

ANALIZĂ Mediafax Monitorizare: Cine a câștigat și cine a pierdut mediatic din privatizarea eşuată a Oltchim

Dan Diaconescu este principalul câștigător mediatic, în ziare și în online, din scandalul privatizării Oltchim, fiind cel mai mediatizat dintre cei implicați, urmat de premierul Victor Ponta și la mare distanță de Remus Vulpescu, Daniel Chițoiu, Constantin Roibu și Adrieau Videanu.

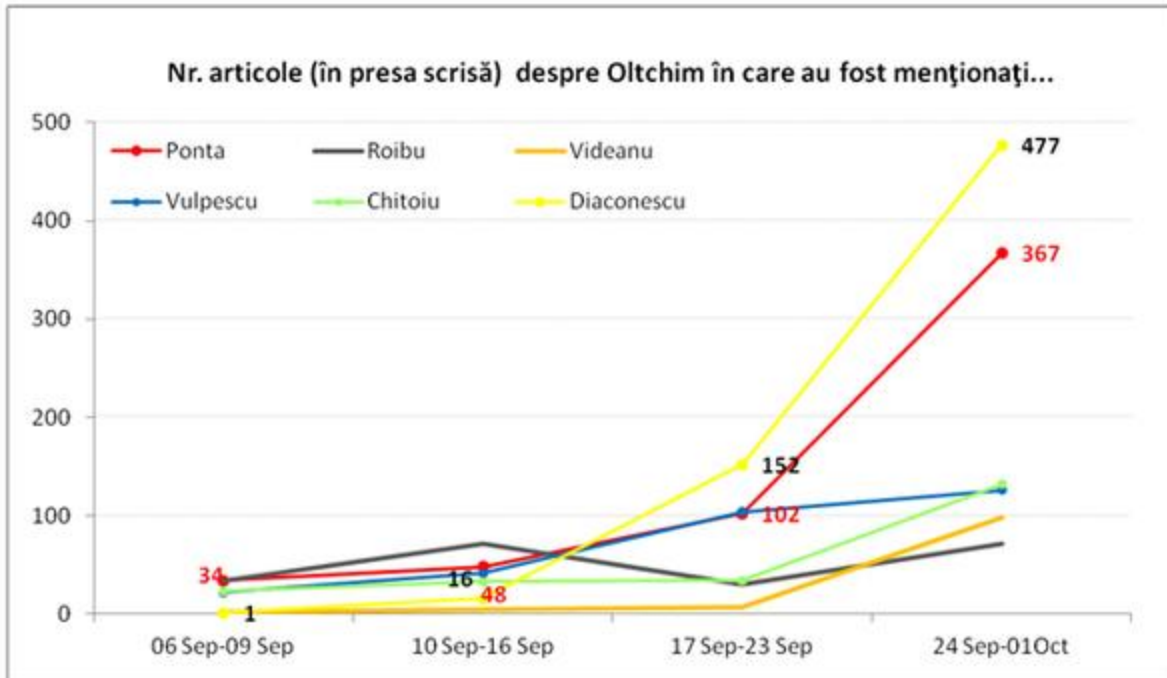
Aceasta este concluzia unei analize realizate de Mediafax Monitorizare în perioada de la apariția anunțului de privatizare - 6 septembrie - până la stoparea procesului - 1 octombrie - pe 1.080 de site-uri, 247 publicații locale și 154 publicații centrale, în care s-a urmărit apariția subiectului Oltchim și evoluția în timp a mediatizării principalilor actori implicați - Dan Diaconescu, Remus Vulpescu, Victor Ponta, Daniel Chițoiu, Adrieau Videanu și Constantin Roibu.

Mediafax Monitorizare a considerat că se impune o analiză amănunțită deoarece privatizarea celui mai mare combinat chimic din România, Oltchim SA, a început acum aproape o lună, însă perspectivele încheierii acestui proces sunt departe de a fi clare după scandalul provocat de participarea lui Dan Diaconescu la licitație. Efectele pe termen scurt sunt foarte vizibile: proteste ale angajaților, căderea acțiunilor pe bursă cu 15%, demisii la nivel înalt, afectarea imaginii țării în ochii investitorilor și mult consum media, atât din partea jurnaliștilor care au scris numeroase articole în print și în online, cât și din partea publicului care le-a citit.

