

# CONINCO MASTER CLASS

---

“HIGH-STREET RETAIL” : LE PAYSAGE DES COMMERCES DE CENTRE-VILLE EN EUROPE

Hôtel des Trois Couronnes  
Rue d'Italie 49  
1800 Vevey - Suisse

**BMO Real Estate Partners**

BMO  Global Asset Management

2 - 3 Novembre 2016

# Agenda

---

- |     |  |         |
|-----|--|---------|
| I   | Quelle attractivité offre le high-street retail ?                        | Page 3  |
| II  | Quelles sont les tendances des enseignes nationales et internationales ? | Page 10 |
| III | Quel impact de l'e-commerce sur les commerces en centre-ville ?          | Page 13 |
| IV  | Comment valoriser les actifs high-street retail ?                        | Page 15 |

# Section I

---

Quelle attractivité offre le high-street retail ?

# Tendances macroéconomiques

- Prévisions basses de croissance économique en Europe et au Royaume-Uni
- Les taux d'intérêt et les rendements devraient rester bas à moyen terme
- Un sentiment général averse au risque avec une priorité à la préservation de capital en cas d'inflation
- Focus continu sur les marchés « Core » et les actifs offrant un premium face aux rendements obligataires
- Le high-street retail se confirme comme lieu de destination pour le tourisme et reste peu impacté par l'e-commerce et les contextes économiques locaux
- L'accroissement de la demande des enseignes tant nationales qu'internationales couplé à un manque d'offre « chronique » sur les meilleurs emplacements continuent à pousser les valeurs locatives à la hausse



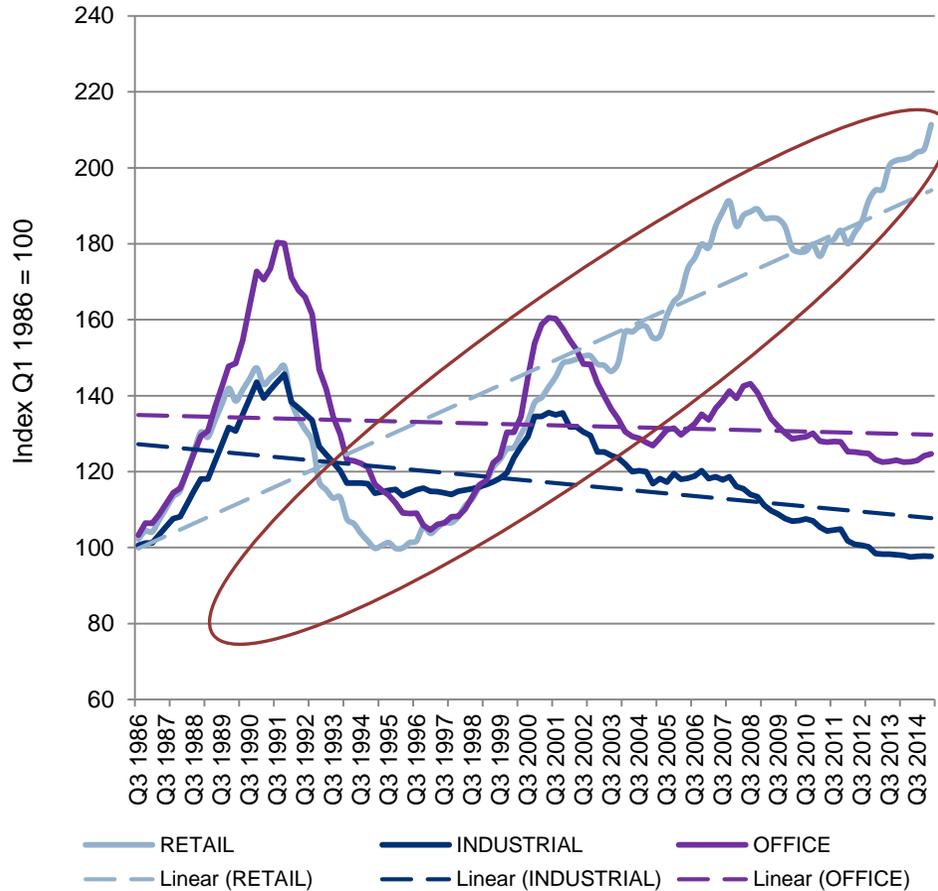
Source: BMO Real Estate Partners – Nov 2015



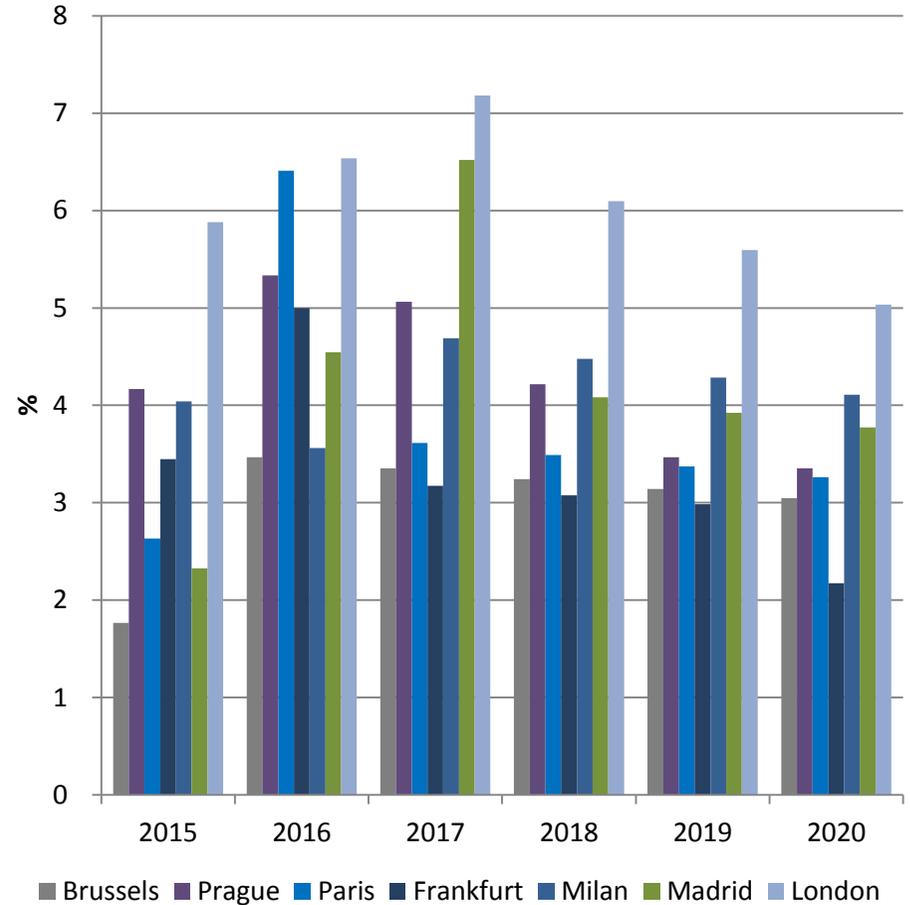
Photo courtesy of Knight Frank – Nov 2015

