

Le Pain Quotidien wint Mercuriusprijs 2013



Vanavond maakte handelsfederatie Comeos de laureaat bekend van de Mercuriusprijs 2013. De volledig vrouwelijke jury eerde **Le Pain Quotidien als beste winkelconcept**, met e-tailer Coolblue op twee en Pneu Vanhamme op drie. Een gloednieuwe Aanmoedigingsprijs van de jury ging naar d'Ici, als concept met bijzonder veel potentieel, dat echter nog alles te bewijzen heeft.

'Standvastig' Le Pain Quotidien grote winnaar

"De visie en de keuzes die bij de start van Pain Quotidien zijn gemaakt, gelden nog steeds", merkte de jury op. Bovendien wordt hun idee van de gastentafel tegenwoordig **gretig overgenomen door andere winkels en bedrijven**. De keten ging al in 1990 van start, maar hanteert 23 jaar en 180 winkels verder nog steeds dezelfde vier waarden: authenticiteit, eenvoud, convivialiteit en kwaliteit.

Algemeen directeur Harry De Landtsheer wijst er echter op dat die waarden niet zorgen voor winkels die zoutloze kopieën zijn van elkaar: "Telkens weer introduceren we authentieke elementen in zorgvuldig gekozen gebouwen. En onze **medewerkers blijven uiteraard het grootste verschil maken** - zonder medewerkers zou het concept totaal niet leven."

In het [maartnummer van het RetailDetail magazine](#) drukte stichter Alain Coumont het nog zo uit: "Le Pain Quotidien moet **voelen als picknicken midden in de grootstad**." De jury achtte zijn opzet alvast duidelijk geslaagd.

Coolblue en Pneu Vanhamme mee op podium

De erg opvallende nummer twee was Coolblue, dat nochtans van zichzelf vindt dat het geen fysieke winkels heeft, maar "**webwinkels waar je naar binnen kunt lopen**." De Mercuriusprijs-jury **loofde alvast de aandacht voor details** in de winkels in Antwerpen en Lochristi, en merkt in Coolblue "een geruststelling voor handelaars die van bricks naar clicks evolueren: hun winkels hebben heus nog wel een toekomst."

Nog een verrassing op drie, met bandencentrale Pneu Vanhamme. Al wil het familiebedrijf meer zijn dan enkel dat: "We streefden er altijd al naar om de best mogelijke dienst te verlenen aan onze klanten." Dat uit zich onder meer in het feit dat klanten in **een kraaknette, rustige omgeving kunnen wachten of zelfs werken** terwijl er aan hun wagen wordt gewerkt.

Gloednieuwe 'aanmoedigingsprijs' voor Naamse start-up

Nieuw dit jaar is de aanmoedigingsprijs van de jury, die **gaat naar het Naamse project d'Ici**. Dat biedt lokale voedingsproducten aan (en afficheert duidelijk hoeveel kilometers die producten al hebben afgelegd) en probeert consistent iedereen mee te trekken in hun verhaal.

De jury was erg onder de indruk van het "**meest vernieuwende concept van het jaar**", maar vond het nog te jong om al meteen de hoofdprijs weg te kapen: d'Ici bestaat pas een half jaar. Om de start-up toch te belonen voor hun innovativiteit, besloot de jury dan ook de kraakverse "Aanmoedigingsprijs van de jury" toe te kennen aan de onderneming van Frans Mestdagh.