

2026
**PRZYJAZNY
DEWELOPER**



Rynek mieszkaniowy po okresie zawirowań wchodzi w fazę większej równowagi. Popyt odbudowuje się, oferta pozostaje szeroka, a klienci mają dziś większy wybór i mogą dokładniej porównywać inwestycje. Jednocześnie rosną koszty budowy i wymagania wobec no-

wych budynków, a na znaczeniu zyskują jakość, funkcjonalność i standard obsługi.

W tych warunkach dobry deweloper to nie tylko sprawny inwestor, który buduje i sprzedaje mieszkania. To firma, która potrafi słuchać

klientów, dba o jakość inwestycji, przejrzystość komunikacji i otoczenie, w którym powstają nowe osiedla. W raporcie „Przyjazny deweloper” prezentujemy 10 firm, które wyróżniają się podejściem do klientów i standardem realizowanych projektów.



Acatom to deweloper, dla którego przyjazne osiedle oznacza coś więcej niż nowoczesne mieszkania. Potwierdzeniem tego podejścia jest tytuł PRZYJAZNY DEWELOPER 2026 przyznany Acatom przez „Gazetę Finansową” i „Home&Market”. To wyróżnienie dla firmy proklienckiej, zorientowanej na potrzeby mieszkańców, godnej zaufania i dbającej o ich komfort. Taki tytuł jest efektem zaangażowania firmy w działania CSR na rzecz lokalnych społeczności i przede wszystkim tego, że inwestycje Acatom cechuje dbanie o to by budować nie tylko mieszkania, ale przestrzeń do życia, co widzimy m.in. na przykładzie inwestycji w Warszawie, Rzeszowie, Krakowie, Katowicach i Gliwicach.

W Gliwicach Acatom tworzy **kameralne, zielone osiedle** z niską zabudową i windami, blisko centrum, między ul. Tarnogórską i Podlesie. Wygodna do życia infrastruktura – wokół sklepy, szkoła, przedszkole, etc. Wewnątrz osiedla brak ruchu samochodowego pozwala dzieciom i psom swobodnie korzystać z przestrzeni. Wśród atutów: ogrodzony plac zabaw, wybieg dla psów, ławki, przestrzeń dla seniorów i rekreacyjna, monitoring. Do tego proekologiczne podejście – 30 miejsc do ładowania samochodów elektrycznych.



Ogólnopolski Deweloper

ATAL to jeden z czołowych i najbardziej doświadczonych polskich deweloperów, z ponad 35-letnią historią. Prowadzi inwestycje na ośmiu największych rynkach w Polsce. Dotychczasowe portfolio spółki (stan na II kw. 2026 r.) to ponad 160 projektów w całej Polsce i ok. 37,1 tys. sprzedanych mieszkań o łącznej pow. ponad 2 mln m².

ATAL kreuje nowoczesne i funkcjonalne osiedla, z licznymi udogodnieniami i rozwiązaniami ekologicznymi. Klientom oferuje też program wykończeń mieszkań „pod klucz” – ATAL Design.

ATAL jest spółką publiczną, od 2015 r. notowaną na warszawskiej giełdzie.

ATAL Sky+ to nowoczesne osiedle w centrum Katowic, z 35-piętrowym wieżowcem (dominanta) i osobnym budynkiem na apartamenty inwestycyjne. Wśród udogodnień są m.in. recepcja, rowerownia, rozwiązania smart home. Powierzchnie wspólne cechuje dbałość o detale i dobór jakościowych materiałów. Przewidziano nowoczesny plac zabaw z przestrzeniami dla różnych grup wiekowych oraz atrakcyjną strefą relaksu.





LUKSUSOWE
MIESZKANIA
I APARTAMENTY INWESTYCYJNE
W KATOWICACH



TEL. 32 353 65 73

ATALSKY.PL

CORDIA



Cordia, należąca do grupy Futureal, jest jednym z doświadczonych deweloperów Europy Środkowej. W 2026 roku firma obchodzi 15-lecie działalności w Polsce. Od 2011 roku zrealizowała ponad 3000 mieszkań w Warszawie, Krakowie, Poznaniu i Trójmieście. Międzynarodowe zaplecze kapitałowe, doświadczenie i konsekwentna strategia pozwalają jej prowadzić projekty o różnej skali – od inwestycji premium po wieloetapowe osiedla. Portfolio obejmuje m.in. Horyzont Praga, Zielone Bemowo, Safrano, Craft Zabłocie i Villa Jaśkowa Dolina.

Haffnera Residence to kameralna inwestycja w sercu Sopotu, zaledwie kilka kroków od plaży i Parku Północnego. Dwa czteropiętrowe budynki mieszczą 84 komfortowe apartamenty oraz 49 lokali usługowo-biurowych. Panoramiczne okna, ogródki i prywatne tarasy na dachach podkreślają wyjątkowy charakter projektu, łączącego nadmorski klimat z elegancją i wygodą.

HOSSA

Grupa Hossa od ponad 35 lat tworzy miejsca, które na stałe wpisują się w tkankę Trójmiasta. Zrealizowała ponad 50 projektów mieszkaniowych, biurowych, handlowo-usługowych i hotelowych, zdobywając zaufanie dziesiątek tysięcy klientów oraz liczne nagrody branżowe. Stawia na wysoką jakość, przemyślaną architekturę i długofalowe myślenie. Tworzy przyjazne, wielofunkcyjne przestrzenie sprzyjające integracji, rekreacji i codziennemu komfortowi, z poszanowaniem historii i charakteru miasta.

Garnizon to otwarta, samowystarczalna przestrzeń, w której harmonijnie łączą się funkcje mieszkaniowe, biurowe i usługowe. To miejsce do życia, pracy i odpoczynku, z szeroką ofertą kawiarni, restauracji i pubów. Targ z ekologiczną żywnością, obiekty sportowe, rekreacyjne oraz przestrzenie kultury i sztuki tworzą wygodne środowisko sprzyjające aktywnemu i pełnemu życiu.



GH Development od 2018 r. tworzy w Polsce nowoczesne przestrzenie do życia, w których najwyższa jakość wykonania i dbałość o detal stanowią fundament każdego projektu.

Połączenie belgijskiego doświadczenia, lokalnej ekspertyzy oraz potencjału 70-osobowego zespołu, wsparte ponad 100-letnią historią Grupy GH, buduje wiarygodność i stabilność marki.

GH Development realizuje inwestycje mieszkaniowe odpowiadające na zróżnicowane potrzeby Klientów – od funkcjonalnych mieszkań w przystępnych cenach po projekty o podwyższonym standardzie, zlokalizowane w starannie wyselekcjonowanych lokalizacjach. Każda inwestycja powstaje z myślą o jakości, komforcie mieszkańców oraz wysokim standardzie obsługi na każdym etapie realizacji.

Museo to atrakcyjny projekt GH Development zlokalizowany w sercu Gdańska, łączący wysoką jakość wykonania z potencjałem inwestycyjnym. Nowoczesna architektura, funkcjonalne układy mieszkań oraz doskonała lokalizacja zapewniają komfort życia i sprzyjają wzrostowi wartości nieruchomości.



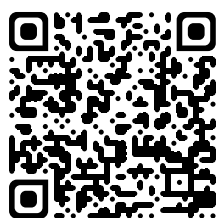
LT

LIBERTY TOWER
WARSZAWA

Grzybowska 54 WIĘCEJ NIŻ ADRES

LT

Pierwszy od lat wysokościowiec klasy premium
w ścisłym centrum Warszawy.