# Une tendance continue de croissance locative

## Loyers Prime Réels EU-15, Ex-UK Indice de Loyer



## Prévision Loyers Prime Retail, 2015-2020



Source: CBRE - Mai 2015  
 PMA - Oct 2015

# High-street retail en tête

**Croissance locative moyenne Europe  
Prévisions 2015-2020**



**Croissance locative nominale par pays  
Prévisions 2015-2020**

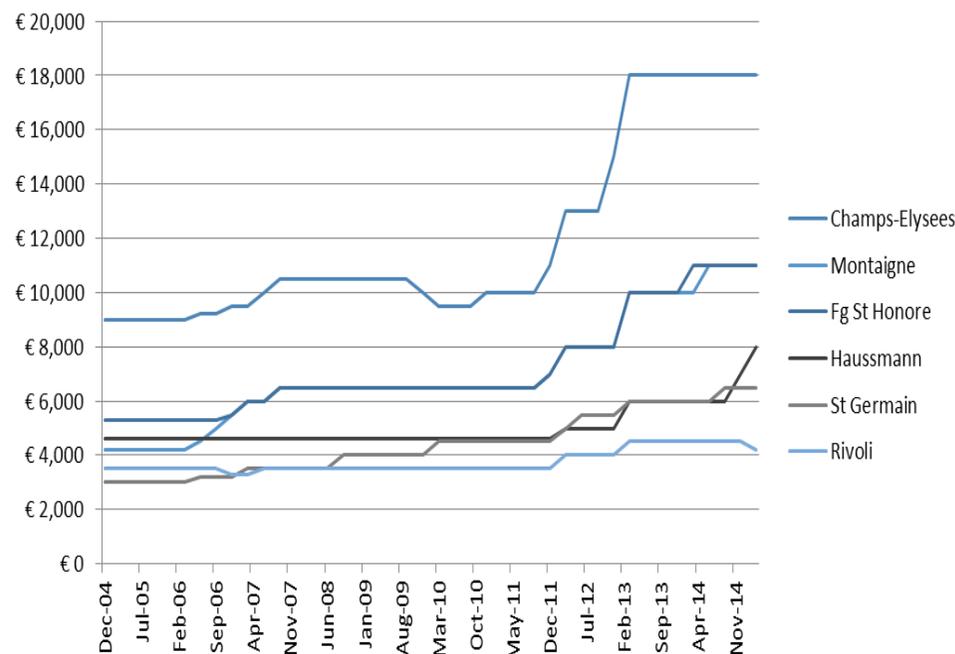
	Prime High-Street % p.a.	Centres Commerciaux % p.a.
United Kingdom	5.02	2.25
France	3.57	2.03
Germany	2.80	3.04
Spain	4.75	4.78
Italy	4.29	2.66
Netherlands	3.76	1.58
Sweden	3.30	4.09

Source: PMA - Oct 2015

# Forte pression sur les loyers à Paris

- Paris continue à être parmi les top 10 des marchés mondiaux cibles pour les enseignes ayant un appétit pour des locaux Prime tant sur le segment de luxe que le mass-market
- Le tourisme continue à croître et Paris reste la destination favorite de touristes notamment Chinois qui y apportent un pouvoir d'achat en hausse
- Croissance significative des valeurs locatives dans le segment de luxe et notamment sur l'avenue Montaigne et rue Faubourg Saint Honore sur lesquels il y a une pénurie d'offre
- Les prévisions sur la rue de Rivoli incluent un changement majeur dès l'ouverture du nouveau grand magasin LVMH et de l'hôtel de luxe Cheval Blanc en 2018 (précédemment le grand magasin La Samaritaine)

## Loyers Zone A - Paris

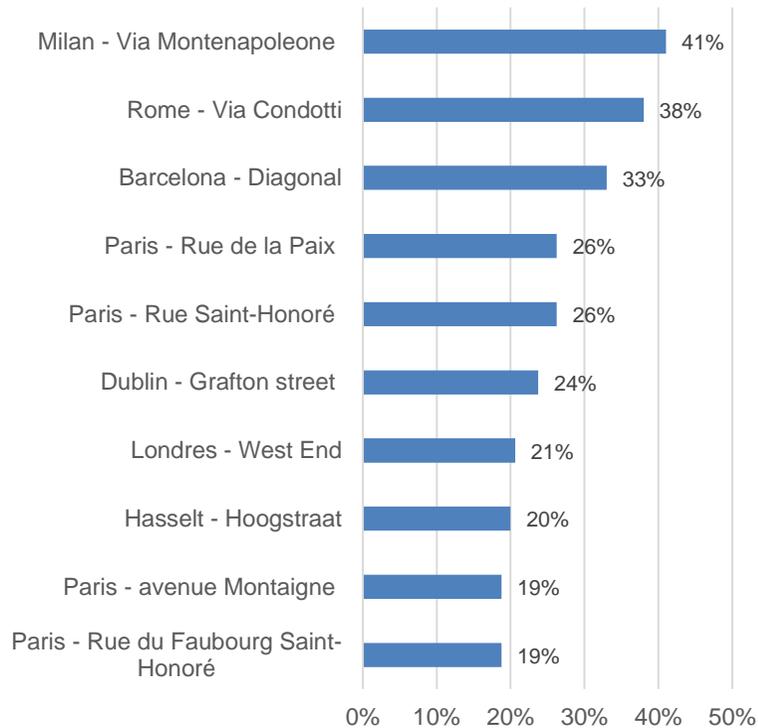


Source: Cushman & Wakefield – Mai 2015

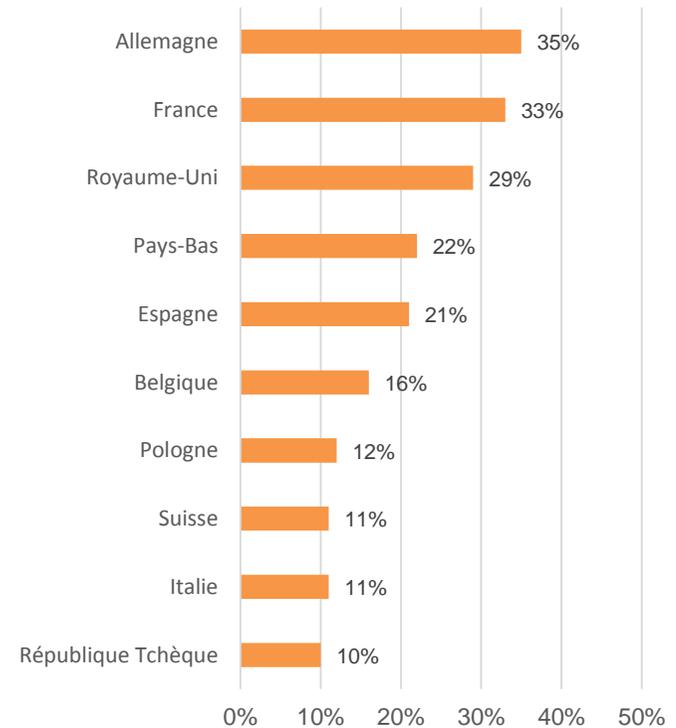
# Les enseignes continuent leur expansion en Europe

Les emplacements prime à travers l'Europe ont enregistré une nouvelle année de croissance locative importante en 2015. Les loyers sur Via Montenapoleone à Milan ont augmenté de 41,2% en une seule année, ce qui en fait le marché le plus dynamique dans le high-street, devant Via Condotti à Rome (croissance de 37,5%) et Avenida Diagonal à Barcelone (33,3%).

