



COMMUNICATION CONFORMÉMENT À L'ARTICLE 14 DE LA LOI DU 2 MAI 2007 RÉLATIVE À LA PUBLICITÉ DE PARTICIPATIONS IMPORTANTES (LOI DE TRANSPARANCE)

Conformément à la Loi de Transparence, Qrf City Retail annonce avoir reçu une notification, dont il résulte que, suite à une acquisition ou transfert d'actions, la famille Vanmoerkerke surpasse le seuil de participation de 5%.

Il ressort de cette déclaration que les droits de vote liés aux actions de Qrf qui sont tenus par la famille Vanmoerkerke à la date du 27 octobre 2017 surpassent le seuil de 5% du total des droits de vote existants (notamment 9,5%).

Voici la nouvelle composition de l'actionnariat:

Détenteurs de droits de vote	# Droits de vote	Pourcentage de droits de vote
AXA SA	633.680	11,2%
Famille Vanmoerkerke	536.020	9,5%
Capfi Delen Asset Management SA	241.470	4,3%
Publique	4.254.652	75,1%
Total	5.665.822	100,0%

Les notifications complètes ainsi que la structure d'actionnariat peuvent également être consultées sur le site internet de Qrf City Retail sous la rubrique Investor Relations – Actionnaires – Structure de l'actionnariat.

Réserve à l'égard des énoncés prospectifs

Le présent communiqué de presse contient des énoncés prospectifs basés sur des postulats auxquels sont liés des risques et incertitudes, parmi lesquels des déclarations au sujet des projets, objectifs, attentes et intentions de Qrf City Retail. La société attire l'attention du lecteur sur le fait que ces énoncés prospectifs impliquent des risques connus et inconnus, et sont subordonnés à d'importantes incertitudes de nature opérationnelle, économique et concurrentielle, sur lesquelles Qrf City Retail a peu de prise. Dans l'éventualité où un ou plusieurs de ces risques ou incertitudes se concrétiseraient, ou encore si les postulats utilisés devaient s'avérer inexacts, les résultats ultimes pourraient s'écarter considérablement des résultats supposés, attendus, estimés ou extrapolés. Qrf City Retail décline par conséquent toute responsabilité en cas d'erreur dans les énoncés prospectifs.

Pour tout complément d'information**Anneleen Desmyter**

CEO

Tél: +32 3 233 52 46

GSM: +32 476 98 21 94

Anneleen.desmyter@qrf.be**Preben Bruggeman**

CFO

Tél: +32 3 233 52 46

GSM: +32 496 15 80 44

Preben.bruggeman@qrf.bewww.qrf.be

Suivez-nous sur

A propos de Qrf City Retail:

Qrf City Retail est une société immobilière réglementée (SIR ou BE-REIT) publique de droit belge, spécialisée dans le secteur de niche qu'est l'immobilier commercial en Belgique et aux Pays-Bas. Elle est active dans l'acquisition, le réaménagement et la mise en location d'immobilier commercial, tout particulièrement dans le segment du commerce de détail urbain situé dans les « Golden Miles », rues des centres-villes dominantes pour leur zone de chalandise. Au 30 juin 2017, le portefeuille se composait de 47 sites commerciaux représentant une Juste Valeur totale de 281 MEUR. Au 27 octobre 2017, Qrf City Retail a finalisé l'apport en nature de six immeubles commerciaux situés à Anvers et Ostende. Après cette transaction, la Juste Valeur du portefeuille dépassera les 290 MEUR.

Qrf City Retail est cotée sur Euronext Bruxelles depuis décembre 2013 (QRF:BB). Au 27 octobre 2017 la capitalisation boursière atteignait 135 MEUR.



Pour son rapport annuel 2016, Qrf City Retail a remporté l'EPRA Gold Award pour le reporting financier. L'EPRA, European Public Real Estate Association, défend les intérêts du secteur européen de l'immobilier coté en bourse et représente 430 milliards d'euros d'actifs immobilier (www.epra.com).



Qrf City Retail est le principal sponsor du Retailer of the Year Belgium 2017. Le 21 septembre 2017 les noms des lauréats des différentes catégories ont été dévoilés durant le RetailDetail Day. Le gagnant global sera révélé le 23 novembre 2017. Qrf City Retail croit dans la puissance du magasin physique. Les commerçants font des efforts concrets pour améliorer et renouveler leur offre et leur service. Par cette initiative, Qrf City Retail souhaite les soutenir en donnant à ses clients, les commerçants, une occasion unique d'encore mieux comprendre le consommateur.