

"Nieuwe boegbeelden bij ons laten ontplooiën"

Wolfpack zonder alfawolf: wat zijn de plannen?
Wat met de sponsors?



Photo News

Quo vadis, Soudal Quick-Step? Met het nakende vertrek van boegbeeld Remco Evenepoel (25) is het dé grote vraag. In welke mate wordt er sportief gereoriënteerd? Hoe kijken de huidige sponsors richting toekomst? En blijft teameigenaar en wilde weldoener Zdenek Bakala aan boord? Een peiling met enkele verrassende conclusies.

JOERI DE KNOP

Hé Petrik, as de Remco den Tour wint, wil ik erbij zen!"

Aldus sprak een dolenthousiaste Vic Swerts toen hij zich in de winter van 2022 met zijn Turnhoutse siliconenbedrijf Soudal voor minstens vijf jaar engageerde als hoofdsponsor van het wielerteam van (toen nog) Patrick Lefevere. Het project met Evenepoel als spilfiguur oogde bijzonder aantrekkelijk. He had a dream.

Drie jaar later wordt die droom abrupt stukgeprikt. Niet door de man zelf. 85 inmiddels, maar springlevend. Niet door Soudal, florerend. Neen, 'de Remco' is straks weg. Naar Red Bull-BORA-hansgrohe.

Een onzalige boodschap die de nieuwe CEO van de ploeg, Jurgen Foré, Swerts en de andere partners die zich tot eind 2027 hadden verbonden na de kennisgeving door Evenepoels juridische adviseurs op 1 juni, moest komen brengen.

Geen evidentie, gaf Foré dinsdagavond al aan na de officialisering van Evenepoels transfer. "Krijg het maar eens uitgelegd dat een contract in België op deze manier kan worden behandeld. En dat we niet weten waar we zouden uitkomen bij een eventuele rechtsgang – kijk naar hoe het bijvoorbeeld met Van Aert, Uijtdebroeks en Van Gils is gegaan."

"Voor mensen als Vic Swerts, en ook onze andere sponsors trouwens, is een handdruk een handdruk. Een woord een woord. En dus een contract een contract. Zeker in het wielrennen."

Begrip

Foré prees zich naar eigen zeggen gelukkig met het begrip dat hij kreeg. Gevolg van duidelijke en uitvoerige communicatie. "We praten heel veel met onze sponsors, betrekken hen in al onze plannen. Altijd in een transparante en constructieve sfeer. Dat droeg bij in het aanvaardingsproces. Maar voor hetzelfde geld stuit je in zo'n rollercoaster toch op minder ontvankelijkheid."

Anderzijds: de bui hing er ook al wel een tijdje, het ontij zat eraan te komen.

"De voorbije vier jaar vloeide in de media vanuit die ene hoek een aanhoudende stroom van kritiek en onrust", aldus Foré. "Terwijl we wel alle moeite en inspanningen deden om ons DNA aan te passen en onze doelstellingen af te stemmen op die van de kopman. Mét succes."

"Dat stelden onze sponsors zelf ook vast. Het voelde wat onfair. Dan mogen je investering en commitment nog zó groot zijn, op den duur raak je bij al dat negatiefs wel een keer onthecht. En krijg je daar een beetje genoeg van." Het doet Foré een belangrijke conclusie trekken. "Dat ze bovenal toch sponsor zijn geworden van ons collectief. En niet van één bepaalde renner." Dat laatste vindt Marko Heijl, Sponsorship en Corporate Communications Manager bij hoofdsponsor Soudal, "risky business. Met eindeloos respect voor Remco, maar... we zijn destijds niet in de ploeg-Evenepoel gestapt. Wel in het wielerteam van Patrick Lefevere, op dat moment het meest succesvolle van het voorbije decennium – value for money."

Build The Future

"Hoe dit dus bij ons aankomt? (kordaat) Níet. We zijn geen bedrijf dat nu gaat zitten janken of zich gechoqueerd, gebruuskeerd of bekocht voelt. We kijken altijd vooruit, zoals onze slogan het aangeeft. Build The Future."

Volgens Foré was de dreiging om (hoofd)sponsors te verliezen dus nooit echt prominent. Omdat de basis waarop hun engagement steunt, breder is dan één enkele renner en één enkele nationaliteit.

"Het is één van de eerste dingen die ik als CEO in de sportwereld heb geleerd. Belangrijk zijn de vragen: 'Met welke coureurs in welke landen en welke wedstrijden kunnen we jullie zoveel mogelijk economische return bieden?' En: 'Op welke markt(en) willen jullie zijn en groeien?' Van daaruit bouwen we dan een sportief project op."

Internationale koersbril

De reacties op die vragen overstijgen de Belgische cocon. En dus in dit geval Remco Evenepoel. Foré, naar analogie met wat zijn voorganger Patrick Lefevere ook altijd benadrukte: "Zij bekijken dat door een andere, internationalere koersbril."

