



IGUATEMI
S.A.

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

3T25

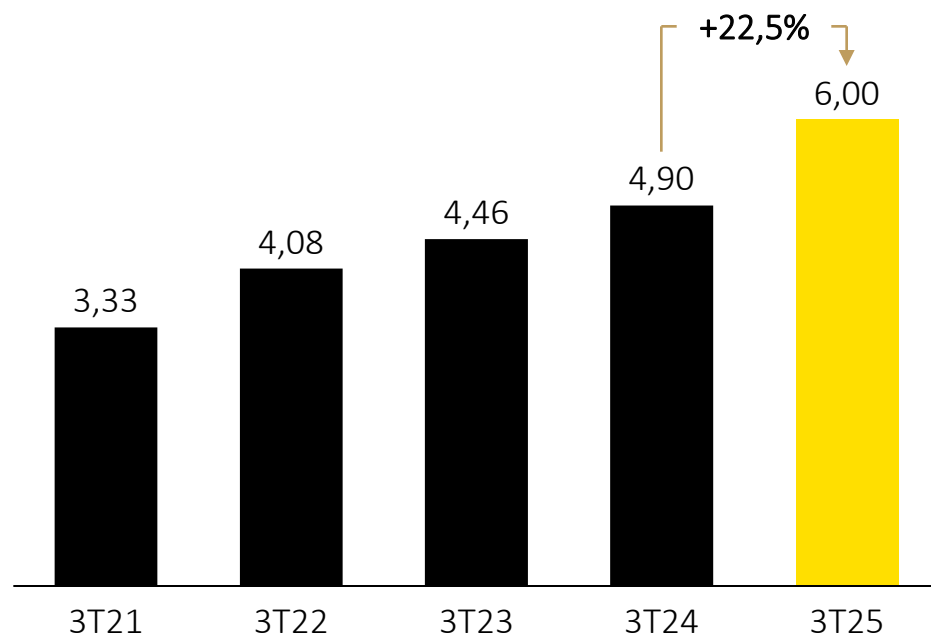


Agenda

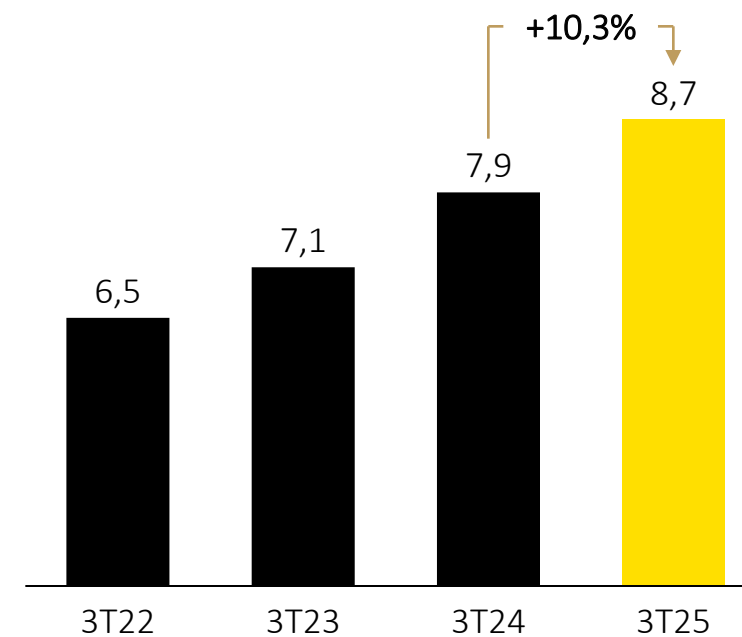
1. Destaques do trimestre
2. Desempenho Operacional e Financeiro

EXPANSÃO E QUALIFICAÇÃO IMPULSIONAM VENDAS DO PORTFÓLIO NO 3T25

Vendas totais em 3T's (R\$ bilhões)

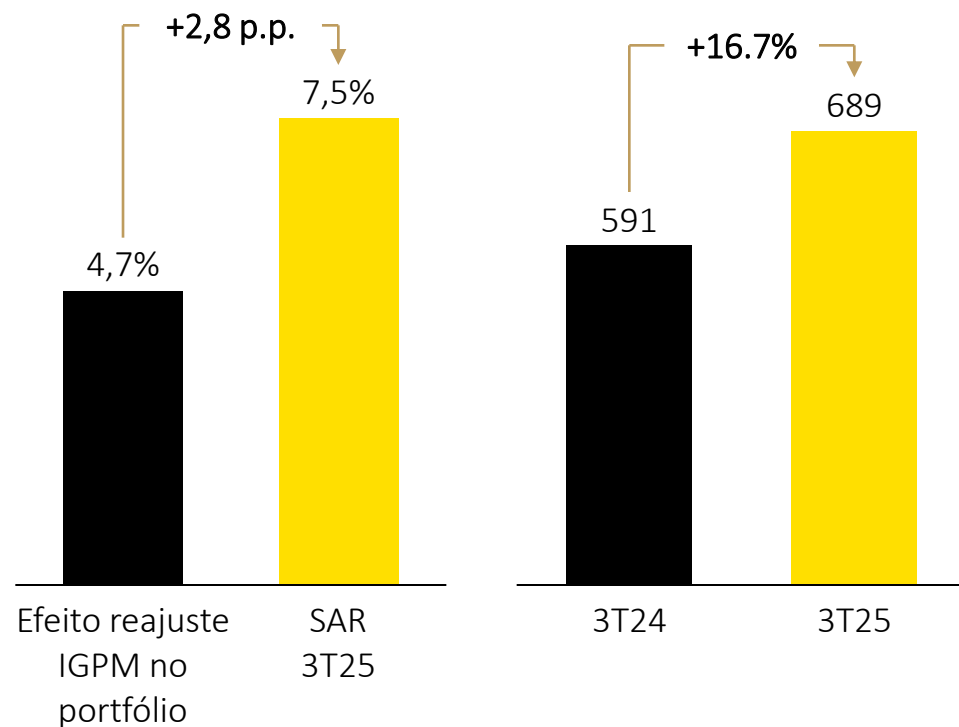


Vendas totais por m² (R\$ mil)