## Croissance Locative 2015 Prime High Street Retail



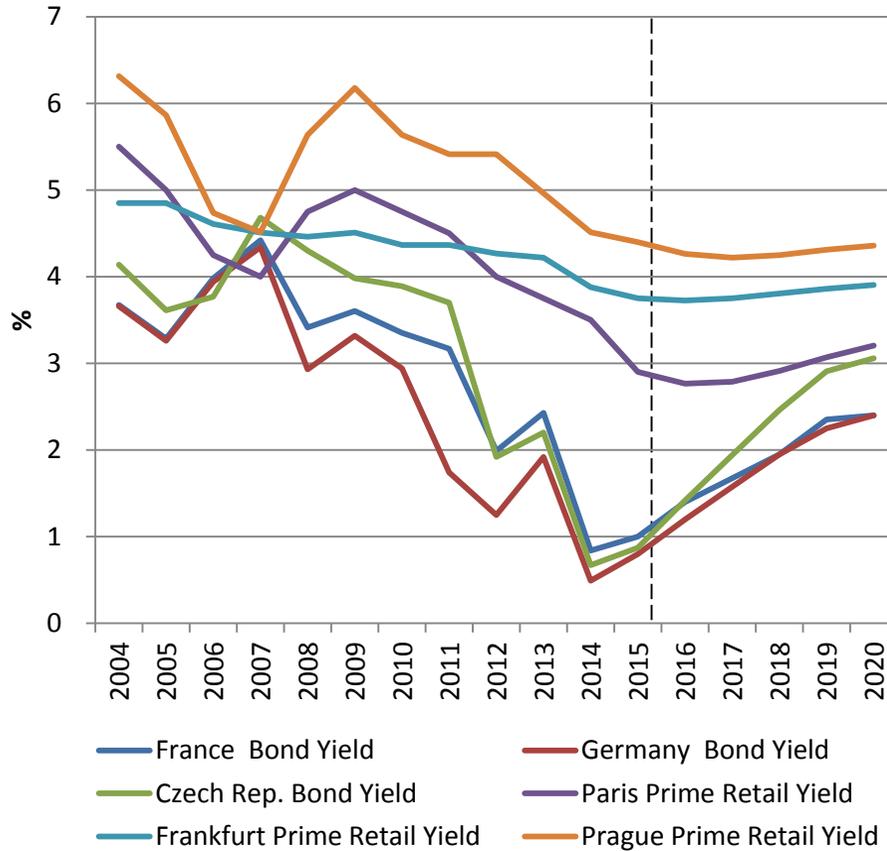
## Marchés Cibles des Enseignes pour 2016