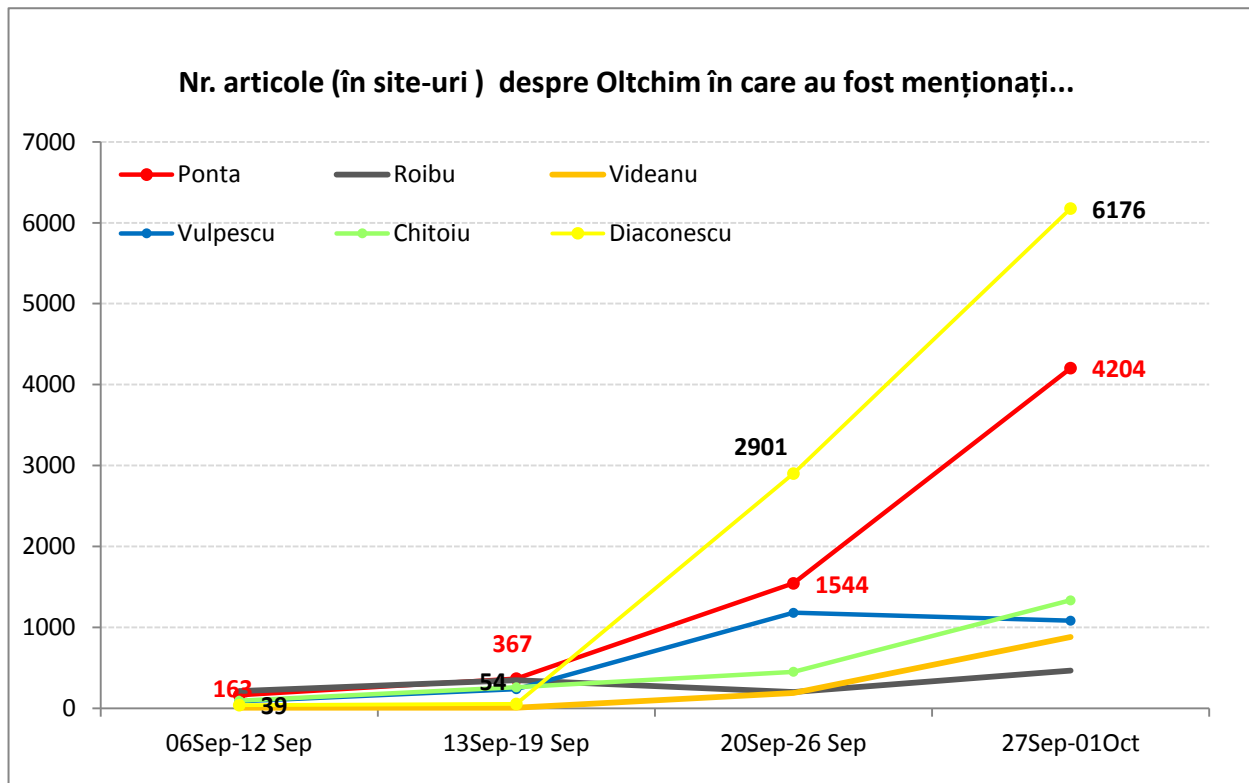
În perioada analizată referirile (articole apărute) la Oltchim au fost în număr de 552 în presa centrală, 575 în presa locală și 16.568 în site-uri. În topul general al publicațiilor cu articole despre Oltchim se află cotidienele Azi (50 articole), Ziarul Financiar (47 articole) și Evenimentul Zilei (46 articole). În analiza pe presa locală, Monitorul de Vâlcea, Transilvania Expres și Argeșul sunt în fruntea clasamentului, cu 19 articole fiecare despre Oltchim, două dintre cele aflate în top fiind din zona în care se află combinatul.

Mediul online a fost mult mai ofertant în ceea ce privește articolele care fac referire la privatizarea Oltchim, Mediafax Monitorizare înregistrând un total de peste 16.568 de articole. Primele cinci locuri în topul referințelor la Oltchim sunt ocupate, ca și în alte analize, de agregatoarele de știri care au articole din toată media. În ceea ce privește site-urile de știri, cele mai multe mențiuni la Oltchim au fost pe Infoportal (RTV), realitatea.net și mediafax.ro, cu peste 300 de apariții înregistrate fiecare.