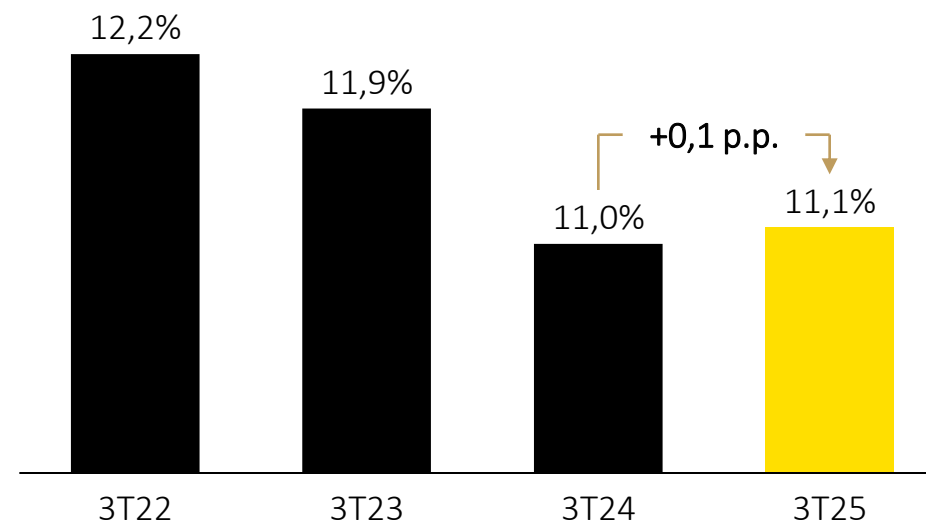


CRESCIMENTO REAL DOS ALUGUÉIS REFORÇA ESTRATÉGIA DE RENTABILIZAÇÃO DOS ATIVOS

Crescimento real SAR e Aluguel/m² - Shoppings

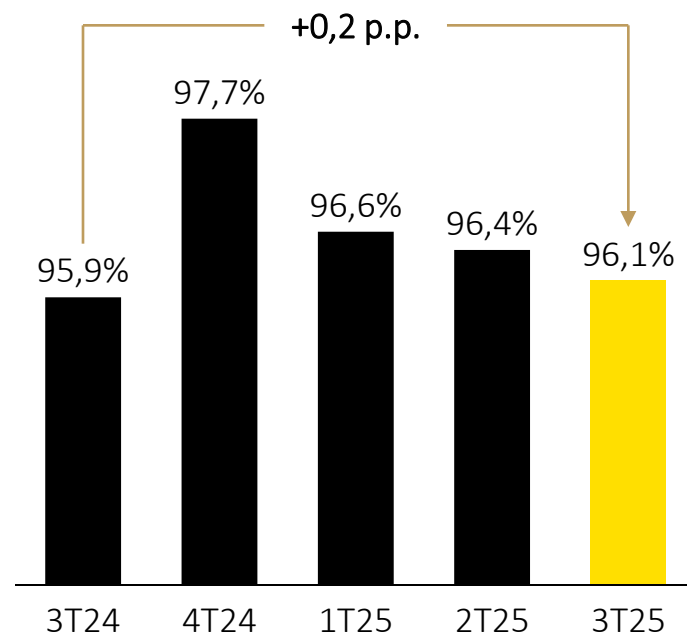


Evolução custo ocupação (% sobre as vendas)



NO TERCEIRO TRIMESTRE A MÉDIA DE OCUPAÇÃO DO PORTFÓLIO ATINGIU 96,1%, 0,2 P.P. ACIMA DO 3T24

Evolução da taxa de ocupação (% ABL)



HIGHLIGHTS

- Iguatemi São Paulo: H&M, 1ª loja na América Latina, Alo Yoga e Moncler;
- Shopping JK Iguatemi: Christian Louboutin;
- Shopping Iguatemi Porto Alegre: Ricardo Almeida e MISCI;
- Shopping Iguatemi Porto Alegre: Chanel Beauty, Expansão e Livraria Travessa.

IGUATEMI ANUNCIA 4 NOVAS LOJAS COM H&M PREVISTAS PARA 2026

Inauguração 1ª Loja e Expansão H&M

- Posicionamento da Iguatemi como **parceira estratégica** para expansão da H&M no Brasil
- As quatro unidades totalizam cerca de 8 mil m² de ABL distribuídas nas regiões Sul e Sudeste:
 - Shoppings Iguatemi Porto Alegre e Praia de Belas
 - Shopping RIOSUL
 - Shopping Iguatemi Esplanada



H&M anuncia quatro novas lojas no Brasil para 2026

Após estreia em agosto, varejista sueca prevê inaugurações em Sorocaba (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Porto Alegre (RS) para próximo ano

Da **CNN Brasil**

25/09/25 às 18:48 | Atualizado 25/09/25 às 18:48



IGUATEMI CONCLUI VENDA DE PARTICIPAÇÕES NOS PÁTIOS HIGIENÓPOLIS E PÁTIO PAULISTA

- Qualificação do portfólio e consolidação na cidade de São Paulo, principal centro econômico da América Latina;
- Marco estratégico que fortalece a posição da Companhia em dois dos mais prestigiados shoppings do país



HIGHLIGHTS

- **Venda de participação** nos shoppings Pátio Paulista e Pátio Higienópolis para a FUNCEF e RBR, respectivamente
- As operações somaram **R\$ 414,4 milhões** (referente a 7% do Pátio Higienópolis e 10% do Pátio Paulista), sendo **R\$290,1 milhões** recebidas entre agosto e setembro;
- % final da Iguatemi nos empreendimentos:
 - **11,45%** do Pátio Paulista
 - **28,95%** do Pátio Higienópolis
- O investimento total de R\$700 milhões, nos dois ativos, foi parcialmente suportado pela venda de 49% do Complexo Market Place e do Shopping Galleria concluída em junho, por R\$500 milhões.