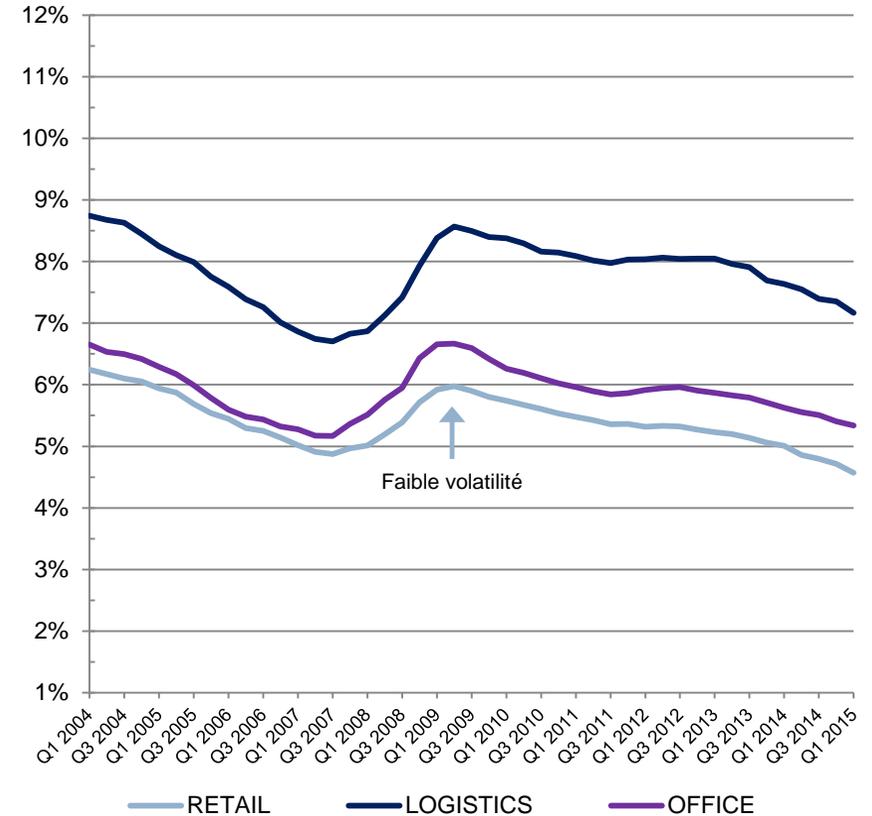
Source: Cushman & Wakefield, CBRE

# Moins volatile en période de ralentissement

## Obligations 10 ans vs. Taux prime retail Prévision 2015-2020



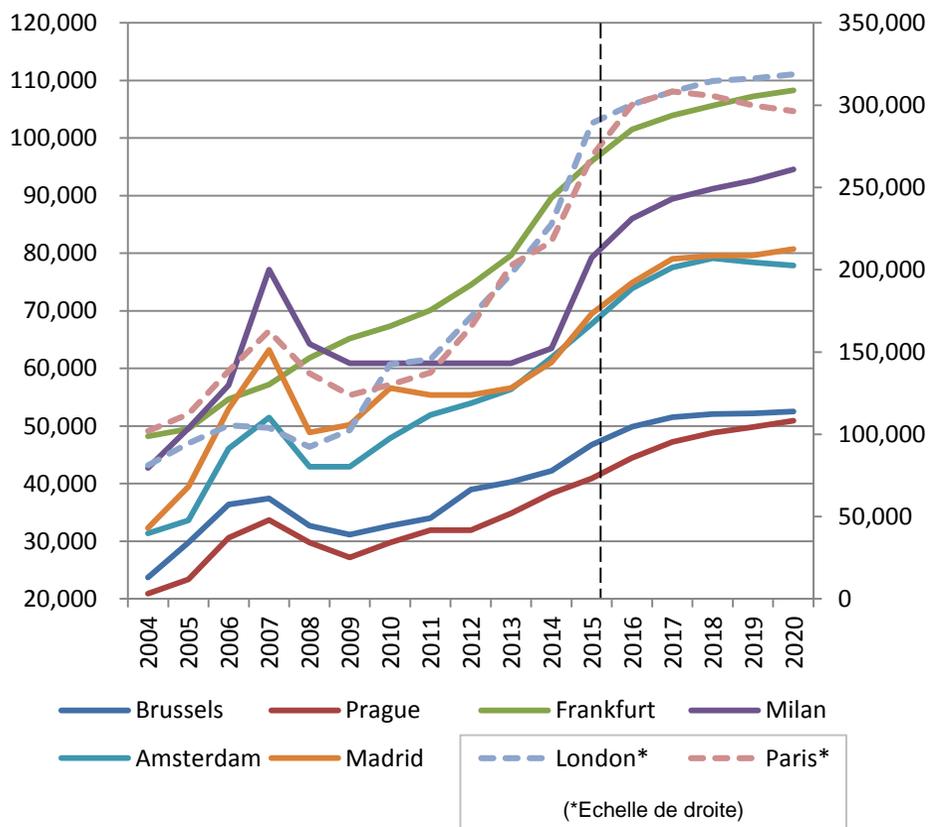
## EMEA Taux primes, moyens historiques



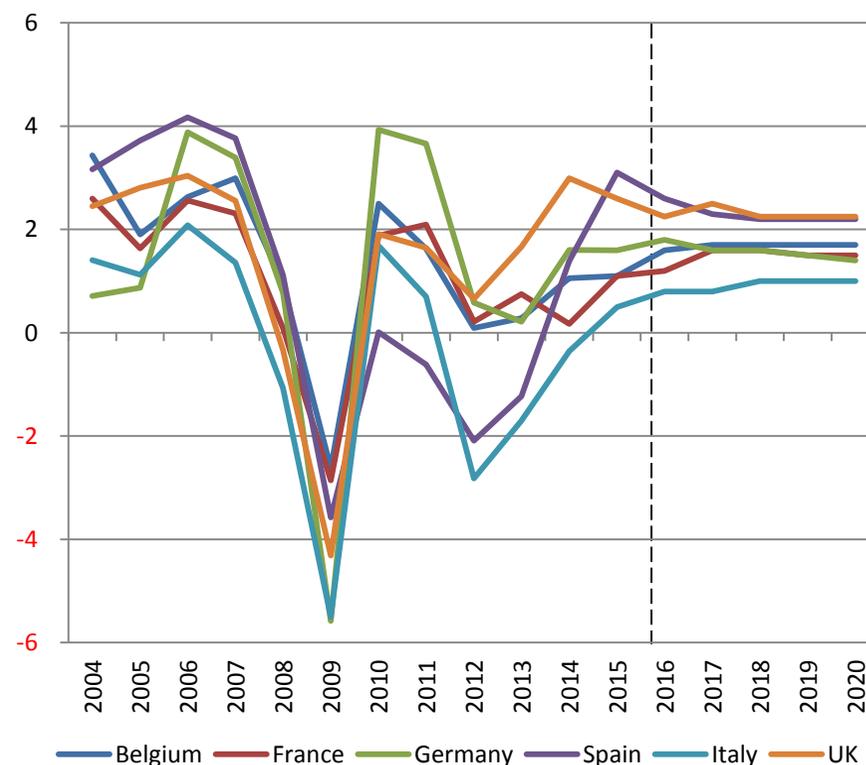
Source: PMA - Oct 2015  
CBRE - May 2015

# Une croissance soutenue à travers les cycles économiques

Valeur Prime (€/m<sup>2</sup>)  
Prévision 2015-2020



GDP par pays (% pa)  
Prévision 2015-2020



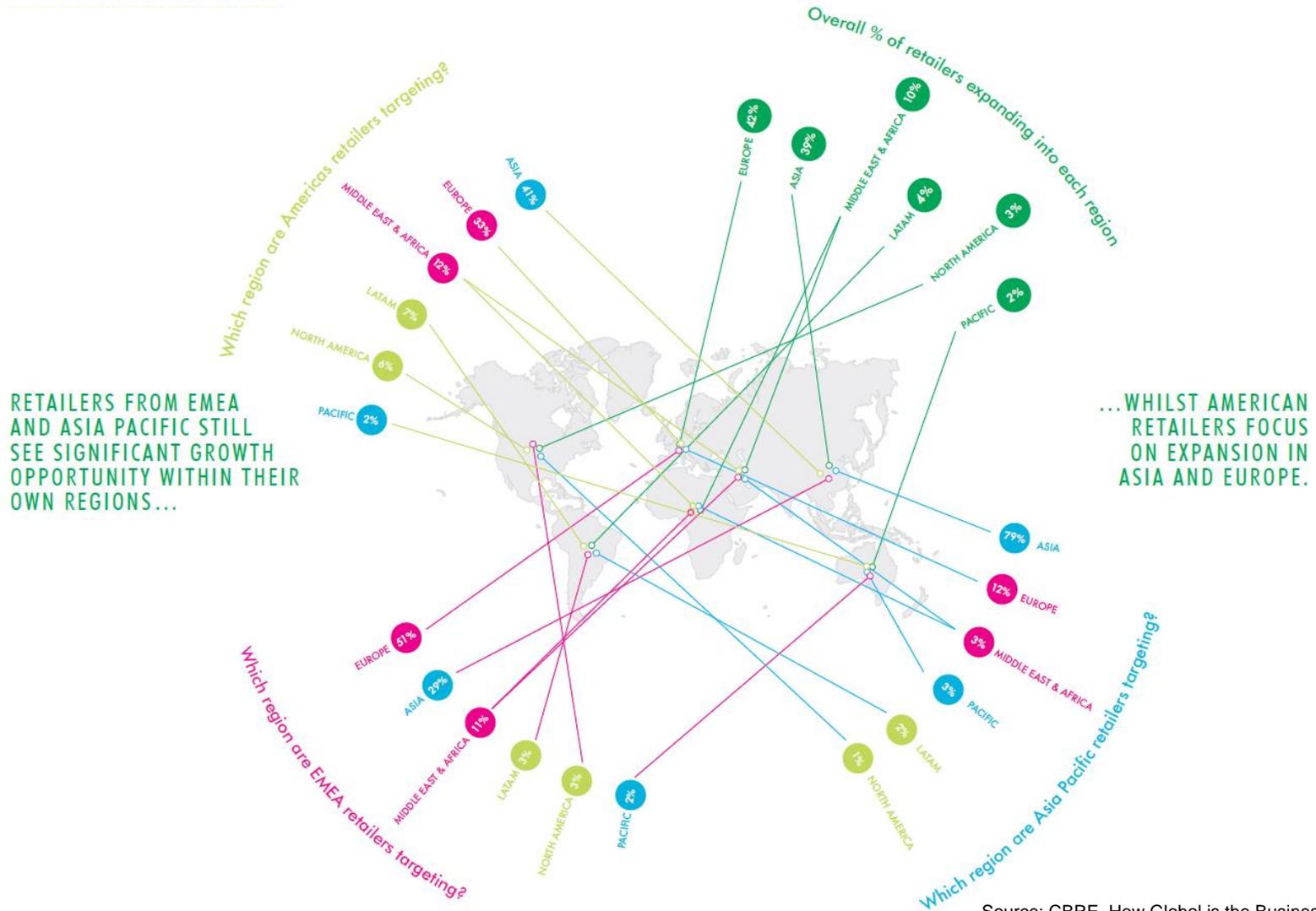
Source: PMA - Oct 2015

## Section II

---

Quelles sont les tendances des enseignes nationales et internationales ?

# Une expansion tant domestique qu'à l'international



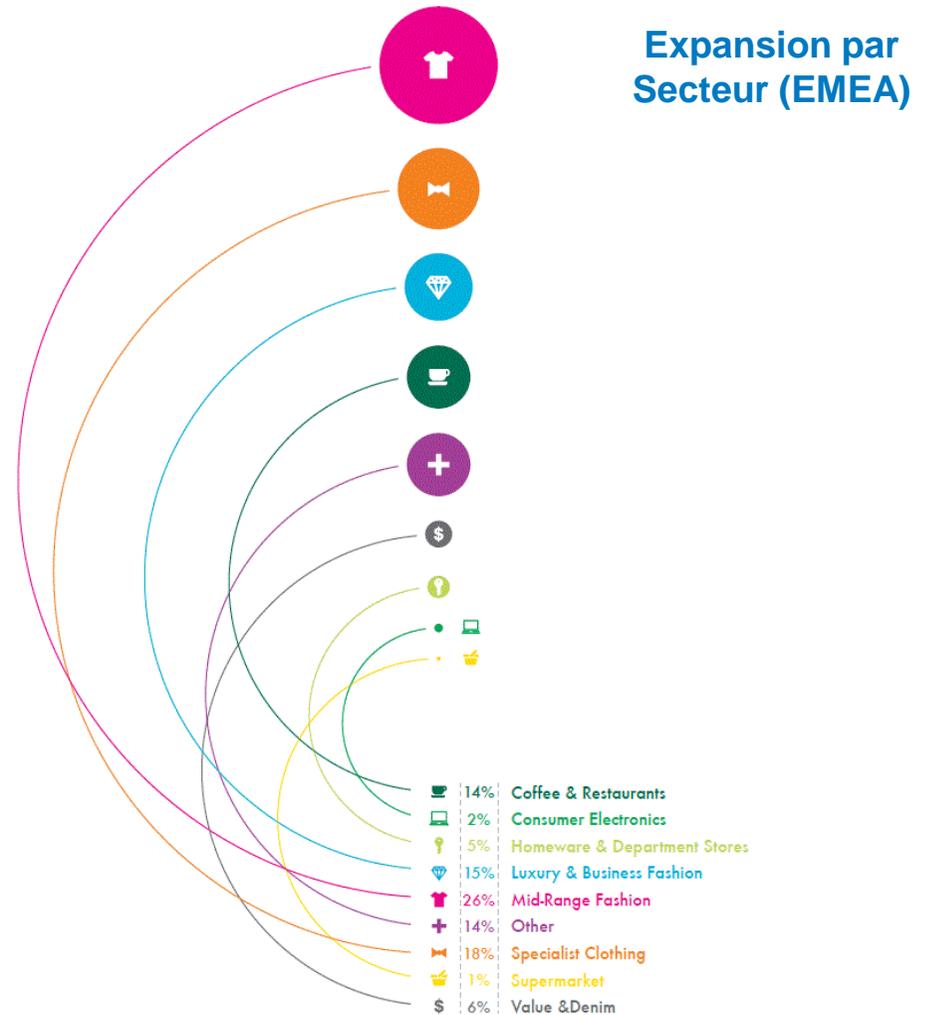
Source: CBRE, How Global is the Business of Retail 2015

