AVISON YOUNG | NEWGATE INVESTMENT | CMS law·tax·future | POLSKA RADA OBIEKTÓW HANDLOWYCH

Retail parks uncovered

3 edition

Retail parks and convenience retail parks Investment market report

Parki handlowe i małe parki convenience - raport inwestycyjny



Retail Park in Grodzisk Mazowiecki
Source: Newgate Investment

September 2026

Contents
/Spis treści

1 **Legal aspects of portfolio transactions in the real estate market - CMS**
Aspekty prawne transakcji portfelowych na rynku nieruchomości - CMS
page 4

2 **Retail parks in Poland - snapshot of retail park history**
Parki handlowe w Polsce – historia rozwoju
page 6
a. Rapid expansion and the culmination of growth / *Dynamiczna ekspansja i kulminacja wzrostu*
b. Retail parks on the mature retail market / *Parki handlowe na tle dojrzałego rynku handlowego*
c. Retail parks and convenience retail parks under construction / *Parki handlowe i małe parki convenience w budowie*

3 **Investor's perspective – Newgate Investment**
Okiem inwestora – Newgate Investment
page 10
a. Why retail parks? / *Dlaczego parki handlowe?*
b. Why Poland? / *Dlaczego Polska?*

4 **Strategy for building a presence on the Polish market – Newgate Investment**
Strategia budowania obecności na polskim rynku – Newgate Investment
page 12
a. Development of new retail parks / *Realizacja nowych parków handlowych*
b. Acquisition of existing assets and portfolios / *Nabywanie istniejących aktywów i portfeli*
c. Redevelopment and value creation through asset transformation / *Przebudowa i tworzenie wartości poprzez transformację aktywów*

5 **Investment market in Poland**
Rynek inwestycyjny w Polsce
page 16
a. Retail investment market / *Rynek inwestycyjny w sektorze handlowym*
b. Prime retail yields / *Stopy kapitalizacji dla najlepszych nieruchomości handlowych*
c. Retail park investment market / *Rynek inwestycji w parki handlowe*

6 **Rents and operating costs in retail parks**
Czynsze i koszty operacyjne w parkach handlowych
page 27
a. The main OPEX categories / *Główne kategorie kosztów operacyjnych*
b. Risk management / *Zarządzanie ryzykiem*

7 **One industry, many formats, shared challenges – Polish Council of Shopping Places**
Jedna branża, wiele formatów, wspólne wyzwania – Polska Rada Obiektów Handlowych
page 32

Foreword

Retail parks retain investor confidence

/Parki handlowe utrzymują zainteresowanie inwestorów

We are proud to present the third edition of our report on Poland's retail park and convenience retail investment market. This publication has become a valuable source of market insights into this asset class that continues to gain momentum and remain firmly on investors' radar.

The report is the outcome of a joint initiative of four active market participants:

- **Avison Young, an advisory company, leader in brokerage of retail parks transactions totalling €500 million;**
- **Polish Council of Shopping Places (PROH), an organization primarily focused on larger retail schemes, now actively supporting and promoting retail parks in Poland for several years already;**
- **CMS, renowned legal advisory practice, active in commercial real estate including retail parks sector;**
- **Newgate Investment, established investor, actively developing its retail park portfolio in Poland.**

The growing maturity of the Polish retail market continues to drive portfolio transactions, increasingly involving retail parks and convenience retail schemes. Avison Young experts brokered 20% of the total volume transacted in the retail park sector, establishing itself as a one of the leading advisors in this segment, including the third-largest retail park portfolio deal completed in the market.

Enjoy and explore expert insights from across sectors in this unique publication dedicated to the retail park investment market.

Z przyjemnością oddajemy w Państwa ręce trzecią edycję raportu poświęconego polskiemu rynkowi inwestycyjnemu parków handlowych i małych parków convenience. Publikacja ta stała się cennym źródłem wiedzy o tym segmencie nieruchomości, który niezmiennie zyskuje na znaczeniu i pozostaje w centrum zainteresowania inwestorów.

Raport jest efektem wspólnej inicjatywy czterech aktywnych uczestników rynku:

- Avison Young – firmy doradczej i lidera w zakresie pośrednictwa w transakcjach parkami handlowymi o łącznej wartości 500 mln euro;
- Polskiej Rady Obiektów Handlowych (PROH) – organizacji dotychczas koncentrującej swoją działalność głównie na większych obiektach handlowych, która od kilku lat aktywnie wspiera i promuje rozwój parków handlowych w Polsce;
- CMS – renomowanej kancelarii prawnej świadczącej usługi doradcze dla sektora nieruchomości komercyjnych, w tym rynku parków handlowych;
- Newgate Investment – doświadczonego inwestora, aktywnie rozwijającego portfolio parków handlowych w Polsce.

Rosnąca dojrzałość polskiego rynku handlowego sprzyja realizacji transakcji portfelowych, coraz częściej obejmujących parki handlowe oraz obiekty convenience. Avison Young odpowiadał za pośrednictwo w transakcjach stanowiących 20% całkowitego wolumenu rynku parków handlowych. Doradztwo przy sprzedaży trzeciego największego portfela w tym sektorze umocniło pozycję firmy jako jednego z czołowych doradców na rynku.

Zapraszamy do lektury wyjątkowej publikacji poświęconej rynkowi inwestycyjnemu parków handlowych, zawierającej eksperckie analizy i komentarze przedstawicieli różnych obszarów rynku.



MICHAŁ ĆWIKLIŃSKI MRICS
Avison Young
Principal, Managing Director
for EMEA Region



KRYSTIAN MODRZEJEWSKI
Newgate Investment
Chief Investment Officer



DOMINIK RAFAŁKO
CMS
Partner (Real Estate)



BOGDA KOROLCZUK
Polish Council of Shopping Places
Managing Director
Member of the Board



Legal aspects of portfolio transactions in the real estate market - CMS

/Aspekty prawne transakcji portfelowych na rynku nieruchomości - CMS

Portfolio transactions, involving the simultaneous acquisition or disposal of multiple properties as part of a single process, are becoming an increasingly significant part of the retail market. In the last year alone, we have seen several such acquisitions. Such a transaction enables investors to enter the market efficiently or to expand their existing portfolio.

However, their complexity goes far beyond the simple multiplication of transactions involving individual assets – it requires a distinct approach to both the legal due diligence process and the structuring of transaction documentation, as well as risk management on both sides of the project.

The specifics of due diligence in portfolio transactions

The due diligence process in portfolio transactions differs fundamentally from the legal due diligence conducted in relation to a single property. The main difference stems from the scale of the project – a portfolio may comprise several dozen or even several hundred properties, involving thousands of lease agreements, dozens of administrative decisions and a long legal history for each asset.

In practice, this means that the scope of the study must be limited in a pragmatic manner. A full due diligence review of each asset, at a level of detail appropriate to a stand-alone transaction, would often be unfeasible within the transaction's timetable and budget. Consequently, the parties usually adopt a risk-based approach, focusing on the issues of greatest economic and legal significance.

With regard to lease agreements – which usually constitute the most extensive category of documents – various methods are used to limit the scope of the review. The most common approaches include reviewing only lease agreements above a specified rent threshold (e.g. agreements generating more than 5% of the revenue from a given property), analysing a representative sample of agreements from each location, or limiting the scope of the review to selected key legal issues (such as break option clauses, rent indexation or restrictions on the transferability of rights under the lease agreement).

It is essential that the agreed scope of due diligence be clearly agreed between the parties and reflected in the transaction documentation, in particular with regard to the seller's representations and warranties, documents deemed to have been disclosed as part of the transaction, and the buyer's protection mechanisms (including under W&I and Title insurance, as discussed below).

Transaction documentation

The structure of documentation for portfolio transactions is usually based on a two-tier model. The most common approach is to include, at the first level, a framework agreement governing the entirety of the relationship between the parties in relation to the transaction, including, in particular, matters such as the mechanism for determining and allocating the price across individual assets, the conditions precedent for the entire transaction, the rules governing the interdependence between individual assets, the timetable for the settlement of specific assets, and the consequences of being unable to settle the transaction in respect of one or more assets. At the second, operational level, individual sales contracts are then drawn up, based on a standard template which is replicated for each asset in the portfolio, subject, of course, to any specific characteristics identified for a given location.

Transakcje portfelowe, obejmujące jednoczesne nabycie lub zbycie wielu nieruchomości w ramach jednego procesu, stanowią coraz bardziej istotną część rynku retailowego. Tylko w ostatnim roku obserwowaliśmy kilka takich nabyć. Transakcja taka pozwala na sprawne wejście na rynek albo też rozbudowanie istniejącego portfela przez inwestorów.

Ich złożoność wykracza jednak daleko poza zwykłą multiplikację transakcji dotyczących pojedynczych aktywów – wymaga ona odrębnego podejścia zarówno do procesu badania prawnego, jak i do strukturyzacji dokumentacji transakcyjnej oraz zarządzania ryzykiem po obu stronach projektu.

Specyfika due diligence w transakcjach portfelowych

Proces due diligence w transakcjach portfelowych różni się zasadniczo od badania prawnego przeprowadzanego w odniesieniu do pojedynczej nieruchomości. Główna różnica wynika ze skali przedsięwzięcia – portfel może obejmować kilkadziesiąt, a nawet kilkaset nieruchomości, z którymi wiążą się tysiące umów najmu, dziesiątki decyzji administracyjnych oraz wieloletnia historia prawna każdego z aktywów.

W praktyce oznacza to konieczność pragmatycznego ograniczenia zakresu badania. Pełne due diligence każdego aktywa na poziomie szczegółowości właściwym dla transakcji jednostkowej byłoby często niewykonalne w ramach harmonogramu i budżetu transakcji. Zwykle, strony przyjmują zatem podejście oparte na analizie ryzyka, koncentrując się na kwestiach o najwyższym znaczeniu ekonomicznym i prawnym.

W zakresie umów najmu – stanowiących zwykle najobszerniejszą kategorię dokumentów – stosuje się różne metody ograniczenia zakresu badania. Najpopularniejsze podejścia obejmują badanie wyłącznie umów najmu powyżej określonego progu wartości czynszu (np. umowy generujące powyżej 5% przychodów z danej nieruchomości), analizę reprezentatywnej próbki umów z każdej lokalizacji, bądź ograniczenie zakresu przeglądu do wybranych kluczowych kwestii prawnych (takich jak klauzule break option, indeksacji czynszu czy ograniczenia przenoszalności praw z umowy).

Istotne jest, aby przyjęty zakres due diligence został jasno uzgodniony między stronami i odzwierciedlony w dokumentacji transakcyjnej, w szczególności w zakresie oświadczeń i zapewnień sprzedającego, dokumentów traktowanych jako ujawnione w ramach transakcji oraz mechanizmów ochrony kupującego (w tym w ramach ubezpieczeń W&I & Title, o czym mowa poniżej).

Dokumentacja transakcyjna

Struktura dokumentacji w transakcjach portfelowych zwykle opiera się na dwupoziomowym modelu. Najczęstszym podejściem jest ujęcie na pierwszym poziomie umowy ramowej (framework agreement), regulującej całość relacji między stronami w odniesieniu do transakcji, w tym w szczególności takie kwestie jak mechanizm ustalania i alokacji ceny na poszczególne aktywa, warunki zawieszające dla całej transakcji, zasady wzajemnej zależności między poszczególnymi aktywami, harmonogram zamknięć danych aktywów, a także konsekwencje niemożności zamknięcia transakcji w odniesieniu do jednego lub kilku aktywów. Na drugim poziomie, wykonawczym, zawierane są wówczas poszczególne umowy sprzedaży, oparte na wspólnym wzorcu, który jest replikowany dla każdego aktywa w portfelu, z zastrzeżeniem oczywiście odrębności zidentyfikowanych dla danej lokalizacji.

Takie podejście pozwala na efektywne prowadzenie negocjacji, ponieważ strony koncentrują się na jednym zestawie postanowień ogólnych, zamiast negocjować odrębnie każdą z kilkudziesięciu umów. Jednocześnie wymaga ono starannego zdefiniowania relacji między umową ramową a poszczególnymi umowami sprzedaży, w tym hierarchii postanowień w przypadku sprzeczności.

Alternatywą jest realizacją projektu wyłącznie na poziomie umów sprzedaży – niemniej w takim wypadku wymaga to szczegółowego powiązania poszczególnych umów dotyczących danych lokalizacji, w szczególności w zakresie tzw. cross-deafultów oraz relacji co do ew. odstąpień od danych umów, co może wpływać na efektywność całego procesu negocjacji.

This approach enables negotiations to be conducted effectively, as the parties focus on a single set of general provisions rather than negotiating each of the dozens of agreements separately. At the same time, it requires a careful definition of the relationship between the framework agreement and the individual sales contracts, including the hierarchy of provisions in the event of any conflict.

An alternative is to implement the project solely at the level of sales contracts – however, in such a case, this requires a detailed linkage between the individual contracts relating to specific locations, particularly with regard to so-called cross-defaults and the terms relating to any potential withdrawal from the relevant contracts, which may affect the efficiency of the entire negotiation process.

The role of transactional policies (W&I insurance and Title insurance)

Warranty & Indemnity (W&I) and Title insurance are an integral part of portfolio transactions. These policies provide the buyer with protection in the event of a breach of the representations and warranties made by the seller, or a defect in title, thereby effectively transferring the risks from the seller to the insurer.

Nevertheless, to ensure that these products are genuinely effective for the buyer, it is worth structuring them, defining their scope and carrying out a market analysis of insurers from the very earliest stages of the project – in practice, as soon as the scope of the due diligence is being defined. Involving insurers in the process at an early stage makes it possible to confirm the potential scope of insurance cover even before the actual legal due diligence begins, or to confirm other requirements set by insurers, so that the transaction can indeed be insured to the fullest extent possible.

This is particularly important in the context of the limited scope of due diligence typical of portfolio transactions. The insurer may specify the minimum requirements for a legal due diligence process that must be met in order for specific risks or areas of liability to be covered by the policy. This helps to avoid a situation where the buyer only discovers, once the due diligence process has been completed, that certain categories of risk cannot be insured due to the insufficient scope of the due diligence carried out.

Early collaboration with the insurer also makes it possible to better align the structure of the declarations and warranties in the transaction documentation with the requirements of the policies. As a result, the scope of insurance cover may be broader, whilst any exclusions may be more predictable and can be addressed at an earlier stage of the negotiations.

***

To sum up, the successful completion of a portfolio transaction requires close coordination between the due diligence process, the negotiation of transaction documentation and the approach to liability arrangements between the Parties, including through the use of the insurance products outlined above from the very outset of the project. A pragmatic and structured approach to these elements from the very start of the process usually makes it possible to carry out a secure and effective transaction, even in the case of portfolios of significant scale and complexity.

Rola polis transakcyjnych (W&I insurance oraz Title insurance)

Ubezpieczenia typu Warranty & Indemnity (W&I) oraz Title są nieodłącznym elementem transakcji portfelowych. Polisy te zapewniają kupującemu ochronę na wypadek naruszenia oświadczeń i zapewnień złożonych przez sprzedającego, czy też wad tytułu prawnego, transferując de facto ryzyka od sprzedającego na ubezpieczyciela.

Niemniej aby produkty te były faktycznie skuteczne dla kupującego, warto jest ustrukturyzować je, a także określić ich zakres oraz przeprowadzić analizę rynku ubezpieczycieli już od najwcześniejszych etapów projektu – praktycznie już w momencie definiowania zakresu due diligence. Wczesne włączenie ubezpieczycieli w proces pozwala na potwierdzenie potencjalnego zakresu pokrycia ubezpieczeniowego jeszcze przed rozpoczęciem właściwego badania prawnego, bądź też potwierdzenie innych wymogów ubezpieczycieli, aby transakcja faktycznie była możliwa do ubezpieczenia w najpełniejszym możliwym zakresie.