IGUATEMI – CULTURA, EXPERIÊNCIAS E PESSOAS

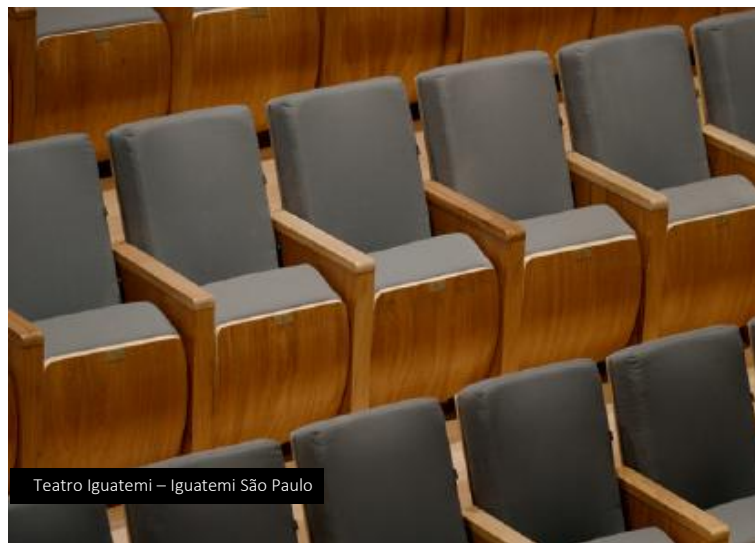
GPTW 2025 – Vozes Iguatemi

- A Iguatemi manteve a **favorabilidade de seus colaboradores em 83% na pesquisa anual de clima aplicada pela GPTW**;
- As afirmativas que tiveram as maiores notas foram: **orgulho, respeito e imparcialidade**, que são elementos dos valores da Iguatemi.
- Com esse resultado a Iguatemi foi reconhecida pelo **7º ano consecutivo como uma das melhores empresas para se trabalhar** segundo a classificação GPTW



TEATRO IGUATEMI– IGUATEMI SÃO PAULO

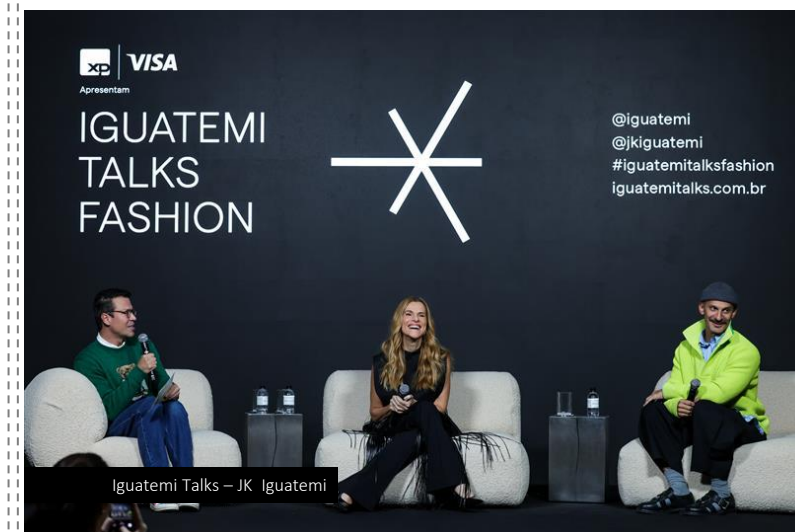
- Inauguração do Teatro Iguatemi fortalece o papel da Iguatemi como incentivadora de arte e cultura;
- O Teatro está localizado no 10º andar do Iguatemi Paulo, e pode receber até 258 pessoas em um ambiente moderno com experiência sensorial e acústica inovadora.



Teatro Iguatemi – Iguatemi São Paulo

IGUATEMI TALKS – 9ª EDIÇÃO

- Iguatemi foi mais uma vez, **palco das principais discussões sobre tendências de moda, consumo e lazer do cenário global**;
- O evento aconteceu nos dias 21 e 22 de outubro e contou com a participação de personalidades como Constanza Pascolato, Giambattista Valli e Daniella Vitale.



Agenda

1. Destaques do trimestre
- 2. Desempenho Operacional e Financeiro**

PRINCIPAIS INDICADORES OPERACIONAIS

Indicadores Operacionais	3T25	3T24	Var. %	09M25	09M24	Var. %
ABL Total (m ²)	788.569	701.010	12,5%	776.070	723.376	7,3%
ABL Própria (m ²)	448.966	471.897	-4,9%	472.133	471.897	0,0%
ABL Própria Média (m ²)	448.966	482.969	-7,0%	472.133	488.111	-3,3%
ABL Total Shopping (m ²)	735.059	662.210	11,0%	735.069	669.252	9,8%
ABL Própria Shopping (m ²)	422.397	431.248	-2,1%	438.523	444.217	-1,3%
Total Shoppings ⁽¹⁾	17	16	6,3%	17	16	6,3%
Vendas Totais (R\$ mil)	5.999.147	4.896.417	22,5%	17.340.597	14.152.919	22,5%
Vendas mesmas lojas (SSS)	5,8%	8,9%	-3,1 p.p.	8,2%	6,6%	1,6 p.p.
Vendas mesma área (SAS)	9,0%	10,3%	-1,3 p.p.	10,8%	9,1%	1,6 p.p.
Aluguéis mesmas lojas (SSR)	7,1%	6,3%	0,8 p.p.	7,3%	5,3%	2,0 p.p.
Aluguéis mesma área (SAR)	7,5%	3,8%	3,7 p.p.	7,2%	2,6%	4,6 p.p.
Custo de Ocupação (% das vendas)	11,1%	11,0%	0,1 p.p.	11,1%	11,5%	-0,4 p.p.
Taxa de Ocupação	96,1%	95,9%	0,2 p.p.	96,3%	95,0%	1,3 p.p.
Inadimplência líquida	-0,3%	-3,1%	2,8 p.p.	0,6%	-0,5%	1,1 p.p.
Venda/m ² - Shoppings ⁽²⁾	8.739	7.826	11,7%	25.661	22.675	13,2%
Aluguel/m ² - Shoppings ⁽²⁾	689	591	16,7%	1.993	1.811	10,0%
Aluguel/m ² ⁽³⁾	612	538	13,6%	1.768	1.544	14,5%

(1) Considera Iguatemi Esplanada e Esplanada Shopping como um único empreendimento.

