



XAVIER BOUCKAERT OVER DE EXIT UIT MEDIALAAN EN DE INSTAP IN MEDIAFIN

‘We gaan investeren in de toekomst van Roularta’



XAVIER BOUCKAERT
"We zijn tot een mooie deal gekomen, in een goede verstandhouding."

Roularta Media Group geeft zijn participatie in de commerciële omroep Medialaan door aan medeaandeelhouder De Persgroep. In ruil krijgt het diens participatie in Mediafin én 217 miljoen euro. CEO Xavier Bouckaert wil dat geld gebruiken om te investeren. Een uitzonderlijk dividend is niet aan de orde. *Stijn Fockede*

Nog geen twee jaar geleden volgde Xavier Bouckaert (42) zijn schoonvader Rik De Nolf op als CEO van Roularta Media Group. In die periode onderging de uitgever van onder meer Trends en Knack een metamorfose. Na een slecht uitgevallen overname van het Franse tijdschriftenconcern Groupe Express Expansion was Roularta bezig met de verkoop van alle Franse activiteiten. Deze week sluit het nog een tijdperk af en schudt het meteen de kaarten in het Belgische medialandschap door elkaar. Roularta verkoopt zijn belang van 50 procent in de commerciële omroep Medialaan, die in 1989 was ontstaan uit de zender VTM, aan medeaandeelhouder De Persgroep (ook de uitgever van Het Laatste Nieuws en Dag Allemaal).

Roularta krijgt niet alleen een smak geld, 217 miljoen euro, maar ook de participatie van 50 procent die De Persgroep had in Mediafin, de uitgever van de zakenkranten De Tijd en L'Echo. De transactie moet nog worden voorgelegd aan de mededingingsautoriteit. Als die haar goedkeuring geeft, wordt het nieuwe Roularta voor het eerst in bijna dertig jaar een speler die het gros van zijn omzet haalt uit print en verwante activiteiten. Een bedrijf met een kleinere omvang, maar wel rendabeler.

"Roularta heeft twee kernen in zijn DNA: lokale media zoals Deze Week (vroeger De Streekkrant) en nationale media", zegt Xavier Bouckaert. "Voor die laatste portefeuille zijn De Tijd en L'Echo een mooie aanvulling. Ook zij

gaan voor kwaliteit in de inhoud en er is weinig overlap met Trends en Trends-Tendances op de lezersmarkt. Hun digitale strategie is zeer geslaagd. Dat trok ons ook aan."

"De hoofdreden voor de deal is dat de doelgroep van de Mediafin-titels beter aansluit bij die van onze nationale magazines en de tv-zender Kanaal Z, waar we ook op de hoogste segmenten mikken. De doelgroepen worden veel belangrijker. Op dat gebied is er duidelijk een betere link tussen Medialaan en de belangrijkste titels van De Persgroep, die een breder publiek aanspreken. Adverteerders kijken hoe ze op verschillende platformen dezelfde doelgroepen kunnen bereiken. Pakweg tien jaar geleden was er nog niet zo veel convergentie. Print, tv en de andere media bleven toen in hun eigen silo. Door de digitalisering vervagen die grenzen."

Het is misschien ook een goed moment om te verkopen. Wellicht komen de inkomsten uit tv-reclame verder onder druk.

XAVIER BOUCKAERT. "Dat speelde geen rol. Ik twijfel er overigens niet aan dat Medialaan sterke troeven heeft voor een goede positie op de advertentiemarkt, ook in onlinereclame. Ze hebben goede content, veel data en hun media-platformen zouden kunnen convergeren met die van De Persgroep. Nogmaals, de verkoop is puur ingegeven met het oog op onze langetermijnstrategie. Dezelfde doelgroep kunnen bedienen op verschillende platformen wordt steeds belangrijker." ➔

"Dezelfde doelgroep kunnen bedienen op verschillende platformen wordt steeds belangrijker"

➤ **De inkomsten van Roularta zullen weer volledig uit de print of verwante activiteiten komen. Hoe moet het verder met de multimediale strategie?**

BOUCKAERT. "Een multimediale strategie kan enkel renderen als je telkens dezelfde doelgroep bereikt. De overlap tussen Medialaan en onze nationale titels is te beperkt. Voor mij is video veel ruimer dan klassieke televisie. Eigenlijk heb je geen zender nodig om audiovisuele activiteiten te ontwikkelen. Bij Krant van West-Vlaanderen zijn ze op dat gebied goed bezig, en ook bij de magazines gaan we beginnen met video. In de multimediale strategie van Roularta zijn events en line extensions ook twee belangrijke pijlers, die commercieel ook losstaan van Medialaan. Die gaan niet in elkaar stuiken."

Medialaan ondersteunde de voorbije jaren wel de resultaten van Roularta, in het bijzonder de winst.

