

Ook in crisistijd bakt Le Pain Quotidien zoete broodjes

Ondanks de economische crisis blijft de Belgische bakkerijketen Le Pain Quotidien groeien. Zo hard dat de aandeelhouders wellicht een dividend krijgen. Het bedrijf wil verder uitbreiden in de VS en zet voet in Azië.

JENS CARDINAELS EN
MICHAËL SEPHIHA

Le Pain Quotidien in de Brusselse Sint-Hubertusgalerij vat mooi samen waar de internationale, Belgische restaurantketen voor staat: boven enkele tafels stijgt geroezemoes uit in het Frans, het Nederlands, het Engels en zelfs in het Russisch. Op de menukaart staan vrij dure sapsjes, sandwiches, patisserie, groentetaartjes en fruitsalades. Veel van de gerechten zijn biologisch of glutenvrij. Ze worden geserveerd in een warm interieur, aan houten tafels.

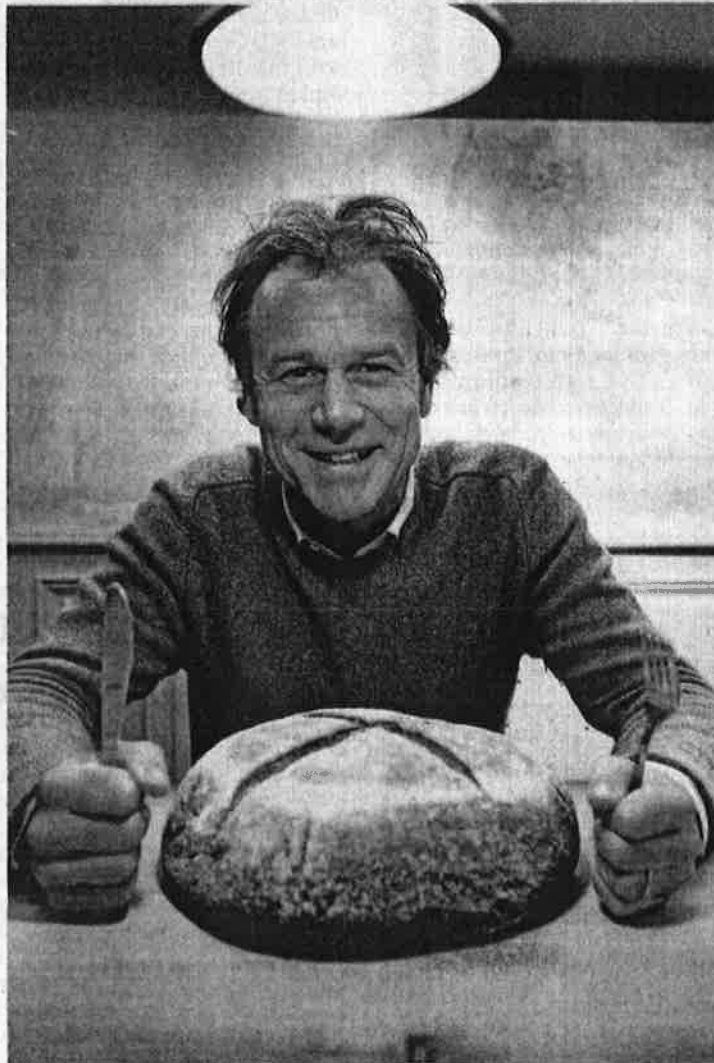
Aan een van die tafels zit Le Pain Quotidien-CEO Vincent Herbert met een éclair en een koffie. Hij verheugt zich, want zijn keten, die in meer dan 17 landen actief is, heeft er een goed 2014 opzitten. De omzet groeide opnieuw met 15 procent tot 375 miljoen dollar. De operationale kasstroom (ebitda) steeg naar 35,75 miljoen dollar. 'We groeiden van 200 naar 227 restaurants. En belangrijk: de omzet van winkels die langer dan een jaar open zijn, groeide ook, met 4 procent.'

Dat is volgens Herbert des te opmerkelijk aangezien hij de prijzen in de meeste restaurants niet verhoogd heeft. 'Zelfs na 25 jaar trekken we nieuwe klanten aan.' Dit jaar wil Herbert de omzet aandikken tot 425 miljoen dollar en zijn ebitda-marge van 11 procent aanhouden.