(2) Considera vendas e receita de aluguel dos shoppings e ABL total shoppings (exclui torres, outlets e Power Center Iguatemi Campinas).

(3) Considera ABL total shoppings, outlets e torres.

DESEMPENHO ECONÔMICO E FINANCEIRO

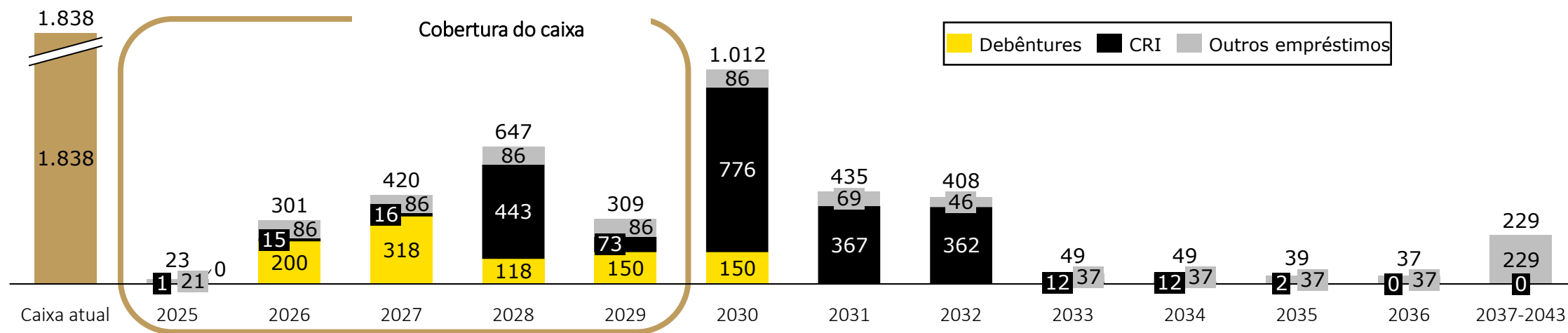
Indicadores Financeiros – Gerencial	3T25	3T24	Var. %	09M25	09M24	Var. %
Receita Líquida	372.864	310.653	20,0%	1.086.007	895.177	21,3%
EBITDA (R\$ mil)	291.703	227.488	28,2%	962.272	636.844	51,1%
Margem EBITDA	78,2%	73,2%	5,0 p.p.	88,6%	71,1%	17,5 p.p.
Lucro Líquido (R\$ mil)	120.869	101.171	19,5%	437.447	258.551	69,2%
Margem Líquida	32,4%	32,6%	-0,2 p.p.	40,3%	28,9%	11,4 p.p.
FFO (R\$ mil)	152.279	149.050	2,2%	525.398	399.084	31,7%
Margem FFO	40,8%	48,0%	-7,1 p.p.	48,4%	44,6%	3,8 p.p.
Receita Líquida ajustada ⁽¹⁾	381.021	323.755	17,7%	1.118.160	946.351	18,2%
EBITDA ajustado (R\$ mil) ⁽¹⁾	302.441	250.848	20,6%	992.127	709.013	39,9%
Margem EBITDA ajustado	79,4%	77,5%	1,9 p.p.	88,7%	74,9%	13,8 p.p.
Lucro Líquido ajustado (R\$ mil) ⁽⁴⁾	128.921	118.472	8,8%	451.329	333.382	35,4%
Margem Líquida ajustada	33,8%	36,6%	-2,8 p.p.	40,4%	35,2%	5,1 p.p.
FFO ajustado (R\$ mil) ⁽¹⁾	160.331	166.351	-3,6%	539.281	473.914	13,8%
Margem FFO ajustada	42,1%	51,4%	-9,3 p.p.	48,2%	50,1%	-1,8 p.p.
NOI ajustado (R\$ mil) ⁽²⁾	298.016	253.125	17,7%	957.590	742.901	28,9%
Margem NOI ajustada	97,5%	92,3%	5,2 p.p.	94,9%	92,0%	2,9 p.p.

(1) Excluindo o efeito da linearização, SWAP de ações.

(2) NOI Shoppings consolidado na participação Iguatemi

ENDIVIDAMENTO E LIABILITY MANAGEMENT

Cronograma de Amortização da Dívida



Dados consolidados (R\$ mil)	30/09/25	30/06/25	Var. %
Dívida total	3.984.652	4.092.834	-2,6%
Disponibilidades	1.838.378	1.711.018	7,4%
Dívida líquida	2.146.274	2.381.816	-9,9%
EBITDA (LTM)	1.263.304	1.199.089	5,4%
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾ (LTM)	1.307.379	1.255.786	4,1%
Dívida líquida/EBITDA	1,70x	1,99x	-0,29
Dívida líquida/EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	1,64x	1,90x	-0,26
Custo da dívida (% CDI)	101,9%	102,2%	-0,3 p.p.
Prazo da dívida (anos)	4,8	4,9	-0,1

Dívida Líquida/EBITDA:
1,84X
desconsiderando o ganho de capital com a venda do Complexo Market Place e Galleria

(1) Excluindo o efeito da linearização e o resultado SWAP de ações.

Contato

Ciro Neto
CEO

Guido Oliveira
CFO e Diretor de Relações com Investidores

Marcos Souza
Diretor de Relações com Investidores e Planej. Integrado

Victor Barbosa
Gerente de Relações com Investidores

Gabriela Hawat
Analista de Relações com Investidores

Ana Beatriz Lima
Analista de Relações com Investidores

+55 11 3137-7134/ 7037

ri@lguatemi.com.br

<https://ri.lguatemi.com.br/>

Considerações referentes às perspectivas do negócio, estimativas de resultados operacionais e financeiros, e às perspectivas de crescimento da Iguatemi, eventualmente expressas neste relatório, se constituem apenas em projeções e, como tal, baseiam-se exclusivamente nas expectativas da administração da Iguatemi em relação ao futuro do negócio e seu contínuo acesso a capitais para financiar o plano de negócios da Companhia. Tais considerações dependem, substancialmente, de mudanças nas condições de mercado, regras governamentais, pressões da concorrência, do desempenho do setor e da economia brasileira, entre outros fatores e estão, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio.



