

pano

sign'service

DOSSIER DE PRESSE

SAS Chorus / PANO France
1 rue du Bocage - 33200 Bordeaux
www.pano-group.com

CONTACT PRESSE :
Mélanie RONSSE
melanie.ronsse@pano-group.com
Tél. : 05 33 89 39 88

1. RÉSEAU MONDIAL DE CENTRES DE SIGNALÉTIQUE ET DE MARQUAGE PUBLICITAIRE

- 1.1 : La puissance d'un réseau international
- 1.2 : Un marché en forte croissance
- 1.3 : Le profil des clients par type de besoins
- 1.4 : L'offre détaillée
- 1.5 : Le pôle Grands Comptes, PANO Global Sign'Service

2. LES PARTICULARITÉS D'UN GRAND RÉSEAU

- 2.1 : Les temps forts de 40 années de croissance, du premier point de vente à nos jours
- 2.2 : Un développement international
- 2.3 : Les atouts d'une enseigne expérimentée
- 2.4 : La fiche du réseau, les chiffres

1. RÉSEAU MONDIAL DE CENTRES DE SIGNALÉTIQUE ET DE MARQUAGE PUBLICITAIRE

Issu d'un atelier de peintre en lettres, le concept de base a été créé en 1980, à Lormont, en Gironde. Sept ans plus tard, l'évolution du marché a donné naissance à Bordeaux à la première unité légère de production "PANO" pour répondre à la demande importante des commerces de proximité, en quête de travaux de marquage ou de signalétique à réaliser rapidement.

Aujourd'hui, PANO est devenu réseau mondial de centres de signalétique et de marquage publicitaire. Il intervient partout en France, via plus de 150 points de vente, et à l'international, dans une dizaine de pays en Europe et en Afrique.

• 1.1 : La puissance d'un réseau international

PANO se développe en concessions. Pour être identifiable, chaque point de vente doit respecter une même charte d'identité visuelle et proposer le même type de prestations.

Le réseau intervient dans tous les secteurs d'activités pour marquer, flécher, indiquer, promouvoir tous types d'information sur tous supports.

Doté d'un outil de production de haute technicité, chaque concessionnaire PANO garantit un traitement rapide de qualité.



• 1.2 : Un marché en forte croissance

Le marché de la signalétique est en constante évolution. L'évolution des outils informatiques a permis de réaliser de plus en plus facilement des graphismes et d'ouvrir au fil du temps de nouveaux marchés, très importants, dont certains sont encore peu exploités à ce jour. A l'avenir, dans le monde de la publicité et de la communication visuelle par lettres ou logotypes, tout le monde, que ce soit le milieu professionnel, peut avoir recours aux services proposés par PANO. La qualité de ses prestations et la rapidité de ses exécutions ont positionné le réseau comme un prestataire fiable, réactif et accessible.

• 1.3 : Le profil des clients par type de besoins

LES COMMERCANTS : Les commerces ont besoin d'une bonne visibilité pour attirer les clients. Pour mieux être identifiés, ils décorent leurs vitrines, leur porte, signalent leurs différentes promotions sur des panneaux, marquent leurs véhicules de livraison, apposent des enseignes extérieures, créent des animations commerciales lors de leur ouverture ou pour les soldes...
Ils constituent l'une des cibles privilégiées de PANO.



LES ARTISANS, PME/PMI, INDUSTRIELS :

Ils personnalisent leurs parcs de véhicules, mais aussi leurs vitres, vitrines, et extérieurs de leurs locaux, leurs machines, leurs ateliers, leurs emballages, leurs stands d'exposition, leurs cadeaux de fin d'année...



LES RÉSEAUX NATIONAUX : Soucieux de maintenir la cohérence de leur charte graphique et de leur image de marque au niveau national, les réseaux nationaux (franchise, concession, distribution...) préfèrent confier à un prestataire implanté au niveau national leur signalétique de promotion sur l'ensemble du territoire. Ils ont ainsi l'assurance que les délais d'exécution sont bien respectés et que la réalisation sur le terrain est parfaitement homogène.



