

brMalls

Teleconferência de Resultados

**3° TRI
2020**

100% dos shoppings reabertos
Portfólio de qualidade, com grande força e escala regional



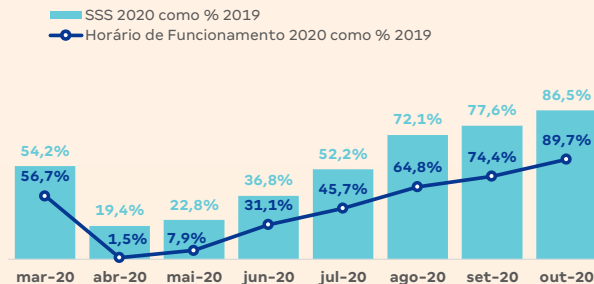
Horas de Funcionamento/Mês (% do funcionamento normal)¹

2T20	13,5%
jul/20	45,7%
ago/20	64,8%
set/20	74,4%
3T20	61,6%
out/20	89,7%

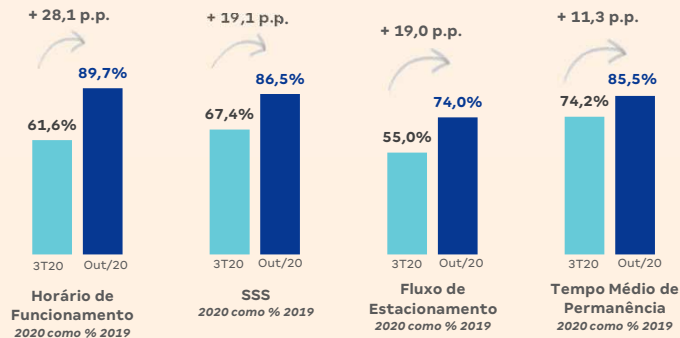
¹ Número de horas de funcionamento no período sobre o número de horas do funcionamento normalizado. Considera 360 horas por mês como o funcionamento normalizado de cada shopping. As análises consideram apenas o portfólio core da Companhia.

Retomada da Operação

VENDAS MESMAS LOJAS (SSS) E HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO¹



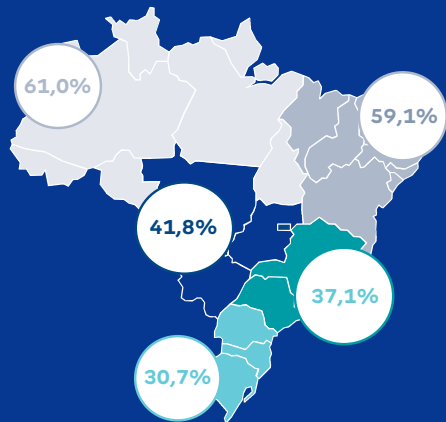
HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO, SSS, FLUXO DE ESTACIONAMENTO E TEMPO MÉDIO DE PERMANÊNCIA¹



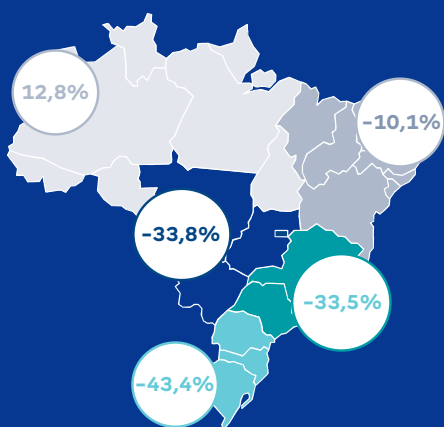
- 📍 Evolução do Horário de Funcionamento: 1,5% do tempo de operação de 2019 em abril para 89,7% em outubro
- 📍 Evolução da Performance das Vendas: SSS em um patamar de 19,4% do valor registrado em 2019 em abril para 86,5% em outubro
- 📍 Evolução do Fluxo de Estacionamento: 55,0% do fluxo registrado em 2019 no 3T20 para 74,0% em outubro
- 📍 Evolução do Tempo de Permanência: 74,2% do patamar registrado em 2019 no 3T20 para 85,5% em outubro

Retomada da Operação

DOMICÍLIOS BENEFICIADOS
PELO AUXÍLIO EMERGENCIAL (%) ¹



VENDAS MESMAS LOJAS (SSS)
POR REGIÃO GEOGRÁFICA BRMALLS ²



Exposição NOI
Portfólio Core³:

Regiões S-SE-CO: 93%

Regiões N-NE: 7%

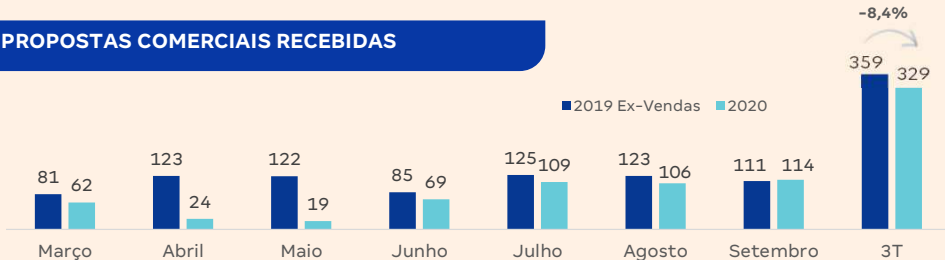
¹ Fonte: Governo Federal e IBGE. Elaborado por Tendência Consultoria Integrada.

² Todos indicadores consideram apenas o portfólio core da Companhia.

³ Dados referentes ao NOI core da Companhia em 2019.