Ma to szczególne znaczenie w kontekście ograniczonego zakresu due diligence, charakterystycznego dla transakcji portfelowych. Ubezpieczyciel może wskazać, jakie minimalne wymagania w zakresie badania prawnego muszą zostać spełnione, aby poszczególne ryzyka/zakresy odpowiedzialności mogły zostać objęte polisą. Pozwala to uniknąć sytuacji, w której kupujący odkrywa dopiero po zakończeniu due diligence, że pewne kategorie ryzyk nie mogą być ubezpieczone z powodu niewystarczającego zakresu przeprowadzonego badania.

Wczesna współpraca z ubezpieczycielem umożliwia również lepsze dopasowanie struktury oświadczeń i zapewnień w dokumentacji transakcyjnej do wymogów polis. W rezultacie zakres ochrony ubezpieczeniowej może być szerszy, a ewentualne wyłączenia – bardziej przewidywalne i możliwe do zaadresowania na wcześniejszym etapie negocjacji.

***

Podsumowując, skuteczne przeprowadzenie transakcji portfelowej wymaga ścisłej koordynacji między procesem due diligence, negocjacjami dokumentacji transakcyjnej oraz podejściem do reguł odpowiedzialności pomiędzy Stronami, w tym za pomocą produktów ubezpieczeniowych wskazanych powyżej już od samego początku projektu. Pragmatyczne i ustrukturyzowane podejście do tych elementów od samego początku procesu pozwala zwykle przeprowadzić bezpieczną i efektywną transakcję, nawet w przypadku portfeli o znacznej skali i złożoności.

Authors
/Autorzy

DOMINIK RAFAŁKO
Partner (Real Estate)
CMS



PAWEŁ ŚLIWKA
Senior Associate (Real Estate)
CMS





Comfy Park Malbork, source: Newgate Investment



Retail parks in Poland

/Parki handlowe w Polsce

Snapshot of retail park history

Rapid expansion and the culmination of growth

/Parki handlowe w Polsce - historycznie
Dynamiczna ekspansja i kulminacja wzrostu

- The oldest properties were developed in late 90's along with the political change
- Pioneers appeared on the edges of major metropolitan cities and established the first retail destinations, supplemented by other retail formats

- Najstarsze nieruchomości powstały pod koniec lat 90. wraz ze zmianami politycznymi
- Pionierzy pojawili się na obrzeżach dużych metropolii i stworzyli pierwsze destynacje zakupowe, które zostały uzupełnione innymi obiektami handlowymi

- Three decades of varied development dynamics
- In 2019 the Polish market accommodated 1.5 million sqm in retail parks exceeding 5,000 sqm of GLA

- Trzy dekady o zróżnicowanej dynamice rozwoju
- W 2019 r. na polskim rynku było 1,5 mln mkw powierzchni w parkach handlowych o GLA powyżej 5 tys. mkw

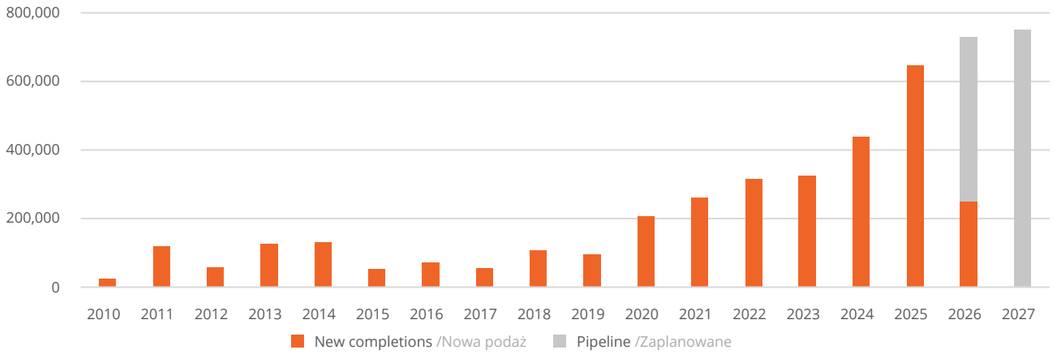
- COVID-19 pandemic outbreak in 2020
- Retail parks strengthen their position, as they were not subject to serious restriction neither closing, due to their architectural concept without common areas
- Ballooning local and convenience shopping trend

- Wybuch pandemii COVID-19 w 2020 r.
- Parki handlowe umocniły swoją pozycję, ponieważ nie podlegały poważnym ograniczeniom ani zamknięciom ze względu na brak powierzchni wspólnych
- Wzrost popularności lokalnych sklepów i szybkich, wygodnych zakupów

- Real retail park development boom has begun along with changing retail habits and investors' confidence in this safe format
- In 2020-2025 the supply grew by impressive 2.2 million sqm of GLA and further 220,000 sqm in H1 2026 with H2 pipeline estimated at 480,000 sqm
- Moreover, according to investors' announcements, similar supply of new retail space in retail park format is planned to be completed in 2027

- Wraz ze zmianą nawyków zakupowych konsumentów i wzrostem zaufania inwestorów do tego bezpiecznego formatu, nastąpił prawdziwy boom w rozwoju parków handlowych
- W latach 2020-2025 podaż wzrosła o 2,2 mln mkw GLA, a w I poł. 2026 r. rynek powiększył się o dalsze 220 tys. mkw przy prognozowanych 480 tys. mkw w realizacji do końca roku
- Ponadto, zgodnie z zapowiedziami inwestorów, podobna powierzchnia w formacie parków handlowych jest planowana do oddania do użytku w 2027 r.

New supply in retail park format (sqm of GLA) */Nowa podaż w formacie parków handlowych /mkw GLA*



Source: Avison Young, August 2026

Retail parks on the mature retail market

/Parki handlowe na tle dojrzałego rynku handlowego

Key takeaways – retail parks > 5k sqm of GLA

/ Kluczowe dane – parki handlowe > 5 tys. mkw GLA

3.8 m
sqm of GLA /mkw GLA
TOTAL SUPPLY OF RETAIL PARKS
/całkowita podaż parków handlowych

355
NUMBER OF OPERATING RETAIL PARKS
/liczba istniejących parków handlowych

25%
RETAIL PARKS SHARE IN MODERN RETAIL SPACE
/udział parków handlowych w nowoczesnym handlu

over 680 k
sqm of GLA /mkw GLA
RETAIL PARKS UNDER CONSTRUCTION
/powierzchnia parków handlowych w budowie

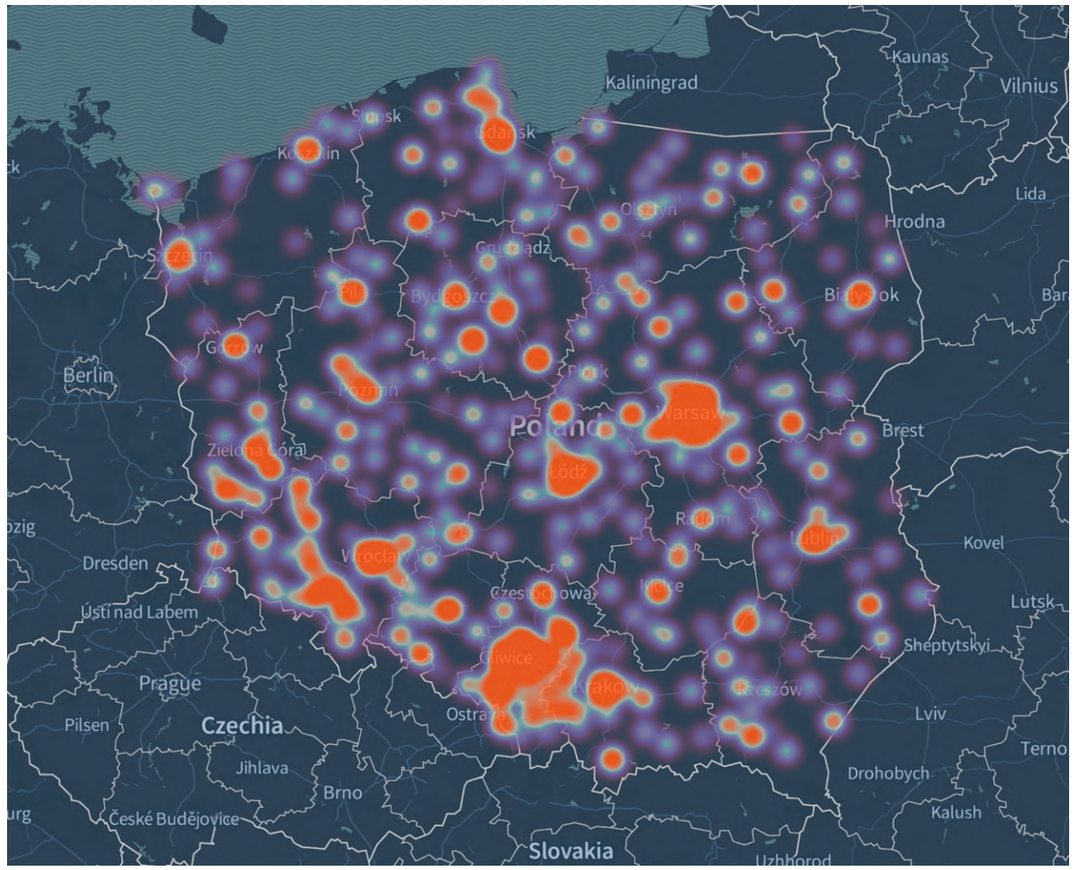
over 700 k
sqm of GLA /mkw GLA
RECORD-HIGH RETAIL PARK SUPPLY TO BE COMPLETED IN 2026
/rekordowa nowa podaż w parkach handlowych prognozowana w 2026 r.

~ 50
ACTIVE RETAIL PARK AND CONVENIENCE RETAIL PARK DEVELOPERS
/aktywni deweloperzy parków handlowych i obiektów convenience

~ 1.4 m
sqm of GLA /mkw GLA
ADDITIONAL CONVENIENCE RETAIL PARKS SUPPLY – GLA BETWEEN 2-5 k
/dodatkowa powierzchnia w małych parkach convenience o pow. 2-5 tys. mkw

Concentration of existing retail parks (> 5 k sqm GLA) and convenience retail parks (2-5 k sqm GLA)

/Mapa koncentracji istniejących parków handlowych (> 5 tys. mkw GLA) oraz małych parków convenience (2-5 tys. mkw GLA)



Source: Avison Young Technologies, August 2026

Definitions

/Definicje

- **Retail park - over 5,000 sqm of GLA**
- **Convenience retail park - below 5,000 sqm of GLA**

- Park handlowy - powyżej 5 000 mkw GLA
- Mały park convenience - poniżej 5 000 mkw GLA

Retail parks in Poland

Retail parks and convenience retail parks under construction

/Parki handlowe i małe parki convenience w budowie

As of August 2026, the 10 most active retail park and convenience retail developers accounted for nearly 60% of the newly built supply. Saller led the market with an 11% share of the total stock under construction, followed by Redkom Development and BIG Poland with an 8% and 7% share, respectively.

The total volume of retail park and convenience retail park space currently under construction is estimated at record-high 746,000 sqm within 88 developments.

The ownership structure of retail parks under development remains highly fragmented, with around 50 active developers currently advancing projects at the construction stage.

A significant portion - 44% - of the new supply is being developed in towns below 50,000 residents, while 25% is located in Poland's eight largest metropolitan areas. This trend reflects filling the modern retail white spots in smaller cities, as well as supplementing existing offer in major cities, according to 15-minute city concept. Notably, 26 of 88 projects underway exceed 10,000 sqm in size.

Dynamic retail park growth is reflected in the new supply completed since 2020. In the retail park format it amounted to 2.2 million sqm, while in shopping centres it slightly exceeded 500,000 sqm, excluding asset closures.

W sierpniu 2026 r. 10 najbardziej aktywnych deweloperów parków handlowych i małych parków convenience odpowiadało za blisko 60% nowopowstającej powierzchni. Liderem rynku była firma Saller z 11% udziałem w całkowitej podaży w budowie, a za nią plasowała się firma Redkom Development i BIG Poland z udziałami na poziomie odpowiednio 8% i 7%.

Całkowita powierzchnia parków handlowych i małych parków convenience w budowie jest obecnie szacowana na około 746 000 mkw w ramach 88 nowych projektów.

Struktura własnościowa parków handlowych i małych parków convenience będących w trakcie realizacji pozostaje silnie rozproszona. Obecnie około 50 aktywnych deweloperów prowadzi projekty na etapie budowy.

Znaczna część - 44% - nowej podaży powstaje w miastach liczących mniej niż 50 000 mieszkańców, a 25% znajduje się w ośmiu największych aglomeracjach miejskich w Polsce. Trend ten odzwierciedla rozwój nowoczesnej oferty handlowej w mniejszych miastach oraz jej uzupełnianie w największych aglomeracjach, zgodnie z koncepcją miasta 15-minutowego. Warto zauważyć, że 26 z 88 realizowanych projektów ma powierzchnię przekraczającą 10 000 mkw.

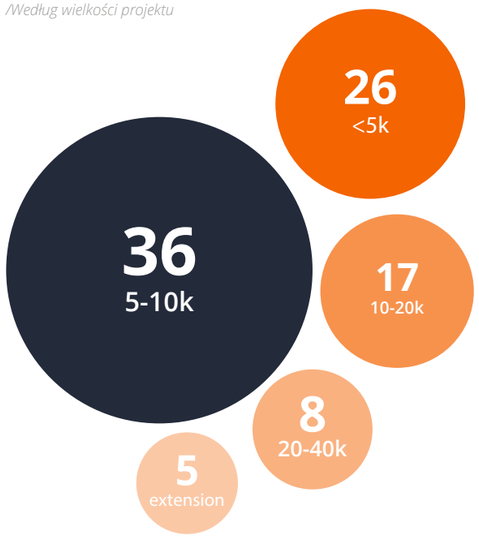
Dynamiczny rozwój parków handlowych znajduje odzwierciedlenie w nowej podaży dostarczonej na rynek handlowy w Polsce od 2020 roku. W formacie parków handlowych wyniosła ona 2,2 mln mkw, podczas gdy w przypadku centrów handlowych nieznacznie przekroczyła 500 000 mkw, nie uwzględniając zamknięć obiektów.