Luând ca puncte de reper anunțul de privatizare/lansarea oficială a caietului de sarcini - 6 septembrie și termenul limită la care Dan Diaconescu trebuia să plătească pentru cumpărarea acțiunilor Oltchim - 1 octombrie, pe întreg intervalul de timp analizat aparițiile personalităților menționate mai sus au înregistrat un trend ascendent atât în mediul online, cât și în presa scrisă.



Mediafax Monitorizare: Evoluție total apariții pe perioade definite, 06Sep-01Oct, presa scrisă



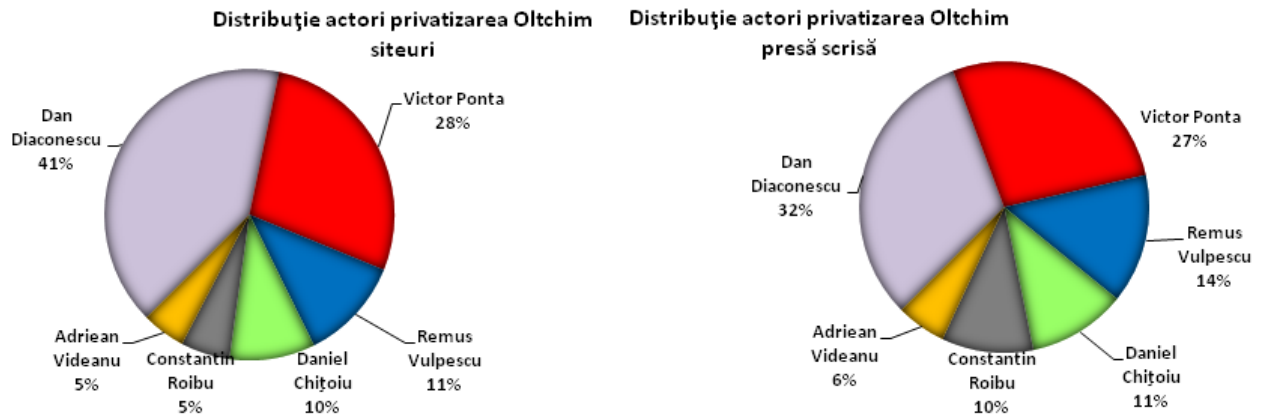
Mediafax Monitorizare: Evoluție total apariții pe perioade definite, 06Sep-01Oct, site-uri

Principalul actor a fost Dan Diaconescu, care a totalizat un număr de 9.170 de apariții în articolele despre Oltchim în online și 646 în cele din presa scrisă în toată perioada. Al doilea în topul aparițiilor este premierul României, Victor Ponta, cu 6278 în mediul online (site-uri) și 551 în presa scrisă (centrală și locală). Celelalte patru personaje au obținut scoruri mai mici, fiind, de altfel, secundare ca mediatizare în procesul de privatizare a combinatului.

Perioada analizată a fost influențată puternic pentru toți cei monitorizați în 20 și 21 septembrie, zilele în care s-au depus ofertele și s-a anunțat câștigătorul licitației pentru privatizarea Oltchim. Analiza a relevat că în ceea ce privește actorii Dan Diaconescu și Remus Vulpescu creșterea vizibilității lor a fost lentă și proporțională în perioada imediat următoare lansării privatizării, Vulpescu fiind chiar mai mediatizat, însă în a doua perioadă în care au fost depuse ofertele și s-a organizat licitația Dan Diaconescu a fost câștigător detașat, deși procedura în sine a fost condusă de șeful OPSPI.

După anunțul câștigătorului și stabilirea temenului de plată, Diaconescu profită în continuare de confruntarea cu Vulpescu, însă acesta din urmă scade drastic, locul de protagonist fiind luat de premierul Victor Ponta. De la implicarea sa directă, primul-ministru are un trend apropiat de cel al lui Dan Diaconescu, însă diferența se menține mare. De remarcat că, deși Victor Ponta s-a raportat în declarații la Adrieian Videanu, aceasta din urmă a avut un număr mai mic de apariții, înregistrând o creștere semnificativă numai în ultima perioadă. Conform rezultatelor analizei, creșterea lui Ponta are legătură în mai mare măsură cu relația conflictuală cu Dan Diaconescu și doar parțial cu Adrieian Videanu.