POZNAJ BLIŻEJ
LIBERTY TOWER

libertytower.pl

SALON SPRZEDAŻY APARTAMNETÓW

ul. Chmielna 89, 00-805 Warszawa

tel: +48 739 105 158



Lokum Developer to wrocławska spółka giełdowa z ponad 20-letnim doświadczeniem w realizacji nowoczesnych inwestycji mieszkaniowych o podwyższonym standardzie. Tworzy osiedla w doskonałych lokalizacjach, wyróżniające się ponadczasową architekturą, starannie zaprojektowanymi częściami wspólnymi z atrakcyjnymi strefami zieleni oraz licznymi udogodnieniami dla mieszkańców.

Unikalnym projektem w ofercie dewelopera jest **Lokum Porto Finale** – kameralna inwestycja z 54 apartamentami, będąca zwieńczeniem osiedla Lokum Porto na wrocławskim Starym Mieście. Budynek powstał z myślą o tych, którzy cenią najwyższą jakość w każdym aspekcie i poszukują komfortowego miejsca do życia w centrum miasta, w sąsiedztwie terenów rekreacyjnych nad Odrą. Jego wyjątkowy charakter podkreślają oryginalna, organiczna forma z elewacją o strukturze drewna, pionowymi lamelami i wielkoformatowymi przeszkleniami oraz niemal 24-metrowa zielona ściana inspirowana mediolańskim projektem Bosco Verticale.



PROFBUD



Profbud to deweloper, który łączy wysoką jakość wykonania, atrakcyjne lokalizacje i niesablonowy design z nowoczesnymi, przyjaznymi środowisku technologiami. Każdą inwestycję tworzy z myślą o realnych potrzebach mieszkańców, traktując dom jako najważniejsze miejsce w życiu. Odpowiedzialność, efektywność i konsekwencja w działaniu wyznaczają standard pracy zespołu firmy. Zarząd wierzy w siłę zespołu, dobrą komunikację i świadome zarządzanie zmianą, które pozwalają budować wartość dla klientów i rozwijać firmę.

Murano powstaje na Muranowie, jednej z najbardziej dojrzałych i zielonych części Warszawy, na granicy Śródmieścia. To wyjątkowe połączenie centralnej lokalizacji, ciszy, zieleni i historycznej tkanki miasta. W sąsiedztwie Ogrodu Krasińskich i Muzeum POLIN powstaje przestrzeń, która łączy najwyższą klasę architektury z ekosystemem 8 stref życia, wspierających komfort i równowagę mieszkańców.



Resi Capital by Cavatina to jeden z najszybciej rozwijających się deweloperów mieszkaniowych w Polsce oraz kompleksowy operator sprzedaży projektów mieszkaniowych, działający w strukturach Grupy Cavatina. Dysponuje portfelem blisko 5,6 tys. mieszkań zrealizowanych i w budowie, obejmującym 23 inwestycje. Koncentruje się na projektach mieszkaniowych, w tym premium, w dziewięciu polskich miastach: Warszawie, Wrocławiu, Katowicach, Krakowie, Łodzi, Bielsku-Białej, Gdańsku, Szczecinie i Poznaniu. Jej wyróżnikiem jest model realizacji projektów „od A do Z” własnymi zasobami – od zakupu gruntu i projektowania, przez komercjalizację, po generalne wykonawstwo i wykończenie.

Liberty Tower by Cavatina to wyjątkowy w skali Europy projekt łączący prestiż, sztukę i design – pierwsza od lat premium wieża mieszkalna w centrum Warszawy. Inwestycja powstaje przy ul. Grzybowskiej 54, na granicy Woli i Śródmieścia. Liczący 140 metrów i 43 kondygnacje apartamentowiec, inspirowany Manhattanem, pomieści 587 apartamentów – od kompaktowych po penthousy powyżej 100 mkw., z rozbudowaną strefą wellness, spa i siłownią.





Prestiżowe apartamenty
w centrum Gdańska

Żabi Kruk 14

Idealne miejsce na drugi dom nad morzem | Bezpieczna przystań dla kapitału



apartamentymuseo.pl
+48 572 393 761
+48 572 957 478



ROBYG



ROBYG od ponad 25 lat jest jednym z liderów polskiego rynku nieruchomości mieszkaniowych i marką, która na trwale wpisała się w rozwój nowoczesnych polskich miast. Działając w siedmiu największych aglomeracjach w Polsce, spółka tworzy nie tylko mieszkania, ale przede wszystkim miejsca do życia – funkcjonalne, zielone i dobrze skomunikowane osiedla, odpowiadające na potrzeby współczesnych mieszkańców.

Skala działalności **ROBYG** najlepiej pokazuje zaufanie, jakim firma cieszy się wśród klientów. Ponad 100 tysięcy osób wybrało mieszkania **ROBYG** jako swoje miejsce do życia, a spółka zakontraktowała już ponad 39 tysięcy lokali, konsekwentnie rozwijając ofertę w największych miastach kraju. To doświadczenie budowane przez lata przekłada się na wysokie standardy jakości, terminowość realizacji inwestycji i długofalowe podejście do rozwoju.

Jedną z ciekawszych inwestycji **ROBYG** – **Rytm Mokotowa** – usytuowaną jest w malowniczym zakątku Mokotowa, u zbiegu ulic Antoniewskiej i Piramowicza. Mieszkańcy mają do dyspozycji nowoczesne, otoczone zielenią, osiedle w wysokim standardzie, bogate w wiele udogodnień i innowacji. **ROBYG** po raz kolejny odkrywa nową dzielnicę Warszawy i nadaje rytm miastu – w miejscu świetnie skomunikowanym z każdą częścią miasta, a jednocześnie gwarantującym bliskość natury.

GRUPA VICTORIA DOM

Victoria Dom to deweloper z 28-letnim doświadczeniem. Posiada rozbudowany bank ziemi i systematycznie wprowadza do oferty kolejne inwestycje. W Polsce realizuje projekty na terenie Warszawy, Krakowa i Trójmiasta. Spółka rozwija także działalność w Niemczech prowadząc inwestycje w Berlinie i Lipsku.

Miastotwórczość od lat stanowi ważny element działalności Victorii Dom. We współpracy z samorządami spółka współtworzy nie tylko budynki, ale również ich otoczenie – drogi, chodniki, place zabaw i tereny zielone, które uzupełniają lokalną infrastrukturę, podnoszą komfort życia mieszkańców.

W tę wizję wpisuje się powstające na warszawskiej Białolecie osiedle **Concept Ćwiklińska**. W I etapie na przyszłych mieszkańców czeka 130 mieszkań o powierzchni 31–84 m², od 1 do 4 pokoi. Nowoczesna architektura, stonowana kolorystyka i ciepłe akcenty tworzą przyjazną przestrzeń dla singli, par i rodzin. Ceny zaczynają się od niespełna 13,9 tys. zł/m².



ZAPOWIEDŹ RAPORTU

JUŻ WE WRZEŚNIOWYM WYDANIU „GAZETY FINANSOWEJ”



TURBINY POLSKIEJ GOSPODARKI

Raport poświęcony sektorowi małych i średnich przedsiębiorstw, prezentujący firmy, które napędzają polską gospodarkę.

Ranking MŚP oraz wyróżnienia „Najlepsze Produkty dla MŚP 2026”.