Number of retail parks and convenience retail projects under construction or extension by project size (sqm) and city size (number of residents)

/Liczba parków handlowych i obiektów convenience w trakcie budowy lub rozbudowy według wielkości projektu (mkw) i wielkości miasta (liczba mieszkańców)

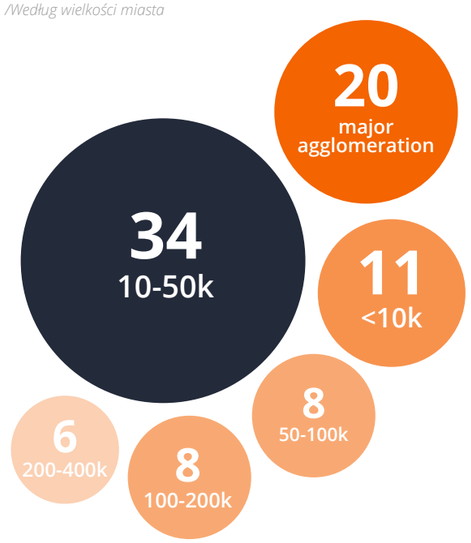
By project size

/Według wielkości projektu



By city size

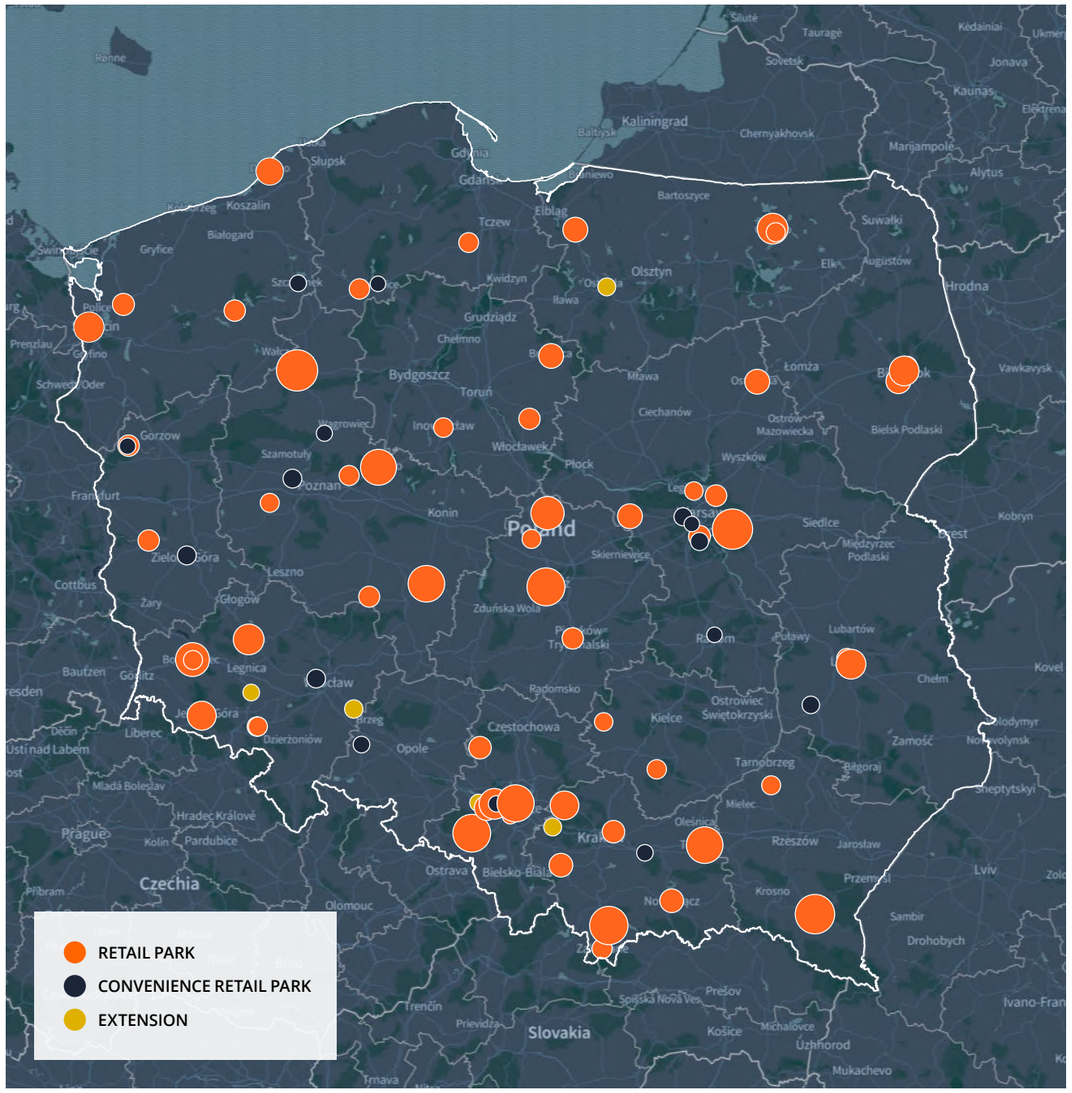
/Według wielkości miasta



Source: Avison Young, August 2026

Retail parks, convenience retail parks and extensions under construction

/Parki handlowe, małe parki convenience i rozbudowy obiektów na etapie budowy



Source: Avison Young based on ArcGIS, August 2026

Selected major retail parks under construction */Wybrane większe parki handlowe w budowie*

Project name */Projekt*	**City** */Miasto*	**GLA (sqm)** */GLA (mkw)*	**Opening** */Data otwarcia*
BIG Piła	Piła	24,000	2026
Świderek Retail Park	Otwock	23,170	2026
Brama Bieszczad	Sanok	22,500	2026
Galeria Podhalańska	Nowy Targ	21,500	2027
BIG Konstantynów	Konstantynów Łódzki	21,200	2026
S1 Rybnik	Rybnik	21,000	2026
OTO Park Siemianowice	Siemianowice Śląskie	20,450	2026
Tarnów Retail Park	Tarnów	20,000	2027

Source: Avison Young, August 2026



Investor's perspective
Newgate Investment

/Okiem inwestora
Newgate Investment

Why retail parks? */Dlaczego parki handlowe?*

Retail parks are currently among the most stable segments of the retail real estate market in Europe. Their attractiveness is based on convenient locations, easy access and an offer tailored to consumers' everyday needs. At the same time, the sector has undergone a significant transformation in recent years. **Modern retail parks increasingly go beyond a traditional offer based solely on discount stores and convenience retailers**, attracting new tenants and retail formats that were previously absent from local markets.

This trend is also visible across the Newgate Investment portfolio. Centrum Rowerowe has joined the tenant line-up at Comfy Park Bydgoszcz, while RR Moto is expanding its offer at Park Wysockiego. **Brands of this kind enhance the tenant mix, extend the assets' catchment areas and attract customers seeking a more specialised offer.**

From an investment perspective, the segment is characterised by **stable occupancy levels, predictable cash flows and strong resilience to changing market conditions**. The gradual but consistent **yield compression observed over the past decade** also confirms the market's increasing maturity and reflects growing investor interest in this asset class.

At Newgate Investment, we view **retail parks as assets offering significant potential for long-term value growth**. Active asset management, modernisation, ESG initiatives and operational optimisation remain key elements of our value creation and portfolio development strategy.

Parki handlowe należą obecnie do najbardziej stabilnych segmentów rynku nieruchomości handlowych w Europie. Ich atrakcyjność opiera się na dogodnych lokalizacjach, łatwej dostępności oraz ofercie odpowiadającej na codzienne potrzeby konsumentów. Jednocześnie sektor ten w ostatnich latach przeszedł istotną transformację. Współczesne parki handlowe coraz częściej wykraczają poza tradycyjną ofertę opartą wyłącznie na dyskontach i sklepach typu convenience, przyciągając nowych najemców oraz formaty handlowe, które wcześniej nie były obecne na lokalnych rynkach.

Trend ten jest widoczny również w portfelu Newgate Investment. Do grona najemców Comfy Park Bydgoszcz dołączyło Centrum Rowerowe, natomiast w Parku Wysockiego swoją ofertę rozwija RR Moto. Tego typu marki wzbogacają tenant mix, zwiększają zasięg oddziaływania obiektów oraz przyciągają klientów poszukujących bardziej wyspecjalizowanej oferty.

Z perspektywy inwestycyjnej segment ten charakteryzuje się stabilnym poziomem wynajęcia, przewidywalnymi przepływami pieniężnymi oraz wysoką odpornością na zmieniające się warunki rynkowe. Potwierdzeniem dojrzewania rynku jest również obserwowana w ciągu ostatniej dekady stopniowa, lecz konsekwentna kompresja stóp kapitalizacji, odzwierciedlająca rosnące zainteresowanie inwestorów tą klasą aktywów.

W Newgate Investment postrzegamy parki handlowe jako aktywa oferujące znaczący potencjał długoterminowego wzrostu wartości. Aktywne zarządzanie, modernizacje, inicjatywy ESG oraz optymalizacja operacyjna pozostają kluczowymi elementami naszej strategii budowania wartości i dalszego rozwoju portfela.

Why Poland? */Dlaczego Polska?*

Poland remains one of the most attractive retail real estate markets in Europe. It combines **strong macroeconomic fundamentals, a growing consumer market and significant potential for the further development of retail parks** compared with the more mature markets of Western Europe.

In answering the question "Why Poland?", it should be emphasised that Poland is currently **the sixth-largest economy in the European Union**, according to Eurostat data, and continues to record impressive economic growth. As one of Europe's most dynamic economies, it offers a stable investment environment supported by strong long-term fundamentals. **Consequently, further growth in the value of both Polish assets and the real estate market as a whole can be expected**. For many investors, the current moment is the right time to enter the market: the time to invest is now!

However, **the market's potential is not limited to new developments**. In our view, one of the greatest strengths of the Polish market lies in the potential of existing retail assets. **A significant share of Newgate Investment's portfolio growth results from acquiring operating retail parks** with strong locations and proven catchment areas, and then unlocking additional value through modernisation, operational improvements, ESG initiatives and portfolio integration.

ESG considerations also play an increasingly important role in our investment strategy. Modernisation programmes focused on energy **efficiency, sustainable infrastructure, electric vehicle charging solutions, green mobility and improved user experience** not only support environmental objectives, but also enhance the competitiveness and long-term value of assets. We treat ESG not as a regulatory obligation, but as a value creation tool that strengthens the appeal of retail parks to tenants, customers and investors.

Polska pozostaje jednym z najbardziej atrakcyjnych rynków nieruchomości handlowych w Europie. Łączy silne fundamenty makroekonomiczne, rozwijający się rynek konsumencki oraz znaczący potencjał dalszego rozwoju parków handlowych w porównaniu z bardziej dojrzałymi rynkami Europy Zachodniej.

Odpowiadając na pytanie „Dlaczego Polska?", należy podkreślić, że Polska jest obecnie szóstą (wg danych Eurostat) największą gospodarką Unii Europejskiej i nadal notuje imponujący wzrost gospodarczy. Jako jedna z najbardziej dynamicznych gospodarek Europy oferuje stabilne środowisko inwestycyjne o silnych fundamentach długoterminowych. W konsekwencji można oczekiwać dalszego wzrostu wartości zarówno polskich aktywów, jak i całego rynku nieruchomości. Dla wielu inwestorów obecny moment jest najwłaściwszy, żeby wejść na rynek – teraz jest czas na inwestycje!

Potencjał rynku nie ogranicza się jednak wyłącznie do realizacji nowych inwestycji. W naszej ocenie jedną z największych przewag polskiego rynku jest potencjał istniejących aktywów handlowych. Znaczna część wzrostu portfela Newgate Investment wynika z przejmowania funkcjonujących parków handlowych, posiadających silne lokalizacje i sprawdzone obszary oddziaływania, a następnie uwalniania ich dodatkowej wartości poprzez modernizację, usprawnienia operacyjne, inicjatywy ESG oraz integrację z portfelem.

Kwestie ESG odgrywają również coraz ważniejszą rolę w naszej strategii inwestycyjnej. Programy modernizacyjne skoncentrowane na efektywności energetycznej, zrównoważonej infrastrukturze, rozwiązaniach do ładowania pojazdów elektrycznych, zielonej mobilności oraz poprawie doświadczenia użytkowników nie tylko wspierają cele środowiskowe, lecz także zwiększają konkurencyjność i długoterminową wartość aktywów. ESG traktujemy nie jako wymóg regulacyjny, lecz jako narzędzie tworzenia wartości, wzmacniające atrakcyjność parków handlowych dla najemców, klientów i inwestorów.



Ozimska Park Opole, source: Newgate Investment

We believe that retail parks located in medium-sized cities, particularly those with populations above 50,000, offer attractive investment opportunities. These markets are often characterised by strong local purchasing power, limited supply of modern retail space and a loyal customer base.

In many cases, well-located assets can continue to deliver above-average performance through thoughtful repositioning and quality upgrades, without the need for extensive redevelopment.

Uważamy, że parki handlowe zlokalizowane w miastach średniej wielkości, w szczególności liczących ponad 50 000 mieszkańców, oferują atrakcyjne możliwości inwestycyjne. Rynki te często charakteryzują się wysoką lokalną siłą nabywczą, ograniczoną podażą nowoczesnej powierzchni handlowej oraz lojalną bazą klientów.

W wielu przypadkach dobrze zlokalizowane obiekty mogą nadal osiągać ponadprzeciętne wyniki dzięki przemyślanemu repozycjonowaniu i podnoszeniu jakości, bez konieczności szeroko zakrojonej przebudowy.



Krystian Modrzejewski
NEWGATE INVESTMENT
Chief Investment Officer



Strategy for building a presence on the Polish market

/Strategia budowania obecności na polskim rynku – Newgate Investment

Newgate Investment

PROJECT DEVELOPMENT
/budowa

BUYING EXISTING PROPERTY
/zakup istniejącego obiektu lub portfela

REDEVELOPMENT & REPOSITIONING
/przebudowa i repozycjonowanie

The growing retail park market has not gone unnoticed by investors. Despite the first investment transaction regarding this asset type took place in 2008, on the course of 18 years the retail park and convenience retail market recorded the investment volume exceeding €2.5 billion so far. Avison Young experts brokered ca. €500 million of this result. Nearly 70% of the retail park volume was transacted since the beginning of 2020, with the highest increase recorded in 2025-H1 2026, when large portfolio deals appeared.

Rosnące znaczenie rynku parków handlowych nie umknęło uwadze inwestorów. Choć pierwsza transakcja inwestycyjna dotycząca tego typu aktywów została zrealizowana w 2008 roku, w ciągu kolejnych 18 lat łączny wolumen inwestycji na rynku parków handlowych i obiektów convenience przekroczył 2,5 mld euro. Eksperci Avison Young pośredniczyli w transakcjach o łącznej wartości około 500 mln euro. Blisko 70% całkowitego wolumenu inwestycyjnego w tym segmencie zostało zrealizowane od początku 2020 roku, przy czym największy wzrost aktywności odnotowano w latach 2025 i I połowie 2026 roku, kiedy na rynku pojawiły się duże transakcje portfelowe.

Strategy for building a retail park platform in Poland – Newgate Investment

/Strategia budowy platformy parków handlowych w Polsce – Newgate Investment

Newgate Investment's core business objective is to build one of the leading retail park platforms in Central Europe, rather than merely acquire individual assets. **Our growth strategy is based on three complementary pillars: acquisitions, redevelopment and repositioning of existing assets, and project development.** This diversified approach enables us to create value at different stages of the market cycle while responding flexibly to the changing expectations of investors, tenants and consumers.

We place particular emphasis on acquiring existing retail assets and unlocking their underutilised potential. Through modernisation, ESG certification and carefully designed leasing strategies tailored to local market needs, we give assets a new lease of life and enhance their long-term value. **Our objective is for every asset to meet contemporary market standards while delivering lasting benefits to investors, tenants and local communities.**

At the same time, **we actively cooperate with developers and strategic partners to bring new retail park projects to the market.** These investments introduce modern retail formats to cities that previously lacked high-quality infrastructure of this kind. Comfy Park Bydgoszcz is an example of this approach: a modern shopping destination designed around the needs of the local community.

a) Development of new retail parks

The development of new retail parks remains an important pillar of Newgate Investment's growth strategy, particularly **in locations where consumer demand is not yet fully served by modern retail parks.**

We actively participate in development projects using **various investment structures, including forward funding and forward purchase transactions.** These models enable us to secure access to high-quality assets at an early stage while supporting the delivery of retail properties tailored to the needs of local communities.

A good example of this approach is our involvement in Comfy Park Bydgoszcz and Comfy Park Wałbrzych which both represent a new generation of retail parks in our portfolio. These projects reflect **our ambition to create modern, sustainable and customer-focused shopping destinations, combining strong local catchment areas with carefully selected tenant mixes.**

Głównym założeniem biznesowym Newgate Investment jest budowa jednej z wiodących platform parków handlowych w Europie Środkowej, a nie jedynie nabywanie pojedynczych aktywów. Strategię rozwoju opieramy na trzech komplementarnych filarach: akwizycjach, przebudowie i repozycjonowaniu istniejących obiektów oraz realizacji projektów. Tak zdywersyfikowane podejście pozwala nam tworzyć wartość na różnych etapach cyklu rynkowego, przy jednoczesnym elastycznym reagowaniu na zmieniające się oczekiwania inwestorów, najemców i konsumentów.

