

pano le mag

Le **réseau mondial**
des **experts**
en **signalétique** !

“Pour monter
mon **enseigne**,
je prends de la hauteur
chez **pano** !”



Créer son entreprise
sur un **marché**
en pleine croissance

Le marché de
la **signalétique**

Focus sur
les **concessionnaires**

L'association
PANO Du Coeur

Le réseau
et ses **activités**

#n°2



UNE MARQUE D'EXCEPTION !

Il y a près de 40 ans maintenant s'ouvrait la première agence PANO Boutique.

L'idée était d'apporter une solution de service global, sur mesure, rapide dans le domaine du marquage et de la signalétique.

Aujourd'hui le marché a bien évolué, les produits, les techniques, le marketing, le web ont transformé notre métier, mais le concept de base reste toujours présent.

Aujourd'hui PANO est devenu le réseau leader en France. Cette position nous permet de profiter de synergies importantes dans de nombreux domaines :

- Les achats, avec des partenariats forts mis en place avec les marques leader du marché.
- Le marketing avec des outils et des actions permettant le développement commercial.
- La formation et l'innovation permettant au réseau d'avoir les armes pour profiter des évolutions du marché.
- Global Sign' Service apportant l'offre PANO aux réseaux et donneurs d'ordre grands comptes.

Dans un environnement économique très mouvant rejoindre le réseau PANO c'est profiter de la force et des avantages du réseau leader. L'avenir appartient à ceux qui se regroupent, qui s'entraident et qui travaillent en équipe pour avancer plus vite et plus loin.

Fort de plus de 100 agences à ce jour, PANO ambitionne d'être proche de ses clients partout en France avec un maillage de 300 agences.

Plus que jamais aujourd'hui comme demain les Concessionnaires PANO seront les interlocuteurs privilégiés des professionnels pour leurs besoins en identification visuelle.

Bonne lecture de notre magazine.

Bonne lecture,
Marc Osswald
Président PANO France

SOMMAIRE



2. L'ÉDITORIAL

3. SOMMAIRE

4. LE MARCHÉ DE
LA SIGNALÉTIQUE

5. FOCUS SUR LES
CONCESSIONNAIRES - 1

6. LE DÉVELOPPEMENT
DE PANO EN FRANCE

7. FOCUS SUR LES
CONCESSIONNAIRES - 2

8-9. PANO À L'INTERNATIONAL

10. LES 3 PÔLES DU
DÉVELOPPEMENT
ET DE L'INNOVATION

11. INTERVIEW D'UN CLIENT
GRAND COMPTE

12. LES PANO DU CŒUR

13. PANO ACADEMY

14. LE RÉSEAU ET SES ACTIVITÉS

15. LES 5 BONNES RAISONS
POUR CHOISIR PANO

16. PANO EN FRANCE
ET DANS LE MONDE



PANO

1, rue du Bocage
33200 Bordeaux
TÉL : 05 56 47 77 63
contact@pano-group.com
www.pano-group.com

Le marché

Le saviez-vous ?
"La vitrophanie est un adhésif dont l'impression est sur la face collante. Cela permet un habillage original qui joue sur les contrastes et les perspectives."

Le marché de la signalétique, des PLV et du marquage publicitaire.

Les concessionnaires en signalétique se positionnent sur un marché de niche. C'est un secteur d'activité très varié avec la publicité sur les lieux de ventes, la publicité événementielle, la promotion des ventes, l'image de marque, la signalétique d'information, etc...

Un très bon choix pour créer une entreprise et devenir concessionnaire.

Le marché de la signalétique, secteur de support d'information et de communication, est en évolution constante, entre 5 et 20 % de progression chaque année. C'est un marché jeune, qui n'existe que depuis une trentaine d'années et qui est en évolution constante.

Les opportunités commerciales et marketing sont nombreuses ; Au-delà des outils traditionnels, la signalétique devient digitale et l'on voit arriver en force, les écrans géants à LED, les bornes interactives, les opérations de promotions connectées, etc....

Pour toucher encore plus les consommateurs sensibles aux produits respectant l'environnement, la signalétique devient «green» et utilise des matériaux recyclés.