CONFERENCE CALL

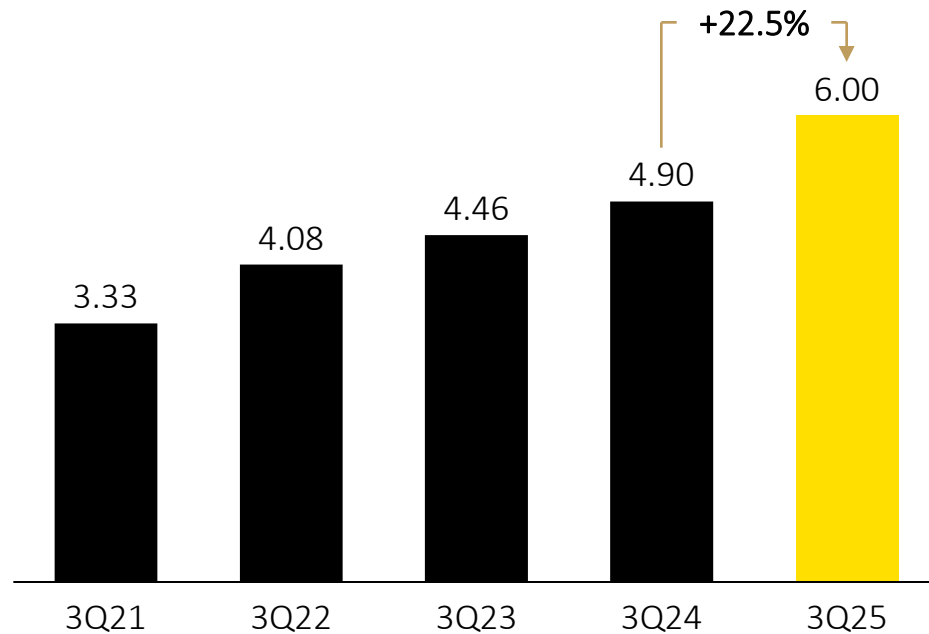
3 Q 2 5

Agenda

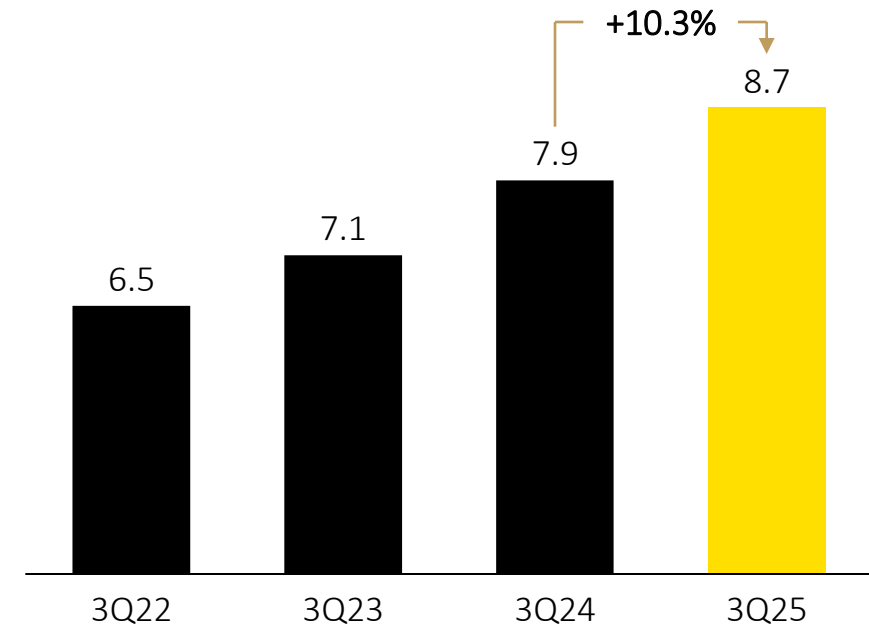
1. Quarter Highlights
2. Operational and Financial Performance

EXPANSION AND QUALIFICATION DRIVE PORTFOLIO SALES IN 3Q25

Sales Growth 3Q'S (R\$ billion)

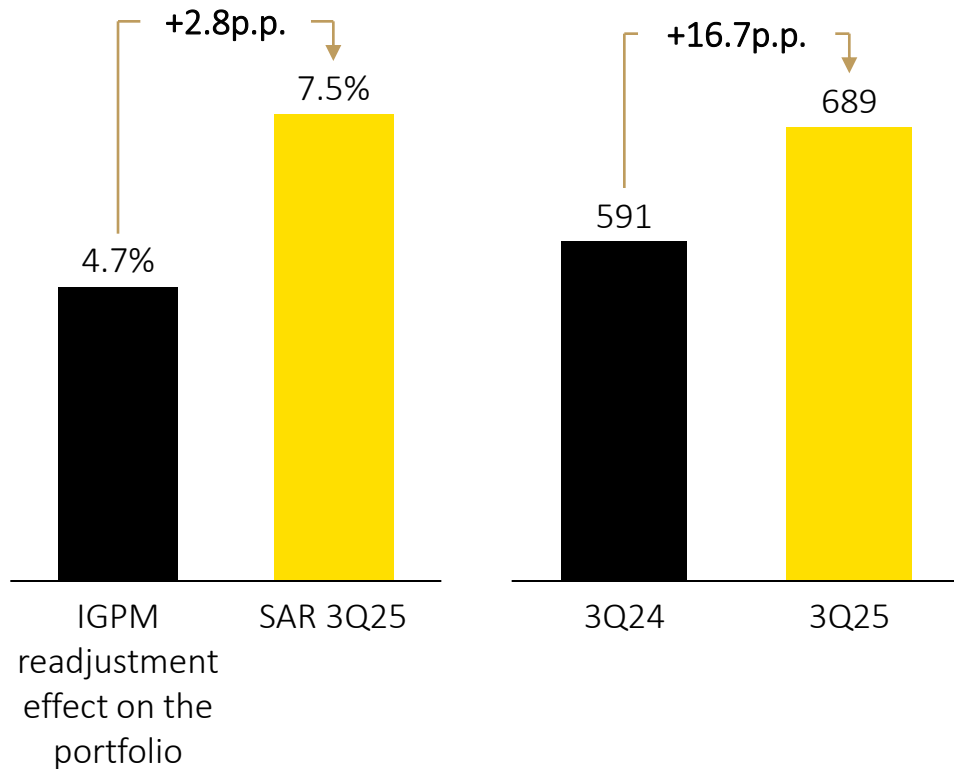


Total sales per sqm (R\$ thousand per quarter)

