

# Les enseignes ont plus d'un tour de pub dans leur sacs

*Les sacs-shopping se transforment en campagnes ambulantes.*

**C**ELA fait bien longtemps que le sac de shopping ne sert plus seulement à protéger le produit acheté et à le transporter. Il est devenu un véritable média publicitaire, véhiculant et valorisant de manière croissante l'image d'une marque ou d'une enseigne. Un média qui bouge et se renouvelle sans cesse : chaque événement donne naissance à des sacs imaginés comme des affiches publicitaires ambulantes. Les grands magasins, notamment, utilisent largement cet outil.

Au *Printemps*, les opérations de communication sont relayées en magasin avec de nouveaux sacs de shopping, édités en série limitée et habillés au rythme des événements par de jeunes artistes. Pour les sélectionner, l'enseigne s'est associée à la galerie d'art *RX*, un espace situé au cœur de la rive droite, à Paris.

Dans les Salons, c'est un support de visibilité et un outil de marketing relationnel, les exposants n'hésitant pas à faire appel à des hôtes qui les distribuent aux visiteurs. Pour se faire remar-



**SACS SHOPPING DU PRINTEMPS ET DES GALERIES LAFAYETTE.**

Les grands magasins éditent des sacs en série limitée pour promouvoir leurs événements. Ceux-ci deviennent autant d'affiches publicitaires ambulantes. (AK Emballages).