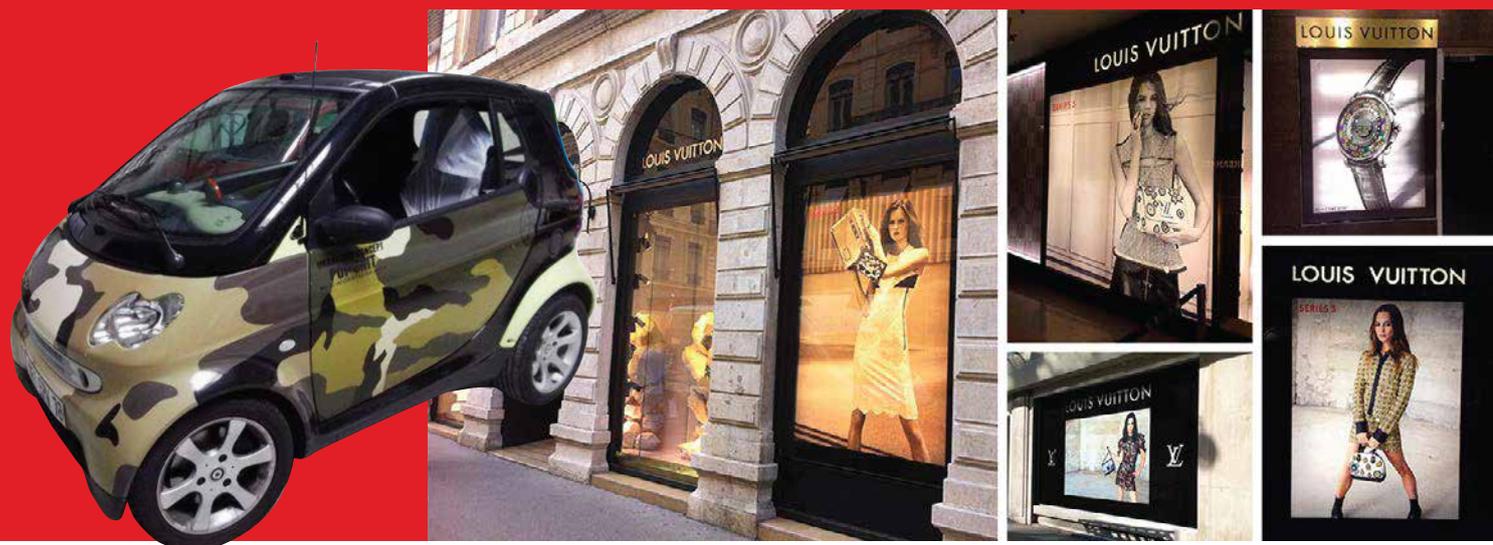
Un marché optimiste qui attire les créateurs d'entreprise !

On constate que le marché de la signalétique et de la PLV (1,104 milliard d'euros) est en hausse de 12%. La projection reste optimiste car 64% des acteurs de la profession prévoient cette année une hausse à deux chiffres de leur chiffre d'affaires.

Pano un leader incontesté.

Les acteurs majeurs sont peu nombreux, PANO domine incontestablement le marché avec plus de 100 agences. C'est un réseau dynamique, ambitieux et séduisant qui prévoit de tripler sa présence dans l'hexagone dans un futur proche.

Les sources : Fédération Européenne de l'Enseigne et de la Signalétique, Cabinet Emylon Conseil, Institut Harris Interactive, Agence Scribe.





Interview de **Dominique Untereiner** concessionnaire **PANO** à **Colmar** (68) depuis 2005.

Quel est votre parcours ?

“Issu des arts graphiques par une formation aux Beaux-Arts et dans la sculpture, je cherchais à créer une entreprise après avoir travaillé dans les domaines de la presse quotidienne et de l'imprimerie. Je souhaitais devenir autonome dans mon activité et j'ai découvert le monde de la signalétique par un ami, qui m'a initié aux techniques et particulièrement à l'adhésif. Créer une agence avec le soutien du réseau PANO était donc idéal : en tant que concessionnaire, je suis autonome juridiquement et financièrement. Mais pour le reste, le réseau de concessionnaires m'accompagne au quotidien.”

Comment cela se passe-t-il ?

“Les concessionnaires sont en contact permanent et s'apportententraides et solutions aux questionnements quotidiens. Nous disposons d'un intranet à travers le site internet de PANO, qui nous permet de communiquer entre nous et de s'épauler au quotidien, que ce soit d'un point de vue technique ou administratif. Le site dispose aussi d'une véritable boîte à outils avec une bibliothèque de produits et les fichiers dont nous avons besoin pour le travail quotidien.”