LES MUNICIPALITÉS ET AUTRES ADMINISTRATIONS : Elles font appel à PANO pour annoncer toutes les informations urbaines à caractère constant ou événementiel et pour toute forme de signalétique intérieure et extérieure des lieux publics.

LES AGENCES IMMOBILIERES ET ARCHITECTES : mise en vente ou en location, panneaux de chantiers, véhicules...



• 1.4 : L'offre détaillée

Toutes les prestations proposées par Pano sont pilotées par ordinateur. Il suffit de saisir le contenu du message, le style et la taille des caractères, de scanner un logo ou une image pour lancer ensuite la machine de découpe automatique de l'adhésif.



Publicité adhésive (marquage véhicule, décoration vitrine, stickers)

Enseigne de magasin (lumineuse, lettres découpées, caisson)

Signalétique intérieure (display, porte-affiches, plaques de portes)

Signalétique extérieure (chevalet, mât-voile, totem, pré-enseigne, panneaux publicitaires)

Imprimés commerciaux (cartes de visites, flyers, dépliants)

• 1.5 : PANO Global Sign'Service, le pôle Grands Comptes

PANO a créé un pôle Grands Comptes, qui centralise les commandes. Celles-ci sont ensuite transmises aux agences.

Les équipes PANO Global Sign'Service accompagnent les clients nationaux dans la mise en place de leurs campagnes de communication avec objectif de simplicité et d'efficacité. Il apporte une réponse globale en prenant en charge toute l'opération : planification, fabrication, répartition logistique aux différentes équipes locales.

Le client bénéficie quant à lui d'une information en temps réel et détaillée du suivi de fabrication grâce à un accès Intranet sécurisé. Il n'a qu'un seul interlocuteur et ne reçoit qu'une seule facture. Tous les concessionnaires PANO travaillant avec les mêmes outils matériels et logiciels et s'approvisionnant en adhésifs ou supports auprès des mêmes fournisseurs, le client est garanti d'une finition de qualité et de l'homogénéité de sa communication nationale.

QUELQUES RÉFÉRENCES : Adecco / AGF / Alcatel / Alfa Roméo / Art et Fenêtres / Azaé / BanqueArmée de l'air / Audi / AxA Assurances / Banque Populaire / Banque Postale / BNP Paribas / Camille Albane / CPAM / Crédit Foncier / Culligan / Dessange Paris / Dior / Domaliance / Domino's Pizza / EDF / EléphantBleu / Esso / Etap Hôtel / Feu Vert / Fiat / Flunch / Fnaim / Ford / Galeries Lafayette / Giropharm / Gitem / Good Year / Go Sport / Groupama / Harley Davidson / Heineken / MCA / McDonald's / Mercedes / Mercure / Monoprix / Montblanc / Mr Bricolage / Nestlé / Nissan / Nostalgie / Opel / Optic 2000 / Peugeot / Pôle Emploi / Quick restaurant / Prévoir / Rapid Flore / Renault / Rent a Car / Saint Algue / SFR / Speedy / Suez / Thomas Sabo / Total / Umbro / Yves Rocher.



2. LES PARTICULARITÉS D'UN GRAND RÉSEAU

• 2.1 : Les temps forts de 40 années de croissance, du premier point de vente à nos jours

1980	• Naissance de l'atelier PANO à Lormont
1987	• Ouverture de la première agence pilote à Bordeaux
1989	• Lancement du concept en réseau de concessions de licence de marque
1997	• Organisation des conventions annuelles
1999	• Développement à l'international
2001	• Fondation de la charte Qualité
2002	• Élaboration de la charte Ethique
2003	• Lancement des réunions régionales
2004	• Mise en place de l'extranet
2005	• Création du pôle Grands Comptes pour les clients nationaux et internationaux
2007	• Ajout de la technologie numérique au concept d'origine
2008	• Création d'une centrale de référencement PANO Sourcing pour les fournisseurs
2013	• Fondation de l'association Les PANO du cœur
2018	• Agrément du centre de formation PANO Academy
2020	• Célébration des 40 ans de PANO

• 2.2 : Un développement international

Présent dans de nombreux pays d'Europe et d'Afrique, le réseau souhaite conquérir de nouveaux marchés tout en poursuivant son développement là où il est déjà implanté.