# L'habillement et le luxe en tête

## Le commerce physique continue à être le mode préféré d'achat des consommateurs...

Les éléments essentiels de la mondialisation, la technologie et l'évolution démographique continuent d'avoir un impact considérable sur l'activité du commerce de détail. Comme les détaillants cherchent à conduire des parts de marché et accroître leur visibilité de la marque grâce à une sensibilisation accrue, ils continueront à se développer au-delà de leur territoire d'origine. Nous assistons à une nouvelle expansion dans divers endroits où la popularité des magasins déjà ouverts continue auprès des consommateurs locaux. La poursuite du développement et la rénovation des centres commerciaux et les rues « high-street » des centres villes créent l'environnement parfait pour les enseignes qui cherchent à exporter davantage leur proposition de marque dans le monde entier.

La perception des consommateurs des magasins physiques continue à être leur mode préféré d'achat et encore plus important un point d'interaction sociale. Nous voyons que les consommateurs considèrent le shopping comme une activité de loisirs et l'expansion continue des marques et le développement et l'amélioration des emplacements commerciaux leur donne l'occasion d'en profiter.



Source: CBRE, How Global is the Business of Retail 2015

## Section III

---

Quel impact de l'e-commerce sur les commerces en centre-ville ?

# L'Impact sur le commerce traditionnel

- Le commerce est en évolution permanente et doit s'adapter à l'innovation des temps modernes et aux exigences des consommateurs
- L'infrastructure des villes (monuments, places, et stations de métro) resteront les points d'ancrage pour les flux des piétons et continueront à définir les emplacements prime
- L'impact du e-commerce sur le commerce physique, aussi bien positif que négatif, devrait être limité. Aucun des deux canaux ne pourra entièrement se substituer à l'autre; la réussite d'une stratégie marketing reposera donc sur la mise en place d'une synergie entre les deux canaux pour bénéficier de tous les avantages

## ➤ Avantages de l'e-commerce

- Prix plus attractif
- Choix des produits plus important
- Effectuer des achats 24h/24, 7j/7
- Livraison des produits
- Gain de temps

## ➤ Avantages du commerce physique

- Interaction avec la marchandise
- Gratification instantanée
- Un service personnalisé
- L'expérience et divertissement
- Présence, visibilité et l'image

**“Les ventes d’e-commerce représente actuellement 7% des ventes globales et devrait atteindre 12% d’ici 4 ans.”**

- CBRE Global Real Estate – Market Outlook 2016



## L'ÉMERGENCE DU COMMERCE MULTICANAL

Bien que le commerce électronique a connu une croissance rapide au cours des 10 dernières années avec une modification définitive de nombreuses industries (**librairie, musique, voyage, et la banque**), elle représente encore une proportion faible des ventes au détail globales.

Les magasins physiques restent essentiels car ils offrent la possibilité d'interagir avec la marchandise, la gratification instantanée pour les consommateurs, un service personnalisé et donc l'expérience et de divertissement seront de plus en plus des éléments clés pour les clients. Dans un environnement de multicanal, l'expérience personnel d'un client en magasin fera la différence.

Source: Cushman & Wakefield  
Main Streets Across the World 2015/2016

# La consommation soutenue par le tourisme

- En 2015, il y a eu 1.186 milliard de touristes internationaux à travers le monde avec une croissance de 5% comparé à 1.133 milliard en 2014. Le top 10 des destinations européennes en 2015 étaient:

Rang	Pays	Entrées touristiques internationales (2015)	Entrées touristiques internationales (2014)	% Variation (2014 à 2015)	% Variation (2013 à 2014)
1	 France	84.5 millions	83.7 millions	▲ 0.9	▲ 0.1
2	 Espagne	68.2 millions	65.0 millions	▲ 5.0	▲ 7.0
3	 Italie	50.7 millions	48.6 millions	▲ 4.4	▲ 1.8
4	 Turquie	39.5 millions	39.8 millions	▼ 0.8	▲ 5.3
5	 Allemagne	35.0 millions	33.0 millions	▲ 6.0	▲ 4.6
6	 Royaume-Uni	34.4 millions	32.6 millions	▲ 5.6	▲ 5.0
7	 Russie	31.3 millions	29.8 millions	▲ 5.0	▲ 5.3
8	 Autriche	26.7 millions	25.2 millions	▲ 5.6	▲ 1.9
9	 Grèce	23.6 millions	22.0 millions	▲ 7.1	▲ 23.0
10	 Pologne	16.7 millions	16.0 millions	▲ 4.6	▲ 1.3

Top Villes Touristiques Européennes:



Source: UNWTO World Tourism Barometer

## Section IV

---

Comment valoriser les actifs high-street retail ?

# Eléments clés de la création de valeur

## Trafic & visibilité

Les enseignes sont prêtes à payer des loyers significatifs pour avoir un emplacement visible devant un flux piétonnier important

- **Bien mesurer le loyer potentiel de l'emplacement en utilisant les « 3 outils clefs d'analyse »**

## Taille et format des boutiques

Le format et l'efficacité des boutiques sont déterminant dans la définition du potentiel chiffre d'affaire des enseignes

- **Optimiser les surfaces pour accommoder un large éventail d'enseignes**

## Liquidité élevée

L'actif high-street retail offre une liquidité élevée tant sur le marché locatif que sur le marché d'investissement

