

Mediální developerská hitparáda - vítězem je ORCO



Author: Jan Jüptner | Published: 05.09.2012

Nutno ovšem dodat, že tato vysoká frekvence přítomnosti značky Orco v českých médiích měla dosti monotónní charakter, když média se zpravidla zajímala o aktuální kurz akcií této firmy. Pokud ovšem novináři nechali stranou pražskou burzu (a bylo to pouze v přibližně 200 zprávách), věnovali se hlavně souvislostem insolvenčního řízení, s nímž Orco zápolí už několik let. Materiály pojednávali hlavně o loňské ztrátě Orca či jeho pražských projektech (V Mezihorí na Palmovce, tzv. Trojmezí, Bubny). Žurnalistům neuniklo ani to, že Orco zastavilo téměř celou svou firmu, která mj. vlastní pražské sídlo energetické společnosti ČEZ, ve prospěch francouzské banky Crédit Agricole.

Skanska nejen zelená

Pestřejším mediálním obrazem se v prvních sedmi měsících roku mohla pochlubit švédsko-globální společnost Skanska (1 295 výstupů). Ta si razila cestu do médií hlavně svými průzkumy stavu rezidenčního trhu a vedle toho i výstavbou pasivních, resp. zelených budov (např. kolaudace pasivního bytového domu v Milíčovském háji v Praze 11). Média pochopitelně zaznamenala i zásadní personální změny ve firmě (nástup Marie Passburg a Mikaela Mattse do řídicích pozic), jakož i řadu projektů lokálního významu. Hned zkraje roku si novináři také povšimli toho, že Skanska jako jediná z velké pětky největších pražských rezidenčních developerů promítla do cen svých bytů zvýšení DPH v plné výši.

Plichta na 3. místě

Za společnostmi Orco a Skanska na škále barometru mediální přízně následovaly s poměrně velkým odstupem firmy Ekospol a FINEP s 661, resp. 610 referencemi. Přitom o aktivitách Ekospolu média informovala vesměs pochvalně, ať už to bylo ve spojení s tržbami, které měl Ekospol v minulém roce mezi developery nejvyšší (728 mil. Kč), výstavbou startovacích bytů v Měcholupech nebo jubilejním 40. projektem společnosti v Uhříněvsi. Jistou vadou krásy pozitivního mediálního obrazu byly snad jen zprávy o zdražení bytů vynuceném růstem DPH v lednu. Ještě více než Skanska si ovšem Ekospol získal přízeň mediální sféry díky svým průběžným analýzováním realitního trhu, respektive pražského trhu s byty. (Jako správný top-manager táhl svou společnost i v mediálním smyslu slova její ředitel i majitel Evžen Korec, vůbec nejcitovanější představitel developerské branže - personální developerská hitparáda bude na portálu SF publikována v nejbližších týdnech).

FINEP na sebe média upozornil především plošným zdražením bytů v reakci na zvýšení DPH. Později ale vystoupil do popředí jeho marketing (prodloužené vánoční slevy, možnost financovat i vybavení bytů hypotékou), když velkou pozornost novinářů vyvolaly aktivity firmy v segmentu družstevního bydlení (spolupráce se Stavebním bytovým družstvem Praha, příprava projektů na Barrandově, u Hostivařské přehrady a na Proseku). Kladné mediální body začal FINEPu přinášet i projekt City West v pražských Stodůlkách, kde developer v průběhu tohoto roku uvítal Komerční banku a plácl si na ekologické centrále s Vodafonem.

Graf ukazuje mediální prezenci jednotlivých developerů dle počtu příspěvků v rozmezí 1.1.2012 a 31.7.2012.

Zabírají soudy i statistiky

Publicita Central Group (455 příspěvků) byla jistě k lítosti jejího staronového 100% majitele Dušana Kunovského ve vleku soudního líčení, v němž bývalý výkonný ředitel firmy Aleš Novotný a další tři lidé čelí obvinění z kráčení daní. Média nicméně zaznamenala i jinou událost - v březnu představil Central Group z titulu „největšího českého rezidenčního developera“ na realitním veletrhu ve francouzském Cannes program podpory pro malé developery.

Trigema (296 výstupů) byla skloňována především ve zprávách, upozorňujících na značné množství neprodaných bytů, tzv. „ležáků“. Těch je údajně v Praze bezmála 7 000, což odpovídá téměř dvouleté poptávce, resp. absorpci pražského trhu. V médiích o tom často mluvil její šéf Marcel Soral, druhý nejcitovanější muž v branži - stejně jako v případě Ekospolu mu to zajišťují statistické výzkumy, které Trigema provádí už delší dobu. Lichotivou publicitu společnosti přinesly dokončené a vyprodané Barevné Letňany, na něž má bez prodlení navazovat projekt 2Barevné Letňany. A ještě něco zaznělo v médiích hodně hlasitě: Trigema neposkytuje slevy a soudě alespoň podle jejího ředitele - je to tak dobře!

Autor je pracovníkem společnosti Newton Media, zabývající se analýzou a monitoringem tisku, rozhlasu, televize, internetu a agenturního zpravodajství. Zástupce společnosti vystoupí 18. října na [konferenci REM](#), kde se ve svém příspěvku bude zabývat monitoringem a analýzou obsahu sociálních sítí.

05.09.2012 09:08, Jan Jüptner