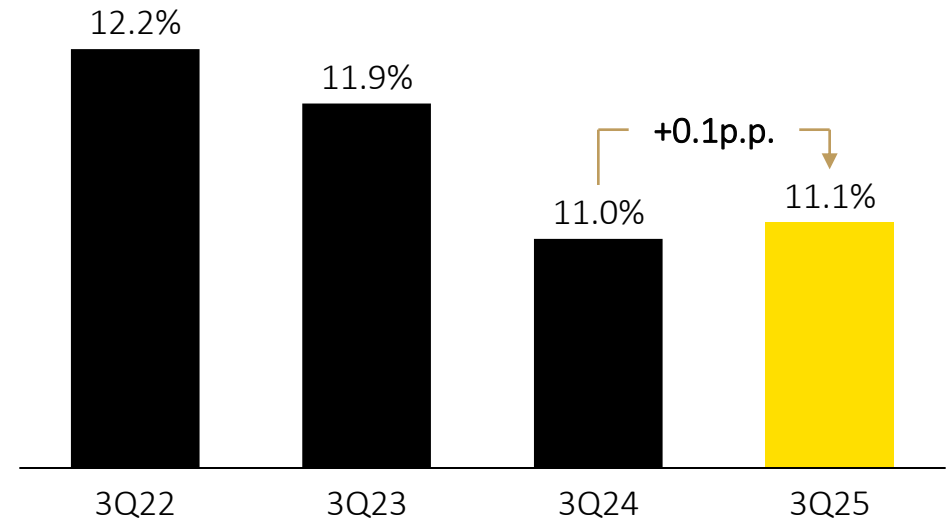


REAL RENTAL GROWTH REINFORCES ASSET PROFITABILITY STRATEGY

Real SAR and Rental/sqm Growth - Malls

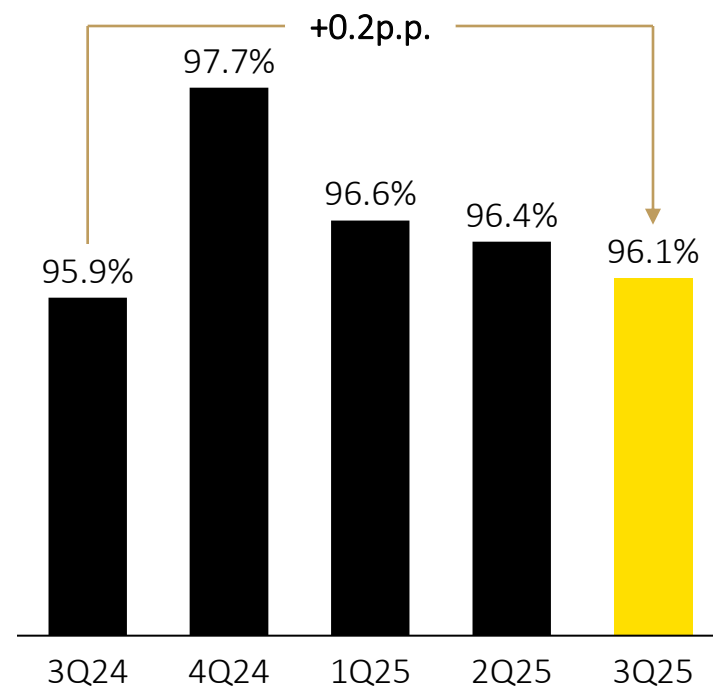


Occupation cost evolution (% of sales)



IN THE SECOND QUARTER, THE AVERAGE PORTFOLIO OCCUPANCY REACHED 96.1%, 0.2 P.P. ABOVE 3Q24

Occupancy rate progression (% GLA)



HIGHLIGHTS

- Iguatemi São Paulo: H&M, 1st store in Latin America, Alo Yoga and Moncler;
- Shopping JK Iguatemi: Christian Louboutin;
- Shopping Iguatemi Porto Alegre: Ricardo Almeida and MISCI;
- Shopping Iguatemi Porto Alegre: Chanel Beauty, Expansion and Livraria Travessa.

IGUATEMI ANNOUNCES 4 NEW STORES WITH H&M SCHEDULE TO OPEN IN 2026

1st store inauguration and H&M expansion

- Positions Iguatemi as a strategic partner for H&M's expansion in Brazil
- The four units have in total almost 8,000 sqm of GLA distributed across South and Southeast regions:
 - Shoppings Iguatemi Porto Alegre and Praia de Belas
 - Shopping RIOSUL
 - Shopping Iguatemi Esplanada

iu Search

Valor Business

H&M turns attention to Brazil with more store openings

Swedish retailer set to double number of Brazilian stores as Latin America expansion is seen as option to accelerate growth while offsetting retreat in mature markets

By Adriana Mattos — São Paulo

09/26/2025 01:00 PM - Updated um one month ago



IGUATEMI CONCLUDES SALE OF INTERESTS IN PÁTIOS HIGIENÓPOLIS AND PAULISTA SHOPPING MALLS

- Portfolio qualification and consolidation in the city of São Paulo, Latin America's main economic center;
- Strategic milestone that strengthens the Company's position in **two of the most prestigious shopping malls in the country**



HIGHLIGHTS

- **Sale of stake in the shopping malls Pátio Paulista and Pátio Higienópolis to FUNCEF and RBR, respectively**
- The operations totaled **R\$ 414,4 millions** (corresponding to 7.0% of Pátio Higienópolis and 10.0% of Pátio Paulista **with R\$290.1 millions received between August and September;**
- Final Iguatemi % in the assets
 - **11.45%** of Pátio Paulista
 - **28.95%** of Pátio Higienópolis
- The total investment of R\$700 million, in these two ventures, was partially supported by the sale of 49% of the Market Place Complex and Shopping Galleria completed in June for R\$500 million.