Retomada da Operação

NÚMERO DE PROPOSTAS COMERCIAIS RECEBIDAS



PROPOSTAS COMERCIAIS ASSINADAS

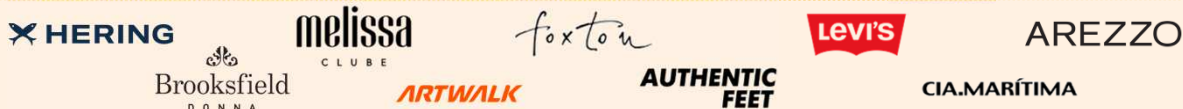
SEGMENTOS FORTALECIDOS NA CONJUNTURA ATUAL



ALIMENTAÇÃO

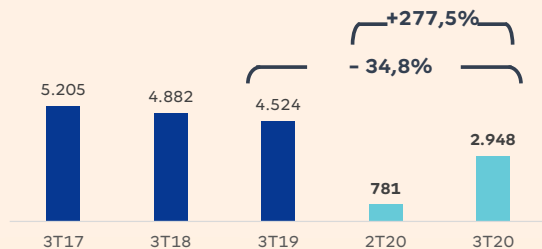


VESTUÁRIO

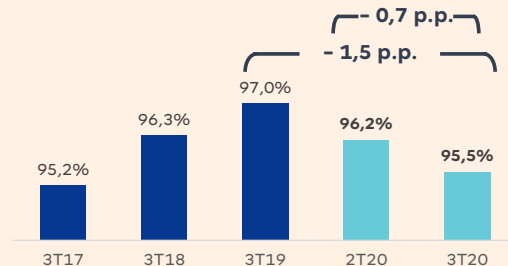


Indicadores Operacionais

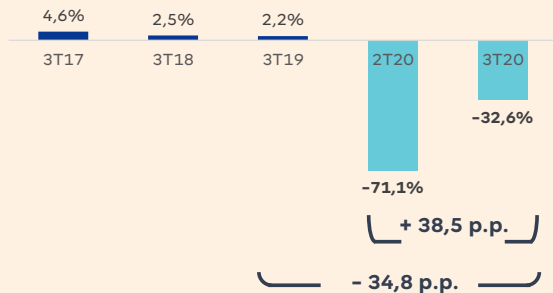
VENDAS TOTAIS (R\$ MM)



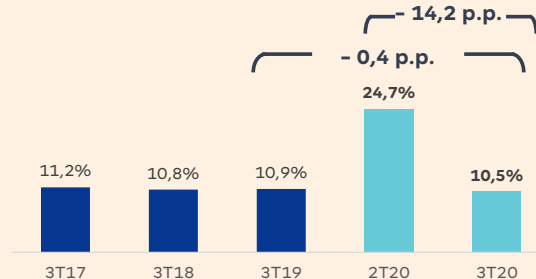
TAXA DE OCUPAÇÃO



SSS

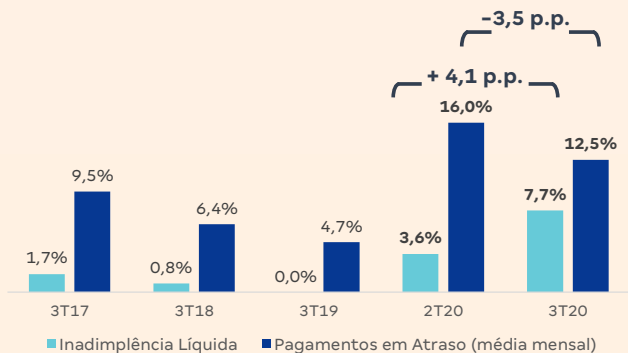


CUSTO DE OCUPAÇÃO

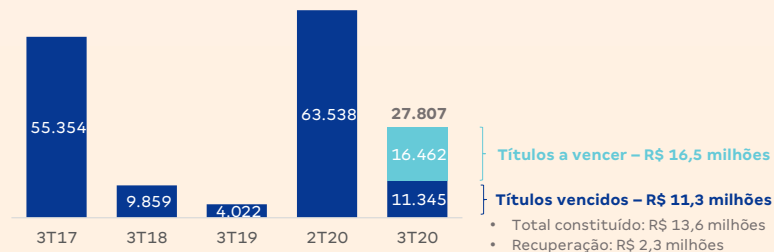


Indicadores Operacionais

INADIMPLÊNCIA DE ALUGUEL ¹



DESPESAS DE PDD (R\$ Mil)

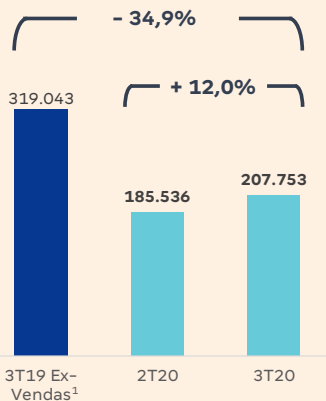


- Do montante total de provisão para a PDD 71% refere-se a títulos vencidos e 29% de títulos a vencer.

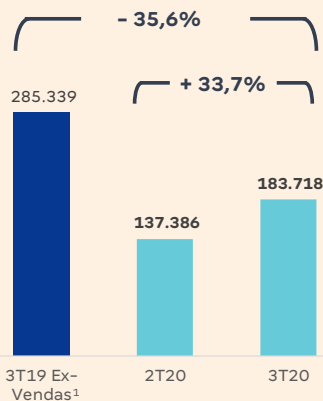
¹ Todos indicadores operacionais consideram apenas o portfólio core da Companhia.

Indicadores Operacionais

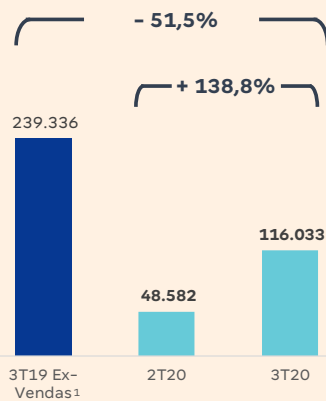
RECEITA LÍQUIDA (R\$ Mil)



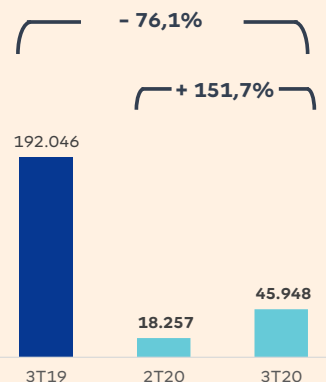
NOI (R\$ Mil)



EBITDA AJUSTADO (R\$ Mil)



FFO AJUSTADO (R\$ Mil)



¹ Para análises do 3T19, excluimos os valores referentes ao resultado trimestral dos 7 shoppings vendidos em agosto/19 e o resultado do Via Brasil Shopping, vendido em março/20. Ressaltamos que, entre o 3T19 e 3T20, aumentamos nossa participação no Shopping Iguatemi Caxias, Shopping Villa-Lobos e Shopping Piracicaba em 25,5%, 5,0% e 38,4%, respectivamente. Estes acontecimentos impactaram o resultado a partir da data de cada evento.