Poznaj liderów. Poznaj najlepsze rozwiązania dla biznesu.

Zainteresowanych zapraszamy do kontaktu :
a.prasowska@gazetafinansowa.pl a.piekarska@gazetafinansowa.pl

25 lat ROBYG to historia ludzi, zaufania i konsekwentnego rozwoju

ROBYG od ponad 25 lat współtworzy polski rynek mieszkaniowy. Dziś Grupa jest jednym z największych deweloperów w kraju, działa w siedmiu miastach, zrealizowała ponad 38 tysięcy mieszkań i stworzyła miejsca do życia dla ponad 100 tysięcy mieszkańców. Powrót na Giełdę Papierów Wartościowych w 2026 roku otworzył nowy etap rozwoju spółki. O filozofii „miast w mieście”, ludziach, którzy budują sukces ROBYG, oraz planach na przyszłość rozmawiamy z Oscarem Kazanelsonem, Przewodniczącym Rady Nadzorczej ROBYG S.A.

ROBYG świętuje 25-lecie działalności w Polsce. Co dziś przychodzi Panu do głowy jako pierwsze?

Przede wszystkim ogromna wdzięczność. Dwadzieścia pięć lat to nie tylko historia firmy – to historia tysięcy ludzi, którzy razem z nami tworzyli ROBYG. Pracowników, partnerów biznesowych, klientów i wszystkich osób, które uwierzyły w naszą wizję. Polska zmieniała się bardzo dynamicznie, a ROBYG rozwijał się razem z nią. Dziś możemy powiedzieć, że stworzyliśmy ponad 38 tysięcy mieszkań, a nasze inwestycje stały się domem dla ponad 100 tysięcy mieszkańców. To ogromna odpowiedzialność i jednocześnie powód do dumy.

Co uważa Pan za największy sukces ROBYG?

Największym sukcesem jest zaufanie. Można budować coraz więcej mieszkań, ale bez zaufania klientów nie da się zbudować trwałej marki. Od początku stawialiśmy na jakość i odpowiedzialność. Dlatego nasze hasło „Dajemy więcej” nie jest sloganem marketingowym. Ono opisuje sposób, w jaki projektujemy inwestycje i prowadzimy firmę.

„Dajemy więcej” oznacza dziś coś więcej niż mieszkania?

Zdecydowanie. Naszą filozofią jest budowanie „miast w mieście”. Nie tworzymy wyłącznie budynków – tworzymy kompletne przestrzenie do życia. Każda inwestycja ROBYG to pełna infrastruktura: drogi, chodniki, zieleń, place zabaw, strefy rekreacyjne, lokale usługowe, rozwiązania Smart House oraz przestrzenie wspólne. Chcemy, aby mieszkańcy mogli wygodnie żyć, pracować i odpoczywać w swoim najbliższym otoczeniu.



wać i odpoczywać w swoim najbliższym otoczeniu. To podejście wyróżnia ROBYG od wielu lat i będzie rozwijane również w kolejnych projektach.

Tempo rozwoju ROBYG w 2026 roku jest imponujące. Pierwsze półrocze pokazało, że jesteśmy na bardzo dobrej drodze. Sprzedaż mieszkań wzrosła o 25 proc. rok do roku, a liczba przekazania o 33 proc. Rozwijamy kolejne etapy naszych najważniejszych inwestycji. W Warszawie wprowadzamy nowe etapy Osiedla Kameralnego i Rytmu Mokotowa, rozwijamy Modern City czy Metro Life Apartamenty. W Trójmieście kontynuujemy Nadmotławie, Szumilas i Foresterię, a jednocześnie wzmacniamy obecność w Poznaniu, Wrocławiu i Łodzi. To pokazuje, że rozwój ROBYG nie jest jednorazowym sukcesem, ale konsekwentnie realizowaną strategią.

Chcemy budować skalę, ale nigdy kosztem jakości. Każda nowa inwestycja musi odpowiadać standardom ROBYG. Dlatego inwestujemy nie tylko w projekty, ale także w ludzi, technologie i procesy.

sem, ale konsekwentnie realizowaną strategią.

Powrót na GPW to symboliczny moment?

Tak, bo oznacza rozpoczęcie kolejnego etapu. Giełda to nie tylko możliwość pozyskania kapitału. To rów-

nież większa transparentność, regularna komunikacja z rynkiem i jeszcze większa odpowiedzialność wobec inwestorów.

Powrót na GPW daje nam możliwość szybszego wzrostu – zarówno przez rozwój nowych projektów, jak i rozbudowę banku ziemi. Im silniejsza spółka finansowo, tym większa stabilność i zaufanie klientów oraz rynku.

Dzisiaj ROBYG dysponuje kapitałem własnym przekraczającym 2,5 miliarda złotych, co daje bardzo mocne fundamenty do dalszego rozwoju.

Co daje ROBYG przewagę nad konkurencją?

Bez wątpienia ludzie. Mamy wyjątkowo doświadczony zespół. Wiele osób pracuje z nami od kilkunastu, a nawet ponad 20 lat. To nie jest przypadek – w ROBYG budujemy organizację opartą na wiedzy, współpracy i odpowiedzialności.

Chciałbym bardzo mocno podkreślić, że sukces ROBYG to sukces naszych pracowników. Inżynierów, architektów, kierowników budów, działów sprzedaży, marketingu, finansów, obsługi klienta i administracji. To oni każdego dnia przekładają strategię firmy na konkretne inwestycje.

Jestem szczególnie wdzięczny osobom, które są z nami od początku lub od wielu lat. To dzięki ich doświadczeniu ROBYG zachował kulturę organizacyjną i wysokie standardy mimo bardzo dynamicznego wzrostu.

Czy rozwój nie oznacza ryzyka utraty jakości?

To pytanie zadajemy sobie każdego dnia. Nasza odpowiedź brzmi: chcemy budować skalę, ale nigdy

kosztem jakości.

Rozwijamy działalność odpowiedzialnie – zarówno finansowo, jak i organizacyjnie. Każda nowa inwestycja musi odpowiadać standardom ROBYG. Dlatego inwestujemy nie tylko w projekty, ale także w ludzi, technologie i procesy.

Jakie kierunki rozwoju są dziś najważniejsze?

Największe aglomeracje pozostają naszym priorytetem. Warszawa, Trójmiasto, Wrocław, Poznań i Łódź to rynki o ogromnym potencjale, ale przygotowujemy również kolejne projekty w Krakowie. Będziemy rozwijać kolejne etapy istniejących inwestycji oraz wprowadzać nowe projekty zgodnie z filozofią „miast w mieście”.

Jak widzi Pan ROBYG za kolejne pięć-dziesięć lat?

Chciałbym, aby ROBYG nadal był synonimem jakości i zaufania.

Chcemy rosnąć, zwiększać skalę działalności i umacniać pozycję jednej z najważniejszych firm mieszkaniowych w Polsce. Ale równie ważne jest zachowanie tego, co zbudowaliśmy przez 25 lat – odpowiedzialności wobec klientów, partnerów i pracowników.

Gdyby miał Pan podsumować przyszłość ROBYG jednym zdaniem?

Powiedziałbym: rozpędzamy się i chcemy dawać jeszcze więcej.

Więcej jakości. Więcej infrastruktury. Więcej nowoczesnych rozwiązań. Więcej wartości dla mieszkańców i inwestorów.

