



## BEZ DOWODU WARTOŚCI TRUDNIEJ O FINANSOWANIE. BAROMETR SAINT-GOBAIN WSKAZUJE ROLĘ BANKÓW I UBEZPIECZYCIELI W ROZWOJU ZRÓWNOWAŻONEGO BUDOWNICTWA

Ekstremalne zjawiska pogodowe, rosnące koszty eksploatacji budynków i potrzeba ochrony wartości inwestycji sprawiają, że zrównoważone budownictwo przestaje być wyłącznie tematem środowiskowym. Coraz częściej staje się elementem zarządzania ryzykiem, wzmocnienia odporności miast i regionów oraz długoterminowego bezpieczeństwa użytkowników i nieruchomości. Najnowszy Barometr Zrównoważonego Budownictwa 2026 pokazuje jednak, że między świadomością a realną praktyką rynkową nadal istnieje wyraźna luka – także w naszym kraju.

W Polsce zrównoważone budownictwo jest obecne w debacie o przyszłości sektora, ale wciąż zbyt rzadko przekłada się na poczucie pilności i konkretne decyzje inwestycyjne. Z 4. wydania Barometru Zrównoważonego Budownictwa, przygotowanego przez Obserwatorium Zrównoważonego Budownictwa Grupy Saint-Gobain, wynika, że tylko 39% polskich interesariuszy i 38% obywateli uznaje rozwój zrównoważonego budownictwa za priorytet. To wyraźnie mniej niż średnia globalna, która wynosi odpowiednio 65% i 63%.

Dane te pokazują, że jednym z najważniejszych wyzwań dla polskiego rynku nie jest już wyłącznie budowanie świadomości, lecz przekładanie jej na praktykę projektową, finansową, ubezpieczeniową i inwestycyjną. Oznacza to konieczność większego eksponowania wartości zrównoważonych obiektów – nie tylko w wymiarze środowiskowym, ale także ekonomicznym, użytkowym czy społecznym.

Barometr Zrównoważonego Budownictwa 2026 zwraca jednocześnie uwagę na istniejącą rozbieżność: choć instytucje finansowe dostrzegają znaczenie adaptacji i odporności w kontekście środowiska budowlanego, uwzględnianie tych czynników w decyzjach dotyczących inwestycji, finansowania i ubezpieczeń pozostaje ograniczone ze względu na niewystarczająco udowodnione korzyści.

*– Doskonałym przykładem rozdźwięku, z którym mamy do czynienia, jest kwestia odporności. Regiony narażone na zagrożenia klimatyczne rozumieją jej znaczenie. Musi ona jednak być częściej uwzględniana w procesach podejmowania decyzji dotyczących inwestycji oraz zamówień publicznych i prywatnych. Uznanie odporności za czynnik wpływający na efektywność i ograniczenie ryzyka pomoże w pełni unaocznic jej wartość – podkreślił we wstępie dokumentu **Benoît Bazin, Prezes i Dyrektor Generalny Grupy Saint-Gobain.***

## Banki i ubezpieczyciele: świadomość problemu istnieje, ale jest wciąż niepełna

Po raz pierwszy od swojego debiutu w 2023 roku, Barometr Zrównoważonego Budownictwa prezentuje **jakościowe międzynarodowe badanie przeprowadzone wśród przedstawicieli sektora finansowego** – banków komercyjnych, banków rozwoju i ubezpieczycieli – poświęcone zagadnieniom **adaptacji i odporności**.

Ten nowy element stanowi uzupełnienie **międzynarodowego badania ilościowego** przeprowadzanego co roku (z udziałem 4800 interesariuszy i 30 000 obywateli w 30 krajach).

W skali globalnej wyniki pokazują, że **adaptacja do zmian klimatu i odporność** zyskują na znaczeniu wszędzie: zarówno wśród podmiotów finansowych i interesariuszy (26% odpowiedzi, wzrost o 5 punktów procentowych w porównaniu z rokiem 2025, w którym również odnotowano znaczący wzrost w stosunku do poprzedniego roku), jak i wśród respondentów indywidualnych.

Pojęcia te odnoszą się do zdolności budynków i infrastruktury do **sprostania zagrożeniom klimatycznym, absorbowania wstrząsów i zachowania swojej wartości w perspektywie długoterminowej**. Nadal jednak rzadko stanowią one kryteria kształtujące modele ekonomiczne i **trudno przełożyć je na procesy decyzyjne dotyczące kredytów lub alokacji kapitału**.

## Główna przeszkoda: brak wykazanej stopy zwrotu z inwestycji

Rozmówcy uczestniczący w badaniu jakościowym wskazują na tę samą barierę: **potrzebę przejrzystego wykazania stopy zwrotu z inwestycji** w projekty związane z adaptacją i odpornością.

W przeciwieństwie do redukcji emisji CO<sub>2</sub>, która korzysta z powszechnie ustandaryzowanych wskaźników, odporność opiera się na **długoterminowych, probabilistycznych i często pośrednich korzyściach**, takich jak zmniejszenie przyszłych strat, ciągłość działalności biznesowej oraz zachowanie wartości aktywów.