Szczególny nacisk kładziemy na nabywanie istniejących aktywów handlowych oraz uwalnianie ich niewykorzystanego potencjału. Poprzez modernizację, certyfikację ESG i przemyślane strategie komercjalizacji dostosowane do potrzeb lokalnych rynków nadajemy obiektom nowe życie i podnosimy ich długoterminową wartość. Naszym celem jest, aby każde aktywo odpowiadało współczesnym standardom rynkowym, a jednocześnie tworzyło trwałe korzyści dla inwestorów, najemców i lokalnych społeczności.

Równolegle aktywnie współpracujemy z deweloperami i partnerami strategicznymi przy wprowadzaniu na rynek nowych projektów parków handlowych. Inwestycje te dostarczają nowoczesne formaty handlowe do miast, w których wcześniej brakowało wysokiej jakości infrastruktury tego typu. Przykładem takiego podejścia jest Comfy Park Bydgoszcz - nowoczesna przestrzeń zakupowa zaprojektowana z myślą o potrzebach lokalnej społeczności.

a) Realizacja nowych parków handlowych

Realizacja nowych parków handlowych pozostaje ważnym filarem strategii wzrostu Newgate Investment, szczególnie w lokalizacjach, w których popyt konsumencki nie jest jeszcze w pełni zaspokojony przez nowoczesne parki handlowe.

Aktywnie uczestniczymy w projektach deweloperskich, wykorzystując różne struktury inwestycyjne, w tym transakcje forward funding i forward purchase. Modele te umożliwiają nam zabezpieczenie dostępu do wysokiej jakości aktywów na wczesnym etapie, a jednocześnie wspierają realizację obiektów handlowych dostosowanych do potrzeb lokalnych społeczności.

Dobrym przykładem tego podejścia jest nasz udział w realizacji obiektów Comfy Park Bydgoszcz oraz Comfy Park Wałbrzych, które reprezentują nową generację parków handlowych w naszym portfelu. Projekty te odzwierciedlają naszą ambicję tworzenia nowoczesnych, zrównoważonych i zorientowanych na klienta miejsc zakupów, łączących silne lokalne obszary oddziaływania ze starannie dobraną strukturą najemców.

Nowe inwestycje dają możliwość wdrożenia najwyższych standardów operacyjnych, technicznych i ESG od pierwszego dnia funkcjonowania. Pozwalają optymalizować układ przestrzenny, wprowadzać rozwiązania energooszczędne oraz tworzyć atrakcyjne otoczenie zarówno dla klientów, jak i najemców. Co istotne, projekty typu greenfield umożliwiają także budowanie marki Comfy Park od podstaw, zapewniając spójność jakości, doświadczenia klienta i standardów zrównoważonego rozwoju w całym portfelu.

Jednocześnie projekty deweloperskie wymagają dłuższego okresu realizacji, większej ekspozycji na ryzyka związane z uzyskiwaniem pozwoleń i procesem budowlanym, a także dogłębnego zrozumienia dynamiki lokalnego rynku. Sukces zależy nie tylko od wyboru właściwej lokalizacji, ale również od umiejętności przewidywania przyszłych trendów konsumenckich i wymagań sieci handlowych. Z tego względu nasza strategia deweloperska pozostaje wysoce selektywna i koncentruje się na lokalizacjach o silnym, długoterminowym potencjale wzrostu.

New developments provide an opportunity to implement the highest operational, technical and ESG standards from day one. They allow layouts to be optimised, energy-efficient solutions to be introduced and attractive environments to be created for both customers and tenants. Importantly, **greenfield projects also make it possible to build the Comfy Park brand from the ground up,** ensuring consistency in quality, customer experience and sustainability standards across the portfolio.

At the same time, **development projects require longer delivery periods, greater exposure to permitting and construction risks, and an in-depth understanding of local market dynamics.** Success depends not only on selecting the right location, but also on the ability to anticipate future consumer trends and retailer requirements. For this reason, our development strategy remains highly selective and focused on locations with strong long-term growth potential.

b) Acquisition of existing assets and portfolios

Acquisitions remain the main driver of Newgate Investment's growth. A significant part of our portfolio has been built through the purchase of operating retail parks with solid fundamentals and further value creation potential.

When assessing potential acquisitions, we focus on several key criteria:

- strong and proven catchment areas
- locations embedded in everyday consumer traffic flows
- a dominant position in the local retail market
- stable occupancy and a high-quality tenant mix
- the presence of food operators and convenience tenants
- opportunities for operational optimisation and ESG improvements
- redevelopment, extension or repositioning potential

We particularly **value assets located in regional and medium-sized cities, where retail parks continue to benefit from strong consumer demand while offering opportunities for further professionalisation and value enhancement.**

b) Nabywanie istniejących aktywów i portfeli

Akwizycje pozostają głównym motorem wzrostu Newgate Investment. Znaczna część naszego portfela została zbudowana poprzez zakup istniejących parków handlowych, które posiadają solidne fundamenty oraz dalszy potencjał tworzenia wartości.

Przy ocenie potencjalnych akwizycji koncentrujemy się na kilku kluczowych kryteriach:

- silne i sprawdzone obszary oddziaływania
- lokalizacje wpisane w codzienne przepływy konsumenckie
- dominująca pozycja na lokalnym rynku handlowym
- stabilny poziom wynajęcia i wysokiej jakości struktura najemców
- obecność operatorów spożywczych oraz najemców z segmentu convenience
- możliwości optymalizacji operacyjnej i poprawy parametrów ESG
- potencjał przebudowy, rozbudowy lub repozycjonowania

Szczególnie cenimy aktywa zlokalizowane w miastach regionalnych i średniej wielkości, gdzie parki handlowe nadal korzystają z silnego popytu konsumenckiego, a jednocześnie istnieją możliwości dalszej profesjonalizacji i zwiększania wartości.



Retail Park Zgorzelec, source: Newgate Investment

Strategy for building a presence on the Polish market

c) Redevelopment and value creation through asset transformation

We believe that **the redevelopment of existing assets represents one of the most attractive opportunities in the Polish retail park market.**

Although new developments attract significant attention, **existing retail parks often benefit from advantages that are difficult to replicate today: established customer habits, mature catchment areas, excellent visibility and locations secured many years ago.** In many cases, the core fundamentals of the property are already in place, making it possible to unlock value more efficiently through modernisation than through a greenfield project.

Redevelopment enables investors to improve the performance of existing assets through:

- enhancing the tenant mix
- modernising technical infrastructure
- implementing ESG solutions
- improving the customer experience
- increasing operational efficiency
- repositioning the asset in the local market

The challenge lies in **carrying out the transformation without disrupting ongoing operations and in maintaining tenant satisfaction throughout the process.** However, a well-executed redevelopment can deliver **attractive returns with lower risk and a shorter delivery period than the construction of an entirely new project.**

c) Przebudowa i tworzenie wartości poprzez transformację aktywów

Uważamy, że przebudowa istniejących obiektów stanowi jedną z najbardziej atrakcyjnych możliwości na polskim rynku parków handlowych.

Choć nowe inwestycje przyciągają znaczną uwagę, istniejące parki handlowe często korzystają z przewag, które obecnie trudno odtworzyć: utrwalonych zwyczajów klientów, dojrzałych obszarów oddziaływania, doskonałej widoczności oraz lokalizacji zabezpieczonych wiele lat temu. W wielu przypadkach podstawowe fundamenty nieruchomości są już ukształtowane, co pozwala efektywniej uwalniać wartość poprzez modernizację niż poprzez realizację projektu typu greenfield.

Przebudowa pozwala inwestorom poprawiać wyniki istniejących aktywów poprzez:

- udoskonalenie struktury najemców
- modernizację infrastruktury technicznej
- wdrażanie rozwiązań ESG
- poprawę doświadczenia klientów
- zwiększenie efektywności operacyjnej
- repozycjonowanie obiektu na lokalnym rynku

Wyzwaniem jest przeprowadzenie transformacji bez zakłócania bieżącej działalności oraz utrzymanie satysfakcji najemców w całym procesie. Jednak właściwie zrealizowana przebudowa może przynieść atrakcyjne stopy zwrotu przy niższym ryzyku i krótszym czasie realizacji niż budowa całkowicie nowego projektu.



Comfy Park Bielik Bielsko-Biała, source: Newgate Investment

For Newgate Investment, Poland is not only a growth market for new retail park developments, but also a market where value can be created effectively through the development and transformation of existing assets.

We believe that the next stage of the sector's growth will be driven not only by new supply, but also by the modernisation, repositioning and sustainable transformation of operating retail parks located in strong regional catchment areas. It is precisely in this segment that we see some of the greatest investment potential for the coming years.

Dla Newgate Investment Polska jest nie tylko rynkiem wzrostu dla nowych inwestycji w parki handlowe, ale również miejscem, gdzie można skutecznie budować wartość poprzez rozwój i transformację istniejących aktywów.

Wierzymy, że kolejny etap rozwoju sektora będzie napędzany nie tylko przez nową podaż, lecz także przez modernizację, repozycjonowanie i zrównoważoną transformację funkcjonujących parków handlowych zlokalizowanych w silnych regionalnych obszarach oddziaływania. To właśnie w tym segmencie dostrzegamy jeden z największych potencjałów inwestycyjnych na najbliższe lata.



Krystian Modrzejewski
NEWGATE INVESTMENT
Chief Investment Officer

d) Building value through branding: the role of the Comfy Park brand

An important element of our redevelopment strategy is the gradual **integration of assets under the Comfy Park brand.**

We believe that the future of retail parks is defined not only by the physical property itself, but also by the quality standards and customer experience associated with the portfolio as a whole. Unlike traditional branding activities focused solely on visual identity, **Comfy Park is a platform of shared operational, technical, ESG and customer service standards applied across different retail park formats.**

For newly acquired assets, the **rebranding process helps build recognition, improve consistency and strengthen perceptions of the portfolio among customers, tenants and investors.** It also supports the implementation of common sustainability standards and customer experience principles across the network.

In our view, successful retail park platforms of the future will **combine local market knowledge with the benefits of a strong, recognisable nationwide brand.** This is exactly the role that Comfy Park is intended to play within the Newgate Investment portfolio.

The future of the Polish retail park market will not be driven solely by new developments. **The greatest opportunities are increasingly associated with identifying existing high-potential assets, unlocking their value through redevelopment and ESG improvements, and integrating them into professionally managed retail park platforms** capable of delivering long-term results for investors, tenants and local communities.



d) Budowanie wartości poprzez branding - rola marki Comfy Park

Istotnym elementem naszej strategii przebudowy jest stopniowa integracja aktywów pod marką Comfy Park.

Uważamy, że przyszłość parków handlowych nie jest definiowana wyłącznie przez samą nieruchomość, lecz także przez standardy jakości i doświadczenie klienta związane z całym portfelem. W przeciwieństwie do tradycyjnych działań brandingowych, skoncentrowanych wyłącznie na identyfikacji wizualnej, Comfy Park stanowi platformę wspólnych standardów operacyjnych, technicznych, ESG i obsługi klienta, stosowanych w różnych formatach parków handlowych.

W przypadku nowo nabytych aktywów proces rebrandingu pozwala budować rozpoznawalność, poprawiać spójność oraz wzmacniać postrzeganie portfela przez klientów, najemców i inwestorów. Wspiera również wdrażanie wspólnych standardów zrównoważonego rozwoju i zasad kształtowania doświadczenia klienta w całej sieci.

W naszej ocenie skuteczne platformy parków handlowych przyszłości będą łączyć znajomość lokalnych rynków z korzyściami wynikającymi z silnej, rozpoznawalnej marki ogólnopolskiej. Dokładnie taką rolę ma pełnić Comfy Park w portfelu Newgate Investment.

Przyszłość polskiego rynku parków handlowych nie będzie napędzana wyłącznie przez nowe inwestycje. Największe możliwości coraz częściej wiążą się z identyfikacją istniejących aktywów o wysokim potencjale, uwalnianiem ich wartości poprzez przebudowę i usprawnienia ESG oraz integrowaniem ich w profesjonalnie zarządzane platformy parków handlowych, zdolne zapewniać długoterminowe wyniki inwestorom, najemcom i lokalnym społecznościom.



Investment market in Poland */Rynek inwestycyjny w Polsce*

Retail investment market */Rynek inwestycyjny w sektorze handlowym*

Market maturity favours portfolio transactions

With a 34% share of total investment volume, the Polish retail sector has emerged as the driving force behind the anticipated market recovery. The sector recorded its strongest first-half investment volume since 2018, supported by 20 completed transactions. Notably, 5 major deals, including the landmark sale of a 70% stake in the Posnania shopping centre, accounted for 73% of the sector's total volume. All of these transactions involved capital originating from the CEE region.

The growing maturity of the Polish retail market is contributing to an increasing number of portfolio transactions. During H1 2026, Auchan and Ceetrus sold a portfolio of 8 shopping centres to Adventum Group, while Star Capital Finance and Generali expanded its portfolio through the acquisition of 6 Vendo Parks in a transaction brokered by Avison Young. In addition, the sale of a portfolio comprising 36 Vendo Parks to Ares Management and Slate is ongoing with the transfer of the further 9 assets.

Among single-asset transactions, both regional shopping centres and retail parks continued to attract strong investor interest. Completed transactions also included stand-alone retail properties and redevelopment projects. The Polish retail sector continues to demonstrate strong appeal to investors. Its diverse range of investment opportunities attracts a broad spectrum of capital, from smaller domestic investors to large international institutions, underpinning the sector's resilience and long-term growth prospects.

H1 2026 highlights:

• €1.03 bn retail investment volume in H1 2026

• 20 transactions in H1 2026

• Impressive portfolio deals regarding shopping centres and retail parks in H1 2026

• 78% of the retail volume transacted to CEE capital in H1 2026

Dojrzałość rynku sprzyja transakcjom portfelowym

Z udziałem wynoszącym 34% w całkowitym wolumenie, sektor handlowy stał się siłą napędową przewidywanego ożywienia na rynku. Segment odnotował najwyższy wolumen inwestycyjny pierwszej połowy roku od 2018 r., do czego przyczyniło się 20 sfinalizowanych transakcji. Co istotne, 5 dużych transakcji, w tym przełomowa sprzedaż 70% udziałów w centrum handlowym Posnania, stanowiło 73% całkowitego wolumenu sektora. Wszystkie te akwizycje należały do kapitału z regionu Europy Środkowo-Wschodniej (CEE).

Rosnąca dojrzałość polskiego rynku handlowego przyczynia się do wzrostu liczby transakcji portfelowych. W pierwszej połowie 2026 r. Auchan i Ceetrus sprzedały portfel 8 centrów handlowych grupie Adventum, natomiast Star Capital Finance i Generali rozszerzyło swój portfel poprzez nabycie 6 obiektów Vendo Park w ramach transakcji, w której pośredniczyła firma Avison Young. Ponadto, pozyskaniem ostatnich 9 aktywów, Ares Management i Slate sfinalizowały zakup portfela obejmującego łącznie 36 obiektów. Vendo Park.

Wśród transakcji pojedynczymi aktywami, zarówno regionalne centra handlowe, jak i parki handlowe nadal cieszyły się dużym zainteresowaniem inwestorów. Zrealizowane transakcje obejmowały również wolnostojące nieruchomości handlowe a także projekty przebudowy. Polski sektor handlowy nadal wykazuje dużą atrakcyjność dla inwestorów. Jego zróżnicowana oferta możliwości inwestycyjnych przyciąga szerokie spektrum kapitału, od mniejszych inwestorów krajowych po duże międzynarodowe instytucje.