Bo właśnie na tym od 25 lat polega ROBYG.

material partner



Jak zmieniły się oczekiwania zamożnych nabywców mieszkań?

Grupa zamożnych nabywców w Polsce jest dziś większa, bardziej zróżnicowana i lepiej przygotowana do zakupu niż dekadę temu. To zmienia rynek mieszkań premium, w którym sama lokalizacja i wysoki standard wykończenia przestają wystarczać. Klient chce wiedzieć, za co płaci i coraz uważniej sprawdza, czy wysoka cena ma pokrycie w rzeczywistości.

ANNA GUMOWSKA

CEO Prime Time PR, ekspertka PR rynku nieruchomości

Zamożność rośnie, oczekiwania też

Według danych EY-Parthenon z 2025 r. w ciągu dekady ponad trzykrotnie wzrosła liczba Polaków dysponujących aktywami wartymi ponad 400 tys. zł – do ok. 4 mln osób. W ich rękach znajduje się już ok. 62 proc. majątku prywatnego w Polsce, a grono osób posiadających ponad 4 mln zł podwoiło się w tym okresie do ok. 100 tys. To jeden z powodów, dla których rynek mieszkaniowy premium wygląda dziś inaczej niż dekadę temu. Nie mówimy wyłącznie o garstce

najbogatszych kupujących, ale o szerokiej i zróżnicowanej grupie klientów, którzy mają kapitał i oczekują produktu dopasowanego do ich stylu życia.

Jednocześnie sam segment pozostaje bardzo selektywny. Według danych ThinkCo mieszkania luksusowe stanowią ok. 1 proc. całego rynku, a lokale o podwyż-

szonym standardzie – do 10 proc. To nie jest masowa kategoria, lecz wąska część mieszkaniówki, która jak w soczewce skupia w sobie najważniejsze trendy rynku – rosnące znaczenie prywatności, lokalizacji, jakości architektury i doświadczenia, jakie otrzymuje nabywca. Rynek premium bardzo dobrze pokazuje, jak zmienił się sposób myślenia o mieszkaniu. Dla zamożnych nabywców nie jest to już wyłącznie adres, metraż i wysoki standard wykończenia, ale całościowe doświadczenie: prywatność, wygoda, bezpieczeństwo, jakość otoczenia i pewność, że produkt zachowa wartość w czasie. Kupujący oczekują nie tyle „luksusu na pokaz”, ile rozwiązań, które realnie poprawiają codzienne życie. To wymusza na deweloperach większą precyzję – zarówno w projektowaniu inwestycji, jak i w komunikacji inwestycji. W segmencie premium nie da się już obronić ceny samą obietnicą prestiżu. Trzeba ją uzasadnić konkretnymi, np. unikalną lokalizacją, wyjątkowością architektury, prywatnością, czy standardem części wspólnych, widokiem.

Bez taryfy ulgowej

W segmencie apartamentów za kilka albo kilkanaście milionów złotych cena musi mieć pokrycie w jakości. Nie wystarczą ładna wizualizacja i wymyślna nazwa inwestycji. Każdy słaby punkt zaczyna tutaj pracować przeciwko cenie: przypadkowy widok, zbyt gęsta zabudowa, przeciętna jakość części wspólnych, hałas, brak prywatności czy obsługa sprzedaży niedopasowana do poziomu oferty. Klient premium bardzo szybko rozpoznaje fałsz. W tym segmencie nie działa już dekorowanie standardowego produktu językiem luksusu. Jeżeli inwestycja ma być wyjątkowa, wyjątkowość musi być widoczna w decyzjach projektowych, w jakości detalu i w sposobie prowa-

”

Wizerunek dewelopera staje się integralną częścią produktu premium.

dzenia rozmowy z nabywcą. To rynek, na którym każde niedoprowadzenie kosztuje zaufanie.

Wartość w zaufaniu

Doświadczenie zakupu odgrywa zresztą w segmencie premium bardzo istotną rolę. Klient tego rynku oczekuje dyskrecji, sprawności i indywidualnego podejścia. Nie chce być prowadzony standardową ścieżką sprzedaży, taką samą jak przy mieszkaniu „popularnym”. Oczekuje partnerstwa, dostępu do informacji, elastyczności i poczucia, że jego czas jest szanowany. Dlatego rośnie znaczenie kameralnych prezentacji i komunikacji prowadzonej w sposób bardziej selektywny niż masowy. Dla tej grupy nabywców sama oferta to dopiero początek. Ostateczna decyzja zakupowa nie rodzi się wyłącznie na podstawie parametrów inwestycji, lecz w wyniku całego doświadczenia kontaktu z marką. Znaczenie ma każdy etap tej relacji: pierwszy komunikat reklamowy, ton komunikacji, jakość materiałów sprzedażowych, sposób prowadzenia rozmowy przez doradcę, transparentność informacji, atmosfera spotkania, prezentacja inwestycji oraz to, czy klient czuje się traktowany indywidualnie i z należytą uwagą.

Wizerunek dewelopera staje się więc integralną częścią produktu premium. Marka, jej reputacja, historia wcześniejszych realizacji, sposób komunikacji oraz kultura obsługi wpływają na postrzeganą wartość inwestycji. W przypadku bardziej wymagających nabywców proces zakupu nieruchomości przypomina budowanie relacji opartej na zaufaniu. Klient chce mieć pewność, że deweloper jest nie tylko sprzedawcą lokalu, ale wiarygodnym partnerem, który rozumie jego potrzeby, potrafi odpowiedzieć na obawy i będzie obecny także po podpisaniu umowy. Dlatego ogromne znaczenie ma spójność doświadczenia – od pewnej obietnicy składanej w kampanii marketingowej po rzeczywistą jakość obsługi i późniejszą opiekę posprzedażową.

”

Klient chce mieć pewność, że deweloper jest nie tylko sprzedawcą lokalu, ale wiarygodnym partnerem.

”

W segmencie premium nie da się już obronić ceny samą obietnicą prestiżu. Trzeba ją uzasadnić konkretnymi.



MIESZKANIA
Z WIDOKIEM
NA SZCZĘŚCIE.

TRANSPARENTNOŚĆ NOWĄ PRZEWAGĄ

Jeszcze niedawno na rynku pierwotnym cena mieszkania bywała informacją, o którą trzeba było poprosić handlowca. Dziś taki model powinien być już przeszłością.

JAROSŁAW JĘDRZYŃSKI
ekspert portalu RynekPierwotny.pl

Od 2025 r. deweloperzy mają obowiązek publikować na swoich stronach ceny oferowanych mieszkań i domów, ich historię oraz informacje o dodatkowych świadczeniach obciążających nabywcę. To ważna zmiana, ale zdaniem ekspertów portalu RynekPierwotny.pl sama jawność ceny nie wystarczy, aby mówić o prawdziwej transparentności. Zakup mieszkania jest dla większości klientów największą transakcją finansową w życiu. Nabywca nie powinien więc składać informacji o inwestycji jak puzzle: osobno z reklamy, rozmowy z doradcą, prospektu, wzoru umowy i późniejszej korespondencji. Przyjazny deweloper to przede wszystkim taki, który od początku jasno pokazuje, co sprzedaje, za ile, w jakim standardzie i na jakich zasadach.

