

Panos zet fors in op donuts en lanceert exclusieve Hé Clair!-donut met uniek recept

PERSBERICHT

Erpe-Mere, 31/01/2022 — Vanaf maandag 31 januari zet Panos zijn donuts in de spotlights met de campagne ‘Panos geeft een rondje’. De marktleider vernieuwt en verbreedt z’n donutgamma met 8 zoete smaakmakers op het menu, waarvan 2 vegan. Van roze glazuur mét aardbeismaak, tot typisch Belgische speculooscrumble on top, of liever een exemplaar met pistachevulling? Een leuk buitenbeentje is de Hé Clair!-donut, aka een smakelijk huwelijk tussen de éclair en de donut, met 20% extra vanille custardvulling, een exclusief en gloednieuw Panos-recept.



Omdat hét momentum van donuts nu is, lanceert Panos de campagne ‘Panos geeft een rondje’ vanaf maandag 31 januari in al zijn winkels en op z’n sociale media en website. Als marktleider van brood, belegde broodjes en viennoiserie volgt Panos belangrijke food- en consumententrends op de voet. Doordat Panos al sinds jaar en dag donuts in het vaste assortiment heeft, is er veel productkennis en know how over de voorkeuren van consumenten.

Donuts, de hele dag door

Donuts gaan op élk moment van de dag vlot over de toonbank, want doen het zeer goed als ontbijt, maar ook als vieruurtje na school of bij de koffie. Meer dan de helft van de donutliefhebbers eet de zoete zonde graag rustig alleen op. Ruim een derde van de Belgen deelt het plezier van donuts eten het liefst met z’n gezinsleden.

8 donutsmaken bij Panos (2 vegan)

De ronde vorm en het gaatje — dat er al sinds het midden van de 19e eeuw voor zorgt dat het deeg rondom overal perfect gebakken is — kent iedereen. Vanuit deze basis werkte Panos aan nieuwe en verbeterde recepten. Het resultaat: 8 smaakvolle donuts (4 zonder en 4 met vulling) die dit seizoen een piëdestal krijgen in de toonbanken.

De klassieke suikerdonut (vegan) en donut met chocoladetopping kunnen niet ontbreken. Eentje met een heerlijke, crunchy speculooscrumble (vegan) is dan weer typisch Belgisch. Zin in een kleurrijke eyecatcher? Dan is er de roze geglazuurde donut met aardbeismaak - de donutrecepten van Panos bevatten uitsluitend natuurlijke aroma's en natuurlijke kleurstoffen.

Mag het iets meer zijn? Hé Clair! combineert donutdeeg met véél vulling

De eyecatcher is zonder twijfel de nieuwkomer: Hé Clair!-donut, die exclusief door Panos ontwikkeld werd. Panos biedt in dit recept the best of both worlds: zacht donutdeeg én extra, 20% meer vulling dan in standaard gevulde donuts, heerlijke vanille custard - die iedereen kent dankzij de klassieke eclairs - middenin het deeg. Belgische chocolade en gele Panos-graantjes maken het helemaal af.



De gevulde donut met aardbei bevat een smeuïge aardbeienjam en heeft een topping van witte chocolade en gevriesdroogde aardbeistukjes. Nooit te veel chocolade? Dan is de gevulde cacaodonut met fluweelzachte chocolade en een topping van melkchocolade en crunchy hazelnoten perfect. Tot slot nog een smaakmaker met dat tikkeltje extra: de nieuwe gevulde pistachedonut.

Gen Z'ers en Millenials bij Panos

Een belangrijk doelpubliek voor de donutmarkt zijn millenials en gen-Z'ers. Panos kiest daarom niet alleen voor een visueel frisse, fun campagne op de klassieke kanalen (shop, advertenties, content op eigen socials). Voor het eerst werkt Panos ook samen met Tiktokkers die creatieve videocontent zullen maken over en met dozen vol donuts.

Panos trakteert: digitaal, in winkels en in straatbeeld

Om consumenten kennis te laten maken met het nieuwe donutaanbod zal de campagne 'Panos geeft een rondje' z'n naam ook letterlijk waarmaken. Zo zullen klanten getrakteerd worden op proevertjes in de shops en worden samples met een fietskar uitgedeeld in het straatbeeld van centrumsteden. Op de campagnewebsite kan je met één simpele draai aan het virtuele rad dan weer gratis Panos-donuts winnen.

Over La Lorraine Bakery Group

La Lorraine Bakery Group (LLBG) is een 100% Belgisch familiebedrijf dat actief is in de maalderij- en bakkerijsector met een breed gamma aan kwalitatief hoogwaardige bakkerijproducten. Dagelijks produceren en verkopen meer dan 4.300 enthousiaste medewerkers in meer dan 30 landen bakkerijproducten aan consumenten, supermarkten en de foodservice sector.

We bouwen aan een toonaangevend internationaal bedrijf, met meer dan 15 productie-eenheden in 7 landen, gepassioneerd door groei en de ambitie om de bakkerijmarkt te transformeren door middel van jarenlange expertise, nieuwe technologieën en gemotiveerde en getalenteerde medewerkers. Het bedrijf opereert in 4 business units: Bakery Frozen, Bakery Fresh, Store Concepts & Milling.

De belangrijkste financiële doelstellingen zijn waardecreatie op lange termijn gebaseerd op kwalitatieve groei door innovatie en ondernemerschap. De groep rapporteerde een omzet van €744 miljoen in 2020.

We willen generaties lang een duurzaam, ondernemend bedrijf blijven met hart en ziel voor kwaliteit en innovatie, dat het goed doet voor al zijn stakeholders, waardoor we niet alleen een groter, maar vooral ook een beter bedrijf worden.

www.llbg.com

Contact

Nele Van Malderen

n.vanmalderen@llbg.com

+32 (0)470 500 200