Omdat het zo goed gaat denkt Herbert zijn aandeelhouders - enkele particulieren en families - dit jaar een dividend uit te keren.

Het is opvallend dat een dure keten zoals Le Pain Quotidien in een economisch zwakke periode blijft groeien. Volgens Herbert ligt dat aan het concept van de winkel. 'Bij ons betaal je niet alleen voor voedsel, maar voor een totaalervaring. Is het de muziek, de muurbekleding of de grote groepstafels? Ik weet het niet, maar mensen vinden het hier gezellig. Ze komen hier vergaderen, ontspannen en daten.'

Ook het zogenaamde lipstickef-



CEO Vincent Herbert: 'We profiteren van het lipstickeffect: in moeilijke tijden kiezen mensen meer betaalbare luxe.' © SASKIA VANDERSTICHELE

Een beursgang is geen optie, want de beurs is een spel van groei.

CEO LE PAIN QUOTIDIEN
VINCENT HERBERT

fect speelt volgens Herbert mee. In tijden van crisis kiezen mensen die luxe willen, niet voor een peperduur klasserestaurant of zeer exclusieve kleding, maar voor meer betaalbare luxe.

Die betaalbare luxe wil hij dit jaar

in 30 nieuwe restaurants aanbieden. Hij wil onder andere twee nieuwe winkels openen in België. Waar weet hij nog niet. 'Maar ons restaurant in Brugge is eigenlijk te klein en ook in Brasschaat zou een Le Pain Quotidien succesvol zijn.' Voorts plant hij openingen in Londen, Amsterdam, Madrid, Barcelona, Istanbul, Abu Dhabi en Mumbai.

Ook in de Verenigde Staten wil Herbert in de komende jaren heel wat nieuwe restaurants openen. 'We hebben er al tientallen in New York en Los Angeles. Maar om te weten of onze keten ook in de rest van de VS zou aanslaan, moesten we restaurants openen in andere Amerikaanse

LE PAIN QUOTIDIEN

Belgische bakkerijketen.
Omzet: 375 miljoen dollar.
Kasstroom (ebitda): 35,75 miljoen dollar.
Winkels: 227 in 17 landen.
Aantal werknemers: 7.000
Aandeelhouders: families Josi en Vaxelaire (ex-GIB), Emiel Latouwers (ex-AS Adventure), Tony Vandewalle en Bart Van Vooren (ex-O'Neill België), Bruno Carron (voedingsgroep Norrac), Vincent Herbert (CEO), Alain Coumont (oprichter).

steden. We kozen voor Chicago. Daar openden we vier winkels die nu al winstgevend zijn.'

Die succesvolle restaurants zijn voor hem een reden om vanaf 2016 ook actief te worden in andere Amerikaanse steden, zoals Dallas, San Francisco en Houston. 'Want als we in Chicago slagen, kunnen we slagen in andere Amerikaanse steden.'

New York en Los Angeles zijn volgens Herbert de Verenigde Staten niet. 'Alleen al door de huurprijzen. Die zijn onredelijk in New York. Daar gaat 14 procent van de omzet van een winkel naar de huur. In Chicago 10 procent.' Ter vergelijking: in de Brusselse vestigingen gaat 6 tot 7 procent van de omzet naar huur.

Ook in Azië wil Herbert binnenkort testwinkels openen. Hij koos voor Hongkong. 'De Hongkongse winkels kunnen leiden tot restaurants in Sjanghai en Singapore.'

Toch is Le Pain Quotidien volgens zijn CEO geen bedrijf dat het koste wat het kost wil groeien. 'We groeien gaandeweg. We spelen de bal en kijken nadien pas naar het scorebord. We kunnen gerust 50 nieuwe restaurants openen in een jaar tijd. Maar dan zouden we 1.400 nieuwe personeelsleden moeten uitleggen wat de waarden van Le Pain Quotidien zijn. Dat gaat gewoonweg niet als we dat gedegen willen doen. En het is absoluut cruciaal dat het personeel volledig in ons concept past.'

Omdat groei voor Herbert geen fetisch is, zegt hij vol overgave dat een beursintroductie uit den boze is. 'Want de beurs is een spel van groei. Een klein Le Pain Quotidien vergaakt het beter.'