

# Mediamonitor: V únoru developeři ztráceli na burze a rozdávali auta



Author: Newton Media / SF | Published: 12.03.2009

Slušné publicity, zejména v první polovině měsíce, dosáhla firma ECM, jež oznámila získání územního rozhodnutí pro mrakodrapy na pražském Pankráci - téma doslova žhavé už léta. Zájem médií přizivily také informace týdeníku Ekonom, podle nějž o koupi ECM projevila zájem skupina PPF (jak se později ukázalo, byly to informace věrohodné). Nicméně mrakodrapy byly v druhém letošním měsíci tématem druhořadým - tím hlavním byly problémy.

## Orco na tapetě

Vůbec největší pozornost médií na sebe strhly turbulence, do nichž se propadla společnost Orco. Začátkem února deník E15 ještě vcelku optimisticky referoval o tom, že „Orco loni zřejmě splnilo svůj cíl: Příjmy z pronájmů vzrostly na dvojnásobek, zaostával prodej bytů.“ Naproti tomu třeba MF Dnes tytéž hospodářské výsledky společnosti viděla v horším světle: „Příjmy Orca zamrzly na 300 milionech.“ Také o reakcích na zveřejněné výsledky přinášela média dosti rozporuplné informace. Například 5. února týdeník Ekonom uvedl, že „developerská společnost Orco se zatím rozhodla zveřejnit své loňské tržby, které dosáhly 299 milionů eur. V zásadě tedy splnila svůj v listopadu zrevidovaný cíl. Investory zpráva nechala zatím chladně, takže Orco si v průběhu týdne připsalo dvanáct korun na hodnotu 238 korun za akcii.“ Tentýž den ovšem nová zpravodajská televize Z1 přinesla čerstvější zprávu svědčící o tom, že investorům klid dlouho nevydržel: „Největší pokles akcií zatím zaznamenala společnost Orco, ta ztratila více než jedenáct procent. Obchodování s těmito akciemi muselo být dopoledne kvůli vysokým ztrátám dokonce na chvíli zastaveno.“ A to nebylo zdaleka naposledy, kdy se Orco zviditelnilo největším poklesem akcií během denního obchodování na pražské burze.

Další oživení zájmu médií o společnost Orco přišlo ve druhé polovině února. Do hlavních deníků i do zpravodajství rozhlasových a televizních stanic se rozšířila informace o hromadném odchodu jejích vedoucích pracovníků. Celkem mělo rezignovat osm členů vedení a další čtyři byli údajně propuštěni. Za rozbušku tohoto konfliktu byly označeny spory o tzv. zlaté padáky. Média si všimla také reorganizace firmy a propouštění řadových zaměstnanců. Až na titulní stranu deníku E15 pak pronikla zpráva o výzvě menšinových akcionářů k odvolání managementu a dosazení krizového vedení („Malí akcionáři začali bitvu o Orco“ 23.2.2009). A jako by toho nebylo málo, příliš povzbudivě nevyznívaly ani zprávy o vývoji jednotlivých projektů firmy Orco. Deníky E15 a Hospodářské noviny například upozornily na klesající zájem o její horské apartmány ve Špindlerově Mlýně a Vrchlabí, MF Dnes zase poukazovala na možné potíže s financováním nové výstavby v prostoru nádraží Praha-Bubny („Projekt je velmi rozsáhlý a firmě Orco na něj nestačí síly“ dne 20. 2. 2009 a o šest dní později „existují obavy, že projekt v Bubnech zkrachuje“).

## Automobily jako špatná vizitka

S problémy, hlavně klesající poptávkou a zhoršenou dostupností úvěrů, však - jak je patrné z médií -

zápasily i další developerské firmy. Z jejich „protikrizových“ opatření měly největší mediální ohlas nabídky společnosti Finep, Central Group nebo CPI. Ty zákazníkům slibovaly ke koupi bytu nebo domu nové auto jako dárek - Finep ke svým bytům přihodil Škodu Fabii, k domkům od CPI byl zase k mání Mercedes. Ne vždy se ale tyto aktivity setkaly s příznivým přijetím. Třeba podle týdeníku Euro „rádoby originální marketingové akce nejsou pro developery tou nejlepší vizitkou“ a mohou signalizovat, že se jedná o nepříliš exkluzivní, či dokonce problémový projekt. Možná stojí za zmínku, že ČTK vydala zprávu o španělském developerovi, který ve zjevném zoufalství nad nulovou poptávkou na byty vyhlášoval loterie.

Na pole showbyznysu se vydala společnost Central Group, jež v říjnu koupila soutěž Miss České republiky. Díky tomuto kroku společnost pronikla i na stránky bulvárních deníků. Ty se v únoru zabývaly sporem Romana Moťovského, bratra předchozího vlastníka, který zpochybnil zplnomocnění své švagrové, Kateřiny Moťovské, k prodeji soutěže. Týdeník Květy naopak upozornil na změnu její koncepce: soutěž se má proměnit ve „velkorysý charitativní projekt“. K čemu může být developerské firmě užitečné vlastnit soutěž krásy pak naznačil deník E15: „Šéf firmy Dušan Kunovský ... na podzim koupil soutěž Miss ČR a na Rivieru si s sebou bere vítězku loňského ročníku i první vicemiss. Závistivci mohou roztáčet kola své fantazie. Kunovský dál roztáčí svůj byznys, nelehké době navzdory. Kupce pro pražské byty láká na bonusy ve formě nablýskaných automobilů. Na vábení hrstky solventních investorů, kteří ještě na trhu zbyli, nasazuje silnější kalibr.“

---

12.03.2009 08:00, Newton Media / SF