- **Optimiser la concurrence au moment de la vente**



Paseo de Gracia 32, Barcelone

Source: BMO Real Estate Partners

# 1<sup>er</sup> Outil Clé : Analyser la segmentation du marché

## Exemple: Paseo de Gràcia, Barcelone, Espagne

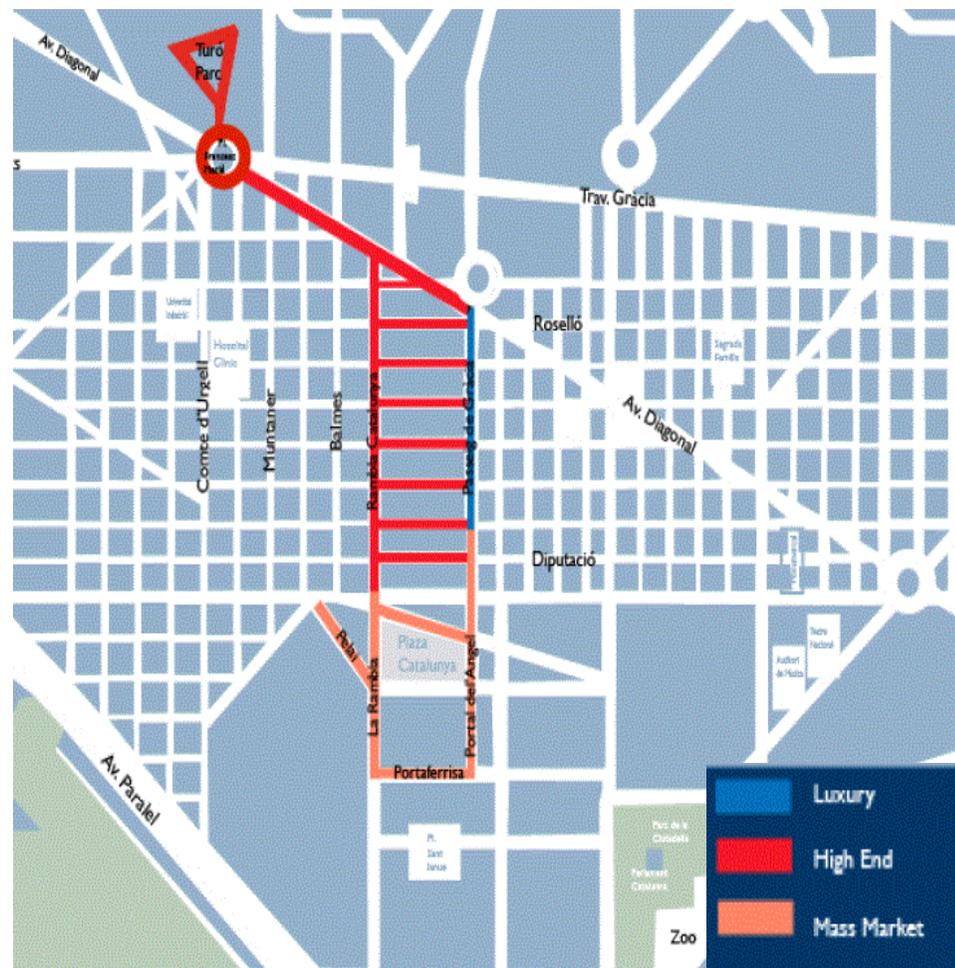
Le marché “high-street” de Barcelone est focalisé principalement sur Paseo de Gràcia et la rue piétonne de Portal del Angel.

Ce sont les deux rue primes avec les emplacements de proximité tels que Plaza Catalunya, Portaferrissa et Rambla Catalunya offrant également une densité forte d’enseignes internationales.

L’attractivité de Paseo de Gràcia est générée principalement par son intérêt touristique avec plusieurs sites UNESCO incluant des monuments et les fameux immeubles de l’architecte Antoni Gaudi.

Paseo de Gràcia offre des services haut de gamme avec 18 hôtels dont plusieurs hôtels 5\* (dont le Mandarin Oriental Hôtel) ainsi que des restaurants étoilés au guide Michelin.

L’emplacement bénéficie d’excellents transports en commun dont la station de metro Passeig de Gràcia (lignes 2, 3 et 4) ainsi que 13 lignes de bus.



Source: Cushman & Wakefield

## 2<sup>ème</sup> Outil Clé : Utilisation des “Key-Plans”

Le recensement des enseignes présentes sur la rue se fait par le biais de Key-Plans. Cet outil permet de mesurer la nature des enseignes, leur densité et le « tenant mix » de la rue.

Paseo de Gràcia est la rue de Barcelone avec le plus grand nombre d'enseignes de luxe. Les enseignes de luxe sont concentrées sur la portion haute de la rue.

Les enseignes évoluent ensuite en descendant la rue ou se situent les enseignes « high-end » sur la portion milieu.

Enfin, les enseignes mass-market sont concentrées sur la portion basse vers Plaza Catalunya et Portal de l'Angel.

Sur Paseo de Gràcia, les loyers les plus élevés sont sur la portion haute où se situent les enseignes de luxe. Ensuite, les niveaux de loyers varient selon la portion de la rue :

	Loyer (m <sup>2</sup> ZA /mois)	
Portion haute	€225 - 280	Luxe
Portion milieu	€220 - 260	High-end
Portion basse	€195 - 220	Mass-market

Extrait Key Plan de Paseo de Gracia: Portion basse



Source: Catella

## 3<sup>ème</sup> Outil Clé : Calcul de la « Zone A »

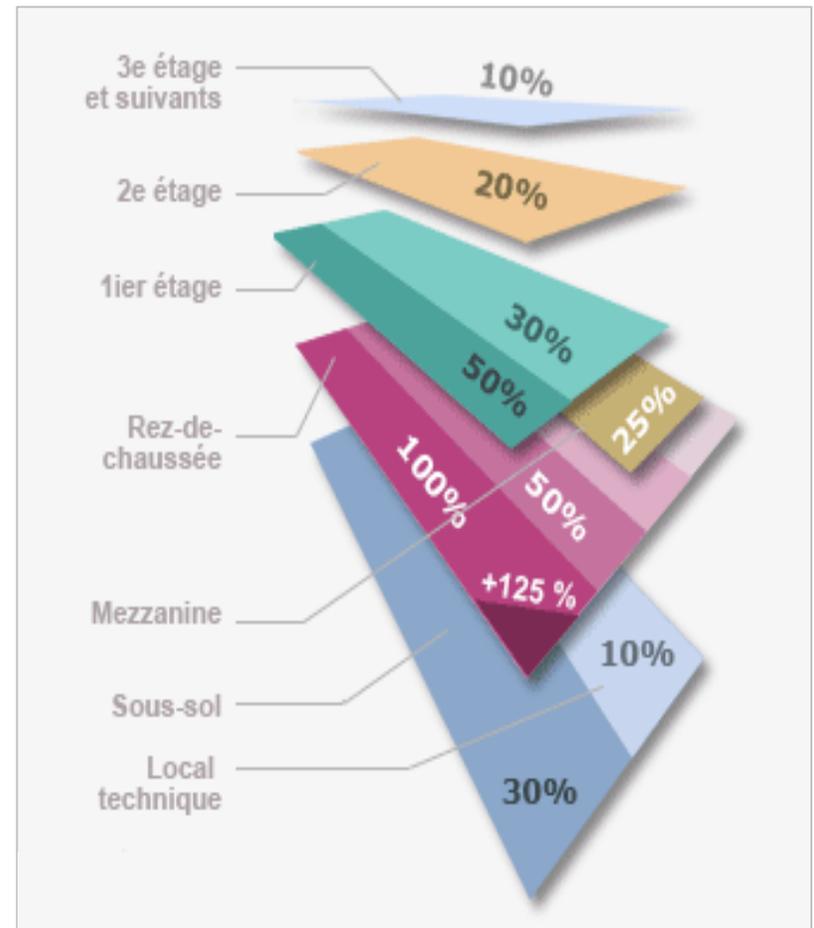
Les loyers marché high-street sont calculés sur la base de surfaces pondérées.

La pondération vient notamment du niveau du chiffre d'affaires qu'une enseigne peut générer sur les différentes parties d'un magasin ou d'une boutique. A titre d'exemple, le trafic sur les étages supérieurs baisse environ de 50% à chaque étage.