BOUCKAERT. "Financieel hingen wij niet af van Medialaan. Onze eigen activiteiten zijn sterk en rendabel. Onze jongste resultaten waren wel minder goed, en dat komt door twee zaken. De inkomsten uit advertenties zakten, maar onze titels deden het beter dan de rest van de markt. Daarnaast wogen de vele investeringen. Dat gaat over eigen projecten zoals Storesquare en Digilocal, respectievelijk een e-commerce- en een digitale marketingplatform voor lokale handelaren. Maar vergeet ook niet dat de investeringen bij Medialaan een impact hebben. Bij de telecomoperator Mobile Vikings werd een nieuw klantenplatform ontwikkeld en de stieve-app werd volledig herbouwd. Daarnaast werkt Medialaan aan een eigen platform voor digitale reclame en investeert het zwaar in eigen producties in de strijd om de kijker.

"De verkoop komt er niet uit financiële noodzaak. Volgend jaar vervalt een obligatielening, maar de herfinanciering is al geregeld. Bovendien was er al voldoende marge gevonden om te kunnen blijven investeren of overnames te financieren. Onlangs kochten we nog Sterck, dat is gespecialiseerd in lokale media, en Landleven, zeg maar het Nest van Nederland. Het voorbije jaar had ik

ook niet het gevoel dat we overnames moesten laten passeren."

Met de 217 miljoen euro van De Persgroep krijgt u een grote oorlogskas. Denkt u aan een uitzonderlijk dividend?

BOUCKAERT. "Nee, we gaan investeren in de toekomst van Roularta. Ondernemerschap is een kernwaarde van het bedrijf. Er is nog geen concrete verdeling om dat geld te besteden. Het zal afhangen van welke kansen er komen. Dat kan een intern project zijn of een

"Financieel hingen wij niet af van Medialaan. Onze eigen activiteiten zijn sterk en rendabel"

acquisitie. De overnames moeten wel passen in onze portefeuille. Ze moeten ook op lange termijn renderen. We gaan bijvoorbeeld niet zomaar een printtitel overnemen, we kijken ook naar het digitale potentieel."

Blijft Roularta hoofdzakelijk focussen op België?

BOUCKAERT. "Bij mogelijke overnames bekijken we eerst of er een match is met de bestaande activiteiten, met ons DNA. Het maakt niet uit waar het dan precies ligt. Behalve als het Frankrijk is (*lacht*). De kans is klein dat we daar nog iets overnemen."

Met de komst van twee dagkranten is de droom van uw voorganger en schoonvader Rik De Nolf gerealiseerd.

BOUCKAERT. "Dat was geen drijfveer, maar wel mooi meegenomen. Er was hier inderdaad nog iemand heel blij met de participatie in Mediafin (*glimlacht*)."

Tegelijk moet afscheid worden genomen van Medialaan.

BOUCKAERT. "Iedereen zou graag hebben dat alles blijft zoals het is. Maar strategisch is het een logische keuze. Een mens moet die analyse durven te

maken en naar de toekomst kijken. Rik De Nolf stond aan de wieg van Medialaan (toen de Vlaamse Media Maatschappij) en hij heeft samen met De Persgroep van Medialaan een succes gemaakt. Het siert hem dat hij nu heel snel mee de knop heeft omgedraaid."

Klopt het dat de onderhandelingen over de verkoop en de ruil vooral gebeurd zijn op het allerhoogste niveau?

BOUCKAERT. "We zijn geholpen door adviseurs, maar er is inderdaad rechtstreeks onderhandeld. Er is een wederzijds vertrouwen tussen ons en Christian Van Thillo van De Persgroep en zijn team. We hebben altijd heel goed samengewerkt. Ik heb ook veel bewondering voor het parcours van De Persgroep. We zijn tot een mooie deal gekomen, in een goede verstandhouding."

Denkt u eraan de Mediafin-kranten in de eigen drukkerij in Roeselare te laten drukken?

BOUCKAERT. "Dat is ook een van de zaken die moeten worden doorgesproken. Het moet ook nog worden bekeken of het technisch wel kan. Het is nog voorbarig het over concrete synergie te hebben. Eerst gaan we de tijd nemen om Mediafin nog beter te leren kennen. De andere helft is in handen van Rossel. Het spreekt voor zich dat we die zaken eerst met onze nieuwe partner en het management van Mediafin gaan bespreken. We hebben een gezonde ambitie voor Mediafin en we willen de groei ondersteunen. Dat kan eventueel via synergie met andere activiteiten van Roularta. Maar we gaan altijd samen met Rossel en het management van Mediafin bekijken wat het beste is voor Mediafin. We hebben dit gekocht om het verder te doen groeien. "De afgelopen jaren legde Mediafin een sterk parcours af, onder meer in de groei van de digitale inkomsten uit lezers. We gaan het blijven aansturen als een autonoom bedrijf, dat ook zijn kantoor behoudt in het centrum van Brussel. Een winning team moet je niet veranderen. Een verandering van het management of van de strategie van Mediafin is daarom niet aan de orde. De governance zit er goed." ☉