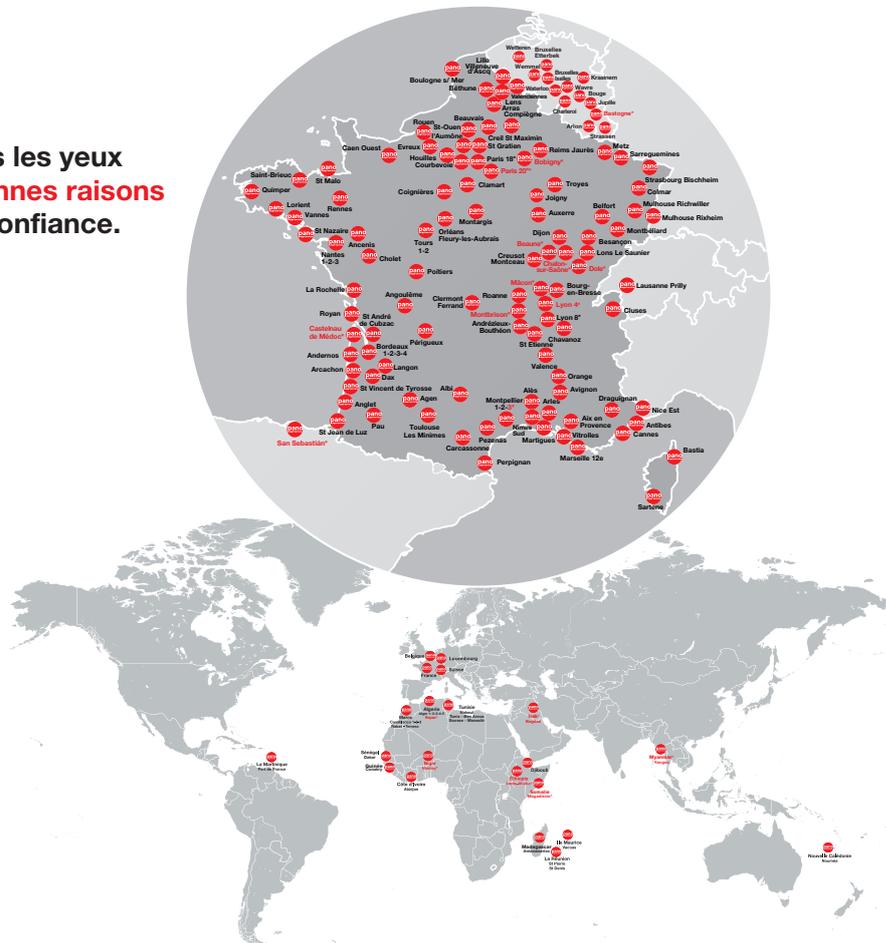
C'est au Maghreb que PANO connaît le plus fort développement, avec des points de vente au Maroc, en Tunisie et en Algérie. Sur le reste du continent africain l'enseigne s'est implantée au Sénégal, en Côte-d'Ivoire, en Guinée, à Madagascar, à l'Île Maurice et à Djibouti. En Europe, PANO est présent en Suisse, au Luxembourg et en Belgique.

PANO - Tunis



En France, le réseau envisage à terme d'avoisiner les 300 points de vente. Fort de cette réussite, PANO a entrepris depuis une quinzaine d'années d'exporter son savoir-faire à l'international avec un objectif de 1 000 agences. Chaque pays a vocation à être développé et animé par des masters comme c'est le cas actuellement en France et au Benelux notamment.

Vous avez sous les yeux plus de 150 bonnes raisons de nous faire confiance.



