



PERSBERICHT
7 maart 2012

CO-BRANDING OP ZIJN BELGISCH : EENDRACHT MAAKT (COMMERCIEËLE) MACHT **Panos gaat samenwerkingsakkoorden aan met de nationale merken Devos-Lemmens en Press Shop**

Erpe-Mere, 7 maart 2012 – Het merk Panos, dat niet minder dan 219 broodjeszaken telt in België, gaat een aantal nieuwe samenwerkingsverbanden aan (co-branding) met andere gerenommeerde Belgische merken. In deze ontwikkeling huist zowel een commerciële als maatschappelijke logica.

De logica van samen kennis delen

Door een nieuwe co-branding campagne te lanceren met het merk Devos-Lemmens, kiest Panos er voor om zich te associëren met een vaste waarde op vlak van culinaire know-how in België. Thomas Dusart, Marketing Manager van Panos, gelooft rotsvast in deze piste : « *Deze strategische keuze is helemaal niet nieuw. Reeds in 2000 waren wij de eersten om een co-branded sandwich op te markt te brengen, samen met het merk Ganda. Daarna zijn er verschillende andere samenwerkingen gevolgd of onderzocht.* »

Voor Panos rust deze strategie vooral op de wil om haar producten nauw te laten inspelen op de smaken en gewoontes van haar consumenten. Vanuit diezelfde optiek voert Panos trouwens ook een bewuste aankooppolitiek rond lokale ingrediënten. Waar mogelijk – België blijft een klein land – zal er gekozen worden om samen te werken met nationale producenten. Sinds vorig jaar gebruikt het merk bijvoorbeeld alleen nog maar aardbeien van eigen bodem voor haar gebakjes. Tenzij er exceptionele weersomstandigheden heersen, zal Panos die aardbeien halen uit de regio van Nijvel.

Voorrang geven aan lokale kwaliteit

Het seizoen van de Belgische aardbeien begint officieel op 29 februari, maar Panos wacht normaal gezien tot begin april (afhankelijk van de weersomstandigheden). Dan laat de aankoopprijs van de aardbeien ook een redelijke verkoopprijs toe van gebak met aardbeien. Om dezelfde reden sluit Panos het seizoen van de aardbeien af in september, zelfs al is het mogelijk om nog Belgische aardbeien te vinden tot in november, zelfs tot in december.

Deze lokale aankooppolitiek blijkt ook in de smaak te vallen bij haar klanten, want Panos zag vorig jaar de verkoop van aardbeiproducten verdubbelen.

Dezelfde logica binnen een groeiende organisatie

De synergieën worden niet alleen gezocht op vlak van de producten die binnen het Panos gamma gebruikt worden. Panos wil ook de samenwerking met persspecialist Press Shop intensifiëren. Na de opening van een eerste Panos Press Shop in Waver in september 2010, werd een tweede Panos Press Shop geopend in Aalst, medio december 2011.

Een derde opening is voorzien in Brussel in maart. Voor Sophie Remy, Directrice Marketing van Press Shop-Relay « *is tegemoet komen aan de verwachtingen van onze klanten primordiaal. Een enquête heeft uitgewezen dat de klanten vonden dat het concept Press Shop-Panos een goed huwelijk was en dat de combinatie een toegevoegde waarde had. De Press Shop-Panos is vooral populair onder jongeren.* » Ze voegt er nog aan toe dat « *op vlak van het zakencijfer, de 2 activiteiten een evenwaardig deel bijdragen aan het concept.* »

Anthony Vanherpe, General Manager Panos volgt de evolutie van het distributiekanaal in België, maar ook op internationaal niveau, op de voet. Voor hem speelt de ontwikkeling van het merk zich op verschillende niveaus af : « *We hebben in eerste instantie onze aanwezigheid in nieuwe sectoren uitgebreid, zoals in treinstations, benzinestations (onder het merk Q8), metrostations, luchthavens en zelfs attractieparken. Binnenkort zullen we ook een Panos openen in een industriepark. In tweede instantie zetten we ook onze internationale expansie verder, voornamelijk in landen van Oost-Europa, waar de groep La Lorraine – waartoe we behoren – reeds productie-eenheden en of commerciële structuren heeft. Tot slot volgen we ook van dichtbij hoe de voedingsgewoontes evolueren, mobiliteit, vrijetijdsbesteding van consumenten om op die manier de eerste te kunnen zijn om te beantwoorden aan de verwachtingen van onze klanten, met een aanbod dat aangepast is aan hun smaken en noden.* »

- EINDE PERSBERICHT -

Perscontact : Grégoire Van den Ostende , GSM : + 32 476 45 15 04, e-mail : info@breaking-news.be



Festival de
Belgisch

fraises belges!
aardbeien festival!

my sweet break

Un goût irrésistible!
Onweerstaanbaar lekker!

A déguster sur nos sandwiches Tourist, Hollandia et Club
Te proeven op onze belegde broodjes Tourist, Hollandia en Club

30 YEARS

my fresh break