Balanço Sólido

INDICADORES DE ALAVANCAGEM

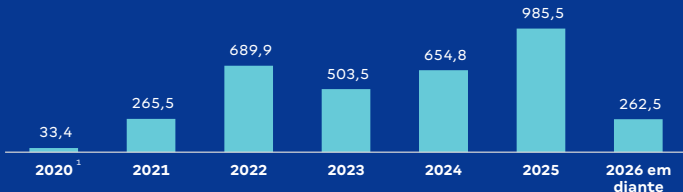
DÍVIDA LÍQUIDA / EBITDA 12M



EBITDA 12M / DESPESA FINANCEIRA LÍQUIDA



CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO² (R\$ MM)

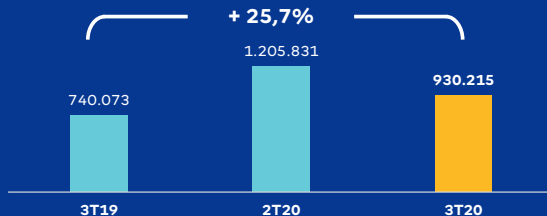


¹ Previsão de amortização de outubro/20 até dezembro/20.

² Novo cronograma de amortização, considerando os ajustes resultantes do alongamento da dívida do CCB Itaú.

³ Aditivo assinado em out/20. Novo cronograma de amortização dividido em 3 anos: out/23, out/24 e out/25.

POSIÇÃO DE CAIXA



- Manutenção de um caixa forte e sólido no 3T20
- Opcionalidade para eventuais oportunidades de investimentos
- Estratégia de renegociação das dívidas e alongamento do cronograma de amortização
- Fitch: reafirmação do **rating** nacional da brMalls em AAA

	Dívida CCB Itaú ³	
	Condição Inicial	Condição Final
Vencimento	Março/22	Outubro/25
Taxa	CDI + 1,82% a.a.	CDI + 2,23% a.a.

✍ Mall as a Hub | One Stop to Sell

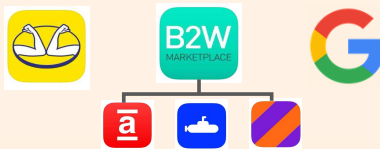


deliverycenter

DELIVERY CENTER

- ✓ Até set/20, a brMalls contava com 20 shoppings com *hub* da Delivery Center, sendo 12 destes implementados durante a pandemia.
- ✓ Evento Subsequente: em out/20 a brMalls anunciou novo investimento de R\$9 milhões na Delivery Center

OMNICHANNEL CANAIS DE VENDA



- ✓ ago/2020: Parceria com o Google para o lançamento da operação *Google Food Order*
- ✓ Após essa nova parceria, os varejistas integrados estão conectados a diversos *marketplaces* como Google, Ifood, Rappi, Uber Eats, Mercado Livre, Americanas, Submarino, Shoptime, além dos *marketplaces* próprios dos shoppings da brMalls.

MARKETPLACE BRMALLS

- ✓ Em outubro, nossos marketplaces cresceram **830%** em vendas, quando comparado aos últimos 3 meses.
- ✓ Nosso resultado representou **5% das vendas totais online do Delivery Center** e **25% das vendas online no segmento de goods**.
- ✓ Aumentamos a base de SKUs em **165%**, após desenharmos um plano de aceleração com ganhos de curto e médio prazo.

Qualificação do Portfólio

NorteShopping

INAUGURAÇÃO EM NOVEMBRO DE 2020

1.500 m² de arte, cultura e lazer

22 operações de gastronomia

100% comercializado



Taste lab

COLETIVO
GOURMET

CULINÁRIA ÉTNICA

JAPONÊS – KATMANDU
ASIÁTICA – SAKEI (IZAKAYA)
PERUANA – AJÍ MARISQUEIRA
HAVAIANA – KALE POKE
FRANCESA – CLAUDE + BATISTA
BRASILEIRA – KÁTIA BARBOSA
PORTUGUESA – TASCA

BAR, DRINKS & VINHOS

BOBÔ BAR
AMAZONI BAR DE GIN
GRAND CRU

CERVEJA & CHOPP

CERVEJARIA NOI

HAMBURGUER

TT BURGER

PIZZA

COBRE

CARNES NOBRES

BLEND STEAK HOUSE
SEU PORKINN

PADARIA & DELICATESSEN

LE DÉPANNEUR
OLENKA BROWNIES

MOCCA PLAZA SHOPPING



INAUGURAÇÃO DIA 08 DE NOVEMBRO DE 2020

500 m² de arte, cultura e lazer

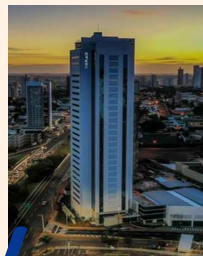
cliente pode ter seu PET por perto nos momento das refeições