IGUATEMI – CULTURE, EXPERIENCES AND PEOPLE

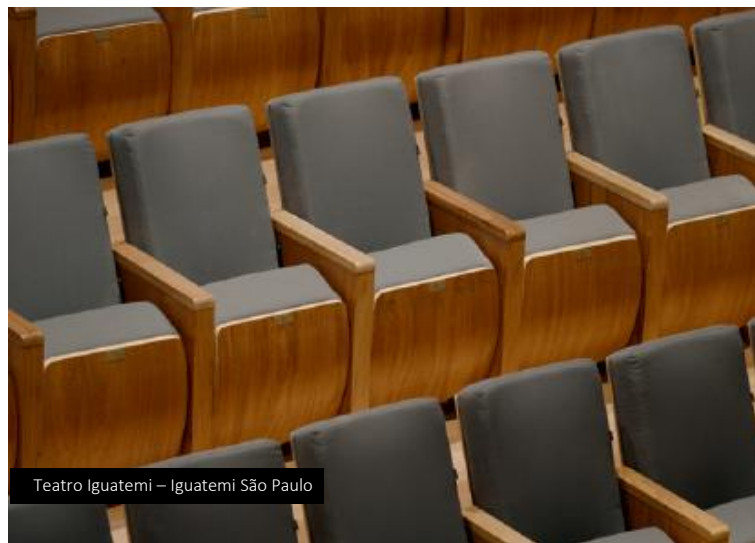
GPTW 2025 – Vozes Iguatemi

- Iguatemi maintained an **83% positive approval rating** among its employees in the annual climate survey conducted by GPTW;
- The statements that received the highest scores were **Pride, respect, and impartiality** are elements of Iguatemi's values.
- With this result, Iguatemi was recognized for the **7th consecutive year as one of the best companies to work for**, according to the GPTW ranking.



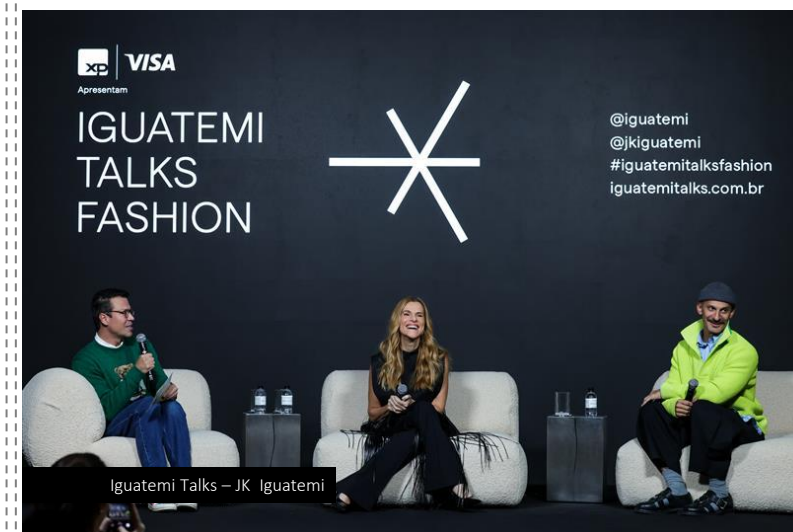
TEATRO IGUATEMI – IGUATEMI SÃO PAULO

- The opening of the Theater Iguatemi strengthens Iguatemi's role as a promoter of art and culture;
- The Iguatemi Theater is located on the 10th floor of Iguatemi São Paulo Mall, and has space for 258 people, in a modern arena-style venue with sensory experience and innovative acoustics.



IGUATEMI TALKS – 9th EDITION

- Once again, Iguatemi served as the **stage for key discussions on global trends in fashion, consumer behavior, and leisure**;
- The event took place on October 21st and 22nd and featured the **participation of personalities such as: Constanza Pascolato, Giambattista Valli and Daniella Vitale**.



Agenda

1. Quarter Highlights
- 2. Operational and Financial Performance**

ECONOMIC AND FINANCIAL PERFORMANCE

Operational Indicators	3Q25	3Q24	Var. %	09M25	09M24	Var. %
Average Total GLA (m ²)	788,569	701,010	12.5%	776,070	723,376	7.3%
Final Owned GLA (m ²)	448,966	471,897	-4.9%	472,133	471,897	0.0%
Average Owned GLA (m ²)	448,966	482,969	-7.0%	472,133	488,111	-3.3%
GLA Total Average Shopping Mall (m ²)	735,059	662,210	11.0%	735,069	669,252	9.8%
Average Owned GLA Shopping Mall (m ²)	422,397	431,248	-2.1%	438,523	444,217	-1.3%
Total Shopping Malls ⁽¹⁾	17	16	6.3%	17	16	6.3%
Total Sales (R\$ million)	5,999,147	4,896,417	22.5%	17,340,597	14,152,919	22.5%
Same-Store Sales (SSS)	5.8%	8.9%	-3.1 p.p.	8.2%	6.6%	1.6 p.p.
Same-Area Sales (SAS)	9.0%	10.3%	-1.3 p.p.	10.8%	9.1%	1.6 p.p.
Same-Store Rents (SSR)	7.1%	6.3%	0.8 p.p.	7.3%	5.3%	2.0 p.p.
Same-area rents (SAR)	7.5%	3.8%	3.7 p.p.	7.2%	2.6%	4.6 p.p.
Occupancy Cost (% of sales)	11.1%	11.0%	0.1 p.p.	11.1%	11.5%	-0.4 p.p.
Occupancy Rate	96.1%	95.9%	0.2 p.p.	96.3%	95.0%	1.3 p.p.
Net Delinquency Rate	-0.3%	-3.1%	2.8 p.p.	0.6%	-0.5%	1.1 p.p.
Sale/m ² - Shopping Malls ⁽²⁾	8,739	7,826	11.7%	25,661	22,675	13.2%
Rental/m ² - Shopping Malls ⁽²⁾	689	591	16.7%	1,993	1,811	10.0%
Rent/m ² ⁽³⁾	612	538	13.6%	1,768	1,544	14.5%

(1) It considers Iguatemi Esplanada and Esplanada Shopping as one development.

