



PERSBERICHT
3 januari 2012

**PANOS LANCEERT ANTICRISISPLAN IN 2012 !
HET BOEGBEELDMERK VAN LA LORRAINE BAKERY GROUP WENST HIERMEE DE KOOPKRACHT VAN
ZIJN TALRIJKE CONSUMENTEN OP TE KRIKKEN/EEN HART ONDER DE RIEM STEKEN**

Het merk Panos, dat in België meer dan 200 verkooppunten van broodjes en patisserieproducten telt, kondigt vanaf vandaag verschillende anti-crisismaatregelen aan ten behoeve van zijn klanten. Hoewel het merk in 2011 zijn omzet zag stijgen met 10%, wenst Panos, dat in 2012 zijn dertigjarig bestaan zal vieren, hiermee zijn dankbaarheid ten opzichte van zijn trouwe klanten te betuigen, door extra steun te bieden in een economisch moeilijke context.

Een correcte prijs voor trouwe klanten

Panos gaat vandaag, vanaf deze allereerste soldendag, meteen aan de slag met zijn anticrisisplan, door elke dag een ander product te bieden aan 50% van de normale verkoopprijs, en dit tot 30 januari 2012. In februari is het de beurt aan een "basismenu » (1 drank van 50 cl en belegd broodje zonder sla) voor een bedrag van 4,2 euro. Extra reducties dankzij de getrouwheidskaart maken eveneens deel uit van de anti-crisismaatregelen die Panos begin 2012 in zijn verschillende verkooppunten¹ lanceert.

Het taboe van de koopkracht doorbreken

Voor Anthony Vanherpe, Gedelegeerd Bestuurder, is het een kwestie van respect tegenover de trouwe klanten, voor wie dit nieuwe jaar in een eerder ongunstig economisch klimaat van start gaat. *"Op zich was er vanuit commercieel perspectief voor ons geen reden om dergelijke maatregelen te nemen. Hoewel de koopkracht in 2011 al een ferme tik kreeg toegediend, zagen wij onze omzet nog met 10% groeien. Maar wij willen hiermee onze klanten duidelijk een hart onder de riem steken".*

In 2012 viert Panos zijn dertigjarig bestaan. *"Dit hebben we te danken aan onze trouwe klanten. Hun vertrouwen berust op het feit dat we steeds correcte, faire prijzen gehanteerd hebben. Een recente studie bevestigt dit immers : 8 klanten op 10 vindt de prijs-kwaliteitsverhouding van Panos uitstekend",* benadrukt Vanherpe.

Minder marge, meer verkeer

Ofschoon het budget van het merk duidelijk de druk van de hogere HR- en energiekosten alsook van de duurdere grondstoffen voelt, wil Panos zoveel mogelijk vermijden om die hogere kosten door te rekenen aan zijn klanten : *« dit verlies op onze marges maken wij liever goed door een verhoogd verkeer te realiseren in onze verkooppunten, dankzij onder andere onze prijspolitiek en talrijke promoties",* concludeert Anthony Vanherpe.

Andere promoties, onder andere in het segment van de ondernemingen, zullen het hele jaar door aangeboden worden.

- EINDE VAN HET PERSBERICHT -

Perscontact : Grégoire Van den Ostende - GSM 0476 45 15 04 - e-mail : info@breaking-news.be

¹Panos is in België aanwezig in stads-en handelscentra met 97 Panos City, in tankstations met 68 Panos Petrol , in de NMBS-stations met 35 Panos Rail , in de Brussels metro met 7 Panos Metro. 2 Panos Leisure, 2 Panos Press Shop, 1 Panos Airport maken eveneens deel uit van de Belgische vestigingen van Panos.