+ 2.000 m² de Pet Park já existente no shopping



Potencial Construtivo

Shopping	Estado	Potencial ABL m ²	Área Privativa m ²	%	Potencial ABL Próprio m ²	Área Privativa Própria m ²
Campinas Shopping	SP	-	9.045	100,0%	-	9.045
Catuai Shopping	PR	3.360	74.741	93,0%	3.125	69.509
Londrina						
Catuai Shopping Maringá	PR	70.620	75.600	100,0%	70.620	75.600
Center Shopping Uberlândia	MG	21.350	43.740	51,0%	10.889	22.307
Goiânia Shopping	GO	11.046	-	66,5%	7.340	-
Independência Shopping	MG	10.547	10.383	83,4%	8.801	8.664
Mooça Plaza Shopping	SP	30.940	-	60,0%	18.564	-
Norteshopping	RJ	42.844	111.139	38,4%	16.471	42.728
Plaza Niterói	RJ	5.417	-	100,0%	5.417	-
Rio Anil	MA	3.000	-	50,0%	1.500	-
São Bernardo Plaza Shopping	SP	33.939	-	60,0%	20.364	-
Shopping Campo Grande	MS	10.311	19.390	43,8%	4.515	8.491
Shopping Curitiba	PR	-	14.769	-	-	-
Shopping Estação	PR	2.644	-	100,0%	2.644	-
Shopping Estação Cuiabá	MT	22.894	18.089	75,0%	17.170	13.567
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	RS	11.020	29.880	38,2%	4.213	11.424
Shopping Piracicaba	SP	8.409	-	21,5%	1.811	-
Shopping Recife	PE	35.030	94.539	31,1%	10.877	29.354
Shopping Tamboré	SP	5.668	163.072	100,0%	5.668	163.072
Shopping Tijuca	RJ	1.728	-	100,0%	1.728	-
Shopping Vila Velha	ES	18.697	113.590	-	-	-
-	-	349.465	777.978	-	211.717	453.761



Campo Grande – The Place Corporate



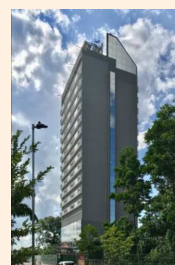
1ª torre finalizada

➤ Inauguração:
Torre 1 – 3TRI 20
Torre 2 – 3TRI 22
Entrega de chaves da primeira torre realizada em agosto/2020.

➤ 25 pavimentos salas comerciais de 42m² a 395m² + auditório + salas de reunião.



Catuai Maringá – Hotel Bourbon



➤ Inauguração:
4ºTRI 2020

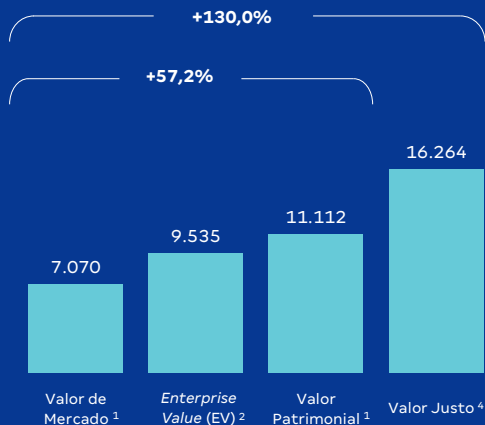
➤ 14 pavimentos
120 apartamentos de 35m² + espaço Fitness e Sala de Eventos para 200 pessoas.

¹ Potencial construtivo indicativo do portfólio Core. Os projetos em estudo podem sofrer modificações, alterando os potenciais de aproveitamento e utilização dos terrenos conforme a legislação aplicável.

² Participações ponderadas nos shoppings: Norteshopping, Shopping Campo Grande, Shopping Iguatemi Caxias do Sul e Shopping Piracicaba.

Valor da brMalls no Curto e Longo Prazo

UPSIDE PREÇO ATUAL



Retomada

- Segurança, higiene e organização para retomada
- Comercial: força e relacionamento preservando a taxa de ocupação

Resiliência brMalls

- Portfólio qualificado
- Balanço forte

Longo Prazo

- Aceleração das soluções digitais
- Fundamentos comerciais inalterados

Cultura

- Ambiente de mudança: importância do time e cultura
- Capacidade de adaptação e evolução

¹ Data base: 30/09/2020

² Data base: 30/09/2020. EV = Valor de Mercado + Dívida Líquida

³ O Valor Justo é calculado como a diferença entre a linha de Propriedade para Investimento e a linha de Participação dos não controladores.

Este material foi preparado com o único objetivo de informar e não deve ser interpretado como uma solicitação ou oferta para compra ou venda de valores mobiliários, nem mesmo como sugestão para potenciais investidores. Este material não é direcionado à intenção de investimento, situação financeira ou necessidades particulares de qualquer um que receba este material. Nenhuma declaração ou garantia, expressa ou não, é feita com relação à precisão, confiabilidade ou completude das informações futuras e projeções apresentadas neste material. Aqueles que receberem este material não devem deixar de interpretá-lo de forma crítica ou tê-lo como inquestionável. Qualquer informação contida neste material poderá ser alterada sem aviso, e a BR Malls Participações S.A. ("brMalls") não está obrigada a atualizar as informações apresentadas neste material. A Companhia não será responsabilizada por perdas ou danos de qualquer espécie decorrentes do uso no todo ou em parte deste material.

Os investidores devem consultar seus próprios consultores legais, regulatórios, fiscais, de negócios, investimentos, financeiros e de contabilidade, na medida em que entenderem necessário. Além disso, devem tomar sua decisão de investimento no seu próprio julgamento e conselhos de tais consultores, conforme entenderem necessário, e não com base em quaisquer opiniões contida neste material.

Esta apresentação inclui declarações que representam expectativas sobre eventos ou resultados futuros sujeitos a riscos, baseados em expectativas e projeções atuais sobre eventos e tendências futuros que podem afetar as atividades da Companhia. Estimativas e declarações futuras incluem, sem limitação, qualquer declaração que possa prever, indicar ou deduzir resultados, desempenho ou realizações futuros e podem conter as palavras "acredita", "estima", "espera", "visa", "pode", "poderá", "antecipa" ou quaisquer outras palavras ou frases similares. Essas declarações incluem projeções de crescimento econômico, demanda e fornecimento, bem como informações sobre posição perante os concorrentes, aspectos regulatórios, potencial de crescimento e outros assuntos. Essas declarações estão baseadas em certas suposições e análises feitas pela administração da Companhia e que a administração da Companhia acredita serem razoáveis, considerando-se certas suposições sobre as atividades e as condições econômicas, muitas das quais estão fora do controle da Companhia. Estes fatores e outros fatores nos quais as projeções foram baseadas estão sujeitos a incertezas. Consequentemente, as projeções não são necessariamente uma indicação de performance futura, e nem a brMalls e nem qualquer outra pessoa assumem a responsabilidade pela precisão de tais projeções. Dessa forma, a administração da Companhia não está fazendo e não deve ser interpretada como se estivesse fazendo qualquer declaração a respeito da concretização de eventos ou circunstâncias futuros. Em razão desses fatores incertos, os investidores não devem tomar sua decisão de investimento baseada exclusivamente nessas estimativas e declarações que representam expectativas sobre eventos ou resultados futuros. A Companhia não fornecerá aos titulares de ações ordinárias ou GDSs projeções revisadas ou análises das diferenças entre projeções e resultados operacionais efetivos.