Heijl: "België staat, samen met Groot-Brittannië, Duitsland, Polen en Frankrijk, zeker in onze top vijf van grootste en belangrijkste afzetmarkten. Maar maakt nog slechts 6% uit van onze mondiale omzet. Dat betekent dus dat 94% niet-Belgisch is. Of om Vic Swerts te citeren: 'Er is meer buitenland dan binnenland'."

"Tuurlijk waren die ritzeges van Remco en Tim (Merlier, red.) in de Tour fantastisch. Maar die van Paret-Peintre op de Mont Ventoux, in één van onze targetlanden, was dat evenzeer."

"Ben Healy had hooguit een kwart pagina op bladzijde drie van 'L'Équipe' (Franse sportkrant, red.) opgeleverd. Nu palmde Valentin zowaar de hele cover in!"

Star quality

Neemt niet weg, erkent Foré, dat boegbeelden van het type-Evenepoel, Tadej Pogacar bij UAE, Jonas Vingegaard en Wout van Aert bij Visma-Lease a Bike of Mathieu van der Poel bij Alpecin-Deceuninck, dat sportieve project extra cachet geven.

Kalibers met een bepaalde aura en aantrekkingskracht, zoals het team ze in het verleden altijd wel heeft gehad. Vóór Evenepoel waren er onder meer Johan Museeuw, Tom Boonen, Paolo Bettini, Mark Cavendish, Julian Alaphilippe, Marcel Kittel en Philippe Gilbert.

Over uitstraling, imago en marketability kan je discussiëren, vindt Foré. "De een heeft nu eenmaal meer star quality dan de ander. Maar elke mens is wie hij is, spreekt altijd wel een bepaald deel van het grote publiek aan en moet je niet gaan forceren om iemand anders te worden."

"De kunst is om met al die verschillende persoonlijkheden één sterk geheel te kweken. Waarin het niet de bedoeling kan zijn dat de star quality van één persoon dermate overheerst dat ze een enorme schaduw werpt op alle anderen."

"We werken met sterren en vedetten, maar de grootste ster moet nog altijd de ploeg - en vooral zijn sponsors - zijn. Voor mij werd die ploeg de voorbije jaren iets te veel vereenzelvigd met één renner. Dat deed soms een beetje... pijn. Omdat heel veel mensen bij ons keihard werken en goeie prestaties leveren."

"De grote uitdaging is nu om daar iets meer balans in te vinden. En na Remco's vertrek nieuwe boegbeelden te ontdekken en ze bij ons te laten ontplooien."

Heijl heeft er wat dat betreft een goed oog in. "Met Merlier beschikken we over de beste sprinter op aarde. En... ik was afgelopen weekend in de Ronde van Polen... Paul Magnier, jongens! Dat wordt ook een hele grote, hé. Als we het over uitstraling en imago hebben: fantastisch, die kerel."

"Trouwens, zijn lief heeft als influencer op Instagram 361.000 volgers. (lacht) Mooi verhaal, toch? Neen, de toekomst lacht ons toe. We zijn nog steeds een trotse sponsor, zonder reden tot klagen."

Steun van Bakala

Dat het misschien wel een andere manier van koersen zal impliceren, beseft Foré. "Maar kijk, Remco's opgave in de Tour gaf ons wat dat betreft al een beeld van de nieuwe situatie. Met resultaat. Bepaalde jongens zoals Paul en Valentin, maar ook Ilan Van Wilder, toptalent met grote motor, zullen nu meer verantwoordelijkheid krijgen."

"En kansen om matuurder te worden, op te staan en te kunnen uitgroeien tot zo'n boegbeeld, zo'n vedette van morgen. Een pad dat pakweg Tom Boonen ook ooit heeft moeten bewandelen. Toch? Geef ons die nodige tijd."

Vraag blijft wel wat de intenties van de huidige titelsponsors en kleinere partners zullen zijn na 2027. En of ook de onvoorwaardelijke steun van Zdenek Bakala, nog altijd voor 80% eigenaar van het team, tegen dan niet zal verminderen of zelfs verdwijnen – een gerucht dat stevig de ronde doet.

"Daar moet hoegenaamd niet aan worden getwijfeld", weet Foré wel zeker.

"Er gaat geen maand voorbij zonder dat met Zdenek over de toekomst van de ploeg wordt gesproken of samengewerkt. Geloof me: hij is zot van de ploeg en zijn kinderen zo mogelijk nog méér."

Strategie tot eind 2031

En die gesprekken reiken wel degelijk verder dan 2027, onthult Foré. "We zijn een strategie aan het ontwikkelen voor de komende zes jaar. Tot eind 2031 dus. Met de volle steun van Bakala. Nu de storm wat is gaan liggen, wil ik die strategie in het najaar voorleggen aan en onderhandelen met onze sponsors en nieuwe potentiële instapkandidaten op de Europese markten."

Heijl: "Er is dus effectief leven in de ploeg na Remco. En daar kijken we vol goeie moed naar uit."