Cena to dopiero początek

Klient powinien znać nie tylko cenę lokalu i stawkę za metr kwadratowy, ale również koszt miejsca postojowego, komórki lokatorskiej czy innych obowiązkowych elementów zakupu. Ważna jest także historia zmian ceny. Dzięki temu kupujący może lepiej ocenić atrakcyjność oferty i rzeczywistą skalę proponowanego rabatu. Przejrzystość powinna jednak obejmować znacznie więcej. Kluczowe są standard wykonania, termin realizacji, spo-

sób zagospodarowania części wspólnych, zasady odbioru lokalu, warunki usuwania wad, a także wszystkie koszty, które mogą pojawić się przed przeniesieniem własności. Im mniej miejsca na niedopowiedzenia, tym mniejsze ryzyko późniejszego konfliktu.

Analitycy portalu RynekPierwotny.pl zwracają też uwagę, że jednym z ważnych elementów transparentności powinien być jasno określony harmonogram wpłat na mieszkaniowy rachunek powierniczy, powiązany z kolejnymi etapami realizacji inwestycji, a także regularne informowanie nabywcy o postępie prac. Równie istotne są czytelne zasady rozliczania ewentualnych zmian i prac dodatkowych, tak aby klient nie był zaskakiwany kosztami, których wcześniej nie mógł przewidzieć.

Podstawą powinny być także zrozumiała umowa deweloperska oraz precyzyjny prospekt informacyjny, pozwalający klientowi poznać nie tylko parametry samej inwestycji, lecz również jej otoczenie, planowane przedsięwzięcia w sąsiedztwie i inne okoliczności mogące mieć znaczenie dla przyszłego komfortu zamieszkania.

Warto też pamiętać, że dla klienta liczy się nie tylko treść dokumentów, lecz również sposób ich przedstawienia. Kilkudziesięciostronicowa umowa napisana językiem zrozumiałym głównie dla prawnika może formalnie zawierać wszystkie potrzebne informacje, ale niekoniecznie buduje poczucie bezpieczeństwa. Dobra komunikacja oznacza, że nabywca wie, jakie zobowiązania przyjmuje i jakie prawa przysługują mu na kolejnych etapach inwestycji.

Prawdziwy test zaczyna się po podpisaniu umowy

Transparentność nie może kończyć się w momencie wpłaty pieniędzy i podpisania umowy deweloperskiej. Budowa trwa często kilkanaście lub kilkadziesiąt miesięcy i w tym cza-

sie mogą pojawić się opóźnienia, zmiany organizacyjne albo problemy wykonawcze. Klient znacznie lepiej przyjmie nawet niekorzystną wiadomość, jeżeli otrzyma ją odpowiednio wcześniej, wraz z rzetelnym wyjaśnieniem przyczyn i możliwych konsekwencji.

Szczególnie źle na zaufanie działa sytuacja, w której warunki znane przy zakupie zaczynają zmieniać się już po zawarciu umowy. W marcu 2026 r. prezes

”
Transparentności
nie warto traktować
jedynie jako kolejnego
ustawowego obowiązku.

UOKiK postawił zarzuty trzem deweloperom w związku z działaniami, które według Urzędu

mogły wywierać presję na klientach, aby zaakceptowali wyższą cenę mieszkania lub zrezygnowali z części swoich roszczeń. Sam fakt, że tego typu sprawy trafiają do regulatora, pokazuje, jak istotna jest przewidywalność relacji z nabywcą także po podpisaniu kontraktu. Podobnie wygląda kwestia odbioru mieszkania i usuwania usterek. Klient pamięta nie tylko to, czy wada się pojawiła, ale przede wszystkim sposób reak-



Ustawa może wymusić ujawnienie ceny, ale nie jest w stanie zadekretować zaufania. To deweloper buduje je przez cały proces sprzedaży.

DEWELOPERÓW

”

Klient powinien znać nie tylko cenę lokalu i stawkę za metr kwadratowy, ale również koszt miejsca postojowego, komórki lokatorskiej czy innych obowiązkowych elementów zakupu

cji dewelopera. Szybka informacja, konkretny termin naprawy i możliwość sprawdzenia statusu zgłoszenia mogą ograniczyć frustrację znacznie skuteczniej niż najbardziej efektowna kampania marketingowa.

Zaufanie staje się częścią produktu

Rynek mieszkaniowy jest dziś znacznie bardziej informacyjnie otwarty niż jeszcze kilka lat temu. Kupujący może łatwiej porównywać ceny, standardy i lokalizacje,

a dostęp do danych o nieruchomościach systematycznie się poszerza. To zmienia również sposób konkurencyjności deweloperów. W ocenie analityków portalu RynekPierwotny.pl, w sytuacji, gdy nabywca ma do wyboru wie-

le podobnych mieszkań, o decyzji nie musi przesądzać wyłącznie kilka tysięcy złotych różnicy w cenie czy dodatkowy metr balkonu. Coraz większe znaczenie może mieć przekonanie, że po drugiej stronie jest firma przewi-

dywalna, która nie ukrywa kosztów, nie zmienia reguł w trakcie gry i reaguje wtedy, gdy pojawia się problem.

Dlatego transparentności nie warto traktować jedynie jako kolejnego ustawowego obowiązku. Dobrze wykorzystana może stać się realną przewagą konkurencyjną. Ustawa może wymusić ujawnienie ceny, ale nie jest w stanie zadekretować zaufania. To deweloper buduje je przez cały proces sprzedaży – od pierwszego wejścia klienta na stronę inwestycji, przez podpisanie umowy i czas budowy, aż po odbiór mieszkania i obsługę ewentualnych usterek.

Cena przyciąga uwagę, lokalizacja często przesądza o zainteresowaniu inwestycją, ale w coraz bardziej przejrzystym i konkurencyjnym otoczeniu właśnie zaufanie może zdecydować, czy klient podpisze umowę, a po kilku latach poleci tego samego dewelopera kolejnemu kupującemu.



REKLAMA

 **ACATOM®**

Nowe mieszkania

Gliwice między ul. Podlesie i Tarnogórką

**PODLESIE**

przestrzeń do życia



Milion za mieszkanie? W Warszawie to już nie wyjątek

Milion złotych za mieszkanie jeszcze kilka lat temu był ceną kojarzoną przede wszystkim z apartamentami w najlepszych lokalizacjach. Dziś siedmiocyfrowe wyceny nie są już w Polsce czymś wyjątkowym.

Z szacunków Działu Analiz Mzuri, opartych na danych GUS i Narodowego Banku Polskiego, wynika, że w największych miastach wojewódzkich może być około 350 tys. mieszkań wartych co najmniej milion złotych. Zdecydowana większość znajduje się w Warszawie.

„Warszawa zdecydowanie wyróżnia się na tle pozostałych polskich miast. W stolicy ponad ćwierć miliona mieszkań może być dziś wartych co najmniej milion złotych. Oznacza to, że taka wycena może dotyczyć nawet więcej niż co czwartego zamieszkanego lokalu w stolicznych budynkach wielorodzinnych” – wskazują eksperci Mzuri.

Nie oznacza to oczywiście, że co czwarty lokal wystawiany jest na sprzedaż za milion złotych. Szacunek dotyczy wartości istniejącego zasobu mieszkaniowego, a nie cen ofertowych. Wiele zależy od lokalizacji, standardu budynku, piętra, stanu mieszkania czy jego powierzchni. Na obrzeżach miasta siedmiocyfrowa wycena może dotyczyć przede wszystkim największych lokali, podczas gdy w najbardziej atrakcyjnych częściach Warszawy próg miliona złotych przekracza znacznie więcej nieruchomości.