Teleconferência de Resultados

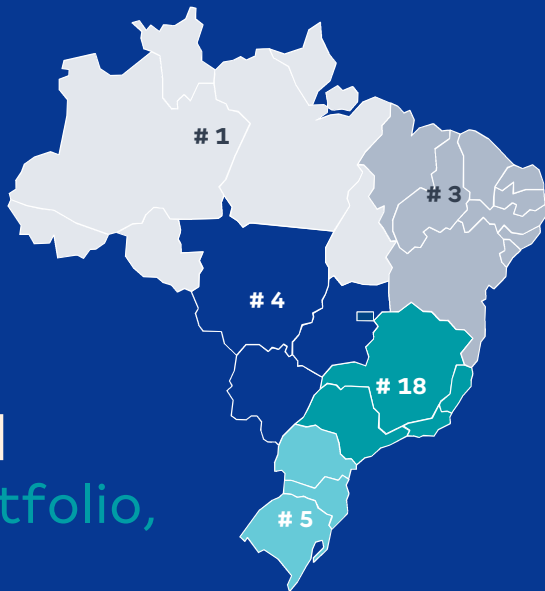
3º TRI
2020

brMalls

**Earnings
Conference Call**

3Q
2020

100%
of Malls
Reopened
Quality portfolio,
with great
strength and
regional scale



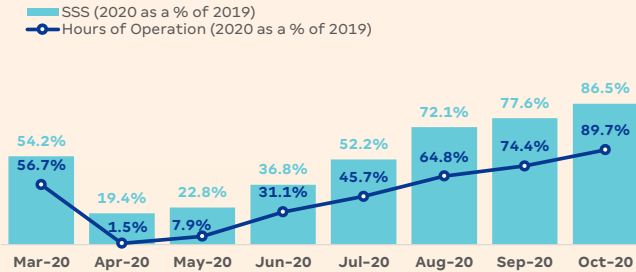
Hours of Operation/Month (% of normal operating hours)¹

2Q20	13.5%
Jul/20	45.7%
Aug/20	64.8%
Sep/20	74.4%
3Q20	61.6%
Oct/20	89.7%

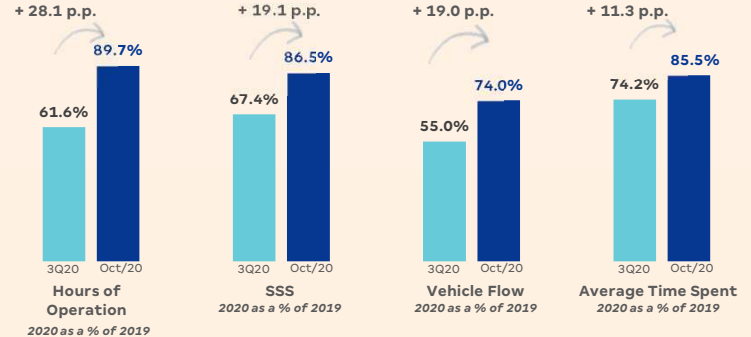
¹ Number of operating hours in the period over the number of hours during the normalized operation. Considers 360 hours per month as the normal operating period for each mall. The analyzes consider only the Company's core portfolio.

Resumption of Operations

SSS AND HOURS OF OPERATION¹



HOURS OF OPERATION, SSS, VEHICLE FLOW AND AVERAGE TIME SPENT¹

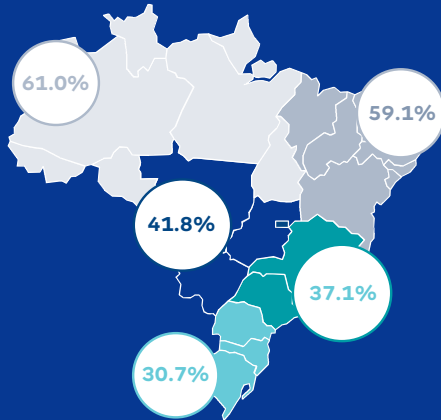


- 📍 Hours of Operation Evolution: 1.5% of the 2019 operating time in April to 89.7% in October
- 📍 SSS Evolution: SSS indicator at a level of 19.4% of the value recorded in 2019 in April to 86.5% in October
- 📍 Vehicle Flow Evolution: 55.0% of the flow registered in 2019 in 3Q20 to 74.0% in October
- 📍 Average Time Spent in Malls Evolution: 74.2% of the time registered in 2019 in 3Q20 to 85.5% in October

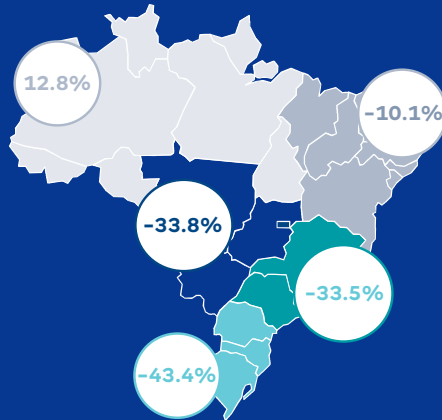
¹ The analyzes consider only the Company's core portfolio.