W rezultacie natychmiastowe i widoczne – czasem bardzo wysokie – koszty są zestawiane z mniej sprecyzowanymi i odległymi korzyściami, które wciąż są słabo zintegrowane z modelami finansowymi i ubezpieczeniowymi.

## Uczynienie odporności atutem ekonomicznym

Aby przyspieszyć transformację sektora i przejście na zrównoważone budownictwo, należy jak najszybciej **uczynić odporność dźwignią wyników ekonomicznych, konkurencyjności i ograniczania ryzyka**.

Barometr pokazuje, że **47% interesariuszy** uważa, że budownictwo zrównoważone zapewnia większą wartość niż tradycyjne – jest to jednak nadal ocena zbyt słaba, szczególnie w Europie i regionie Azji i Pacyfiku.

W kontekście Polski także ma to duże znaczenie. Niskie poczucie pilności nie oznacza odrzucenia idei zrównoważonego budownictwa, ale pokazuje, że dla wielu uczestników rynku temat ten wciąż wymaga przełożenia na **język konkretnych korzyści: niższych kosztów eksploatacji, większej odporności na ryzyka klimatyczne, komfortu i bezpieczeństwa użytkowników oraz długoterminowej wartości inwestycji**.

Trzy czynniki, które mogą wzmocnić poparcie najbardziej niezdecydowanych respondentów (6% interesariuszy) dla utrzymania tempa rozwoju zrównoważonego budownictwa to:



- sprawienie, aby korzyści stały się widoczne i wymierne,
- zagwarantowanie rzeczywistych rezultatów dla użytkowników,
- obiektywna ocena konkurencyjności ekonomicznej rozwiązań.

## Instytucje finansowe odgrywają kluczową rolę w dalszym rozwoju

W tym kontekście, **strategiczną pozycję zajmują banki i ubezpieczyciele**: poprzez bardziej konsekwentne i systematyczne uwzględnianie kwestii adaptacji i odporności w swoich procesach decyzyjnych mogą one odegrać istotną rolę w przejściu od wspólnych ambicji do transformacji sektora budowlanego na dużą skalę.

W tym celu musimy osiągnąć postęp na kilku polach:

- opracowanie **wskaźników i standardów przydatnych z operacyjnego punktu widzenia**,
- bardziej precyzyjne **przełożenie ryzyka fizycznego na skutki finansowe**,
- tworzenie **odpowiednio dostosowanych instrumentów finansowych**,
- systematyczne **uwzględnianie odporności** w ocenach projektów i portfeli.

Pełna wersja 4. wydania Barometru Zrównoważonego Budownictwa znajduje się na stronie: <https://www.saint-gobain.pl/raport-saint-gobain-barometr-zrownowazonego-budownictwa-2026>.

Uzupełnieniem działań Obserwatorium Zrównoważonego Budownictwa jest międzynarodowy magazyn online **Constructing a Sustainable Future**, poświęcony najważniejszym trendom, analizom, rozmowom i przykładom dobrych projektów. Najnowsza coroczna edycja magazynu, dostępna w formie cyfrowego flipbooka w języku angielskim, pokazuje zrównoważone budownictwo w szerokiej perspektywie: jako obszar łączący jakość życia, odporność na zmiany klimatu, efektywność ekonomiczną oraz ochronę zasobów. Wśród prezentowanych materiałów znalazł się również polski akcent – **warszawski Forest Campus**, wskazany jako przykład realizacji łączącej walory estetyczne i techniczne, m.in. dzięki zastosowaniu zielonego dachu. Zachęcamy do lektury: <https://www.constructing-sustainable-future.com/en/flipbook-2/>.

## O Saint-Gobain

Saint-Gobain, światowy lider w dziedzinie lekkiego i zrównoważonego budownictwa, tworzy, produkuje i dystrybuje materiały oraz świadczy usługi dostosowane do potrzeb rynku mieszkaniowego, niemieszkaniowego i infrastrukturalnego. Zintegrowane i innowacyjne rozwiązania firmy zapewniają klientom zrównoważony rozwój, efektywność i dobre samopoczucie. Grupa kieruje się swoim celem: „MAKING THE WORLD A BETTER HOME”.

**Wartość sprzedaży w 2025 roku: 46,5 mld EUR**

**162 000 pracowników w 80 krajach**

**Firma podjęła zobowiązanie do osiągnięcia neutralności węglowej do 2050 roku.**

Więcej informacji na temat Saint-Gobain można znaleźć na stronie [www.saint-gobain.com](http://www.saint-gobain.com).

## Dodatkowe informacje:

Michał Ciesielski, dyrektor marki, komunikacji i marketingu strategicznego  
[michal.ciesielski@saint-gobain.com](mailto:michal.ciesielski@saint-gobain.com)

Monika Mazurek-Skrzekowska, kierownik marki i komunikacji  
[monika.mazurek@saint-gobain.com](mailto:monika.mazurek@saint-gobain.com)