Avec 90 agences en France, le réseau PANO est aujourd'hui un leader incontesté de la signalétique en France. Nous sommes allés à leur rencontre.

Au-delà de l'aspect virtuel, les concessionnaires se réunissent deux fois par an pour une réunion régionale. La France est découpée en 7 régions géographiquement distinctes et où les concessionnaires développent des liens. Ainsi 1 fois au printemps et 1 fois à l'automne, nous nous rassemblons pour échanger sur les défis rencontrés par chacun au quotidien et partageons nos réussites. Cela nous permet également d'échanger sur les techniques et les « trucs et astuces » de chacun. Une fois par an, nous avons également une convention au mois de mai qui regroupe les concessionnaires français et étrangers de PANO.”

Cela fait beaucoup de réunions !

“Le réseau PANO est composé de concessionnaires. A la différence d'une franchise, nous sommes libres de participer ou non à ces réunions. Toutefois, cela apporte un vrai plus, puisque cela nous permet de rester au fait des techniques utilisées par chacun. L'entraide est également favorisée par un système de parrainage. Quand une nouvelle agence ouvre, un parrain lui est proposé. Il peut ainsi passer du temps dans l'agence du parrain pour découvrir le quotidien, et quand le/la filleul-e ouvre à son tour, ils-elles gardent des liens privilégiés. Nous avons par exemple été parrains de l'agence de Mulhouse lors de son ouverture. ”

Comment se passe le travail au quotidien ?

“4 ans après l'ouverture de l'agence, j'ai été rejoint dans l'aventure par ma femme qui est photogreveuse de métier. Aujourd'hui, nous gérons ensemble l'agence. Nous avons également accueilli des apprentis dans le passé. Pour nous, le métier de la signalétique est un métier de bricoleur au sens le plus noble du terme : il s'agit de rechercher en permanence des solutions pour correspondre aux besoins du client. Nous traitons principalement avec des professionnels qui viennent rechercher des solutions sur mesure. Pour nous, le métier de la signalétique a été la possibilité de mettre l'accent sur nos points forts, en axant notre travail sur la création graphique. Chaque projet est du sur-mesure qui stimule notre créativité.”



Le développement de PANO en France

PANO est aujourd'hui le leader incontesté de la signalétique en France. Pourtant, le réseau ne compte pas s'arrêter là. Fort de 90 agences, PANO espère arriver à 200 agences en 2025. Françoise Bouis est en charge du pôle développement France.

Pourquoi rejoindre le réseau PANO ?

Le réseau d'agences PANO est une excellente façon de se lancer dans une entreprise indépendante, tout en s'appuyant sur la force d'un réseau et un professionnalisme reconnu. A 30 ans, le réseau est aujourd'hui dans une phase de développement importante afin de couvrir l'ensemble du territoire national. Nous sommes à la recherche de personnes qui souhaitent nous rejoindre pour une aventure professionnelle passionnante !

"Nous sommes à la recherche de personnes qui souhaitent nous rejoindre pour une aventure professionnelle passionnante !"

Comment trouvez-vous les futurs concessionnaires ?

Nous sommes référencés sur de nombreux sites internet dédiés à la Franchise (L'observatoire de la Franchise, Toute la franchise, Franchise Directe,...) qui permettent aux personnes intéressées par la Franchise de nous identifier, de prendre connaissance de notre activité et d'avoir les informations sur notre concept. A partir de ces sites, ils peuvent communiquer leurs coordonnées pour une demande de dossier et une prise de contact. Les candidats peuvent également consulter notre site internet, www.pano-group.com où nous avons une rubrique. Nous sommes également présents sur des salons à travers la France : Franchise Expo Paris, Créer Lille, Forum Franchise Lyon, TOP Franchise Marseille... Enfin, nos concessionnaires sont souvent ceux qui parlent le mieux de leur métier, du réseau et sont de très bons prescripteurs.

Quelles sont les étapes pour l'ouverture d'une agence ?

