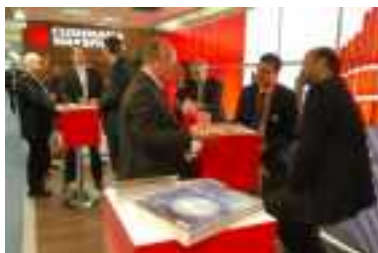


Proč se jezdí na MIPIIM



Author: SF / Petr Bým | Published: 18.03.2008

Jan Kasl, Best Development Prague

Říká se, že kdo není na MIPIMu, ten neexistuje. Toto klíšé ale nechci opakovat. Pro mne je návštěva na tomto veletrhu hledáním odpovědi na otázku, kam kráčí realitní svět. Odpověď je jednoduchá. Developeři i architekti směřují na Východ. Zároveň je tu k vidění spousta věcí, někdy hezkých, někdy poněkud zruďných. Jezdím sem ale už řadu let a tak mohu potvrdit, že řada z nich se naštěstí nerealizuje.

Pavel Pavel, Jihočeský kraj - krajský úřad

Náš kraj se na MIPIMu prezentuje už poněkoliakáté. Důvodů je více. Jednak je třeba vidět, o čem dnešní svět a hledání developerů a investorů je. To je tady jasně vidět: nádherné prezentace Krasnodaru či Dubaje ukazují, kde je dnes centrum realitního dění, hlavně Rusové tady odvádějí ohromný kus práce. Abychom vůbec neztratili stopu, musíme tady také nějakou uvést. MIPIM je v tomto ohledu velké poučení. Například jsme si uvědomili, že potiskovat papír informacemi už nemá smysl, pokud by návštěvník měl všechny ty propagační materiály pobrat, upadla by mu za chvíli ruka. Na příští ročník už nic netiskneme. Samozřejmě jsou MIPIM také setkání, my tady potkáváme investory, kteří u nás v kraji už působí. Je to příležitost, se s nimi pozdravit a třeba i něco doladit či domluvit. Jinak samozřejmě: účast na veletrhu není všespásná, je to jen nutná daň. Dnes, v době internetu a šuškaní, všichni dobří developeři dávno vědí, kde jsou peníze, ještě dříve než ten či onen projekt projde zastupitelstvem. Kapitál je rychlejší než MIPIM. Ale přítomnost tady na veletrhu určitě smysl má. Navíc tady také prezentujeme či zastupujeme řadu jihočeských měst a oblastí - pro ně by to bylo finančně příliš náročné, kraj tedy toto břemeno bere na sebe.

Zdeněk Válka, Stewart Title

Jsme tady, abychom potkali klienty, které už známe, a samozřejmě i ty, které neznáme. Před lety jsme měli samostatný stánek, dnes už jsme takový přístup opustili. MIPIM je doménou developerů a jejich projektů, služby včetně těch našich se těžko vystavují. Veletrh je pochopitelně hlavně o navazování kontaktů, ale nezřídka to jde i dále - právě tady na letošním ročníku už ve čtyřech případech jednáme o konkrétních projektech. On je často větší problém potkat někoho doma, tady je více času.

Ivo Gavlas, Aukční a realitní agentura Gavlas



Jsem tady kvůli obchodním kontaktům. A nejen proto, nebýt na MIPIMu znamená, že člověk něco ztrácí. Jezdím sem od roku 1993, byl jsem snad už na druhém ročníku. MIPIM tehdy a dnes se vůbec nedá porovnávat, to je rozdíl mezi malým dítětem a extrémně dospělým člověkem. Je dobře, že česká města se tady už pravidelně prezentují. To, že jsou na jednom místě, ostatně jednom z nejlepších na celém veletrhu, zaručuje, že je nikdo nepřehlédne. Jsme tady, jsme vidět.

Petr Beneš, Hochtief Development

Ve své podstatě to na veletrhu probíhá trochu jinak než doma, ale v zásadě jsou jednání z velké části připravena dopředu. Výhodou je, že v Cannes jsou všichni pohromadě. Takže namísto abyste si komplikovali situaci návštěvami několika různých zemích, tady se všichni potkají at' už na stánku našem či jejich nebo někde jinde. Samozřejmě se stává i to, že se naváže kontakt jaksi z ulice, prostě někoho zaujme vaše expozice. Je tady celý svět a to má pro nás význam, i když většinou spolupracujeme s partnery na dlouhodobé bázi.

Roman Onderka, primátor Brna



Veletrh je ideálním fórem pro prezentaci měst jako přirozených center dění v mnoha oblastech - od kulturní až po sociální včetně nabídky pracovních příležitostí. Brno zde rozhodně mělo co nabídnout. Největší zájem byl o Jižní centrum, lokalitu atraktivní zejména díky svému umístění v těsném sousedství centra města. Pozornost vyvolala také regenerace lokality Ponava na moderní sportovně-rekreační centrum. Jednali jsme i s řadou zájemců o investice do rezidenční výstavby a do výstavby tzv. business hotelů, nabízejících dlouhodobé pronájmy apartmánového typu pro obchodní klientelu; takový typ hotelů Brno dosud nemá. Letošní prezentaci Brna s ohledem na nové kontakty a možnosti proto považuji za velice úspěšnou.

Petr Kajnar, primátor Ostravy

MIPIM opět potvrdil pokračující růst zájmu investorů o Ostravu a celý okolní region, kterému dal silný impuls vstup Hyundai Motor Company do průmyslové zóny v Nošovicích. Letos jsme zaznamenali velký zájem o další průmyslovou zónu - Mošnov. Tato lokalita, která je dnes již zhruba z jedné třetiny obsazena, může sloužit například pro průmyslové podniky nebo logistické parky. Dalšími našimi projekty, které vzbudily na veletrhu pozornost, byly pozemky typu brownfields v centru Ostravy a jeho okolí, at' už se jedná o Karolinu či rozvojové území Ostrava-Hrušov.

Andrej Ďurkovský, primátor Bratislavy

V minulých dvou letech si Bratislava na MIPIMu vydobyla v konkurenci řady evropských metropolí velmi dobré renomé. Svědčí o tom i pokračující zájem investorů a developerů, pro které je dnes hlavní město Slovenska velmi atraktivní a díky tomu zažívá období tak rozsáhlé stavební aktivity, jako zřejmě nikdy předtím.