



LONDON CALLING

OEGE BOONSTRA

Oege Boonstra is internationaal media consultant en founding partner van management adviesbureau 3Rivers



Olifanten met olifanten

De dagen worden langer, de temperatuur loopt op, MIPTV in Cannes is achter de rug. De gedachten gaan alweer uit naar een warme zomer in het zuiden van Europa. In de mediawereld is het daar echter al een tijdje aan het opwarmen, met verhitte discussies tussen sleutelspelers in de Latijnse markten als gevolg.

Er gebeurde al genoeg het afgelopen jaar op productieterrain. De fusie tussen Banijay en Zodiak werd een paar weken geleden definitief beklonken. Achteraf een logische uitkomst: het Italiaanse De Agostini was aandeelhouder in beide ondernemingen en werd niet echt vrolijk van de teleurstellende resultaten van Zodiak. De hulptroepen van Banijay werden ingeroepen om Zodiak, dat vooral in Groot-Brittannië en de Verenigde Staten maar niet op gang wilde komen, te saneren. Marco Bassetti, ex-Endemol en als Italiaan naar voren geschoven door zijn landgenoten, is inmiddels volop actief om dit karwei te gaan klaren. Zo ontstaat een megaonderneming met een omzet van iets minder dan een miljard euro met een zeer stevige positie in Zuid Europa.

Interessant in het geheel was wat via de achterdeur gebeurde. Het volop ontwaakte Franse mediaconglomeraat Vivendi, eigenaar van onder andere Canal Plus, werd een belangrijke minderheidsaandeelhouder in Banijay-Zodiak. De financiële injectie van imperiumbouwer Vincent Bolloré, grootaandeelhouder van Vivendi, werd benut om de schulden van Zodiak af te bouwen. Een meesterwerkje van Stéphane Courbit, die in het begin van dit millennium al opvallend opereerde als CEO van Endemol in Frankrijk.

Op kleinere schaal viel nog een andere acquisitie op. Het Franse Lagardère Studio's nam Boomerang over, producent van onder andere de Spaanse versie van *The Voice*. Boomerang is ook actief in Italië en levert daarmee tevens een bijdrage aan de Latijnse lente. De Fransen lijken actief te kijken naar het zuiden, waar de economische malaise van

de laatste jaren plaats heeft gemaakt voor nieuw elan. De grote klapper staat op dit moment in de steigers en de contouren van de deal worden op het moment dat ik dit schrijf herkenbaar. Al maanden vergaderen managers van Vivendi en Mediaset over de mogelijkheid tot *cross ownership* van hun bedrijven. Beide doen er zelf wijselijk het zwijgen toe, maar de voortekenen zijn onmiskenbaar. Slimme investeerders kopen aandelen Mediaset, waarmee de koers weer naar ouderwetse niveaus lijkt te stijgen.



De Fransen kijken naar het zuiden, waar de economische malaise plaats heeft gemaakt voor nieuw elan



Wat staat er dan te gebeuren? De fusie van de Sky bedrijven in Groot-Brittannië, Duitsland en Italië is niet onopgemerkt gebleven. Bovendien heeft Netflix met haar komst in deze landen de traditionele partijen opgeschrikt. Om tegenwicht te bieden aan deze krachtige mediapartijen, gaan Vivendi en Mediaset naar alle waarschijnlijk aandelen uitruilen en functionarissen in elkaars *boards* benoemen. Daarmee wordt het gezegde dat 'olifanten het met olifanten doen' maar weer eens bewaarheid.

Interessant is dat de beurswaarde van Vivendi vele malen groter is dan die van Mediaset. Waarschijnlijk zal dat worden gecompenseerd door Vivendi een meerderheid te geven in Mediaset Premium, de betaalzenders van Berlusconi. Zo wordt zonder dat een euro wordt uitgewisseld gewerkt aan het ontwikkelen van een Latijnse mediareus die zijn weerga niet kent en belangen heeft in commerciële televisie, betaaltelevisie, televisieproductie, SVOD en online video.

Weer een staaltje Zuid Europese inventiviteit. De Fransen, Spanjaarden en Italianen antwoorden daarmee op de Angelsaksische schaalvergroting van de laatste jaren. De *deal makers* in Londen kijken met lede ogen toe hoe in Parijs en Rome fanatiek wordt gewerkt aan Latijnse mediaconglomeraten.