Resumption of Operations

HOUSEHOLDS BENEFITED
BY EMERGENCY AID (%) ¹



SAME STORE SALES (SSS)
BY REGION - BRMALLS ²



NOI Exposure
Core Portfolio³:

S-SE-MW Regions: 93%

N-NE Regions: 7%

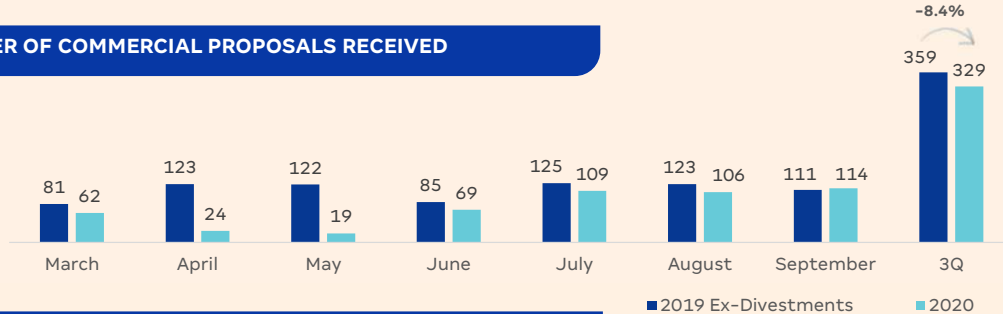
¹ Source: Federal Government and IBGE. Developed by Tendência Consultoria Integrada.

² All indicators consider only the Company's core portfolio.

³ Data related to the Company's core NOI in 2019.

Resumption of Operations

NUMBER OF COMMERCIAL PROPOSALS RECEIVED



COMMERCIAL PROPOSALS SIGNED

STRENGTHENED SEGMENTS IN THE CURRENT CURRENCY



FOOD



APPAREL

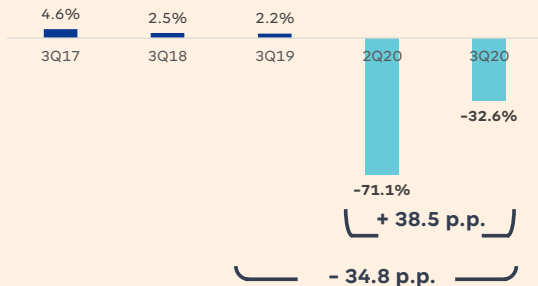


Operational Indicators

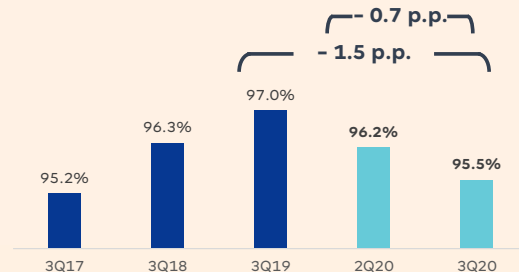
TOTAL SALES (R\$ MM)



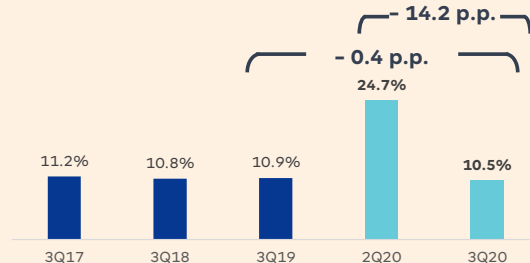
SSS



OCCUPANCY RATE

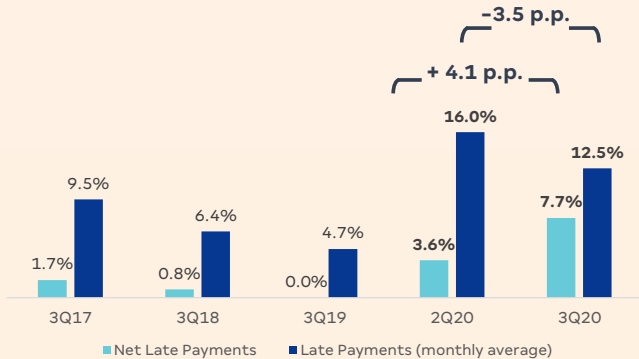


OCCUPANCY COST

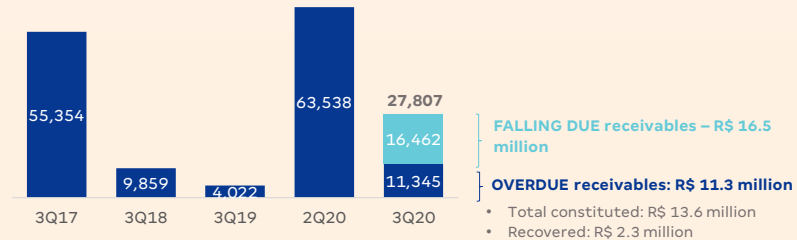


Operational Indicators

DELINQUENCY RATE¹



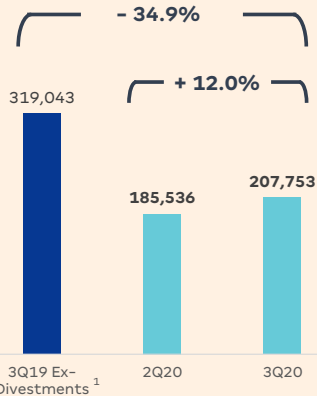
PROVISIONS FOR BAD DEBT AND DEBT WAIVER (R\$ Thousand)



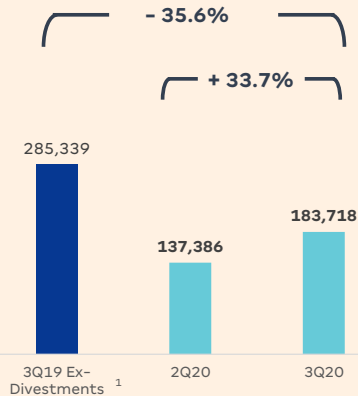
- Of the total provision for bad debt registered, approximately 71% refers to overdue receivables and 29% to falling due receivables