Nous guidons nos futurs concessionnaires dans toutes leurs démarches jusqu'à l'ouverture de leur agence et sommes tout particulièrement à l'écoute de leurs besoins. La première étape consiste à déposer sa candidature en ligne afin de recevoir le pré-dossier et les questionnaires d'évaluation. Le pôle développement contacte le candidat pour échanger sur son projet et nous lui transmettons le Document d'Information Pré-contractuelle qui permet de prendre connaissance de toutes les informations relatives à notre enseigne.

Nous organisons ensuite un rendez-vous sur Bordeaux avec des visites d'agences afin de présenter dans le détail notre métier et notre fonctionnement. Il est décidé conjointement avec le candidat de la zone d'implantation de sa future agence qui est officialisée par la signature du Protocole de réservation de zone. A partir de là, tout est mis en œuvre en vue de l'ouverture de l'agence : établissement du prévisionnel, recherche de local, mise en relation

avec les banques partenaires, création de la société, mise en place de la formation à Bordeaux et la commande du pack pour une livraison/installation clés en main. Nous attachons une grande importance à l'accompagnement de nos futurs concessionnaires.

Combien de concessionnaires y-a-t-il aujourd'hui dans le réseau ?

Nous avons actuellement plus de 100 agences en France et à l'international mais nous souhaitons accélérer notre développement pour intensifier notre maillage au niveau national et confirmer notre place de leader sur le marché de la signalétique. Certains de nos concessionnaires sont là depuis les débuts et transmettent leurs affaires lorsqu'ils partent en retraite, ce qui est le signe de commerces dynamiques et pérennes.

En 2017, au niveau de la France, plus d'une dizaine de concessionnaires ont rejoint PANO. Il y a un réel intérêt autour de la concession Licence de Marque car elle permet à des hommes et des femmes de se lancer dans l'entrepreneuriat, soutenus par un réseau tout en bénéficiant d'une indépendance.

Une fois l'agence ouverte, la tête de réseau de PANO est très présente aussi : recherche de fournisseurs partenaires, de nouveaux produits, communication d'informations relatives au marché de la signalétique. Toutes ces données sont relayées via l'intranet de PANO. Tout le réseau est dans une démarche d'entraide et de solidarité. Quand un concessionnaire rejoint PANO, nous lui proposons d'être parrainé par un concessionnaire déjà existant, ce qui favorise la création de liens privilégiés. Le nouveau concessionnaire apprécie cette aide supplémentaire dans sa nouvelle activité.

Par ailleurs, nous mettons en place des réunions régionales, une convention annuelle. Ces rencontres permettent à nos concessionnaires de se retrouver pour échanger sur leurs réussites, leurs difficultés, les solutions trouvées. Cela permet au réseau d'avancer ensemble.

Françoise Bouis
Pôle développement
PANO France





Depuis quand êtes-vous concessionnaire PANO ?
Nous sommes entrés dans le réseau en Septembre 2014.

Quel est votre parcours ?

Frédéric BESSE : j'étais informaticien à mon compte.
David HOUELCHÉ : j'étais infographiste dans une imprimerie.

“Pour monter mon enseigne, je prends de la hauteur chez **pano** !”



L'agence PANO à Saint-Ouen-l'Aumone.

Interview de **Frédéric Besse** et **David Houelche**, concessionnaires **PANO** à **Saint-Ouen-l'Aumone**.

Comment et pourquoi avez-vous rejoint ce réseau ?

Nous avons rejoint ce réseau car nous voulions avoir un accompagnement pour créer une société qui nous correspond ainsi que les nombreux avantages que PANO offre à ses concessionnaires. (Accords cadre fournisseurs, département Grands Comptes, renommée du réseau, une formation de qualité). Avec PANO nous avons appris un nouveau métier. Nous avons ouvert une 2^{ème} agence 2 ans seulement après l'ouverture de la première !

Comment cela se passe-t-il au sein du réseau PANO ?

Nous sommes soutenus et accompagnés par trois personnes importantes : Françoise Bouis qui est notre maman Pano, de très bons conseils et une attention de chaque instant, Catherine BAUDET qui est incollable sur les fournisseurs et nous trouve toujours des solutions et Thomas MORLIER qui nous accompagne à chaque difficulté et nous drive en terme de management et de question de droit ou d'économie.

“ Avec PANO, nous avons appris un nouveau métier. Nous avons ouvert une 2^{ème} agence 2 ans seulement après l'ouverture de la première ! ”

Que diriez-vous à un nouveau concessionnaire PANO qui commence ?