Il est important de noter que la méthode de pondération des surfaces varie selon les pays. Le Royaume-Uni et la France par exemple n'applique pas les mêmes pondérations que l'Espagne et l'Italie.

De façon générale, on retient que les pondérations suivantes sont les plus couramment retenues par les enseignes internationales:

Rez-de-chaussée	100%
1 <sup>er</sup> étage	50%
Sous-sol	30%



Source: L'Argus de l'Enseigne

## Section IV

---

Cas Pratique : Paseo de Gràcia 32, Barcelone

# Cas pratique – 32 Paseo de Gràcia, Barcelone

## STRATEGIE D'INVESTISSEMENT

---

Acquisition réalisée en Janvier 2016 auprès de l'enseigne Adolfo Dominguez sur la base d'un bail de 2 ans, résiliable à tout moment à la discrétion du propriétaire.

➤ **Objectif** : Capturer le loyer marché à travers la commercialisation à une nouvelle enseigne

## CALENDRIER

---

- Janvier 2016 : Acquisition
- May 2016 : Identification des enseignes potentielles
- Juillet 2016 : Accord sur conditions locatives avec Adolfo Dominguez and Tiffany & Co
- Septembre 2016 : Signature des baux
- 1<sup>er</sup> semestre 2017 : Autorisations administratives
- 2<sup>ème</sup> semestre 2017 : Travaux
- Janvier 2018 : Livraison et début des nouveaux baux

## COMMERCIALISATION LOCATIVE

---

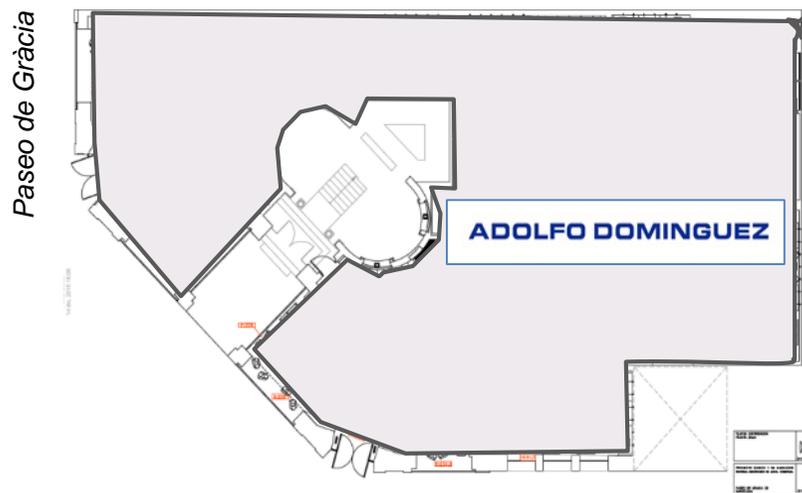
Dans le cadre d'un mandat de commercialisation locative piloté par BMO Real Estate Partners, plus de 150 enseignes nationales et internationales ont été contactées. Sur les intérêts marqués par de nombreuses enseignes, la solution de division du local s'avérait la plus créatrice de valeur avec comme futurs locataires Adolfo Dominguez et Tiffany & Co.

**Adolfo Dominguez** : Le local était trop grand, mais ils souhaitaient rester dans l'emplacement sur une surface réduite

**Tiffany & Co** : Tiffany occupe une boutique à l'entrée de l'hôtel Mandarin Oriental (juste à côté au Paseo de Gracia 38) mais souffrait d'une visibilité pauvre avec une façade en arrière de la rue. Le nouvel emplacement leur permet de réaliser optimisation de surfaces tout en gagnant une forte visibilité sur une vitrine d'angle

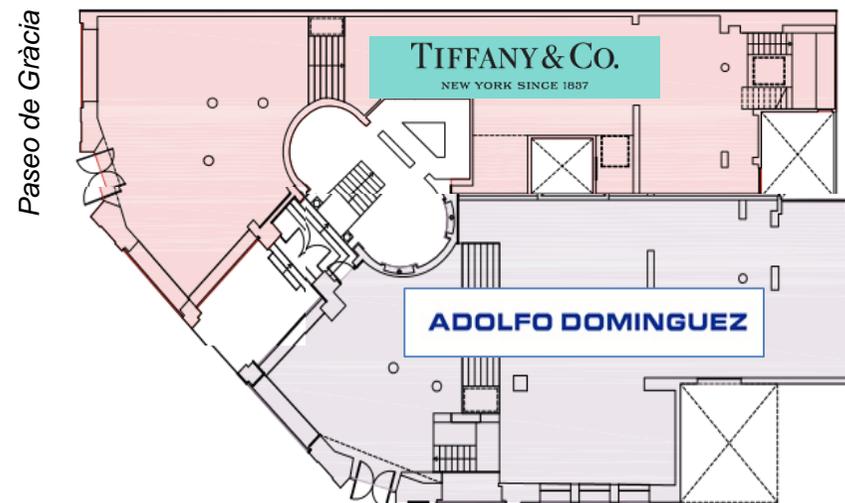
# La division pour augmenter le loyer total

AVANT



Carrer de la Diputació

APRES



Carrer de la Diputació

AVANT			
Tenant	Surface	ZA	Rent
Adolfo Dominguez	1,125 m <sup>2</sup>	794 m <sup>2</sup>	€ 1,800,000
	1,125 m <sup>2</sup>	794 m <sup>2</sup>	€ 1,800,000

APRES			
Tenant	Surface	ZA	Rent
Adolfo Dominguez	604 m <sup>2</sup>	375 m <sup>2</sup>	€ 600,000
Tiffany & Co.	521 m <sup>2</sup>	419 m <sup>2</sup>	€ 1,600,000
	1,125 m <sup>2</sup>	794 m <sup>2</sup>	€ 2,200,000

Source: BMO Real Estate Partners

# Résultats supérieurs aux hypothèses initiales

	Hypothèses Initiales	Nouvelles Hypothèses
Enseignes	Une ou deux enseignes	Adolfo Dominguez et Tiffany & Co.
Début du nouveau bail	Q3 2016	Q1 2018
Durée du bail	6 ans	12 ans fermes
Loyer annuel	1,800,000 € pa	2,200,000 € pa
Franchise de loyer	6 mois	6 mois (AD) et 12 mois (Tiffany & Co.)
Budget travaux	1,000,000 € pour travaux et honoraires	1,000,000 € pour travaux et honoraires +400,000 € coûts additionnels
Taux de sortie	4,09%	4,09%
Prix de sortie	50,345,006 €	60,532,922 €
Rendement total	4.56%	7.95%
Distribution moyenne	4.43% pa net	5.68% pa net

Source: BMO Real Estate Partners

# Performance financière

## PROPERTY DESCRIPTION

Property Name	Adolfo Dominguez
Street Address	Paseo de Gracia 32, Barcelona
Asset Type	Retail
Surface area	1 125 sqm GLA
Weighted area	794 sqm ZA
Built	Recent full refurbishment
Physical Occupancy	100%
Number of Tenants	1

## FINANCING COSTS

Bank setup fees	0,60%	€ 148 800
Notary		€ 125 000
Bank legal fees		€ 30 000
Valuation		€ 10 000
Loan Term	7 years	
Total		€ 313 800
Extra-financing Tenant incentives		€ 2 300 000

## INVESTMENT SUMMARY

	Temporary	Base Case	Revised
Gross Income	€ 1 200 000	€ 1 800 000	€ 2 200 000
Net Income	€ 1 182 898	€ 1 782 898	€ 2 182 898
Purchase Price	€ 45 000 000	€ 45 000 000	€ 45 000 000
Net Initial Yield	2,58%	3,89%	4,77%
Stamp Duty	1,80%		€ 810 000
Agents Fees	2,00%		€ 900 000
DD, Legal & Tax Fees	0,50%		€ 225 000
Acquisition fees (HI +BMO)	0,75%		€ 337 500
Capex & Leasing fees provision			€ 1 000 000

