A taxa de ocupação de 98,4% permaneceu em linha com o primeiro trimestre de 2014, e foi 80 pontos base maior do que o 2T13 em 97,6%.

Armando d'Almeida Neto

Vice Presidente e Diretor de Relações com Investidores

Aviso Legal: As informações aqui divulgadas são preliminares e poderão ser alteradas sem aviso prévio. A Companhia não está obrigada divulgar a atualização ou revisão destas informações. Os leitores/investidores devem estar cientes de que muitos fatores podem afetar nossos resultados fazendo com que sejam materialmente diferentes das informações contidas neste documento. O leitor/investidor não deve basear sua decisão sobre investimento em valores mobiliários da Companhia tomando como base apenas as informações acima.

RI – Multiplan
 Tel: (21) 3031-5200
 Fax: (21) 3031-5322

Endereço: Av. das Américas, 4.200
 Bloco 2 - Sala 501 Duplex
 Barra da Tijuca- Rio de Janeiro
 CEP: 22640-102

Índice Brasil **IBRX**
MULT3 NÍVEL 2
 BM&FBOVESPA

Índice Imobiliário **IMOB**

Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada **IGC**
 Índice de Ações com Tag Along Diferenciado **ITAG**

MidLarge Cap **MLCX**

Email: ri@multiplan.com.br

Website: www.multiplan.com.br/ri