Sektor w liczbach w H1 2026:

• 1,03 mld euro – całkowity wolumen inwestycyjny sektora

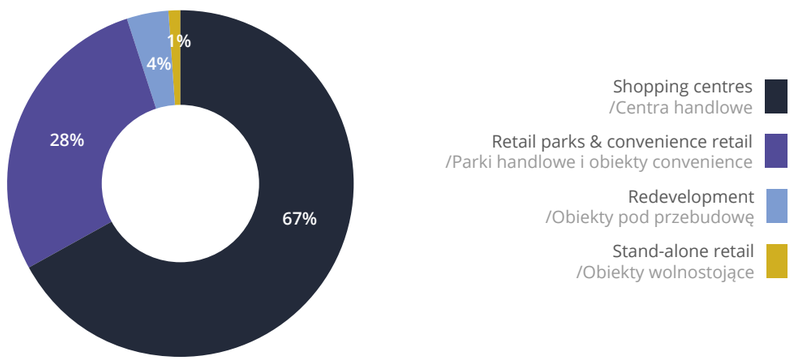
• 20 transakcji

• Imponujące transakcje portfelowe centrami handlowymi i parkami handlowymi w H1 2026

• Dominacja kapitału z regionu CEE – 78% wolumenu sektora w H1 2026

Retail investment volume share (%) by property type in H1 2026

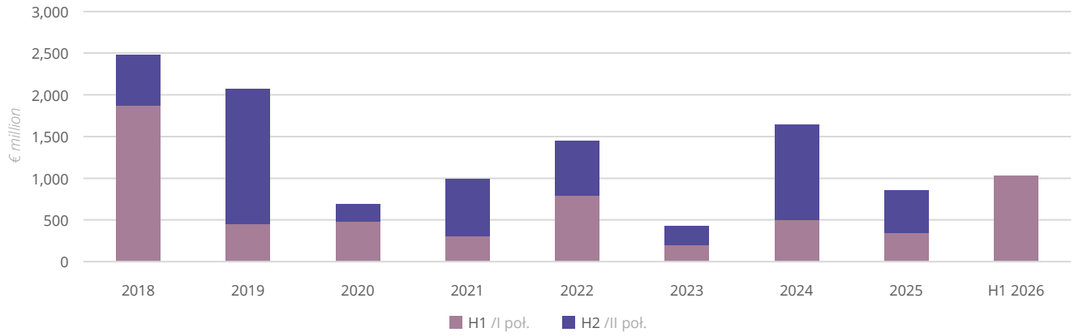
/Udział wolumenu sektora handlowego (%) wg typu obiektu w H1 2026



Source: Avison Young

Investment volume in retail sector in € million

/Wolumen inwestycyjny w sektorze handlowym w mln euro



Source: Avison Young,

Prime retail yields */Stopy kapitalizacji dla najlepszych nieruchomości handlowych*

Compression in retail parks about to come

/Parki handlowe na progu kompresji stóp kapitalizacji

• Prime yields in Poland are stable.

• Due to strong demand for retail parks and convenience retail assets, upcoming yield compression is anticipated.

• Stopy kapitalizacji dla najlepszych aktywów handlowych w Polsce pozostają stabilne.

• Ze względu na silny popyt na parki handlowe i małe parki convenience, oczekiwana jest kompresja stóp kapitalizacji.

• Outside of major markets, yield levels are influenced by location of the asset, followed by the city's size, its regional significance, the presence of a food anchor, and the length of lease agreements.

• Assets with a high proportion of income from food operators are more expensive

• Poza głównymi rynkami poziom stóp kapitalizacji zależy przede wszystkim od lokalizacji aktywa, a następnie od wielkości miasta, jego znaczenia regionalnego, obecności operatora spożywczego pełniącego funkcję najemcy kotwicowego oraz długości obowiązujących umów najmu.

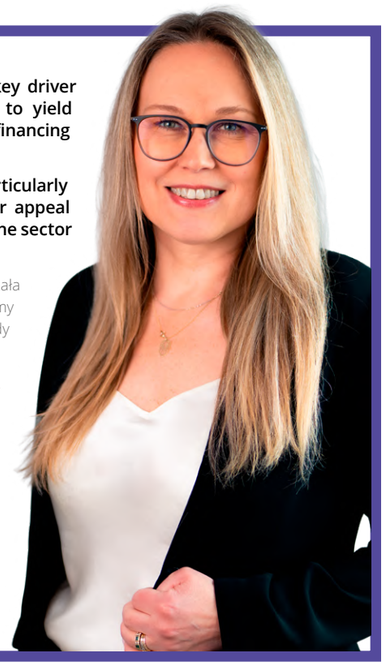
• Aktywa generujące znaczną część dochodu od operatorów spożywczych są droższe

Intense investor competition for prime retail park assets has become a key driver of pricing trends in the market. In 2025, we witnessed a clear return to yield compression, reversing the trend observed two years earlier when rising financing costs pushed yields upward.

Looking ahead, we expect this downward pressure on yields to continue, particularly for best-in-class assets. Retail parks have consistently demonstrated their appeal to consumers and the resilience of their business model, firmly establishing the sector as one of the most attractive real estate investment segments in Poland.

Intensywna konkurencja inwestorów o najlepsze aktywa z segmentu parków handlowych stała się jednym z kluczowych czynników kształtujących ceny na rynku. W 2025 roku obserwowaliśmy wyraźny powrót do kompresji stóp kapitalizacji, odwracający trend sprzed dwóch lat, kiedy rosnące koszty finansowania prowadziły do wzrostu poziomu stóp zwrotu.

W kolejnych okresach oczekujemy utrzymania presji na dalszą kompresję stóp kapitalizacji, szczególnie w przypadku aktywów najwyższej jakości. Parki handlowe konsekwentnie potwierdzają swoją atrakcyjność dla konsumentów oraz odporność modelu biznesowego, umacniając pozycję tego segmentu jako jednego z najbardziej atrakcyjnych sektorów rynku nieruchomości inwestycyjnych w Polsce.



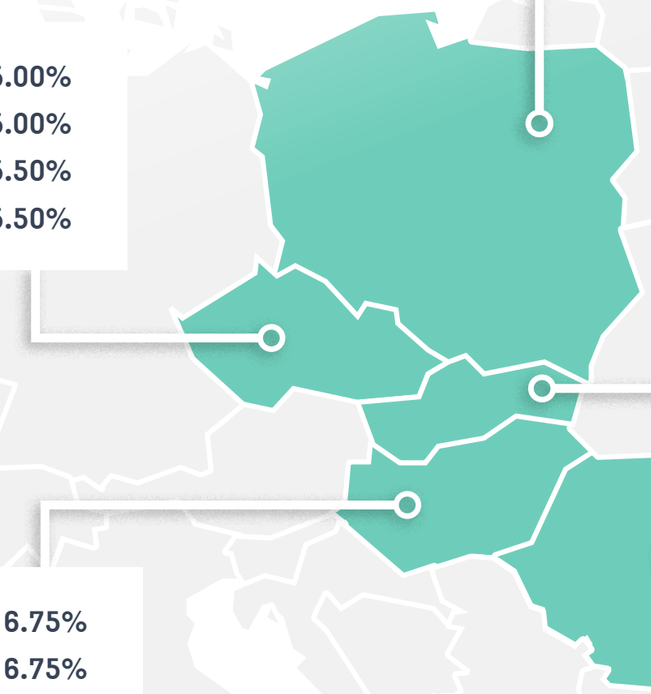
Monika Bronicka MRICS, HYPZERT MLV
AVISON YOUNG
Director, Head of Valuation and Advisory

Avison Young | Retail parks investment market report

Retail park investment market

CEE prime yields in H1 2026

/Stopy kapitalizacji dla najlepszych nieruchomości w regionie CEE w H1 2026



Poland

Office	**6.00%**
Industrial	**6.50%**
Shopping centres	**6.50%**
Retail parks	**7.00%**

Czechia

Office	**5.00%**
Industrial	**5.00%**
Shopping centres	**5.50%**
Retail parks	**5.50%**

Slovakia

Office	**6.25%**
Industrial	**6.00%**
Shopping centres	**6.50%**
Retail parks	**6.75%**

Hungary

Office	**6.75%**
Industrial	**6.75%**
Shopping centres	**7.00%**
Retail parks	**7.50%**

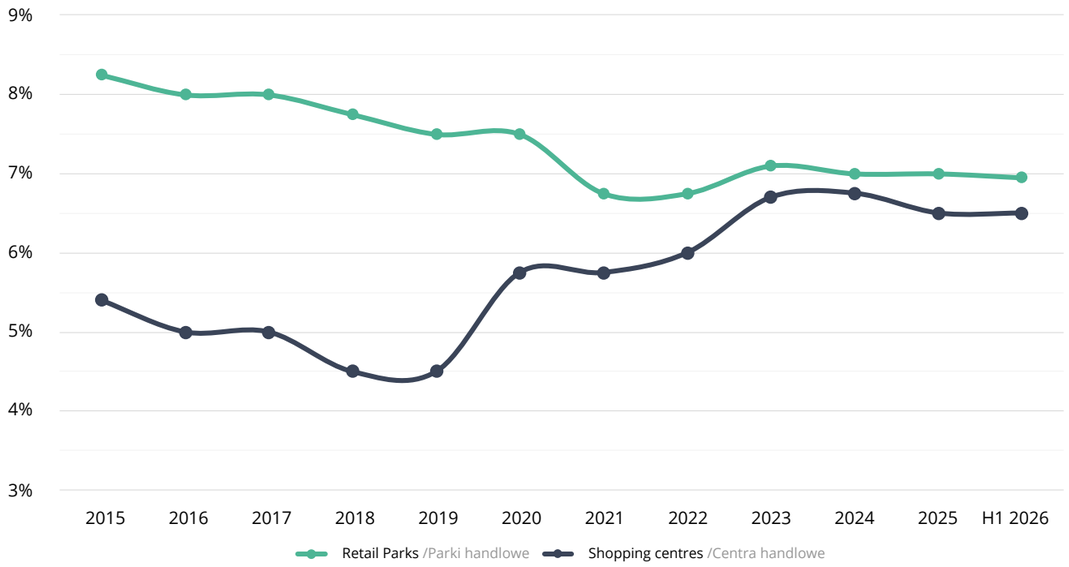
Romania

Office	**7.50%**
Industrial	**7.75%**
Shopping centres	**7.50%**
Retail parks	**8-8.50%**

Retail investment market

Prime yields (%)

/ Stopy kapitalizacji dla najlepszych aktywów (%)



Source: Avison Young

Polish retail parks continue to offer an attractive premium over Western European markets, while benefiting from fundamentals that are increasingly comparable to those of more mature investment destinations. Although prime yields in Poland remain above those observed in core Western European countries, the gap has narrowed significantly in recent years as investors have recognized the sector's resilience, strong occupancy levels and defensive income profile.

Compared with many CEE markets, Poland stands out due to its liquidity, transaction volume and depth of institutional investor demand. As a result, Polish retail parks are increasingly perceived not only as an attractive yield opportunity, but also as a stable long-term income product within the European retail investment market.

Polskie parki handlowe nadal oferują atrakcyjną premię względem rynków Europy Zachodniej, przy jednoczesnym wsparciu ze strony fundamentów coraz bardziej zbliżonych do tych charakterystycznych dla dojrzałych kierunków inwestycyjnych. Choć stopy kapitalizacji dla najlepszych aktywów w Polsce pozostają wyższe niż w krajach Europy Zachodniej, różnica ta w ostatnich latach istotnie się zmniejszyła. Jest to efekt rosnącego uznania inwestorów dla odporności sektora, wysokiego poziomu komercjalizacji oraz stabilnego i defensywnego charakteru generowanych dochodów.

Na tle wielu rynków Europy Środkowo-Wschodniej Polska wyróżnia się płynnością rynku, skalą transakcji oraz silną obecnością inwestorów instytucjonalnych. W rezultacie polskie parki handlowe są coraz częściej postrzegane nie tylko jako aktywa oferujące atrakcyjne stopy zwrotu, lecz także jako stabilny produkt inwestycyjny zapewniający długoterminowy dochód w ramach europejskiego rynku nieruchomości handlowych.



Michał Ćwikliński MRICS
AVISON YOUNG
Principal, Managing Director for EMEA Region

Retail park investment market */Rynek inwestycji w sektorze parków handlowych*

Key takeaways of H1 2026

/Kluczowe dane H1 2026

€292 m
INVESTMENT VOLUME OF RETAIL PARKS AND CONVENIENCE SCHEMES
/wolumen inwestycyjny parków handlowych i małych parków convenience

28%
RETAIL PARK AND CONVENIENCE RETAIL SHARE IN TOTAL RETAIL VOLUME
/udział parków handlowych i małych parków convenience w całkowitym wolumenie inwestycyjnym

9/20
NUMBER OF RETAIL PARKS AND CONVENIENCE RETAIL DEALS IN TOTAL RETAIL TRANSACTIONS
/liczba transakcji parkami handlowymi i małymi parkami convenience

€110 m
THE LARGEST DEAL – 6 VENDO PARK SOLD BY PATRON CAPITAL AND TREI RE TO STAR CAPITAL FINANCE AND GENERALI
/największa transakcja - sprzedaż 6 Vendo Parków przez Patron Capital i Trei RE na rzecz Star Capital Finance i Generali

Avison Young experts brokered the transaction and advised throughout every stage of the partnership between Patron Capital and Trei Real Estate, from the joint venture formation, underwriting and project monitoring through to the successful sale of the portfolio.

Eksperci Avison Young pełnili rolę doradcy transakcyjnego na wszystkich etapach partnerstwa Patron Capital i Trei Real Estate, od utworzenia JV, przez proces inwestycyjny i nadzór nad realizacją projektów, po finalizację sprzedaży portfela aktywów.

• Since the first retail park transaction in 2008, over 250 of these assets have been traded in Poland so far.

• The market has experienced a significant increase in activity after pandemic, with more than 190 assets of this type sold since 2020, versus only 57 transactions completed between 2008 and 2019.

• Altogether, retail park and convenience retail assets have attracted over €2.5 billion in investment capital in the Polish market to date.

• **Avison Young experts brokered 20% of the total volume transacted in this segment, advised in JV transactions and major portfolio deals.**

• Od pierwszej transakcji w sektorze parków handlowych w 2008 roku, w Polsce sprzedano już ponad 250 takich obiektów.

• Po okresie pandemii rynek odnotował znaczący wzrost aktywności inwestycyjnej. Od 2020 roku sprzedano ponad 190 parków handlowych i obiektów convenience, podczas gdy w latach 2008-2019 zrealizowano zaledwie 57 transakcji.

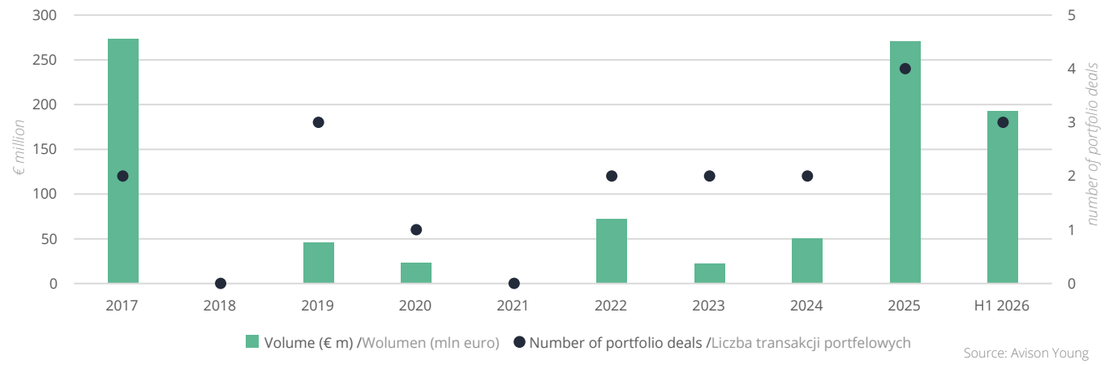
• Łącznie parki handlowe i małe parki convenience przyciągnęły dotychczas na polski rynek ponad 2,5 mld euro kapitału inwestycyjnego.