Financial Indicators

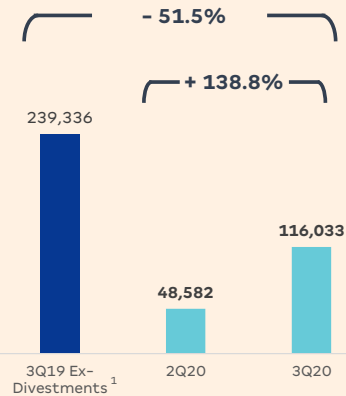
NET REVENUE (R\$ Thousand)



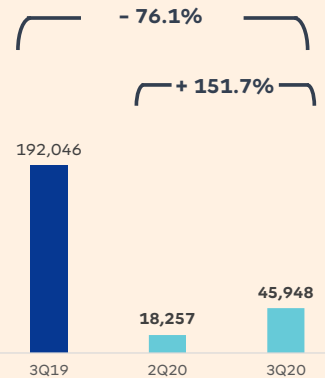
NOI (R\$ Thousand)



ADJUSTED EBITDA (R\$ Thousand)



AFFO (R\$ Thousand)



¹ For the 3Q19 'Ex-Divestments' analysis, we exclude the 7 malls sold in August/19 and the result of Via Brasil Shopping, sold in March/20. We emphasize that, between 3Q19 and 3Q20, we increased our stake in Shopping Del Rey, Shopping Iguatemi Caxias, Shopping Villa-Lobos and Shopping Piracicaba by 15.0%, 25.5%, 5.0% and 38.4%, respectively. Our results were impacted as of the date of each event.

Fortress Balance Sheet

LEVERAGE INDICATORS

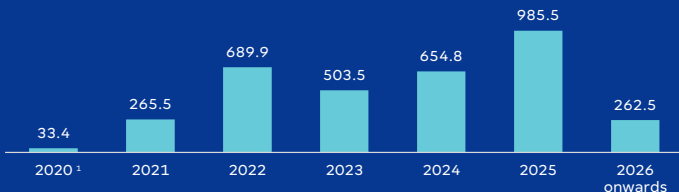
NET DEBT / LTM EBITDA



LTM EBITDA / NET FINANCIAL EXPENSES



DEBT AMORTIZATION SCHEDULE² (R\$ MM)

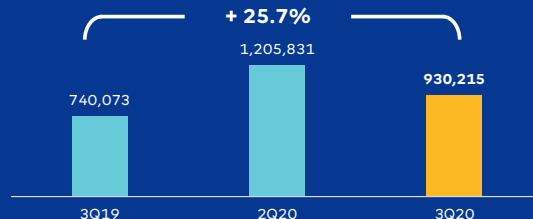


¹ Amortizations expected from October/20 to December/20.

² New debt amortization schedule, considering the adjustments resulting from CCB Itaú's debt lengthening.

³ Amendment signed in Oct/20. New amortization schedule divided into 3 years: Oct/23, Oct/24 and Oct/25

CASH POSITION



- 📍 Maintenance of a strong and solid cash position in 3Q20
- 📍 Optionality for possible investment opportunities
- 📍 Strategy of debt renegotiation and amortization schedule lengthening
- 📍 Fitch: reaffirmation of brMalls' national rating at AAA

CCB Itaú Debt ³		
	Initial Condition	Final Condition
Amortization Date	March/22	October/25
Rate	CDI + 1.82% p.a.	CDI + 2.23% p.a.

✍ Mall as a Hub | One Stop to Sell



deliverycenter

DELIVERY CENTER

- ✓ Until Sep/20, brMalls had 20 malls with a Delivery Center hub, 12 of which were implemented during the pandemic.
- ✓ Subsequent Event: in Oct/20 brMalls announced an additional investment of R\$ 9 million in Delivery Center.

OMNICHANNEL SALE CHANNELS



- ✓ In Aug/20, brMalls, through its association with Delivery Center, established a partnership with Google for the launch of the Google Food Order operation.
- ✓ After this new partnership, retailers integrated are connected to several marketplaces such as Google, Ifood, Rappi, Uber Eats, Mercado Livre, Americanas, Submarino, Shoptime and the brMalls malls' own marketplaces.

BRMALLS MARKETPLACE

- ✓ In October, our marketplaces grew **830%** in sales, when compared to the last 3 months.
- ✓ Our result represented **5% of Delivery Center's total online sales and 25% of online sales in the goods segment.**
- ✓ We increased our SKU base by **165%**, after designing an acceleration plan with short and medium term gains.

High Quality Portfolio

NorteShopping

OPENING IN NOVEMBER 2020

1,500 m² of art, culture and leisure

22 gastronomic operations

100% leased



Taste lab

COLLECTIVE GOURMET

ETHNIC CUISINE

JAPANESE – KATMANDU
 ASIAN – SAKEI (IZAKAYA)
 PERUVIAN – AJÍ MARISQUEIRA
 HAWAIIAN – KALE POKE
 FRENCH – CLAUDE + BATISTA
 BRAZILIAN – KÁTIA BARBOSA
 PORTUGUESE – TASCA

BAR, DRINKS & WINE

BOBÔ BAR
 AMAZONI BAR DE GIN
 GRAND CRU

BEER & DRAFT BEER

CERVEJARIA NOI

HAMBURGER

TT BURGER

PIZZA

COBRE

PRIME CUTS

BLEND STEAK HOUSE
 SEU PORKINN

BAKERY & DELICATESSEN

LE DÉPANNEUR
 OLENKA BROWNIES

MOCCA PLAZA SHOPPING



OPENED ON NOVEMBER 8, 2020

500 m² of art, culture and leisure

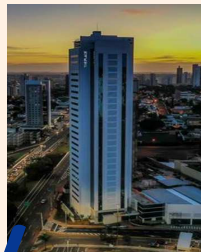
customer may have their PET around at mealtimes