Nous serions honnêtes : nous lui dirions qu'on n'est pas trop de deux personnes et que ce n'est pas facile au début mais que ça vaut le coup car c'est un métier passionnant et très diversifié. Nous lui dirions aussi qu'il a fait le bon choix en rejoignant cette grande famille et bien sûr que s'il a besoin nous sommes là.



pano
sign'service

Les experts en signalétique



L'agence PANO de Wavre (Belgique)

PANO à l'international

Le réseau PANO est aujourd'hui en pleine expansion à l'international. Cette ouverture s'est faite naturellement pour prolonger le succès du réseau en France. Pour nous l'expliquer, nous avons échangé avec Frédéric MORLIER, le fondateur de PANO qui s'occupe aujourd'hui du développement du réseau à l'international.

Pouvez-vous nous décrire l'évolution du réseau PANO depuis son ouverture à l'international ?

En 1999, c'est d'abord en Belgique et au Maroc que nous avons ouvert les premières agences à l'étranger. Ont suivi la Belgique, le Luxembourg, la Suisse, l'Algérie, la Tunisie. Nous sommes également partis à la conquête de l'Afrique de l'Ouest et, il y a 2 ans du Brésil et de L'Ile Maurice et de Djibouti.

En cours d'ouverture, l'Espagne, le Portugal, le Mali, le Niger et l'Arabie Saoudite, preuve du dynamisme du réseau.

“Au total, nous sommes présents dans 14 pays avec 35 agences actuellement.”

Comment fonctionne ce développement ?

Comme nous recevons de nombreuses demandes et que chaque pays continue à se développer, nous recherchons des masters pour accompagner cette croissance, notamment en Afrique de l'Ouest et en Asie.

Nous souhaitons nous développer sur 26 pays d'Afrique de l'Ouest qui sont des marchés aujourd'hui en pleine effervescence.

Comment rencontrez-vous ces concessionnaires du bout du monde ?

C'est principalement grâce à internet que nous établissons les premiers contacts. Nous sommes

présents sur plusieurs sites (Franchise Directe, l'Observatoire de la Franchise, AC Franchise...) où nous présentons l'activité de PANO et détaillons l'accompagnement proposé dans le cadre d'une licence de marque. Nous sommes également sur les grands salons mondiaux de la franchise (Bilbao, Bruxelles, Casablanca, Dakar) afin de rencontrer les potentiels concessionnaires. Nous sommes épaulés par Business France, une agence gouvernementale qui aide les entreprises à développer leur activité à l'étranger.

Et une fois que les potentiels concessionnaires s'embarquent dans l'aventure PANO, quel est le déroulement des opérations ?

Le modèle de réseau PANO se décline facilement à l'international. Tout comme en France, nous leur proposons un accompagnement de A à Z dans leurs démarches de recherche de local, de financement, de viabilité du projet par la réalisation d'un business plan. Nous offrons aux futurs concessionnaires une formation qui se déroule soit dans nos locaux, soit dans leur pays. Ils disposent ensuite du même matériel que leurs confrères pour offrir une qualité de service équivalente. Les concessionnaires sont épaulés par l'organisation de réunions régulières permettant l'échange d'informations et le retour d'expérience de chaque membre du réseau.

Aujourd'hui, combien de temps s'écoule entre la demande du concessionnaire et l'ouverture de l'agence ?

Le Benelux est le plus rapide avec un délai de 3 mois. Pour le reste du monde, il faut généralement 6 mois à 1 an.

L'ouverture de l'agence dépend souvent de l'obtention du financement, qui varie grandement d'un pays à l'autre. En moyenne, les concessionnaires apportent 30% du financement et nous les épaulons pour leurs démarches de prêt. Mais culturellement, certains pays vont privilégier l'autofinancement.

C'est notamment le cas en Afrique de l'Ouest. Nous restons présents avec les concessionnaires dans leurs démarches afin de finaliser l'ouverture de l'agence et s'assurer que tout se passe au mieux durant tout le processus.

Pourquoi des concessions plutôt que des franchises ?

En tant que concessionnaires, les entrepreneurs adhèrent à la charte qualité PANO. A ce titre, ils disposent de plus de liberté que les franchisés, car ils peuvent s'adapter aux spécificités de leur marché local. Nous leur proposons des outils marketing et de communication qu'ils peuvent choisir ou non d'utiliser. Rien n'est contraint, tout est proposé.