## FORECASTS

Source: PMA	2016	2017	2018	2019
GDP	2,5%	2,0%	2,1%	2,2%
Inflation	0,8%	1,2%	1,7%	1,9%
Rental Growth	4,5%	6,5%	4,1%	3,9%
Equity	€ 26 086 300		Exit price	€ 60 532 922
Bank loan	€ 24 800 000		Exit yield	4,09%
Leverage (*)	55%		Mgt fees (GAV)	0,55%
Cost of debt	1,93%		Total return pa	7,95%
Total Investment	€ 50 886 300			

(\*) Before revised market value by JLL Valuation

## UNDERWRITING ASSUMPTIONS

Add 0.5% cost of debt at refinancing

Rental growth not included

Adolfo Dominguez remains in occupation until end July 2017

Vacancy / technical division of the unit from August 2017 to end January 2018

New rental income of 2,200,000 € p.a. starting on 1st February 2018 with 1.9M€ tenant incentives in total

1,000,000 € Capex & Leasing fees included in the capital call at acquisition + 400,000 € extra capex

Tenant incentives and extra capex included in financing : leverage of 50% of purchase price + 1.9M€ tenant incentives + 0.4M€ extra capex

CASH FLOW	Investment Period												
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	
Market Value	45 000 000	45 000 000	50 665 179	56 034 634	56 531 427	57 034 087	57 542 676	58 057 260	58 577 902	59 104 670	59 637 628	60 532 922	
Exit Yield		3,89%	3,91%	3,93%	3,95%	3,97%	3,99%	4,01%	4,03%	4,05%	4,07%	4,09%	
<b>Rental income</b>	<b>1 200 000</b>	<b>752 165</b>	<b>2 016 667</b>	<b>2 241 800</b>	<b>2 273 185</b>	<b>2 305 010</b>	<b>2 337 280</b>	<b>2 370 002</b>	<b>2 403 182</b>	<b>2 436 826</b>	<b>2 470 942</b>	<b>2 520 361</b>	
Cost of debt	-478 640	-478 640	-478 640	-478 640	-478 640	-478 640	-478 640	-602 640	-602 640	-602 640	-602 640	-602 640	
Mgt fees	-225 000	-225 000	-247 500	-247 500	-247 500	-247 500	-247 500	-247 500	-247 500	-247 500	-247 500	-247 500	
SPV costs	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	
Lux Hold Co contribution	-20 000	-20 000	-20 000	-20 000	-20 000	-20 000	-20 000	-20 000	-20 000	-20 000	-20 000	-20 000	
Taxes (CIT)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Non-recoverables (land tax)	-17 102	-17 102	-17 102	-17 102	-17 102	-17 102	-17 102	-17 102	-17 102	-17 102	-17 102	-17 102	
Capex	incl. Capital Call		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Free rent			incl. Financing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Leasing fees	incl. Capital Call		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Total Costs	-770 742	-770 742	-793 242	-793 242	-793 242	-793 242	-793 242	-917 242	-917 242	-917 242	-917 242	-917 242	
Net Income	429 258	-18 577	1 223 425	1 448 558	1 479 943	1 511 768	1 544 038	1 452 760	1 485 940	1 519 584	1 553 700	1 603 119	
Annual Distribution   Average 10- yrs	1,65%	-0,07%	4,69%	5,55%	5,67%	5,80%	5,92%	5,57%	5,70%	5,83%	5,96%	6,15%	5,68%

Source: BMO Real Estate Partners

# Photos / Renders



Source: BMO Real Estate Partners

# Clause de non-responsabilité

---

Le présent document :

- a été rédigé, publié et autorisé par BMO REP Asset Management plc et relève de la responsabilité exclusive de cette dernière, laquelle est sise 5 Wigmore Street, Londres W1U 1PB (ci-après « **BMO REP** »), agréée et réglementée par la *Financial Conduct Authority* (autorité britannique de réglementation financière) au Royaume-Uni (sous le numéro d'immatriculation 119283) ;
- s'adresse uniquement aux investisseurs qualifiés professionnels et les renseignements qu'il renferme peuvent ne pas convenir à l'ensemble des personnes résidant dans tous les pays du monde ; en acceptant le présent document, vous déclarez à BMO REP être compétent pour recevoir ces renseignements ;
- ne doit pas être considéré comme constituant un démarchage ni une offre visant la négociation de l'un quelconque des placements ou fonds qui y sont mentionnés, par quiconque au sein de n'importe quel pays dans lequel un tel démarchage ou offre serait illégal ou dans lequel la personne accomplissant un tel démarchage ou formulant une telle offre n'est pas habilitée pour y procéder ni à l'intention d'une quelconque personne à laquelle adresser un tel démarchage ou faire une telle offre est interdit ; aucune des informations renfermées par le présent document ne représente un conseil en matière fiscale, juridique, de placement ni d'une autre nature et vous devez obtenir un avis professionnel avant de prendre la moindre décision d'investissement ;
- comporte des renseignements confidentiels appartenant à BMO REP et/ou utilisés sous licence de tiers, qui vous sont seulement fournis à titre indicatif et ne peuvent pas être transférés à une autre personne, ni reproduits, ni publiés, en tout ou partie, à quelque fin que ce soit. Vous pouvez être tenu pour responsable à l'égard de BMO REP et de ces tiers en cas de non-respect de ces restrictions. Les conditions de ces restrictions font partie de la présente clause d'exonération de responsabilité. Veuillez les consulter sur notre site Internet à l'adresse : <http://www.bmorep.com/legal/>. Certains renseignements sont protégés par le droit d'auteur et les droits attachés aux bases de données qui appartiennent à Investment Property Databank Limited et à ses donneurs de licence. © 2016. Tous droits réservés.

Aucune garantie ni déclaration, expresse ou implicite, n'est formulée par BMO REP ni par une quelconque autre personne relativement à l'exactitude ou l'exhaustivité des renseignements ou avis renfermés par le présent document. Sauf cas de fraude, BMO REP décline toute responsabilité en cas de perte découlant, directement ou indirectement, de tout acte du lecteur, d'une personne ou d'un groupe de personnes fondé sur l'un des renseignements ou avis inclus dans le présent document.

La performance antérieure ne doit pas être perçue comme une indication de la performance future. Les retours sur investissements peuvent évoluer à la hausse comme à la baisse en raison des fluctuations des marchés ou des devises et les investisseurs peuvent ne pas récupérer le montant investi à l'origine. Les estimations et prévisions ne sont données qu'à titre d'illustration. Elles ne constituent pas une garantie de performance future et il convient de ne pas s'y fier pour prendre des décisions d'investissement. Établies à partir d'hypothèses, les estimations sont susceptibles d'être modifiées sans avis préalable. BMO REP Asset Management plc est une filiale de BMO Real Estate Partners LLP, toutes deux membres du groupe financier BMO GAM, lui-même détenu à 100 % par la Banque de Montréal.

© 2016 BMO Real Estate Partners LLP, Immatriculée en Angleterre et au Pays de Galles sous le numéro OC338377. Siège social : 5 Wigmore Street, Londres W1U 1PB. BMO REP Asset Management Plc est agréée et réglementée par la Financial Conduct Authority. BMO Real Estate Partners LLP, BMO REP Asset Management Plc et BMO REP Property Management Limited sont membres du groupe financier BMO et sont des filiales de la Banque de Montréal.

CM10535 Switzerland