

## Francis Van Eeckhout stapt in de wielersponsoring

**Date :** 8 oktober 2018

Quick-Step Floors heet vanaf volgend jaar Deceuninck-Quick Step. [Francis Van Eeckhout](#), hoofdaandeelhouder van de beursgenoteerde ramen- en deurenproducent, kiest daarmee resoluut voor een versterking van zijn merknaam, in de eerste plaats in België maar ook internationaal. Van Eeckhout gaat in zee met [Patrick Lefevere](#) en mikt daarmee meteen op de top van de wielersmarkt. De sponsorovereenkomst loopt voor drie jaar. Hoeveel Deceuninck op tafel legt voor de titel van hoofdsponsor is niet bekend. Het totale budget van Deceuninck-Quick Step bedraagt op jaarbasis 18 miljoen euro.

“Het was onze marketing directeur Jérôme De Bruycker die met het idee op de proppen kwam”, zo zei Francis Van Eeckhout op een persconferentie. “Wij delen de waarden en visie van deze ploeg, het wielrennen is enorm populair en wordt steeds internationaler en dat was voor ons ook van groot belang. Slechts acht procent van onze [omzet](#) komt uit België. De deal was eigenlijk op een maand beklonken. Het gaat om een partnerschap van meerdere jaren. Hoelang? Dat ga ik niet vertellen, maar om meer dan twee, drie jaren. Als je wil dat de naam van je bedrijf blijft hangen bij het publiek, moet je een langere overeenkomst sluiten. ”

“Het was Deceuninck zelf die contact met ons opnam”, aldus Patrick Lefevere, “en dat stemt me toch heel tevreden. Dat er bedrijven zijn die geboeid zijn door ons wielersproject, die in ons verhaal mee willen gaan en het gaat niet om een korte termijn project. Zij weten ook dat als ze dat doen voor één of twee jaar, ze net zo goed hun geld in de Leie kunnen gooien. Neen, het gaat om meerdere jaren en het is fijn om die zekerheid te hebben. Samen met de andere sponsors toch zeker nog voor drie jaar.”

Team Sky zou draaien op een budget van zo'n 35 miljoen euro, BMC deed het met zo'n 25 miljoen de voorbije jaren. Van Quick-Step Floors wordt verteld dat het op zo'n 18 miljoen euro draait, tegenover zo'n 14 miljoen voor Lotto Soudal. “We draaien de komende jaren rond dezelfde orde als de voorbije jaren, dus we kunnen ambitieus en competitief blijven. We hoeven niet het grootste budget van de wereld te hebben, als we maar veel winnen en sympathiek blijven overkomen voor het publiek.” aldus nog Lefevere. Die tot slot bevestigde dat blauw de herkenbare kleur blijft van de ploeg, ook met Deceuninck.