“Nous recherchons des masters pour accompagner cette croissance, notamment en Afrique de l'Ouest et en Asie”

Les concessionnaires ont-ils l'occasion d'échanger entre eux ?

Bien sûr ! Et cela est même fortement encouragé. Tout comme en France, nous proposons au concessionnaire de prendre part au parrainage. Lorsqu'il lance son agence le concessionnaire a ainsi quelqu'un vers qui se tourner en cas de questions. Par ailleurs, notre intranet est un outil précieux que les concessionnaires peuvent utiliser pour toute question. Enfin, une fois par an, l'ensemble des concessionnaires est convié à une convention qui permet d'échanger sur les pratiques de chacun. Le réseau PANO à l'international est une grande famille dans laquelle se transfèrent les réussites.

Quel est le profil des concessionnaires PANO à l'international ?

Il n'y a pas de profil type ! De nombreux concessionnaires sont des personnes jeunes qui souhaitent créer leur entreprise dans des pays où les salaires sont souvent peu élevés. Ainsi, nous avons des personnes très différentes, avec ou sans diplôme, qui souhaitent devenir artisans de leur réussite. Nous avons également des personnes plus âgées qui souhaitent se reconvertir dans un autre domaine. En tous les cas, elles sont rassurées par le réseau PANO, qui est reconnu mondialement et qui leur permet d'être accompagnées dans cette nouvelle aventure.

Quel est l'avenir pour le développement de PANO à l'international ?

Nous sommes aujourd'hui dans une phase de développement très active et les demandes ne cessent d'affluer. A titre d'exemple, lorsque nous avons été mis en avant sur un site de franchises en Inde, au Pakistan et à Hong-Kong, nous avons reçus plus de 400 demandes en un temps record ! La demande est très forte et le réseau PANO est un réseau de qualité dans lequel les concessionnaires se sentent bien. Nous devons nous structurer encore plus au siège afin de répondre à toutes ces demandes, afin de conquérir de nouveaux territoires. Chaque demande est traitée afin d'accompagner au mieux les nouveaux concessionnaires dans leur projet.



L'agence PANO de Tunis (Tunisie)



Frédéric MORLIER
PANO International

Le saviez-vous ?
“Le kakemono signifie en japonais « objet accroché ». Il désigne aujourd'hui une signalétique bien spécifique de bache tendue, imprimée numériquement.”

Développement et innovation

Les 3 pôles du développement et de l'innovation

1



PANO Global Sign'Service est le pôle «Grands Comptes» du réseau PANO.

La mission du pôle PANO Global Sign'Service est double : d'une part, répondre aux appels d'offres nationaux et aux consultations et d'autre part, mener des actions commerciales de développement auprès des grandes marques nationales à multi points de vente.

L'objectif est d'apporter un service «Global» à nos clients nationaux et un volume d'affaires complémentaires à nos concessionnaires en région.

2



PANO Sourcing est le pôle «Achats» du réseau PANO.

La mission de PANO Sourcing est de rechercher, sélectionner et référencer des fournisseurs de matières premières, sous-traitants et prestataires de services pour le réseau PANO. Le pôle « achat » propose également des outils de communication chartés PANO tels que la papeterie, les objets publicitaires, le textile PANO Team ou encore la signalétique intérieure et extérieure.

L'objectif est de passer des accords avec une tarification au meilleur coût et services adaptés au réseau PANO. Les partenariats fournisseurs permettent de bénéficier d'exclusivités ou encore de formations spécifiques pour les concessionnaires PANO.

3



PANO Digital est le pôle «Communication Digitale» du réseau PANO.

La mission du pôle PANO Digital est de trouver les solutions pour pouvoir proposer dès aujourd'hui la signalétique de demain.

A l'heure des objets connectés, le réseau PANO offre à ses concessionnaires la possibilité de proposer à leurs clients, les solutions digitales, comme les écrans géants à LED ou les bornes interactives.

L'objectif est de mettre au service de nos concessionnaires, les nouvelles technologies «digitales» pour qu'ils puissent profiter d'une activité en plein essor et ainsi, développer leur chiffre d'affaires sur des marchés où les concurrents de la signalétique et du marquage publicitaire, ne sont pas encore.