+ 2,000 m² of Pet Park already existing in the mall



Development Potential

Mall	State	Construction Potential Total GLA m ²	Total Private Area m ²	%	Construction Potential Owned GLA m ²	Owned Private Area m ²
Campinas Shopping	SP	-	9,045	100.0%	-	9,045
Catuaí Shopping Londrina	PR	3,360	74,741	93.0%	3,125	69,509
Catuaí Shopping Maringá	PR	70,620	75,600	100.0%	70,620	75,600
Center Shopping Uberlândia	MG	21,350	43,740	51.0%	10,889	22,307
Goiânia Shopping	GO	11,046	-	66.5%	7,340	-
Independência Shopping	MG	10,547	10,383	83.4%	8,801	8,664
Mooca Plaza Shopping	SP	30,940	-	60.0%	18,564	-
Norteshopping	RJ	42,844	111,139	38.4%	16,471	42,728
Plaza Niterói	RJ	5,417	-	100.0%	5,417	-
Rio Anil	MA	3,000	-	50.0%	1,500	-
São Bernardo Plaza Shopping	SP	33,939	-	60.0%	20,364	-
Shopping Campo Grande	MS	10,311	19,390	43.8%	4,515	8,491
Shopping Curitiba	PR	-	14,769	-	-	-
Shopping Estação	PR	2,644	-	100.0%	2,644	-
Shopping Estação Cuiabá	MT	22,894	18,089	75.0%	17,170	13,567
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	RS	11,020	29,880	38.2%	4,213	11,424
Shopping Piracicaba	SP	8,409	-	21.5%	1,811	-
Shopping Recife	PE	35,030	94,539	31.1%	10,877	29,354
Shopping Tamboré	SP	5,668	163,072	100.0%	5,668	163,072
Shopping Tijuca	RJ	1,728	-	100.0%	1,728	-
Shopping Vila Velha	ES	18,697	113,590	-	-	-
-	-	349,465	777,978	-	211,717	453,761



Campo Grande – The Place Corporate



1st completed tower

Inauguration:
Tower 1 – 3Q20
Tower 2 – 3Q22
Key delivery ceremony of the first tower in Aug/20.

25 floors
commercial rooms from 42 m² to 395 m² + conference room + meeting rooms.



Catuaí Maringá – Bourbon Hotel



Inauguration:
4Q20

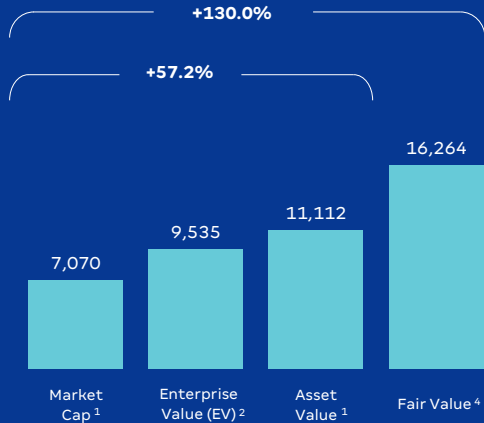
14 floors
120 35m² apartments + Fitness space and Events Room for 200 people.

¹ Indicative development potential of core portfolio. The projects under study may undergo changes, altering the potential for use and use of the land in accordance with the applicable legislation.

² Weighted ownership interest in malls: Norteshopping, Shopping Campo Grande, Shopping Iguatemi Caxias do Sul and Shopping Piracicaba.

brMalls' Valuation in the Short and Long Term

UPSIDE CURRENT PRICE



Resuming Operations

- Safety, hygiene and organization
- Commercial department: strength and relationship, preserving occupancy rate

brMalls Resilience

- Qualified portfolio
- Strong balance sheet

Long Term

- Acceleration of digital solutions
- Unaltered commercial fundamentals

Culture

- Changing environment: importance of the team and culture
- Capacity to adapt and evolve

¹ Base date: 09/30/2020

² Base date: 09/30/2020. EV = Market Cap + Net Debt

³ The Fair Value is the difference between the Investment Property line and the Minority Interest line.

brMalls

This material that follows is a presentation of general background information about BR Malls Participações S.A. and its consolidated subsidiaries ("BR Malls" or the "Company") as of the date of the presentation. It is information in summary form and does not purport to be complete and is not intended to be relied upon as advice to potential investors.

No representations or warranties, express or implied, are made as to, and no reliance should be placed on, the accuracy, fairness or completeness of the forecasted information presented or contained in this presentation. Neither the Company nor any of its affiliates, advisers or representatives, accepts any responsibility whatsoever for any loss or damage arising from any information presented or contained in this presentation. The information presented or contained in this presentation is current as of the date hereof and is subject to change without notice and its accuracy is not guaranteed. Neither the Company nor any of its affiliates, advisers or representatives make any undertaking to update any such information subsequent to the date hereof. This presentation should not be construed as legal, tax, investment or other advice.

Certain data in this presentation was obtained from various external data sources, and the Company has not verified such data with independent sources. Accordingly, the Company makes no representations as to the accuracy or completeness of that data, and such data involves risks and uncertainties and is subject to change based on various factors.

This presentation contains forward-looking statements. Such statements are not statements of historical facts, and reflect the beliefs and expectations of BR Malls' management. The words "anticipates", "wishes", "expects", "estimates", "intends", "forecasts", "plans", "predicts", "projects", "targets" and similar words are intended to identify these statements. Although the Company believes that expectations and assumptions reflected in the forward-looking statements are reasonable based on information currently available to the Company's management, the Company cannot guarantee future results or events. You are cautioned not to rely on forward-looking statements as actual results could differ materially from those expressed or implied in the forward-looking statements.

Securities may not be offered or sold in the United States unless they are registered or exempt from registration under the U.S. Securities Act of 1933, as amended (the "Securities Act"). Any offering of securities to be made will be made solely by means of an offering circular. This presentation does not constitute an offer, or invitation, or solicitation of an offer, to subscribe for or purchase any securities, and neither any part of this presentation nor any information or statement contained therein shall form the basis of or be relied upon in connection with any contract or commitment whatsoever. Any decision to purchase securities in any offering of securities of the Company should be made solely on the basis of the information contained in the offering document which may be published or distributed in due course in connection with any offering of securities of the Company, if any. This presentation is being made only to investors that, by means of their attendance at this presentation, represent to the underwriters and the agents that they are "Qualified Institutional Buyers" as that term is defined in the Securities Act.

Earnings Conference Call

3Q
2020