W innych dużych miastach takie mieszkania są zdecydowanie mniej powszechne. W Krakowie i Gdańsku lokale warte co najmniej milion złotych są mniej więcej dwukrotnie rzadsze niż w Warszawie. W Poznaniu i Wrocławiu można mówić o kilkunastu tysiącach takich mieszkań. W pozostałych stolicach województw milionowa wycena nadal należy raczej do rzadkości.

350 tys. mieszkań z siedmiocyfrową wyceną

Podstawą szacunków są dane Narodowego Spisu Powszechnego z 2021 r., pokazujące strukturę zasobu mieszkaniowego, oraz dane NBP dotyczące cen transakcyjnych na rynku wtórnym. Analiza obejmuje mieszkania w budynkach, w których znajdują się co najmniej trzy lokale, a więc nie uwzględnia domów jednorodzinnych ani budynków

dwulokalowych.

– Nasz szacunek można uznać za ostrożny. Dane o strukturze zasobu mieszkaniowego pochodzą ze spisu z 2021 roku, tymczasem od tego czasu deweloperzy oddali do użytkowania ponad pół miliona nowych mieszkań. Część z nich również jest dziś warta co najmniej milion złotych – zauważają analitycy.

Milion złotych nie jest jednak typową wartością polskiego mieszkania. W większości miast przeciętne „M” jest warte wyraźnie mniej. Różnice między poszczególnymi rynkami wynikają przede wszystkim z cen za metr kwadratowy, a nie z wielkości lokali.

Metraż jest podobny, ceny już nie

Przeciętne mieszkanie w budynku wielorodzinnym w analizowanych miastach ma nieco ponad 50 m². Różnice między poszczególnymi rynkami są stosunkowo niewielkie. Najmniejszy średni metraż odnotowano w Łodzi – 47,9 m², a największy w Opolu – 53,1 m².

Tymczasem różnice w cenach są ogromne. Według danych NBP w II kwartale 2026 r. średnia cena transakcyjna metra kwadratowego mieszkania z rynku wtórnego wynosiła w Warszawie 16 723 zł. W Krakowie było to 14 792 zł, w Gdańsku 14 035 zł, a we Wrocławiu 12 590 zł. Na drugim końcu zestawienia znalazły się Łódź z ceną 8 020 zł za m², Katowice – 8 102 zł oraz Kielce – 8 193 zł.

Po połączeniu ceny metra kwadratowego ze średnim metrażem otrzymujemy szacunkową wartość przeciętnego mieszkania. W Warszawie jest to około 866 tys. zł. W Krakowie przeciętne „M” warte jest około 746 tys. zł, w Gdańsku 726 tys. zł, a we Wrocławiu i Gdyni około 650 tys. zł. – To dobrze pokazuje, że o wartości mieszkania znacznie częściej decyduje lokalizacja niż jego powierzchnia. Przeciętne mieszkania w największych miastach mają zbliżony metraż, ale ich wartość może różnić się o setki tysięcy złotych – podkreślają eksperci.

Najniższą wartość przeciętnego



mieszkania odnotowano w Łodzi – około 384 tys. zł. Różnica między Łodzią a Warszawą sięga więc około 482 tys. zł. Statystyczne mieszkanie w stolicy jest zatem warte ponad dwa razy więcej niż lokal o przeciętnym metrażu w Łodzi. W Kielcach, Katowicach i Bydgoszczy przeciętna wartość mieszkania mieści się natomiast w przedziale około 410–430 tys. zł.

Dekada, która podwoiła ceny

Jeszcze wyraźniej zmiana wartości mieszkań staje się widoczna, gdy spojrzymy na ostatnie dziesięć lat. Między II kwartałem 2016 r. a II kwartałem 2026 r. średnie ceny transakcyjne mieszkań z rynku wtórnego wzrosły nominalnie we wszystkich analizowanych miastach co najmniej dwukrotnie. Największy wzrost odnotowano w Zielonej Górze – 179 proc., a najmniejszy w Poznaniu – 111 proc.

Same nominalne dane nie pokazują

jednak całej historii. W tym samym czasie znacząco wzrosły również ceny innych dóbr i usług. Inflacja w analizowanym okresie przekroczyła 61 proc. Po uwzględnieniu utraty siły nabywczej pieniądza realny wzrost cen mieszkań był więc znacznie niższy.

– Nominalny wzrost cen mieszkań może robić wrażenie, ale przy analizie uwzględniając inflację. Po jej odjęciu skala wzrostu nadal jest znacząca, choć zdecydowanie mniej spektakularna – oceniają eksperci Działu Analiz Mzuri.

Realnie mieszkania zdrożały w analizowanych miastach od 31 proc. w Poznaniu do 72 proc. w Zielonej Górze. W Warszawie realny wzrost wyniósł około 40 proc., w Krakowie 53 proc., a w Gdańsku 62 proc. Ciekawym punktem odniesienia są wynagrodzenia. Przeciętna płaca w sektorze przedsiębiorstw wzrosła w ciągu dekady z nieco ponad 4,2 tys. zł do prawie 9,4 tys. zł brutto miesięcznie. Po uwzględnieniu inflacji oznacza to realny wzrost siły nabywczej przeciętnego wynagrodzenia o około 37 proc.

Kredytowe dopalacze podbiły rynek

Porównanie cen mieszkań z wynagrodzeniami pokazuje, że w większości analizowanych miast nieruchomości zdrożały realnie szybciej niż płace. Wyjątkiem jest m.in. Poznań, gdzie realny wzrost cen mieszkań był nieco niższy od wzrostu realnej wartości przeciętnego wynagrodzenia. W pozostałych miastach

różnica wynosiła od kilku do około 25 pkt proc.

Jednym z czynników, które mogły zwiększyć presję na ceny, były programy dopłat do kredytów mieszkaniowych. Szczególne znaczenie miał „Bezpieczny Kredyt 2 proc.”, który wywołał silny wzrost popytu w okresie obowiązywania programu.

– Programy dopłat do kredytów zwiększają możliwości zakupowe części gospodarstw domowych. Jeżeli dodatkowy popyt pojawia się na rynku, na którym podaż mieszkań nie może szybko za nim nadążyć, część efektu może zostać przejęta przez wzrost cen nieruchomości – wskazują specjaliści.

Dzisiejszy rynek mieszkaniowy jest więc efektem nie tylko wzrostu kosztów budowy czy zmian popytu, lecz także wieloletniego wzrostu wartości nieruchomości. Milion złotych przestał być ceną zarezerwowaną wyłącznie dla luksusowych apartamentów – szczególnie w Warszawie. Jednocześnie w większości polskich miast wojewódzkich przeciętne mieszkanie nadal pozostaje wyraźnie poniżej tej granicy.

To pokazuje, jak mocno w ciągu ostatniej dekady zmieniła się mapa wartości polskich nieruchomości. I choć przeciętny metraż mieszkania pozostaje podobny, różnica między tym, ile warte jest „M” w Warszawie, Krakowie czy Gdańsku, a tym, ile kosztuje ono w Łodzi, Kielcach czy Katowicach, jest dziś liczona w setkach tysięcy złotych.

KaMa

„
Po połączeniu ceny metra kwadratowego ze średnim metrażem otrzymujemy szacunkową wartość przeciętnego mieszkania. W Warszawie jest to około 866 tys. zł.

