

# LES GRANDES TENDANCES DES SACS PUBLICITAIRES PERSONNALISÉS



**BToBAG**



# INTRODUCTION

Les sacs publicitaires font leur révolution grâce à de nouveaux process d'impression. Ils ouvrent la voie à des nouveautés tactiles et visuelles qui transforment l'expérience de consommation.

Acteur de cette transformation au quotidien, BTOBAG passe en revue les opportunités possibles pour se démarquer. Les sacs publicitaires sont avec l'achat le seul lien entre la marque et le client. La faculté pour une marque d'offrir gratuitement plus à ses clients est un puissant moyen de captiver les consommateurs. Cette démarche renforce le lien avec les marques et permet de transformer les clients en ambassadeurs à leur profit.

**“ Harmoniser les valeurs de la marque avec les sacs publicitaires, c'est la promesse d'une expérience unique. ”**

Quelles sont les matières à la mode et pourquoi ?  
Comment optimiser mes sacs personnalisés pour mon activité ?

Quelles sont les pratiques actuelles dans mon métier ?

Comment varier les contenus sur mes sacs publicitaires ?

Voici 3 axes qui permettront d'aborder les solutions concrètes pour apporter une vraie expérience unique à vos clients :

**la matière** : même si les marques ont le choix, on retrouve quelques similitudes selon l'activité des entreprises

**le contenu** : le coeur du projet

**le graphisme** : ou comment attirer l'oeil des passants

# 01

## LES TENDANCES PAR MATIÈRE

### SAC PAPIER KRAFT

En repiquage ou neufs, cette matière connaît un franc succès. Ses propriétés de fabrication et son coût correspondent à la demande des consommateurs. Écologie, minimalisme et personnalisation ravissent les enseignes.

### SAC LUXE

ce type de sac possède les options de personnalisation les plus larges en terme de couleurs, finitions et esthétique. Les annonceurs en recherche de valeur ajoutée choisiront sans discuter ce modèle. Le sac "Luxe" est le plus convoité de nos jours.

### SAC LUXE À FORT GRAMMAGE

Metalvac G est une gamme entièrement recyclable de la marque « Lecta ». Finition aspect « Métal », ce type de sac existe dans les mêmes grammages que les sacs luxe classique (environ 150g/m<sup>2</sup>). Il ouvre des possibilités de rigidité et pelliculage exclusif, et est compatible avec tous les types d'impression.

# 02 LES TENDANCES PAR MESSAGE

Le contenu du message est libre et à disposition de l'annonceur. Dans une recherche de mémorisation, il est intéressant de connaître les thèmes actuels sur le marché. Après un tour d'horizon sur le sujet, voici ce que nous avons relevé :

## PERSONNALISATION :

L'expérience unique de consommation est l'objectif. Se démarquer par rapport à ses concurrents en étant plus proche des clients multiplie les opportunités commerciales.

« 66% des clients sont prêts à quitter une marque s'ils se sentent anonymes. »

## HAPPY COMMUNICATION :

Le ton positif et la transmission d'énergie captent l'attention des consommateurs. L'optimisme véhiculé par vos sacs est vecteur d'enthousiasme à acheter vos produits.

## ÉCOLOGIE :

Valeur universelle et plébiscitée par les consommateurs, elle se place aujourd'hui comme une thématique phare qui fait mouche à tous les coups. Qui ne veut pas aider à la protection et au respect de l'environnement



# 02 (suite)

## LES TENDANCES PAR MESSAGE

### QR CODE :

Type de code barre en 2 dimensions constitué de modules noirs sur un carré de fond blanc. Cet outil stocke des informations et déclenche des opérations tels que naviguer vers un site, regarder une vidéo, se connecter à une borne wifi, envoyer un courriel, effectuer un paiement, ajouter un événement, etc.

### LOGO RÉSEAUX SOCIAUX :

Mentionner l'adresse Facebook développe gratuitement la communauté. Cela distrait les clients, les fidélise, mais en recrute aussi de nouveaux.

### CRÉATION PROPRE :

Une marque crée son identité grâce à des contenus uniques. Cela libère l'espace de communication et augmente la mémorisation des messages.