• Eksperci Avison Young pośredniczyli w transakcjach stanowiących 20% całkowitego wolumenu obrotu w tym segmencie oraz doradzali przy transakcjach typu joint venture i największych transakcjach portfelowych.

Portfolio transactions */Transakcje portfelowe*

Investment volume (€ million) and number of retail park portfolio deals

/Wolumen inwestycyjny (€ mln) oraz liczba transakcji portfelami parków handlowych



Source: Avison Young

• Ongoing retail park market maturity and the increasing number of available product enabled large portfolio transactions.

• 2025 and H1 2026 were outstanding in terms of volume transacted in retail park portfolios, exceeding €460 million.

• Major deals regarded Vendo Parks, sold by Trei RE to Ares & Slate as well as by Patron Capital and Trei RE to Star Capital Finance and Generali. The latter transaction of over €100 million was brokered by Avison Young.

• Postępujące dojrzewanie rynku parków handlowych oraz rosnąca dostępność produktów inwestycyjnych umożliwiły realizację dużych transakcji portfelowych.

• Lata 2025 oraz I połowa 2026 roku były rekordowe pod względem wolumenu transakcji portfelowych w segmencie parków handlowych, który przekroczył 460 mln euro.

• Największe transakcje dotyczyły parków Vendo, sprzedanych przez Trei RE funduszom Ares i Slate oraz przez Patron Capital i Trei RE na rzecz Star Capital Finance i Generali. Ta ostatnia transakcja, o wartości przekraczającej 100 mln euro, została przeprowadzona przy udziale Avison Young jako doradcy transakcyjnego.

Retail park investment market

Major retail park portfolio transactions on the Polish investment market by volume

/Największe transakcje portfelowe parkami handlowymi w Polsce wg wolumenu

Portfolio /Portfel	GLA sqm /mkw	Number of assets /Liczba obiektów	Purchaser /Kupujący	Transaction year /Rok transakcji
Retail Park Janki, Franowo, Targówek, Rawa	138,000	4	Pradera	2017
Trei RE portfolio	170,270	36	Ares & Slate	2025/2026
Vendo Park Portfolio	68,230	6	Star Capital Finance & Generali	2026 AY brokerage
A-Centrum Portfolio	29,700	10	Reticulum/MyPark	2025
Marcredo Portfolio	63,000	7	Master Management	2017

Source: Avison Young



Retail Park Kamienna Góra, source: Newgate Investment

In today's retail park investment market, scale matters. Portfolio acquisitions allow investors to secure immediate market exposure and operational synergies, while vendors can unlock additional value through a streamlined disposal process. This combination of scale, diversification and execution efficiency continues to support strong demand for retail park portfolios across Poland and the wider CEE region.

The retail park sector is increasingly attracting foreign core capital through large-scale portfolio transactions, allowing investors to allocate substantial capital more effectively.

Na dzisiejszym rynku inwestycyjnym parków handlowych kluczowe znaczenie ma skala. Transakcje portfelowe pozwalają inwestorom na szybkie uzyskanie ekspozycji na rynek oraz osiąganie korzyści operacyjnych wynikających z efektu skali, natomiast sprzedający mogą dzięki uproszczonemu procesowi zbycia aktywów wygenerować dodatkową wartość. Połączenie skali, dywersyfikacji i efektywności niezmiennie wspiera silny popyt na portfele parków handlowych zarówno w Polsce, jak i w całym regionie Europy Środkowo-Wschodniej.

Sektor parków handlowych coraz skuteczniej przyciąga zagraniczny kapitał typu core poprzez wielkoskalowe transakcje portfelowe, umożliwiając inwestorom bardziej efektywną alokację kapitału.



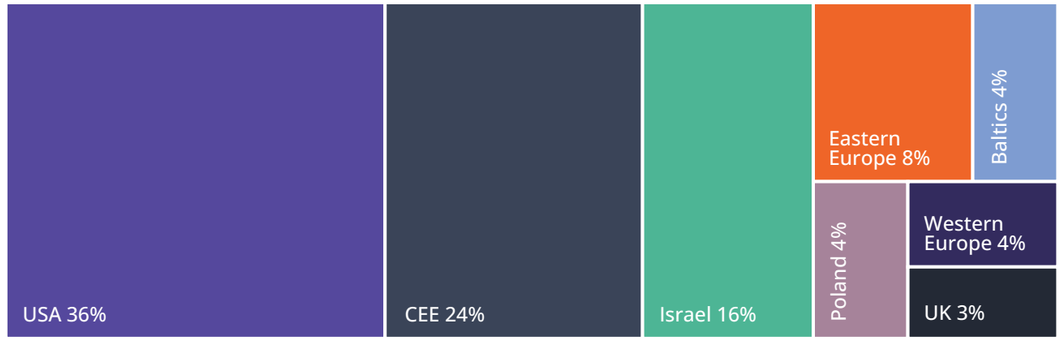
Renata Zielińska
AVISON YOUNG
Senior Consultant, Investment Advisory

Capital origin
Active investors and capital origin since 2025

/Pochodzenie kapitału - Aktywni inwestorzy oraz pochodzenie kapitału od 2025 r.

Investment volume of retail park and convenience schemes by investors' origin since 2025

/Wolumen inwestycji w parki handlowe i obiekty typu convenience według pochodzenia kapitału od 2025 r.



Source: Avison Young. Excluding confidential buyers*/ Wyłączając poufnych nabywców

The origin of capital invested in Polish retail parks highlights the sector's strong international appeal. US and CEE capital represented altogether 60% of transaction volume. This considerable shift in capital origin structure was related to market maturity enabling large portfolio transactions.

These larger-scale deals enabled investors to achieve immediate scale and deploy capital more efficiently, accelerating the institutionalization of the sector. Supported by further investment from Israeli, Eastern European, Baltic and Western European buyers, the retail park market continues to benefit from a diverse and wide investor base.

Pochodzenie kapitału inwestowanego w polskie parki handlowe potwierdza silną atrakcyjność tego segmentu wśród inwestorów międzynarodowych. Kapitał ze Stanów Zjednoczonych oraz krajów Europy Środkowo-Wschodniej odpowiadał łącznie za 60% wolumenu transakcji. Tak znacząca zmiana w strukturze pochodzenia kapitału była efektem dojrzewania rynku, które umożliwiło realizację dużych transakcji portfelowych.

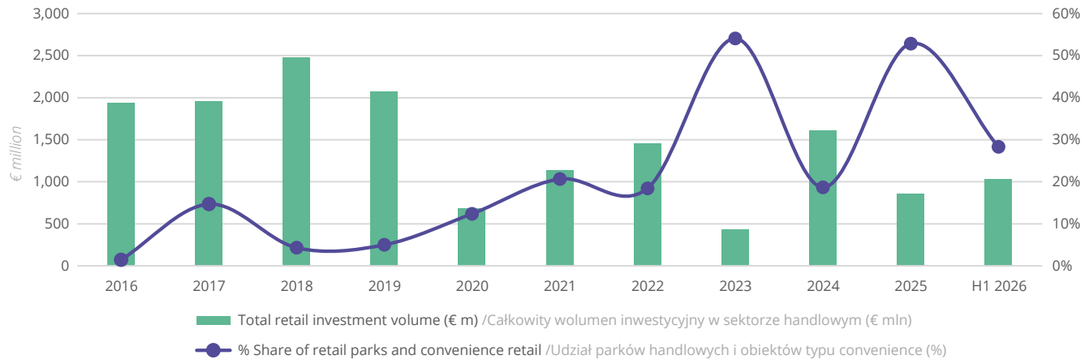
Transakcje o większej skali pozwoliły inwestorom na szybkie osiągnięcie odpowiedniej ekspozycji na rynek oraz bardziej efektywne lokowanie kapitału, przyspieszając tym samym proces instytucjonalizacji sektora. Dodatkowe inwestycje ze strony nabywców z Izraela, Europy Wschodniej, krajów bałtyckich i Europy Zachodniej sprawiają, że rynek parków handlowych nadal korzysta z szerokiej i zróżnicowanej bazy inwestorów.



Artur Czuba
AVISON YOUNG
Director, Investment Advisory

Retail investment volume (€ million) and share of retail parks and convenience retail (%)

/Wolumen inwestycyjny w sektorze handlowym (€ mln) i udział parków handlowych i obiektów typu convenience (%)

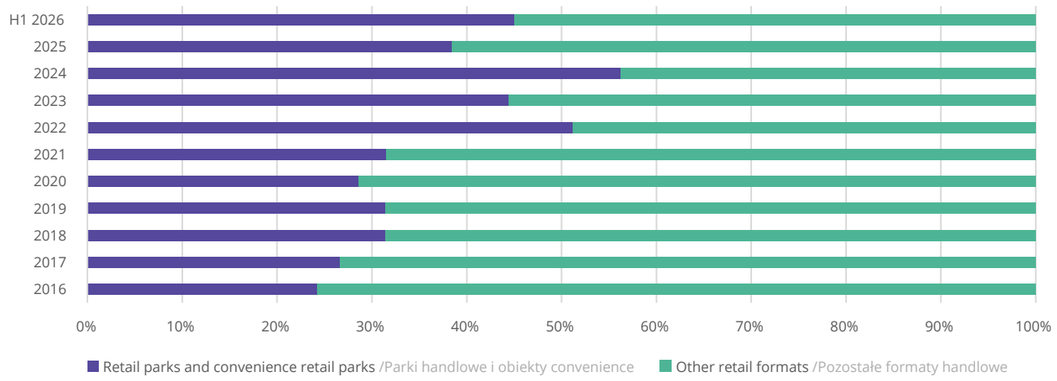


Source: Avison Young

Retail park investment market

Transaction structure by number of closed deals (%) in retail sector

/Struktura transakcji wg liczby zamkniętych umów (%) w sektorze handlowym



Source: Avison Young

What opportunities does the retail park segment offer?

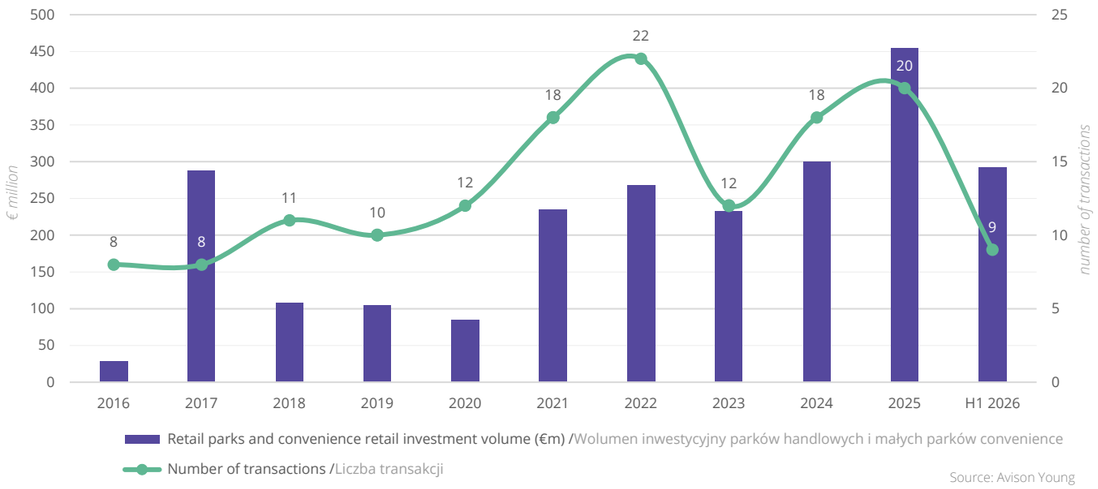
/Jakie możliwości oferuje rynek parków handlowych?

- Above all, retail parks offer investors stable income and long-term security.
- Their focus on basic needs makes them less vulnerable to economic fluctuations or changes in consumer behaviour.
- The tenants are usually large, established retail chains, which minimizes the risk of tenant defaults.
- Management of retail parks is efficient on account of the number of tenants and the long-term and stable nature of the lease terms.

- Przede wszystkim parki handlowe oferują inwestorom stabilne dochody i długoterminowe bezpieczeństwo.
- Ich koncentracja na podstawowych potrzebach sprawia, że są mniej podatne na wahania gospodarcze czy zmiany w zachowaniach konsumenckich.
- Najemcami są zazwyczaj duże, uznane sieci handlowe, co minimalizuje ryzyko niewypłacalności najemców.
- Zarządzanie parkami handlowymi jest efektywne ze względu na liczbę najemców oraz długoterminowy i stabilny charakter umów najmu.

Retail parks and convenience retail investment volume (€ million) and number of transactions

/Wolumen inwestycji w parki handlowe i małe parki convenience (mln euro) oraz liczba transakcji



Source: Avison Young

Major retail parks and convenience retail deals in 2025 - H1 2026 (by volume)

/Największe transakcje parkami handlowymi i małymi parkami convenience w okresie 2025 - H1 2026 (wg wolumenu)

Project /Projekt	**City** /Miasto	**GLA sqm** /mkw	**Year** /Rok	
Trei RE Portfolio (36 retail parks sold in stages)	across Poland	170,270	2025/2026	
Vendo Parks (6 locations)	Otwock, Szczecin, Skarżysko-Kamienna, Zambrów, Kostrzyn nad Odrą, Chorzów	68,230	2026	AY brokerage
A Centrum Portfolio (10 retail parks)	across Poland	29,700	2025	
Power Park Kielce	Kielce	37,000	2026	
Power Park Olsztyn	Olsztyn	33,000	2025	
OTO Park Koszalin	Koszalin	15,500	2025	
Aura Park Portfolio (2 assets)	Garwolin, Ruda Śląska	14,650	2025	
Multishop Suwałki	Suwałki	13,650	2025	AY brokerage
Comfy Park Bielik	Bielsko-Biała	17,000	2026	AY brokerage
Szlak Chrobrego Retail Park	Nysa	12,000	2026	

Source: Avison Young

The market outlook remains highly attractive. Despite the sector's dynamic development, Poland still shows meaningful differences compared with more mature European markets such as France, Italy and Spain, as well as selected regional markets, including the Czech Republic. These differences are most visible in yield levels, which remain higher than in many Western European markets.

This gap, combined with solid market fundamentals and the improving quality of assets, continues to create attractive opportunities for investors and room for further growth in the value of retail parks in Poland.

Perspektywy dla rynku pozostają bardzo atrakcyjne. Pomimo dynamicznego rozwoju sektora, Polska nadal wykazuje istotne różnice względem bardziej dojrzałych rynków europejskich, takich jak Francja, Włochy czy Hiszpania, a także niektórych rynków regionu, w tym Czech. Najbardziej widoczne są one w poziomie stóp kapitalizacji, które pozostają wyższe niż na wielu zachodnioeuropejskich rynkach.

To właśnie ta luka, przy jednoczesnych solidnych fundamentach rynku i rosnącej jakości aktywów, tworzy nadal atrakcyjne możliwości dla inwestorów oraz przestrzeń do dalszego wzrostu wartości parków handlowych w Polsce.



Krystian Modrzejewski
NEWGATE INVESTMENT
Chief Investment Officer



Retail Park Warszawa, source: Newgate Investment

Retail park investment market

Yield levels */Stopy kapitalizacji*

• Initial yields recorded across the retail park transactions in previous years range from 6.7% to 8.0%, with the majority of deals clustered between 7.0% and 7.5%.

• The most frequently occurring yield level at 7.5%, reflecting a stable risk perception for standard retail park in established locations.

• Stopy kapitalizacji odnotowane w transakcjach parkami handlowymi w poprzednich latach mieszczą się w przedziale 6,7%-8,0%, przy czym większość transakcji skupia się w zakresie 7,0%-7,5%.

• Najczęściej występujący poziom stopy kapitalizacji to 7,5%, co odzwierciedla stabilne ryzyko dla standardowych parków handlowych w ugruntowanych lokalizacjach.