Ministrul Economiei, Daniel Chițoiu, care potrivit declarației premierului de la începutul perioadei "răspundea cu capul" pentru privatizarea Oltchim, este ca mediatizare sub Remus Vulpescu până în ultimele zile, când s-a implicat efectiv, în cele mai multe cazuri apărând alături de Victor Ponta. În ceea ce îl privește pe fostul director al Oltchim, Constantin Roibu, mediatizarea sa a fost mai mult contextuală și mai puțin directă până în ultimele zile, referirile fiind legate de situația dezastruoasă a combinatului. Roibu are primul loc în primele zile în articolele de analiză din presa scrisă fiind mediatizat contextual și abia către sfârșit apare direct în ambele medii, dar nu la nivelul celorlalți actori. Interesant este totuși că Roibu are mai multe apariții decât fostul ministru al Economiei Adrieian Videanu, cu excepția ultimelor zile în zona online.



Ierarhia distribuției aparițiilor celor monitorizați pe medii (presă scrisă și online) este similară, ordinea fiind: Dan Diaconescu, Victor Ponta, Remus Vulpescu, Daniel Chițoiu, Constantin Roibu și Adriean Videanu, cu precizarea că Dan Diaconescu are un procent semnificativ mai mare în online comparativ cu ceilalți, iar Constantin Roibu a avut o proporție mai mare de apariții în presa scrisă.

Evenimentele perioadei analizate i-au adus pe cei șase actori în prim plan și împreună, de cele mai multe ori în situații conflictuale. Cea mai mediatizată în presa scrisă a fost perechea Victor Ponta – Dan Diaconescu cu 384 de apariții, urmată de Ponta-Chițoiu cu 176 de apariții și Ponta-Vulpescu cu 174 de apariții în presa scrisă (centrală sau locală). Păstrând proporțiile în online, cu mențiunea că numărul articolelor în care au fost nominalizate perechile de mai sus sunt mult mai numeroase, ierarhia mediatizării acestora rămâne aceeași: Victor Ponta-Dan Diaconescu (4.556 de apariții), Ponta-Chițoiu (1.367 apariții), Ponta-Vulpescu (1.287 apariții).

În concluzie, Dan Diaconescu și Victor Ponta au fost cei care au apărut cel mai des în presa scrisă și în mediul online în perioada 6 septembrie-1 octombrie, atât separat în articole, cât și împreună, însă "câștigătorul" întregii perioade la mediatizare rămâne Dan Diaconescu.

Ziarul Evenimentul zilei a fost publicația care a avut cele mai multe referiri la Dan Diaconescu și la Victor Ponta în raport cu Oltchim. În mediul online, dintre site-urile clasice de știri, româniliberă.ro este site-ul care l-a mediatizat cel mai mult pe Dan Diaconescu (229 apariții) iar mediafax.ro pe Victor Ponta (203 apariții).

Mediafax Monitorizare monitorizează în prezent toate categoriile de surse online, presă, dar și social media. Astfel, agențiile de PR și specialiștii în comunicare din companii pot afla ce se scrie despre brandurile sau produsele lor din aproximativ 68.000 de surse.

Mediafax Monitorizare este primul serviciu românesc de monitorizare profesionistă a presei, lansat în 1998. În prezent, Mediafax Monitorizare furnizează rapoarte zilnice și analize de imagine unui portofoliu de circa 250 de clienți corporate și instituționali. Rapoartele zilnice, ce pot fi accesate de clienți prin intermediul contului individual de pe www.monitorizare.mediafax.biz, conțin toate materialele jurnalistice în care se regăsesc cuvintele-cheie definite de aceștia și includ copii scanate ale articolelor

din presa scrisă, înregistrările programelor de știri radio și TV și linkuri spre articolele sau postările online.

La rândul lor, analizele media evaluează acoperirea mediatică înregistrată de clienți și de concurenții lor sau felul în care presa a reflectat temele de actualitate din industria în care aceștia activează.