(2) It considers sales and rental revenue from malls and total GLA malls (excluding towers, outlets, and Power Center Iguatemi Campinas).

(3) It considers total GLA of malls, outlets, and towers.

ECONOMIC AND FINANCIAL PERFORMANCE

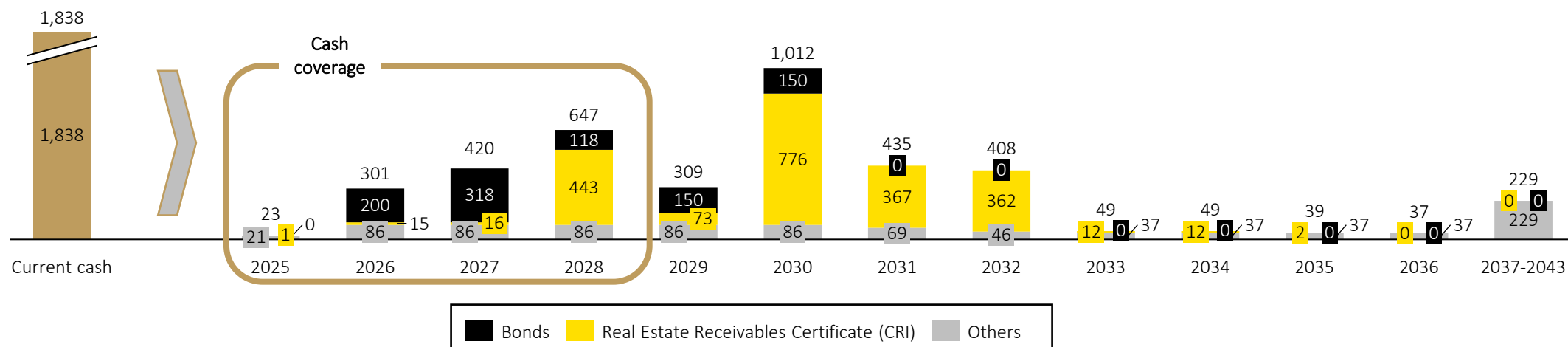
Financial Indicators – Managerial	3Q25	3Q24	Var. %	09M25	09M24	Var. %
Net revenue	372,864	310,653	20.0%	1,086,007	895.177	21.3%
EBITDA (R\$ thousand)	291,703	227,488	28.2%	962,272	636,844	51.1%
EBITDA Margin	78.2%	73.2%	5.0 p.p.	88.6%	71.1%	17.5 p.p.
Net Income (R\$ thousand)	120,869	101.171	19.5%	437,447	258,551	69.2%
Net Margin	32.4%	32.6%	-0.2 p.p.	40.3%	28.9%	11.4 p.p.
FFO (R\$ thousand)	152,279	149.050	2.2%	525,398	399,084	31.7%
FFO Margin	40.8%	48.0%	-7.1 p.p.	48.4%	44.6%	3.8 p.p.
Adjusted net revenue ⁽¹⁾	381,021	323,755	17.7%	1,118,160	946.351	18.2%
Adjusted EBITDA (R\$ thousand) ⁽¹⁾	302,441	250,848	20.6%	992,127	709.013	39.9%
Adjusted EBITDA Margin	79.4%	77.5%	1.9 p.p.	88.7%	74.9%	13.8 p.p.
Adjusted Net Income (R\$ thousand) ⁽¹⁾	128,921	118,472	8.8%	451,329	333,382	35.4%
Adjusted Net Margin	33.8%	36.6%	-2.8 p.p.	40.4%	35.2%	5.1 p.p.
Adjusted FFO (R\$ thousand) ⁽¹⁾	160.331	166,351	-3.6%	539.281	473,914	13.8%
Adjusted FFO Margin	42.1%	51.4%	-9.3 p.p.	48.2%	50.1%	-1.8 p.p.
NOI ⁽²⁾	298,016	253.125	17.7%	957,590	742.901	28.9%
NOI Margin	97.5%	92.3%	5.2 p.p.	94.9%	92.0%	2.9 p.p.

(1) Excluding the straight-line effect, share SWAP.

(2) NOI Shopping malls consolidated in Iguatemi's share

INDEBTEDNESS AND LIABILITY MANAGEMENT

Debt amortization timetable



Consolidated figures (BRL thousand)	09/30/25	06/30/25	Var. %
Total Debt	3,984,652	4,092,834	-2.6%
Cash and Cash Equivalents	1,838,378	1,711,018	7.4%
Net debt	2,146,274	2,381,816	-9.9%
EBITDA (LTM)	1,263,304	1,199,089	5.4%
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾ (LTM)	1,307,379	1,255,786	4.1%
Net Debt/EBITDA	1.70x	1.99x	-0.29
Net Debt/Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	1.64x	1.90x	-0.26
Cost of Debt (% of CDI)	101.9%	102.2%	-0.3 p.p.
Debt term (years)	4.8	4.9	-0,1

Net Debt/EBITDA:
1,84x
 disregarding the capital gain from the sale of the Market Place and Galleria Complex

(1) Excluding the effect of linearization and the SWAP result of equities.

Contact

Ciro Neto
CEO

Guido Oliveira
CFO and IR Officer

Marcos Souza
IR Director

Victor Barbosa
IR Manager

Gabriela Hawat
IR Analyst

Ana Beatriz Lima
IR Analyst

+55 11 3137-7134/ 7037

ri@lguatemi.com.br

<https://ri.lguatemi.com.br/>

Considerations regarding business prospects, estimates of operational and financial results, and Iguatemi's growth prospects, as expressed in this report, are merely projections and, as such, are based solely on Iguatemi's management's expectations regarding the future of the business and its continued access to capital to finance the Company's business plan. Such considerations depend substantially on changes in market conditions, government regulations, competitive pressures, sector performance, and the Brazilian economy, among other factors, and are therefore subject to change without notice.