Interview d'un client grand compte

Mr Legendre est en charge de la gestion du réseau commercial. La société dispose d'un réseau de 150 bureaux en France



Comment avez-vous connu PANO ?

J'ai pris contact avec la société par le biais d'un salon. Je cherchais un prestataire pouvant assurer la signalétique de nos bureaux partout en France. Notre réseau étant très étendu, il était important pour nous de trouver une entreprise en capacité d'assurer le service au niveau national. Le réseau PANO assurant un maillage national, nous avons choisi de travailler avec eux.

Quelles interventions a réalisé PANO sur le réseau PREVOIR ?

Nous avons commencé par des travaux d'impression et de pose. Nous les avons sollicité à chaque changement de bureau ainsi qu'à l'occasion de rénovations. A chaque fois, PANO Global Sign'Service a assuré le suivi avec les agences PANO concernées pour un suivi facilité. Il ne s'agit pas d'opérations massives mais plus de traitement bureau par bureau. PANO est également intervenu ponctuellement pour de petits travaux : plaques, changements de noms, film micro-perforé, etc...

Quel type de contrat avez-vous avec PANO ?

Nous avons un contrat annuel renouvelable avec des tarifs déterminés au mètre carré ou à l'unité. Pour chaque intervention, un devis nous est rapidement

transmis pour une intervention dans les meilleurs délais. Nous disposons d'une charte graphique et les infographistes du service Grands Comptes nous permettent d'adapter cette charte à chaque site. Nous sommes dans une relation de confiance qui nous permet de travailler efficacement.

Comment se déroule le travail avec PANO ?

Le service Grands Comptes est très réactif. Nous formulons une demande avec envoi de photos et description des travaux à réaliser. Nous avons ainsi appris à travailler de façon efficace et tout est réalisé en amont afin qu'une équipe intervienne pour la réalisation de la pose. Pour les opérations de plus grande envergure, PANO s'adapte et nous propose toujours des solutions personnalisées.

Comment qualifieriez-vous le service PANO ?

Réactivité et adaptabilité à nos demandes. Pour nous, avoir un partenaire de confiance pour ces réalisations est un réel gain de temps puisque nous nous adressons à un seul interlocuteur pour toute notre signalétique, qui est capable d'intervenir.



I Le saviez-vous ?
"L'adhésif micro-perforé permet de couvrir une grande surface vitrée sans obscurcir l'intérieur d'un magasin."



Les PANO du Cœur s'engagent pour de belles causes !

PANO a créé en 2012 une association à but non lucratif, Les PANO Du Cœur. L'ambition de l'association est de mettre en place des opérations pour soutenir de grandes causes, caritatives, écologiques ou humanitaires.

Après une opération réussie avec les Blouses Roses, les PANO du Cœur se sont mobilisés pour les collégiens de Saint Jacques de Ourahio en Côte d'Ivoire.



Récemment, toute l'équipe PANO de la région Alsace s'est mobilisée pour la rénovation d'une salle de réveil pour enfants à l'hôpital Paul Stauss de Strasbourg. Ils ont mis en place des décorations adhésives sur le thème des animaux de la savane.



PANO s'engage dans une démarche éco-responsable

Des actions concrètes ont été mis en place au sein du réseau PANO telles que :

- **Le processus de tri et de recyclage des déchets.**
- **Le recyclage des cartouches d'encre de nos traceurs numériques**

En tant qu'acteur investi et responsable, PANO réfléchit à une pratique quotidienne d'aide à la protection de l'environnement par **la philosophie des trois R : « Réduire, Réutiliser, Recycler »**. Il s'agit de mettre en place des actions pratiques écologiques à appliquer au quotidien par l'ensemble de nos équipes au sein de chacune de nos agences. Il est important que nous nous mobilisons tous ensemble pour lutter contre le réchauffement climatique.



L'organisme de **formation interne** du réseau **PANO** référencé **Datadock**



L'organisme de formation interne du réseau PANO, PANO Academy a obtenu le référencement Datadock (plateforme de référencement des organismes de formation commune à l'ensemble des financeurs).

Cette distinction récompense le professionnalisme du centre de formation qui permet aux futurs concessionnaires d'acquérir tout le savoir-faire, les fondamentaux du métier afin de démarrer leur activité dans les meilleures conditions.