Yields at the level of 6.7%-7.2% were typically associated with smaller, higher-quality schemes or assets located in core catchment areas, where competition among investors remains elevated and tenant quality is strong. These assets tend to offer long-term leases, resilient footfall, and strong anchor tenants, justifying a yield compression despite smaller size.

Stopy kapitalizacji na poziomie 6,7%-7,2% były zazwyczaj związane z mniejszymi, wysokiej jakości obiektami lub aktywami zlokalizowanymi w kluczowych strefach zasięgu, gdzie konkurencja między inwestorami pozostaje wysoka, a jakość miksu najemców jest silna. Tego typu nieruchomości oferują zazwyczaj długoterminowe umowy najmu, stabilny ruch klientów oraz silnych kluczowych najemców, co uzasadnia kompresję stopy pomimo mniejszej skali.



Retail Park Łęczna, source: Newgate Investment

In contrast, yields at the upper end of the spectrum (8.0%) were linked to larger-scale assets, often exceeding 10,000 sqm, which may involve greater operational complexity, regional exposure, or perceived leasing risks. Despite their scale, these assets must offer higher income returns to meet investor expectations.

Z kolei stopy kapitalizacji na wyższym poziomie (8,0%) były powiązane z aktywami o większej powierzchni, często przekraczającymi 10 000 mkw, które mogą wiązać się z większą złożonością operacyjną, ekspozycją regionalną lub postrzeganym ryzykiem najmu. Pomimo swojej skali, tego typu nieruchomości muszą oferować wyższe dochody, aby sprostać oczekiwaniom inwestorów.

The narrow yield spread (130 bps) between the lowest and highest recorded yields suggests a relatively balanced and predictable market, where pricing remains anchored in fundamentals such as location, lease profile, and tenant mix. It also indicates that investors continue to view the retail park format as a resilient and income-generating asset class, particularly when anchored by essential or discount retailers.

Wąski przedział stóp (130 punktów bazowych) między najniższymi a najwyższymi odnotowanymi wartościami sugeruje stosunkowo zrównoważony i przewidywalny rynek, w którym wyceny zależą od podstawowych czynników, takich jak lokalizacja, profil najmu i struktura najemców. Wskazuje to również, że inwestorzy nadal postrzegają format parków handlowych jako odporną i generującą dochód klasę aktywów.

In the current yield landscape, investor demand remains focused on defensive retail formats, though selective risk-taking in larger or secondary assets is still viable.

Popyt inwestorów pozostaje skoncentrowany na defensywnych formatach handlowych, choć selektywne podejmowanie ryzyka w przypadku większych lub drugorzędnych aktywów nadal jest możliwe.

Rents and operating costs in retail parks

/Czynsze i koszty operacyjne w parkach handlowych

One of the key competitive advantages of retail parks remains their high cost efficiency. Although operating costs have come under pressure in recent years from inflation, rising energy prices, higher labour costs and increasingly demanding ESG standards, the format continues to offer lower operating costs than traditional shopping centres.

Jedną z kluczowych przewag konkurencyjnych parków handlowych pozostaje ich wysoka efektywność kosztowa. Pomimo że w ostatnich latach koszty operacyjne były pod presją inflacji, wzrostu cen energii, rosnących kosztów pracy oraz coraz bardziej wymagających standardów ESG, format ten nadal oferuje niższy poziom kosztów eksploatacyjnych niż tradycyjne centra handlowe.

Rental rates in retail parks remain relatively lower than in shopping centres, although they are increasing systematically. This results not only from inflation-linked indexation mechanisms, but also from growing demand for retail space in this format and continuously improving market fundamentals. Base rents for retail parks amount to EUR 9-12/ sqm/ month, on average, typically for areas around 500 sqm. Prime rents in best-class regional retail parks reach EUR 19.50/ sqm/ month.

Stawki czynszowe w parkach handlowych pozostają relatywnie niższe niż w centrach handlowych, choć obserwowany jest ich systematyczny wzrost. Wynika on nie tylko z mechanizmów indeksacji inflacyjnej, ale również z rosnącego popytu na powierzchnie handlowe w tym formacie oraz stale poprawiających się fundamentów rynku. Czynsze bazowe w parkach handlowych wynoszą średnio od 9 do 12 EUR/mkw/miesiąc i dotyczą zazwyczaj lokali o powierzchni około 500 mkw. W najlepszych regionalnych parkach handlowych stawki czynszów prime osiągają poziom 19,50 EUR/mkw/miesiąc.

The cost efficiency of retail parks is directly linked to their simple operating structure. A limited number of common areas, and often the complete absence of extensive shared spaces, translates into lower service charges for tenants. In addition, most assets are single-storey, which simplifies technical maintenance and limits day-to-day operating costs.

Efektywność kosztowa parków handlowych jest bezpośrednio związana z ich prostą strukturą operacyjną. Ograniczona liczba części wspólnych, a często całkowity brak rozbudowanych przestrzeni wspólnych, przekładają się na niższe opłaty eksploatacyjne ponoszone przez najemców. Dodatkowo większość obiektów ma charakter jednokondygnacyjny, co upraszcza procesy utrzymania technicznego i ogranicza koszty bieżącej eksploatacji.

The widespread use of modern technologies also helps maintain competitive cost levels. Many retail parks rely primarily on CCTV and remote solutions for security, limiting the need for a permanent on-site security presence. Remote utility metering systems and digital property management tools are also becoming more common, increasing operational efficiency and improving cost control.

Na utrzymanie konkurencyjnego poziomu kosztów wpływa również szerokie wykorzystanie nowoczesnych technologii. Wiele parków handlowych opiera system bezpieczeństwa przede wszystkim na monitoringu i rozwiązaniach zdalnych, ograniczając konieczność stałej obecności personelu ochrony. Coraz powszechniej stosowane są także systemy zdalnego odczytu mediów oraz cyfrowe narzędzia zarządzania nieruchomościami, które zwiększają efektywność operacyjną i usprawniają kontrolę kosztów.

Property management also remains more cost-efficient than in large, enclosed shopping centres. Owing to a simpler organisational structure and a smaller operational scale, a single property manager can often oversee several assets at the same time, generating additional economies of scale and operational savings.

Również zarządzanie nieruchomościami pozostaje bardziej efektywne kosztowo niż w przypadku dużych, zamkniętych centrów handlowych. Dzięki prostszej strukturze organizacyjnej oraz mniejszej skali operacyjnej pojedynczy property manager jest często w stanie nadzorować kilka aktywów jednocześnie, co pozwala osiągać dodatkowe korzyści skali i dalsze oszczędności operacyjne.



Retail Park Grodzisk Mazowiecki, source: Newgate Investment

Rents and operating costs in retail parks

The main OPEX categories typically include:

/Główne kategorie OPEX obejmują zazwyczaj:

Property taxes

/Podatki od nieruchomości

One of the largest and least controllable cost categories from an owner's perspective. Tax increases have become a major challenge for property owners in recent years and have contributed significantly to the overall rise in OPEX.

Jedna z największych i najmniej kontrolowalnych kategorii kosztowych z perspektywy właściciela. Wzrost podatków stał się w ostatnich latach poważnym wyzwaniem dla właścicieli nieruchomości i znacząco przyczynił się do ogólnego wzrostu OPEX.

Technical maintenance and repairs

/Utrzymanie techniczne i naprawy

These include preventive maintenance and reactive repairs, technical inspections, servicing of building systems, maintenance of external infrastructure and compliance-related activities. In older properties, this category often offers the greatest potential for efficiency improvements through refurbishment and modernisation.

Obejmują konserwację prewencyjną i naprawy interwencyjne, przeglądy techniczne, serwisowanie systemów budynkowych, utrzymanie infrastruktury zewnętrznej oraz działania związane z zapewnieniem zgodności z przepisami. W przypadku starszych nieruchomości kategoria ta często oferuje największy potencjał poprawy efektywności poprzez remonty i modernizację.

Cleaning and landscaping

/Sprzątanie i utrzymanie terenów zielonych

These include internal and external cleaning, snow removal, landscaping and seasonal works. This category is particularly sensitive to wage pressure and labour shortages.

Obejmują sprzątanie wewnętrzne i zewnętrzne, odśnieżanie, pielęgnację zieleni oraz prace sezonowe. Kategoria ta jest szczególnie wrażliwa na presję płacową i niedobory pracowników.

Security and safety

/Ochrona i bezpieczeństwo

These include security personnel, CCTV monitoring, fire safety systems, traffic management and other measures designed to protect customers. Rising customer expectations and regulatory requirements continue to increase expenditure in this area.

Obejmują pracowników ochrony, monitoring CCTV, systemy bezpieczeństwa pożarowego, zarządzanie ruchem oraz inne środki służące ochronie klientów. Rosnące oczekiwania klientów i wymogi regulacyjne nadal zwiększają wydatki w tym obszarze.

Utilities

/Media

These include electricity consumption in common areas, external lighting, water, sewage and waste management. Rising energy costs are one of the key factors increasing OPEX across the sector. This category is increasingly influenced by energy-efficiency initiatives, smart metering and renewable energy solutions.

Obejmują zużycie energii elektrycznej w częściach wspólnych, oświetlenie zewnętrzne, wodę, kanalizację oraz gospodarkę odpadami. Wzrost kosztów energii jest jednym z kluczowych czynników zwiększających OPEX w całym sektorze. Na tę kategorię coraz większy wpływ mają inicjatywy z zakresu efektywności energetycznej, inteligentne pomiary i rozwiązania wykorzystujące energię odnawialną.

Facility Management and Property Management

/Facility Management i Property Management

These include day-to-day operational supervision, contractor management, service charge control, tenant communication, compliance monitoring and reporting. Professional management is becoming increasingly important as investors place greater emphasis on operational efficiency and portfolio-wide standardisation.

Obejmują bieżący nadzór operacyjny, zarządzanie wykonawcami, kontrolę opłat eksploatacyjnych, komunikację z najemcami, monitorowanie zgodności oraz raportowanie. Profesjonalne zarządzanie zyskuje na znaczeniu wraz z rosnącą koncentracją inwestorów na efektywności operacyjnej i standaryzacji w skali całego portfela.

ESG and sustainability costs

/ESG and sustainability costs

ESG-related expenditure is becoming increasingly important in the operating cost structure. It includes environmental data reporting, energy consumption monitoring, smart metering, electric vehicle charging infrastructure, BREEAM and EDGE certifications, and waste management. Although these measures require additional capital expenditure, over the longer term they support operational efficiency, reduce utility consumption and increase asset value.

At Newgate Investment, ESG considerations are an integral part of the growth strategy. All projects undergo appropriate environmental certification processes supporting building energy efficiency, limiting environmental impact and creating long-term property value.

Coraz większe znaczenie w strukturze kosztów operacyjnych mają wydatki związane z ESG, obejmujące m.in. raportowanie danych środowiskowych, monitoring zużycia energii, inteligentne opomiarowanie, infrastrukturę ładowania pojazdów elektrycznych, certyfikacje BREEAM i EDGE oraz gospodarkę odpadami. Choć wymagają one dodatkowych nakładów inwestycyjnych, w dłuższej perspektywie wspierają efektywność operacyjną, ograniczają zużycie mediów i zwiększają wartość aktywów.

W Newgate Investment kwestie ESG stanowią integralny element strategii rozwoju. Wszystkie realizowane projekty przechodzą odpowiednie procesy certyfikacji środowiskowej, wspierające efektywność energetyczną budynków, ograniczenie ich wpływu na środowisko oraz budowanie długoterminowej wartości nieruchomości.

Marketing

/Marketing

The cost efficiency of retail parks is also evident in marketing. Larger assets operating in competitive markets require broader promotional support, including digital campaigns, social media activity and customer events. By contrast, smaller retail parks in regional markets often benefit from high organic footfall and a strong local position, allowing marketing activity to remain more limited while maintaining high operational efficiency.

This category becomes particularly important for branded retail park platforms such as Comfy Park, where a consistent customer experience and shared portfolio identity help differentiate assets and strengthen their recognition.

Efektywność kosztowa parków handlowych widoczna jest również w obszarze marketingu. Większe obiekty funkcjonujące na konkurencyjnych rynkach wymagają szerszego wsparcia promocyjnego, obejmującego kampanie cyfrowe, działania w mediach społecznościowych i wydarzenia dla klientów. Z kolei mniejsze parki handlowe na rynkach regionalnych często korzystają z wysokiej organicznej odwiedzalności oraz silnej pozycji lokalnej, dzięki czemu zakres działań marketingowych może być bardziej ograniczony, przy zachowaniu wysokiej efektywności operacyjnej.

Kategoria ta nabiera szczególnego znaczenia w przypadku markowych platform parków handlowych, takich jak Comfy Park, gdzie spójne doświadczenie klienta i wspólna tożsamość portfela pomagają wyróżnić aktywa i ich rozpoznawalność.

Although OPEX levels across the sector have increased as a result of inflation, energy costs and labour expenditure, retail parks continue to benefit from a relatively lean operating model compared with traditional shopping centres.

The next wave of value creation will increasingly come from technology-driven property management, ESG-led efficiency improvements and portfolio standardisation. This will allow owners to control costs while improving asset performance and customer experience.

Choć poziom OPEX w całym sektorze wzrósł w wyniku inflacji, kosztów energii i wydatków pracowniczych, parki handlowe nadal korzystają z relatywnie oszczędnego modelu operacyjnego w porównaniu z tradycyjnymi centrami handlowymi.

Kolejna fala tworzenia wartości będzie w coraz większym stopniu wynikać z zarządzania nieruchomościami opartego na technologii, poprawy efektywności dzięki ESG oraz standaryzacji portfela. Pozwoli to właścicielom kontrolować koszty, a jednocześnie poprawiać wyniki aktywów i doświadczenie klientów.

Risk management

/Zarządzanie ryzykiem

It has commonly been assumed that the Polish retail park market lags Germany by approximately five years and that trends and historical patterns can therefore be transferred from the German market. In our view, however, **the Polish market is more similar to the Czech market. We observe comparable saturation levels, the opening of large assets in small cities and the redevelopment of older properties.** All of these developments provide important signals for us.

The COVID-19 pandemic became a catalyst for the development of retail parks, but at the same time changed the **strategy of shopping centres, which expanded their tenant mixes to include convenience operators,** intensifying competition between the two formats. Today, most large-format operators compete directly with shopping centres.

In virtually every new retail park we analyse, a group of **approximately 40 international tenants focused on everyday shopping and convenience is repeated.** Historical experience indicates, however, that over time a clearer division of tenants between shopping centres and retail parks may emerge, allowing both formats to coexist and serve their respective customer groups.

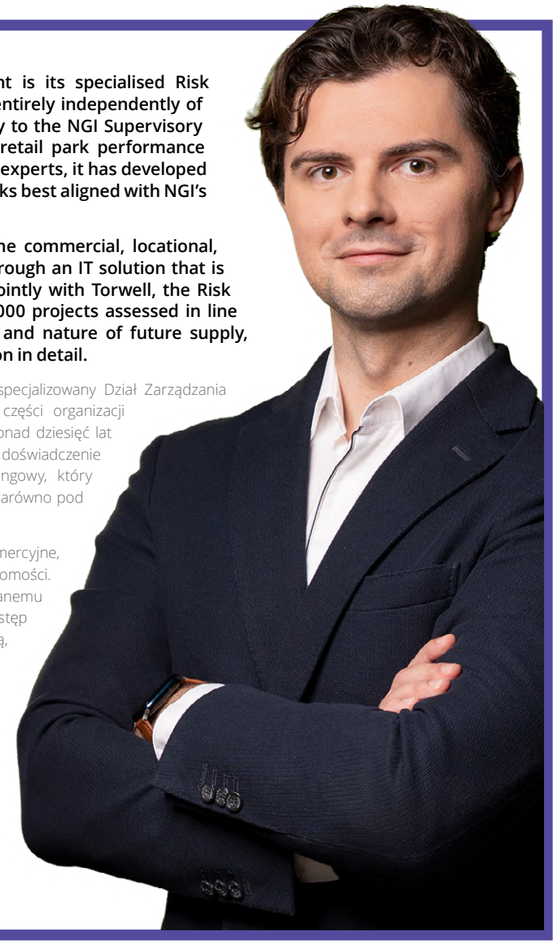
Powszechnie przyjmowano, że polski rynek parków handlowych jest opóźniony względem Niemiec o około pięć lat, a trendy i historyczne wzorce można w związku z tym przenosić z rynku niemieckiego. W naszej ocenie polski rynek bardziej przypomina jednak rynek czeski. Obserwujemy porównywalny poziom nasycenia, otwieranie dużych obiektów w małych miastach oraz przebudowę starszych nieruchomości. Wszystkie te zjawiska stanowią dla nas istotne sygnały.