Bogaci Polacy kupują nieruchomości premium

Rynek premium rządzi się inną logiką niż segment mieszkań popularnych. Mniej liczy się cena, bardziej adres, prywatność i ograniczona podaż. W centrum miasta działek jest mało, a ich liczba nie wzrośnie. To właśnie unikalność takich lokalizacji najmocniej napędza popyt na luksusowe apartamenty.

PAWEŁ KOPERSKI
architekt, członek zarządu
Q3D Concept

WITOLD PADLEWSKI
architekt, członek zarządu
Q3D Concept

Według danych KPMG i Cennotarium wartość rynku nieruchomości premium i luksusowych w Polsce w 2024 roku szacowana była na 3,5 mld zł, co oznaczało wzrost o 6,7 proc. rok do roku. To część szerszego zjawiska. Cały rynek dóbr luksusowych w Polsce osiągnął w tym samym czasie 55,6 mld zł, a liczba osób posiadających aktywa netto powyżej 1 mln dolarów wzrosła o 23 proc. Za tym wzrostem stoją

konkretni ludzie – coraz liczniejsi zamożni Polacy. Dla nich apartament premium to nie tylko miejsce do życia, ale też forma zabezpieczenia majątku. Odporna na inflację, konkretna i prestiżowa. Z danych NBP i Polskiego Funduszu Rozwoju przywoływanych w analizach rynkowych wynika z kolei, że aktywa finansowe polskich gospodarstw domowych na koniec III kwartału 2025 r. przekroczyły 3,8 bln zł. Część tego kapitału trafia właśnie do nieruchomości, szczególnie tych, które łączą unikalny adres z ograniczoną podażą. Klient premium nie kupuje wyłącznie metrażu, ale określony styl życia i poczucie bezpieczeństwa kapitału. Największe znaczenie mają

dzisiaj lokalizacja, kameralność oraz spójność koncepcji budynku. Apartament ma być wygodny, ale też dyskretny, dopracowany i odporny na upływ czasu. Dlatego w projektach z najwyższej półki liczy się nie tylko standard lokalu, lecz także to, jak zaprojektowano części wspólne, wejście, recepcję, zielen czy zaplecze rekreacyjne.

Centrum wyznacznikiem prestiżu
Najlepsze adresy w centrum dużych miast pozostają jednym z najmocniejszych argumentów na rynku premium, bo ich podaż jest z natury ograniczona. Według analiz Grupy Morizon-Gratka nieruchomości o wartości co najmniej 2 mln zł przyciągały w IV kwartale 2025 r. blisko 4,6 proc. poszukujących w skali kraju, a zainteresowanie najmocniej skupiało się w dużych aglomeracjach. W praktyce oznacza to, że popyt koncentruje się tam, gdzie najtrudniej o nowe grunty i gdzie każdy dobry adres ma dodatkową wartość inwestycyjną. Nowych działek w śródmiejskiej tkance

praktycznie nie przybywa, dlatego lokalizacja w centrum pozostaje jednym z najważniejszych wyznaczników prestiżu. Każda inwestycja w takim miejscu musi mierzyć się z historią otoczenia, sąsiedztwem zabytków, planami miejscowymi, dostępnością komunikacyjną i oczekiwaniami mieszkańców. Centrum daje nabywcy coś więcej niż szybki dojazd do biura czy restauracji – dostęp do kultury, usług, najlepszej infrastruktury miejskiej.

Kameralność, nie skala
W segmencie popularnym duża inwestycja bywa zaletą, bo oznacza większy wybór lokali i niższą cenę jednostkową. W segmencie premium działa inna logika. Tu wartością staje się kameralność, tj. mniejsza liczba apartamentów, większa prywatność i poczucie, że budynek jest rezydencją z własnym charakterem. Dlatego o jakości projektu decyduje nie tylko sam apartament, lecz także to, co dzieje się poza jego drzwiami: od recepcji i części wspólnych po udogodnienia zapro-

jektowane z myślą o codziennym komforcie mieszkańców. Zamożni nabywcy zwracają uwagę na detale, które jeszcze kilka lat temu były traktowane jako dodatki. Premium oznacza inną kulturę projektowania budynku. Ważne są naturalne materiały, bardzo dobra akustyka, ponadczasowa elewacja, starannie zaprojektowane oświetlenie, funkcjonalne układy mieszkań i architektura, która nie starzeje się po jednym sezonie. Liczy się również jakość wykończenia części wspólnych – recepcji, reprezentacyjnego lobby, przestronnych korytarzy, wind, parkingu, czy zielonych tarasów. To one na co dzień budują komfort, prestiż i spójny charakter inwestycji. Polski rynek premium dojrzewa, a wraz z nim dojrzewają oczekiwania kupujących. Dobry adres, kameralny charakter i wysoka jakość wykonania przestają być dodatkiem, a stają się standardem. Właśnie dlatego luksusowe nieruchomości w centrach miast pozostają jednym z najbardziej pożądanych aktywów dla zamożnych Polaków.

REKLAMA



Wrocław, Stare Miasto,
ul. Długa/Gnieźnińska

LOKUM Porto FINALE

**PRZESTRZEŃ DLA TYCH,
KTÓRZY OCZEKUJĄ WIĘCEJ!**

Odkryj kolekcję najwyższej klasy
apartamentów w prestiżowej lokalizacji
w centrum Wrocławia.

architektura inspirowana
najlepszymi
światowymi trendami

spektakularne widoki
na okoliczną zielen
i rzekę Odrę

pełnia komfortu życia
i maksimum prywatności

nowoczesne rozwiązania
i funkcjonalność

LOKUM DEWELOPER

Umów się na prezentację apartamentów
☎ 71 796 66 66
✉ kontakt@lokumdeveloper.pl

Nowe potrzeby, nowe nieruchomości.



Jeszcze kilka lat temu dyskusja o inwestowaniu w nieruchomości koncentrowała się przede wszystkim na mieszkaniach, biurach, magazynach i lokalach handlowych. Dziś coraz większe znaczenie zyskują segmenty odpowiadające na konkretne potrzeby społeczne i demograficzne – prywatne akademiki, mieszkania na wynajem instytucjonalny, coliving czy senior living.



PAULINA BENDA
SuperApart

Nie jest to wyłącznie kwestia inwestycyjnej mody. Zmieniają się struktura społeczeństwa, styl życia, mobilność i oczekiwania wobec miejsca zamieszkania. W efekcie inwestor coraz częściej powinien zadawać sobie nie tylko pytanie, gdzie i za ile kupić nieruchomość, ale przede wszystkim: dla kogo powstaje ten produkt i jakich funkcji jego użytkownik będzie oczekiwał za pięć, dziesięć czy dwadzieścia lat?

To rozwinięcie procesu, który już dziś widać szczególnie wyraźnie w przypadku dwóch bardzo różnych grup: studentów i seniorów.

Dziesięciu studentów na jedno miejsce

Według GUS na koniec 2025 r. w Polsce studiowało 1 322 800 osób. Jednocześnie publiczne akademiki oferują około 112 tys. miejsc, a prywatne obiekty PBSA – Purpose Built Student Accommodation – około 17,3 tys. Łącznie daje to niewiele ponad 129 tys. miejsc, czyli średnio jedno miejsce w akademiku na ponad dziesięciu studentów. Dokładny wskaźnik wynosi 10,2:1.

