

H E A R T O F T H E
H O P P I N G B A G



GRAPHIS SHOPPING BAG 1

.....

AN INTERNATIONAL COLLECTION OF SHOPPING BAG DESIGN

TRAGTASCHEN-DESIGN IM INTERNATIONALEN ÜBERBLICK

UNE COMPILATION INTERNATIONALE SUR LE DESIGN DES SACS À COMMISSIONS

EDITED BY • HERAUSGEGEBEN VON • EDITÉ PAR:

B. MARTIN PEDERSEN

PUBLISHER AND CREATIVE DIRECTOR: B. MARTIN PEDERSEN

EDITORS: ANNETTE CRANDALL, HEINKE JENSSEN

ASSISTANT EDITORS: VALERIE ARNADE, JÖRG REIMANN

ART DIRECTORS: B. MARTIN PEDERSEN, RANDELL PEARSON

PHOTOGRAPHERS: ALFREDO PARRAGA, WALTER ZUBER

GRAPHIS PRESS CORP. ZÜRICH (SWITZERLAND)

COMMENTARY BY TRACY MULLIN	8
INDEX	209

BOOK STORE	12
CANDY	14
CHURCH	15
COSMETICS	17
CRAFT	22
DESIGN EVENT	24
DESIGNER PRODUCTS	25
EDUCATION	28
ENTERTAINMENT	27
EVENTS	30
FASHION	32
FILM	109
FOOD & BEVERAGES	80
FURNITURE	106
HAIRDRESSER	110
INDUSTRY	111
JEWELRY	132
MUSEUMS	134
MUSIC	144
PACKAGING	146
PROMOTION	145
RETAIL	148
RESTAURANT	180
SHOPPING MALLS	181
SERVICES	194
SOCIAL	195
SPORTS	196
STUDENTS	198
SURF SHOP	201
TEXTILES	202
TOBACCO	204
TOYS	206
TRAVEL	205
XMAS	208

KOMMENTAR VON TRACY MULLIN	8
KÜNSTLERVERZEICHNIS	209

AUSBILDUNG	28
BUCHLADEN	12
DESIGNERPRODUKTE	25
DESIGNVERANSTALTUNG	24
Dienstleistungen	194
EINKAUFSZENTREN	181
EINZELHANDEL	148
FILM	109
FRISEUR	110
HANDWERK	22
INDUSTRIE	111
KIRCHE	15
KOSMETIK	17
MÖBEL	106
MODE	32
MUSEEN	134
MUSIK	144
NAHRUNGSMITTEL & GETRÄNKE	80
PROMOTIONEN	145
REISEN	205
RESTAURANT	180
SCHMUCK	132
SOZIAL	195
SPIELWAREN	206
SPORT	196
STUDENTEN	197
SURF LADEN	201
SÜSSWAREN	14
TABAK	204
TEXTILIEN	202
UNTERHALTUNGSINDUSTRIE	27
VERANSTALTUNGEN	30
VERPACKUNGEN	146
WEIHNACHT	208

COMMENTAIRE DE TRACY MULLIN	8
INDEX	209

ALIMENTATION & BOISSONS	80
ARTISANAT	22
BIJOUTERIE	132
BOUTIQUE DE SURF	201
CENTRES D'ACHAT	181
COIFFURE	110
COMMERCE DE DÉTAIL	148
COSMÉTIQUE	17
EDUCATION	28
EGLISE	15
ETUDIANTS	198
FILM	109
FRIANDISES	14
MANIFESTATION DE DESIGN	24
PRODUITS DESIGN	25
INDUSTRIE	111
INDUSTRIE DE DIVERTISSEMENT	27
JOUETS	206
LIBRAIRIE	12
MANIFESTATIONS	30
MOBILIER	106
MODE	32
MUSÉES	134
MUSIQUE	144
NOEL	208
PACKAGING	146
PROMOTION	145
RESTAURANT	180
SERVICES	194
SOCIAL	195
SPORT	196
TABAC	203
TEXTILES	202
VOYAGE	205

REMARKS

WE EXTEND OUR HEARTFELT THANKS TO CONTRIBUTORS THROUGHOUT THE WORLD WHO HAVE MADE IT POSSIBLE TO PUBLISH A WIDE AND INTERNATIONAL SPECTRUM OF THE BEST WORK IN THIS FIELD.

ENTRY INSTRUCTIONS FOR ALL GRAPHIS BOOKS MAY BE REQUESTED AT:
GRAPHIS PRESS
141 LEXINGTON AVENUE
NEW YORK, NY 10016-8193

ANMERKUNGEN

UNSER DANK GILT DEN EINSENDERN AUS ALLER WELT, DIE ES UNS DURCH IHRE BEITRÄGE ERMÖGLICHT HABEN, EIN BREITES, INTERNATIONALES SPEKTRUM DER BESTEN ARBEITEN ZU VERÖFFENTLICHEN.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN FÜR DIE GRAPHIS-BÜCHER SIND ERHÄLTICH BEIM:
GRAPHIS VERLAG AG
DUFOURSTRASSE 107
8008 ZÜRICH, SCHWEIZ

REMERCIEMENTS

NOUS REMERCIONS LES PARTICIPANTS DU MONDE ENTIER QUI ONT RENDU POSSIBLE LA PUBLICATION DE CET OUVRAGE OFFRANT UN PANORAMA COMPLET DES MEILLEURS TRAVAUX RÉALISÉS DANS CE DOMAINE.