• 2.3 : Les atouts d'une enseigne expérimentée

Le réseau PANO répond depuis plus de 40 ans aux besoins de signalétique et de marquage publicitaire des professionnels, commerçants et artisans, administrations, entreprises et particuliers.

Afin d'être opérationnels immédiatement, les concessionnaires du réseau sont formés, dès leur arrivée, aux toutes dernières techniques du lettrage adhésif et de l'impression numérique. Ils maîtrisent ainsi l'ensemble de la chaîne publicitaire : la conception des logos et des messages, la fabrication, et la mise en œuvre.

Ensemble, rayonnant sur une grande partie de la France les concessionnaires constituent une ressource inégalée, mobilisable aussi bien par les directions Marketing des réseaux de franchise et du commerce associé, que par celles des enseignes nationales.

En plus de la notoriété d'une grande enseigne et de sa longue expérience, les concessionnaires bénéficient d'un accompagnement régulier et d'avantages :

- Des facilités de financement auprès d'un établissement bancaire référencé
- Une aide à la recherche d'un local commercial (de 50 m² minimum à 120 m²)
- Le Forum de l'intranet PANO permet aux membres du réseau d'échanger sur différentes thématiques
- La possibilité de s'investir et de contribuer à l'évolution du réseau en participant à l'animation du Conseil National du réseau.

Chaque concessionnaire dispose d'une certaine latitude d'action tout en pouvant s'appuyer sur les outils mis à sa disposition par la tête de réseau. Deux niveaux d'équipements sont proposés aux nouveaux adhérents qui sélectionnent la formule la plus adaptée à leur budget de départ et à leurs objectifs de vente. La tête de réseau propose deux packs aux tarifs compétitifs :

- **Pack Standard à 69500 euros HT : droit d'entrée, formation initiale de 3 semaines au siège, équipement minimum avec une mise à disposition de l'atelier numérique intégré par le siège.**
- **Pack Premium à 104500 euros HT : droit d'entrée, formation de 4 semaines, équipement numérique haut de gamme plus complet que le pack standard.**

Et pour soutenir au maximum ses nouveaux concessionnaires, PANO a mis en place une semaine de formation supplémentaire au moment de l'ouverture du point de vente avec la venue à domicile d'un formateur.



• **2.4 : La fiche du réseau, les chiffres**

DATE DE CREATION :	1980
LANCEMENT DE RESEAU :	1987
RAISON SOCIALE :	Chorus
ENSEIGNE :	PANO
FORME JURIDIQUE ET CAPITAL :	SAS au capital de 107 500 €
SIEGE SOCIAL :	1 rue du Bocage – 33200 Bordeaux
TEL :	05 56 47 77 63
E-MAIL :	contact@pano-group.com
WEB :	www.pano-group.com
PRÉSIDENT DE PANO FRANCE :	Marc OSSWALD
PRÉSIDENT DE PANO AFRIQUE MOYEN ORIENT :	Frédéric MORLIER
PRÉSIDENTS DE PANO BELGIQUE, PAYS-BAS, LUXEMBOURG :	Olivier BURNIAUX Quentin BOBENRIETH
PRÉSIDENT DE PANO INTERNATIONAL :	Thomas MORLIER
NATURE DU CONTRAT :	Concession de licence de marque
DUREE DU CONTRAT :	9 ans
APPORT PERSONNEL :	À partir de 5 000 €
DROIT D'ENTREE :	25 000 €
INVESTISSEMENT GLOBAL :	De 40 000 à 300 000 € selon le pack
PACKS :	Mono-sites et multi-sites / manager - investisseur
REDEVANCE MENSUELLE :	299 € la 1 ^{ère} année, 399 € la 2 ^{ème} et 499 € à partir de la 3 ^{ème}
ZONE D'IMPLANTATION :	Axes passants, périphérie, zone de chalandise de plus de 25.000 habitants
SUPERFICIE DU LOCAL :	Idéalement de 50 à 120 m ² avec possibilité de stationnement ou de garage
CA MOYEN :	Entre 200.000 € et 300.000 €
MARGE BRUT MOYENNE D'EXPORTATION :	80%