Ta luka jest szczególnie widoczna w największych ośrodkach akademickich. Najwięcej prywat-

nych miejsc PBSA działa obecnie w Krakowie – ponad 5 tys., w Warszawie jest ich ponad 3,1 tys., we Wrocławiu około 2,1 tys., w Łodzi 1,9 tys., a w Gdańsku około 1,8 tys. Co więcej, kolejne około 2 tys. miejsc jest w budowie, a 6,8 tys. pozostaje w planach.

Rynek nieruchomości przez wiele lat był budowany wokół dość uniwersalnego produktu. Tymczasem student, młody specjalista, rodzina czy senior mają zupełnie inne potrzeby. Im bardziej różnicują się oczekiwania użytkowników, tym większe znaczenie będą miały nieruchomości projektowane od początku dla konkretnej grupy.

Prywatny akademik to już nie tylko łóżko i biurko

PBSA dobrze pokazuje, jak zmienia się sam produkt mieszkaniowy. Prywatne akademiki konkurują nie tylko lokalizacją czy standardem pokoju. Oferują także przestrzeń wspólną, miejsca do nauki i pracy, internet, profesjonalną obsługę, bezpieczeństwo oraz przewidywalność kosztów.

To istotne, ponieważ przy strukturalnym niedoborze miejsc zdecydowana większość studentów nadal korzysta ze zwykłego rynku najmu mieszkań i pokoi. PBSA nie zastąpi więc tradycyjnego najmu, ale może zmieniać punkt odniesienia: pokazywać, jak wygląda produkt mieszkaniowy przygotowany od początku dla konkretnego użytkownika. Podobny mechanizm można obserwować w mieszkaniach na wynajem

instytucjonalny czy w co-livingu. W każdym z tych modeli nieruchomości jest tylko częścią szerszej usługi. Liczy się nie tylko powierzchnia, ale też sposób zarządzania, obsługa, elastyczność i doświadczenie.

Drugi koniec demograficznej skali

Jeszcze większa zmiana zachodzi na drugim końcu struktury wieku. Na koniec 2024 r. w Polsce żyło niemal 10 mln osób mających co najmniej 60 lat. Stanowiły one 26,6 proc. społeczeństwa. Według prognoz do 2060 r. grupa ta wzrośnie do około 11,9 mln osób i będzie stanowiła ponad 38 proc. ludności kraju.

Zmienia się przy tym nie tylko liczba seniorów, ale także sposób ich funkcjonowania. Badanie CBOS „Seniorzy 2.0” z 2025 r. pokazuje, że 23 proc. osób w wieku 60+ prowadzi jednoosobowe gospodarstwo domowe. Jednocześnie wraz z wiekiem rośnie potrzeba wsparcia – w badaniu CBOS z 2026 r. trudności z samodzielnym wykonywaniem codziennych czynności deklarowało już 35 proc. osób po 75. roku życia.

To tworzy przestrzeń dla rozwoju rynku *senior living*, ale nie należy utożsamiać go wyłącznie z domami opieki. Coraz większe znaczenie mogą mieć rozwiązania pośrednie: mieszkania umożliwiające zachowanie samodzielności i prywatności, a jednocześnie oferujące

bezpieczeństwo, dostęp do usług, rehabilitacji czy opieki oraz możliwość korzystania z przestrzeni wspólnych.

Senior living może być jednym z tych segmentów, w których popyt będzie wynikał nie z chwilowej koniunktury, ale z trwałej zmiany demograficznej. Nie wystarczy jednak zbudować mieszkania bez barier architektonicznych. W tym modelu nieruchomości musi być połączona z usługami odpowiadającymi na potrzeby mieszkańców i zmieniającymi się wraz z ich wiekiem.

Potencjał nie oznacza braku barier

Starzenie się społeczeństwa daje bardzo mocną podstawę popytową, ale rozwój rynku *senior living* w Polsce nie będzie automatyczny. Problemem pozostają m.in. dostępność i finansowanie usług, stworzenie modelu łączącego funkcję mieszkaniową z opieką oraz brak odpowiedniej infrastruktury w części kraju.

Skalę wyzwania pokazuje tegoroczna kontrola NIK. W ponad 12 proc. gmin wiejskich i miejsko-wiejskich seniorzy nie mieli dostępu nawet do podstawowych usług opiekuńczych świadczonych w miejscu zamieszkania. Izba wskazuje także na niewystarczające rozpoznawanie przyszłych potrzeb osób starszych przez samorządy.

Dla inwestorów oznacza to, że potencjału tego rynku nie można analizować wyłącznie przez pryzmat demografii. Równie istotne będą model operacyjny, dostępność usług, lokalizacja, koszty oraz możliwość utrzymania oferty na poziomie cenowym akceptowanym dla odbiorców.

Niezwykle istotne są też kwestie prawne oraz możliwości dofinansowania. Bez dostosowania ustawy o ochronie praw lokatorów do wynajmu senioralnego oraz zachęt podatkowych, czy dofinansowania projektów skierowanych do osób 60+, rozwój tego sektora będzie niezwykle trudny.

Nieruchomość coraz bardziej przypomina biznes usługowy

Wspólnym mianownikiem PBSA, PRS, *colivingu* i *senior livingu* jest zmiana sposobu myślenia o inwestycji. Coraz większe znaczenie ma nie tylko posiadanie odpowiedniego budynku, ale również zarządzanie nim i dostosowanie produktu do konkretnej grupy użytkowników.

To odejście od modelu, w którym o powodzeniu inwestycji decydowały przede wszystkim lokalizacja, cena zakupu i oczekiwany wzrost wartości. W nowych segmentach równie istotne stają się jakość obsługi, koszty operacyjne, standard usług, elastyczność i zdolność reagowania na zmieniające się potrzeby mieszkańców.

Sam budynek nie gwarantuje dziś sukcesu inwestycji. Coraz częściej przewagę daje to, jak jest zarządzany, dla kogo został zaprojektowany i czy odpowiada na realne potrzeby użytkowników. Im bardziej wyspecjalizowany segment, tym mocniej nieruchomości i usługi zaczynają funkcjonować jako jeden produkt.

Zmiany demograficzne nie oznaczają, że klasyczne mieszkania czy nieruchomości komercyjne stracą znaczenie. Pokazują jednak, że rynek będzie coraz bardziej zróżnicowany. Atrakcyjność inwestycji będzie więc zależała nie tylko od ceny wejścia czy adresu, ale także od tego, czy odpowiada ona na trwałą i dobrze zdefiniowaną potrzebę.

Dlatego jednym z kluczowych pytań dla inwestora przyszłości może być już nie tylko, co i gdzie kupić, ale przede wszystkim, dla kogo będzie ta nieruchomość i jak będzie zmieniał się popyt na nią w kolejnych latach.

Źródła danych: GUS, „Szkolnictwo wyższe w roku akademickim 2025/2026”; Cushman & Wakefield, „PBSA Market in Poland 2026”, czerwiec 2026; GUS, „Sytuacja osób starszych w Polsce w 2024 r.”; CBOS, „Seniorzy 2.0”, komunikat nr 121/2025; CBOS, „Jakiego wsparcia potrzebują osoby starsze i kto go im udziela?”, komunikat nr 41/2026; NIK, „Gminy nie są gotowe na starzenie się społeczeństwa”, lipiec 2026.

„
Sam budynek nie gwarantuje dziś sukcesu inwestycji. Przewagę daje to, dla kogo został zaprojektowany, jak jest zarządzany i czy odpowiada na realne potrzeby użytkowników.