« innover, c'est éloigner la concurrence. »

# 03

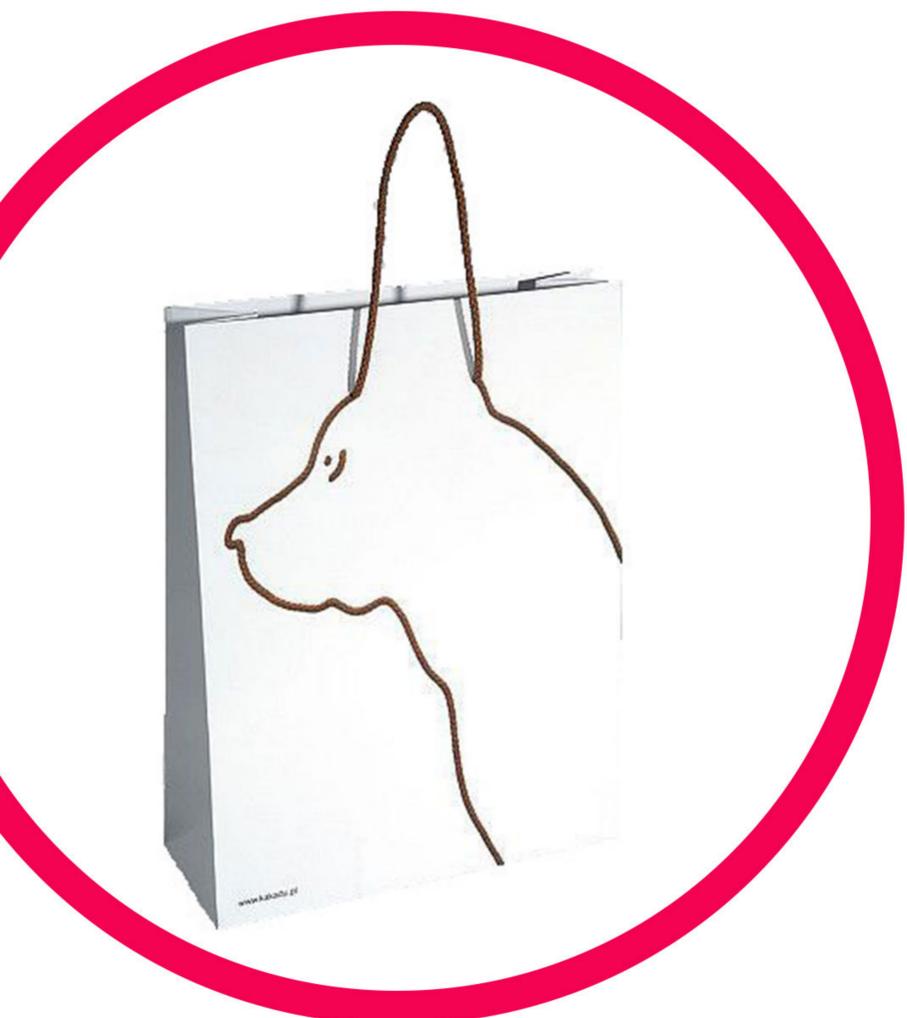
## LES TENDANCES DE GRAPHISME

### ILLUSTRATIONS LUDIQUES :

Faire passer les idées simplement est une solution qui valorise en captant l'attention par la distraction du lecteur. Il rend le message plus humain.

### TYPOGRAPHIE 3D :

Elle se démocratise de plus en plus. L'objectif est de se montrer toujours plus innovant et créatif. Créer une police de caractère unique attribue à la marque une mémorisation immédiate.



### LA BICHROMIE :

Nouvelle tendance "Flashy". Consiste à traiter en 2 tons une image pour faire ressortir l'essentiel. En effet, la cohérence des couleurs est un critère pour la réussite de l'annonceur. On en voit apparaître des plus vives comme le vert et le violet, permettant des contenus atypiques pour capter l'attention.

### MINIMALISTE :

Dans la même lignée, cette approche renforce le message et le rend plus exclusif.

**95%** de nos clients sont satisfaits !

*“Communication, réactivité, service, qualité, délais, prix... tout est très satisfaisant ! Je recommande.”*

Alexandre

*“Service client réactif, produits conformes à mes attentes et livrés dans les temps.”*

Yolaine

**BTOBAG**

*“ Une rapidité d'exécution, un produit très satisfaisant, et surtout une excellente communication.”*

Nadine

*“ Je suis client chez BTOBAG depuis 3 années déjà, et je suis très satisfait du service ainsi que de la qualité des sacs! À très bientôt “*

Raphael



TOTE BAG PERSONNALISÉ



SAC PAPIER KRAFT



SAC LUXE



SAC CABAS RÉUTILISABLE



BIGBAG



SAC PLASTIQUE

Merci de nous avoir lu !  
Retrouvez toute la collection sur notre site internet :  
**btobag.com**



Tel : 09 80 42 10 20

Email : [contact@btobag.com](mailto:contact@btobag.com)

Web : [btobag.com](http://btobag.com)

166, Cours du Maréchal Gallieni 33400 TALENCE FRANCE