Pandemia COVID-19 stała się katalizatorem rozwoju parków handlowych, ale jednocześnie zmieniła strategię centrów handlowych, które rozszerzyły strukturę najemców o operatorów z segmentu convenience, intensyfikując konkurencję pomiędzy oboma formatami. Obecnie większość operatorów wielkopowierzchniowych konkuruje bezpośrednio z centrami handlowymi.

W praktyce, w każdym analizowanym przez nas nowym parku handlowym powtarza się około 40 międzynarodowych najemców nastawionych na zakupy codzienne i wygodę. Doświadczenia historyczne wskazują jednak, że z czasem może nastąpić wyraźniejsze rozdzielenie najemców pomiędzy centra handlowe i parki handlowe, co pozwoli obu formatom współistnieć i obsługiwać własne grupy klientów.

A key competitive advantage of Newgate Investment is its specialised Risk Management Department. The department operates entirely independently of the Polish part of the organisation and reports directly to the NGI Supervisory Board. Drawing on more than ten years of data on retail park performance across Europe and the experience of numerous market experts, it has developed a proprietary scoring model that identifies the retail parks best aligned with NGI's strategy in terms of both risk and expected return.

The scoring model covers 28 parameters analysing the commercial, locational, competitive and liquidity aspects of each property. Through an IT solution that is innovative on the Polish market and was developed jointly with Torwell, the Risk Management Department has access to more than 1,000 projects assessed in line with the selected strategy, understands the location and nature of future supply, and can analyse customer behaviour in a specific location in detail.



Kluczową przewagą konkurencyjną Newgate Investment jest wyspecjalizowany Dział Zarządzania Ryzykiem. Dział funkcjonuje całkowicie niezależnie od polskiej części organizacji i raportuje bezpośrednio do rady nadzorczej NGI. W oparciu o ponad dziesięć lat danych dotyczących wyników parków handlowych w Europie oraz doświadczenie licznych ekspertów rynkowych opracował autorski model scoringowy, który identyfikuje parki handlowe najlepiej odpowiadające strategii NGI zarówno pod względem ryzyka, jak i oczekiwanej stopy zwrotu.

Model scoringowy obejmuje 28 parametrów analizujących komercyjne, lokalizacyjne, konkurencyjne i płynnościowe aspekty każdej nieruchomości. Dzięki innowacyjnemu na polskim rynku rozwiązaniu IT, opracowanemu wspólnie z partnerem Torwell, Dział Zarządzania Ryzykiem ma dostęp do ponad 1 000 projektów ocenianych zgodnie z wybraną strategią, rozumie lokalizację i charakter przyszłej podaży, a także może szczegółowo analizować zachowania klientów w konkretnej lokalizacji.

Kyrylo Kvasnevskyi
NEWGATE INVESTMENT
Risk Director, Torwell Group
Supervisory Board Member of Newgate Investment



Retail Park Bydgoszcz, source: Newgate Investment



One industry, many formats, shared challenges - PROH

/Jedna branża, wiele formatów, wspólne wyzwania - PROH

The retail real estate market in Poland no longer fits within a single definition. For the past three decades, shopping centres have set the direction for modern retail development, attracted global brands to Poland and established standards that became a benchmark for the entire sector. Today, however, the retail landscape looks very different from the early 2000s: alongside shopping centres, retail parks, convenience formats, stand-alone stores and mixed-use projects are expanding rapidly. Modern brick-and-mortar retail now offers a broad portfolio of asset types, boldly opening itself to new functions and evolving customer needs. Its representation is expanding accordingly.

It is this market evolution that led the Polish Council of Shopping Centres to officially become the Polish Council of Shopping Places (PROH) on 1 September 2026. This is not a cosmetic name change but a substantive response to the sector's transformation. The market has grown beyond a single format, and its representation must grow with it. Today, PROH covers the full diversity of modern retail properties, while building on the strong foundations shaped over more than 20 years of collaboration with the shopping centre industry.

Diversity that reshapes the rules of the game

New retail supply in Poland is now dominated by retail parks - in the first half of 2026 they accounted for 92% of all openings. At the same time, shopping centres, which still represent 76% of the country's modern retail stock, are undergoing deep transformation: modernisations, repositioning, extensions and functional expansion. The average Polish consumer visits them 44 times a year, increasingly not just for shopping. Centres are becoming a "third place": a space for meeting, services, dining, healthcare, education and local activities.

Demographic structure is changing in parallel. Population ageing and the expected depopulation of many regions - up to 1.4 million people in the coming years - will significantly reshape customer profiles. Another factor influencing today's retail landscape is the strong differentiation between generations: Baby Boomers, Gen X and Y, and the emerging Gen Z and Alpha. This means retail properties must serve several radically different consumption models at once. For some, medical, rehabilitation and accessibility services will be key; for others, entertainment, dining, education or seamless integration of offline and online experiences.

Omnichannel as the new standard

Another dimension of market growth is unfolding in the digital space, now just as real an address for retail as a physical property. The boundary between brick-and-mortar and online retail is practically disappearing. The online store becomes an extension of the physical asset - a place where the customer is present long before entering the building. This is where the shopping journey begins or ends; today it is one process, not two separate worlds. Modern consumers move between channels fluidly and effortlessly, expecting the entire ecosystem - from e-commerce to the physical property - to function as one coherent service. For owners and tenants, this means integrating logistics, click-and-collect, returns, showrooms, digital services and new customer-service models. For the retail property market, this is no longer optional - it is the standard.

Rynek obiektów handlowych w Polsce nie mieści się już w jednej definicji. Przez ostatnie trzy dekady centra handlowe wyznaczały kierunek rozwoju nowoczesnego retailu, przyciągały do Polski globalne marki i budowały standardy, które stały się punktem odniesienia dla całej branży. Dziś jednak krajobraz handlu wygląda inaczej niż na początku stulecia: obok centrów dynamicznie rosną parki handlowe, formaty convenience, obiekty wolnostojące i projekty mixed-use. Współczesny handel stacjonarny oferuje bogate portfolio obiektów, odważnie otwierając się na nowe funkcje i potrzeby klientów. Jego reprezentacja także poszerza zakres swojego działania.

To właśnie ta ewolucja rynku sprawiła, że Polska Rada Centrów Handlowych 1 września 2026 roku oficjalnie stała się Polską Rada Obiektów Handlowych (PROH). To nie jest kosmetyczna zmiana nazwy, lecz rzeczowa odpowiedź na realną transformację sektora. Rynek wyrósł poza jeden format, a jego reprezentacja musi rosnąć razem z nim. PROH obejmuje dziś swoją działalnością całą różnorodność nowoczesnych obiektów handlowych, bazując jednocześnie na mocnych fundamentach wypracowanych przez ponad 20 lat współpracy z branżą centrów handlowych.

Różnorodność, która zmienia zasady gry

Nowa podaż powierzchni handlowej w Polsce jest dziś zdominowana przez parki handlowe – w ostatnim półroczu 2026 roku odpowiadały one za 92% nowych otwarć. Jednocześnie centra handlowe, które nadal stanowią 76% zasobów nowoczesnej powierzchni handlowej, przechodzą głęboką transformację: modernizacje, repozycjonowanie, rozbudowy i rozszerzanie funkcji. Statystyczny Polak odwiedza je 44 razy w roku, ale coraz częściej nie idzie tylko po zakupy. Centra stają się „trzecim miejscem", czyli przestrzenią spotkań, korzystania z usług, gastronomii, placówek zdrowia, edukacji i lokalnych aktywności.

Równolegle zmienia się struktura demograficzna. Starzenie się społeczeństwa oraz spodziewana depopulacja wielu regionów – nawet do 1,4 mln osób w ciągu najbliższych lat – bardzo zmienią profil klienta. Dodatkowym czynnikiem wpływającym na kształt współczesnego handlu jest silne zróżnicowanie poszczególnych generacji: tzw. Baby Boomers, generacji X i Y oraz wchodzących w dorosłość generacji Z i Alfy. Oznacza to, że obiekty muszą obsłużyć kilka skrajnie różnych modeli konsumpcji jednocześnie. Dla jednych kluczowe będą usługi medyczne, rehabilitacyjne i dostępność przestrzeni, dla innych – rozrywka, gastronomia, edukacja czy płynne łączenie świata offline i online.

Omnichannel jako nowy standard

Kolejny wymiar rozwoju rynku otwiera się w przestrzeni cyfrowej, która dziś jest równie realnym adresem handlu jak fizyczny obiekt. Granica między handlem stacjonarnym i internetowym praktycznie znika. Sklep online stanowi przedłużenie fizycznego obiektu, w którym klient jest obecny, zanim jeszcze przekroczy jego próg. Tu zaczyna albo kończy zakupy – obecnie to jeden proces, nie dwa światy. Współczesny konsument porusza się między kanałami płynnie i bez zastanowienia, oczekując, że cały ekosystem – od e-commerce po fizyczny obiekt – będzie działał jak jedna, spójna usługa. Dla właścicieli i najemców oznacza to konieczność integracji logistyki, click and collect, zwrotów, showroomów, usług cyfrowych i nowych modeli obsługi klienta. Dla rynku obiektów handlowych to już nie wybór, lecz standard.



Shared challenges, one voice for the industry

Regardless of the asset type - a traditional shopping centre, a mixed-use project, a retail park or a convenience format - the challenges it faces mirror those of the entire sector. Retail today is grappling with:

- energy transition and rising ESG requirements
- demographic shifts
- cost pressure and competition for customer attention
- regulations affecting owners, tenants, employees and local economies
- the need for high-quality data and unified standards
- integration of brick-and-mortar retail with e-commerce and last-mile logistics

This shared set of challenges means the industry needs representation that sees the full picture - not just a single format. PROH now represents the entire retail property sector and is able to set its strategic direction. According to its adopted strategy, the organisation's role is built on three pillars: data and analytics, expert knowledge, and stronger regulatory influence. The foundations remain unchanged - long-standing experience and established relationships developed with the shopping centre industry, as well as extensive market data collected since 2008.

These resources enable PROH not only to respond to change but to anticipate it and help shape the conditions for the sector's development. In practice, this means building shared standards, developing analytical tools, strengthening the industry's voice in legislative processes and creating platforms for dialogue.

Representation for a modern market

The transition from PRCH to PROH does not close the chapter of shopping centres - on the contrary, it opens it to the entire market. Retail may now operate across many addresses, but the strategic direction remains shared: better customer understanding, greater flexibility and stronger integration of functions. PROH exists to set that direction and support organisations in achieving their goals. To speak with one voice on behalf of the entire sector. To provide knowledge, data and standards that help the industry not only respond to change but anticipate it. And to represent a market that has grown beyond a single definition - just as its new representation has grown with it.

Wspólne wyzwania, jeden głos branży

Bez względu na rodzaj obiektu – czy jest to klasyczne centrum handlowe, projekt wielofunkcyjny typu mixed-use, park handlowy czy format convenience – wyzwania przed nim stojące są te same co dla reszty. Cały sektor retail mierzy się dziś z tymi samymi zagadnieniami:

- transformacją energetyczną i rosnącymi wymogami ESG
- zmianami demograficznymi
- presją kosztową i konkurencją o uwagę klienta
- regulacjami, które wpływają na właścicieli, najemców, pracowników i lokalne gospodarki
- potrzebą jakościowych danych i jednolitych standardów
- integracją handlu stacjonarnego z e-commerce i logistyką ostatniej mili

Wspólnota wyzwań sprawia, że branża potrzebuje dziś reprezentacji, która widzi cały obraz – nie tylko pojedynczy format. Polska Rada Obiektów Handlowych obejmuje swoim działaniem cały sektor obiektów handlowych i potrafi wyznaczać kierunki jego rozwoju. Zgodnie z przyjętą strategią, rola organizacji opiera się na trzech filarach: danych i analityce, wiedzy eksperckiej oraz silniejszym niż dotąd wpływie regulacyjnym. Fundamenty pozostają niezmienne – to wieloletnie doświadczenie i ugruntowane relacje wypracowane wspólnie z branżą centrów handlowych, a także obszerne zbiory danych o rynku, gromadzone od 2008 roku.

Te zasoby pozwalają PROH nie tylko reagować na zmiany, lecz także je wyprzedzać i współtworzyć warunki rozwoju całego sektora. W praktyce oznacza to budowanie wspólnych standardów, rozwijanie narzędzi analitycznych, wzmacnianie głosu branży w procesach legislacyjnych oraz tworzenie platformy dialogu.

Reprezentacja na miarę współczesnego rynku

Zmiana PRCH w PROH nie zamyka historii centrów handlowych – przeciwnie, otwiera ją na cały rynek. Handel co prawda odbywa się dziś pod wieloma adresami, ale kierunek działania jest wspólny: lepsze zrozumienie klienta, większa elastyczność i silniejsza integracja różnych funkcji. PROH powstaje po to, by ten kierunek wyznaczać i ułatwiać organizacjom osiąganie celów. By mówić jednym głosem w imieniu całego sektora. By dostarczać wiedzy, danych i standardów, które pomogą branży nie tylko reagować na zmiany, lecz także je wyprzedzać. I by reprezentować różnorodność rynku, który wyrósł poza jedną definicję – tak jak wyrasta jego nowa reprezentacja.

Author
/Autor

BOGDA KOROLCZUK
Polish Council of Shopping Places

Managing Director
Member of the Board





Fabryka Park Katowice, source: Newgate Investment

Contact
/Kontakt

Avison Young



MICHAŁ ĆWIKLIŃSKI MRICS
Managing Director for EMEA Region
+48 605 163 351
michal.cwiklinski@avisonyoung.com



MONIKA BRONICKA MRICS, HYPZERT MLV
Director, Head of Valuation and Advisory
+48 606 233 226
monika.bronicka@avisonyoung.com



ARTUR CZUBA
Director, Investment
+48 604 666 615
artur.czuba@avisonyoung.com



RENATA ZIELIŃSKA
Senior Consultant, Investment
+48 662 418 047
renata.zielinska@avisonyoung.com



PAULINA BRZESZKIEWICZ-KUCZYŃSKA
Research and Data Manager
+48 662 456 459
paulina.brzeszkiewicz-kuczynska@avisonyoung.com

Newgate Investment



KRYSTIAN MODRZEJEWSKI
Chief Executive Officer
k.modrzejewski@ng-investment.pl



KYRYLO KVASNEVSKYI
Risk Director, Torwell Group Supervisory Board Member
k.kvasnevskyi@ng-investment.pl

CMS



DOMINIK RAFAŁKO
Partner (Real Estate)
dominik.rafalko@cms-cmno.pl



PAWEŁ ŚLIWKA
Senior Associate (Real Estate)
pawel.sliwka@cms-cmno.pl

Polish Council of Shopping Places



BOGDA KOROLCZUK
Managing Director, Member of the Board
bkorolczuk@proh.org.pl

AVISON YOUNG NEWGATE INVESTMENT CMS law·tax·future PROH POLSKA RADA OBIEKTÓW HANDLOWYCH