Elle prouve la conformité de la formation aux exigences de qualité prévues par la loi. Elle offre ainsi aux futurs concessionnaires qui nous rejoignent de bénéficier d'une prise en charge de leur formation auprès des financeurs de la formation professionnelle (OPCA, Fongecif...).

Nouveau



Outils Marketing

PANO a créé un book **communication marketing** pour le réseau

Ce book regroupe les principales opérations communication marketing avec un calendrier pour les appliquer tout au long de l'année.



Des visuels chartés PANO ont été créés pour les **campagnes d'e-mailing** à envoyer tous les mois aux bases de données prospects / clients.



Des courriers chartés PANO ont été créés pour **envoi aux différents secteurs d'activités : 52 cibles de secteurs** d'activités différents ont été identifiées et **52 modèles de courriers**.

Le réseau

Le réseau et ses activités

Réunions régionales



30^e convention annuelle PANO à Barcelone



“La réussite appartient à tout le monde. C’est au travail d’équipe qu’en revient le mérite.”

Franck Piccard - Champion olympique de ski alpin

Remise des trophées lors de la convention annuelle 2017



Meilleur signalétique intérieure - PANO Martigues



Meilleure marquage véhicule - PANO Evreux



Les 5 bonnes raisons de choisir PANO

1 L'image de marque

PANO a une notoriété spontanée auprès des professionnels, synonyme de qualité et de réactivité. C'est un réseau mondial qui domine le marché Français avec plus de 100 agences et une image de marque dynamique qui a fait ses preuves depuis près de 40 ans.

PANO c'est une opportunité de croissance exponentielle sur un marché en évolution constante. Chez PANO les offres de concessions sont évolutives pour répondre aux concessionnaires ambitieux.

2 Le "pacte sérénité"

Parce que la réussite de nos concessionnaires, c'est aussi le succès de notre marque, nous offrons à nos concessionnaires un "pacte sérénité". Cet engagement intègre une étude de concurrence sur votre zone de chalandise, l'assistance pour le business plan adapté à vos investissements avec la mise en relation avec Fiducial, un accompagnement pour le financement avec des banques partenaires, un programme de formation individuelle et personnalisée, l'ensemble des outils de gestion (répertoire fournisseurs, tarif produits, etc...), ainsi qu'un accompagnement d'une semaine lors de l'ouverture.

3 Le «Team»

Devenir concessionnaire PANO c'est intégrer une grande famille de professionnels de la signalétique. Ainsi vous participerez aux réunions régionales, aux conventions nationales et aux salons professionnels. Vous serez en relation constante avec les autres concessionnaires et la tête de réseau. Vous aurez un contact privilégié avec le Président du groupe. Enfin, vous recevrez les dernières informations internes et externes via PANO'News.

4 Le développement et l'innovation

Au-delà d'outils classiques comme un serveur d'échanges de fichiers, de documents ou d'expériences, PANO a créé des outils de développement uniques :

- PANO Global Sign'Service, le pôle «Grands Comptes» qui apporte un volume d'affaires national.
- PANO Agency, l'offre aux agences de communication qui seront vos prescripteurs récurrents
- PANO Digital une offre innovante pour répondre à la signalétique interactive de demain.
- PANO Sourcing, le pôle achat qui négocie pour vous les achats aux meilleurs coûts.

5 Le marketing

Les concessionnaires PANO bénéficient d'un ensemble d'outils publicitaires élaboré selon un plan stratégique de communication : site internet, adresses courriels dédiés, un programme d'actions de communication annuel avec un book d'outils publicitaires, la charte graphique et pour les nouvelles concessions une campagne publicitaire de lancement.





Ile Maurice

pano Vacoas

Nouvelle-Calédonie

pano Nouméa

La Réunion

pano St Pierre

pano St Denis

La Martinique

pano Fort de France

Brésil

pano Sao José Dos Campos

Côte d'Ivoire

pano Abidjan

Mali

pano Bamako*

Niger

pano Niamey*

Sénégal

pano Dakar

Tunisie

pano Nabeul

pano Tunis 1-2*

pano Sousse

pano Ariana

Djibouti

pano Djibouti

Algérie

pano Alger 1-2-3-4-5

pano Bejaia*

Maroc

pano Casablanca 1-2-3

pano Rabat

pano Témara

*En cours d'ouverture