LES MODALITÉS D'INSCRIPTION PEUVENT ÊTRE OBTENUES AUPRÈS DE:
EDITIONS GRAPHIS
DUFOURSTRASSE 107
8008 ZÜRICH, SUISSE

G R A P H I S S H O P P I N G B A G 1



GRAPHIS SHOPPING BAG 1

.....

AN INTERNATIONAL COLLECTION OF SHOPPING BAG DESIGN

TRAGTASCHEN-DESIGN IM INTERNATIONALEN ÜBERBLICK

UNE COMPILATION INTERNATIONALE SUR LE DESIGN DES SACS À COMMISSIONS

EDITED BY • HERAUSGEGEBEN VON • EDITÉ PAR:

B. MARTIN PEDERSEN

PUBLISHER AND CREATIVE DIRECTOR: B. MARTIN PEDERSEN

EDITORS: ANNETTE CRANDALL, HEINKE JENSSEN

ASSISTANT EDITORS: VALERIE ARNADE, JÖRG REIMANN

ART DIRECTORS: B. MARTIN PEDERSEN, RANDELL PEARSON

PHOTOGRAPHERS: ALFREDO PARRAGA, WALTER ZUBER

GRAPHIS PRESS CORP. ZÜRICH (SWITZERLAND)



COMMENTARY BY TRACY MULLIN	8
INDEX	209

BOOK STORE	12
CANDY	14
CHURCH	15
COSMETICS	17
CRAFT	22
DESIGN EVENT	24
DESIGNER PRODUCTS	25
EDUCATION	28
ENTERTAINMENT	27
EVENTS	30
FASHION	32
FILM	109
FOOD & BEVERAGES	80
FURNITURE	106
HAIRDRESSER	110
INDUSTRY	111
JEWELRY	132
MUSEUMS	134
MUSIC	144
PACKAGING	146
PROMOTION	145
RETAIL	148
RESTAURANT	180
SHOPPING MALLS	181
SERVICES	194
SOCIAL	195
SPORTS	196
STUDENTS	198
SURF SHOP	201
TEXTILES	202
TOBACCO	204
TOYS	206
TRAVEL	205
XMAS	208

KOMMENTAR VON TRACY MULLIN	8
KÜNSTLERVERZEICHNIS	209

AUSBILDUNG	28
BUCHLADEN	12
DESIGNERPRODUKTE	25
DESIGNVERANSTALTUNG	24
Dienstleistungen	194
EINKAUFSZENTREN	181
EINZELHANDEL	148
FILM	109
FRISEUR	110
HANDWERK	22
INDUSTRIE	111
KIRCHE	15
KOSMETIK	17
MÖBEL	106
MODE	32
MUSEEN	134
MUSIK	144
NAHRUNGSMITTEL & GETRÄNKE	80
PROMOTIONEN	145
REISEN	205
RESTAURANT	180
SCHMUCK	132
SOZIAL	195
SPIELWAREN	206
SPORT	196
STUDENTEN	197
SURF LADEN	201
SÜSSWAREN	14
TABAK	204
TEXTILIEN	202
UNTERHALTUNGSINDUSTRIE	27
VERANSTALTUNGEN	30
VERPACKUNGEN	146
WEIHNACHT	208

COMMENTAIRE DE TRACY MULLIN	8
INDEX	209

ALIMENTATION & BOISSONS	80
ARTISANAT	22
BIJOUTERIE	132
BOUTIQUE DE SURF	201
CENTRES D'ACHAT	181
COIFFURE	110
COMMERCE DE DÉTAIL	148
COSMÉTIQUE	17
EDUCATION	28
EGLISE	15
ETUDIANTS	198
FILM	109
FRIANDISES	14
MANIFESTATION DE DESIGN	24
PRODUITS DESIGN	25
INDUSTRIE	111
INDUSTRIE DE DIVERTISSEMENT	27
JOUETS	206
LIBRAIRIE	12
MANIFESTATIONS	30
MOBILIER	106
MODE	32
MUSÉES	134
MUSIQUE	144
NOEL	208
PACKAGING	146
PROMOTION	145
RESTAURANT	180
SERVICES	194
SOCIAL	195
SPORT	196
TABAC	203
TEXTILES	202
VOYAGE	205

REMARKS

WE EXTEND OUR HEARTFELT THANKS TO CONTRIBUTORS THROUGHOUT THE WORLD WHO HAVE MADE IT POSSIBLE TO PUBLISH A WIDE AND INTERNATIONAL SPECTRUM OF THE BEST WORK IN THIS FIELD.

ENTRY INSTRUCTIONS FOR ALL GRAPHIS BOOKS MAY BE REQUESTED AT:
GRAPHIS PRESS
141 LEXINGTON AVENUE
NEW YORK, NY 10016-8193

ANMERKUNGEN

UNSER DANK GILT DEN EINSENDERN AUS ALLER WELT, DIE ES UNS DURCH IHRE BEITRÄGE ERMÖGLICHT HABEN, EIN BREITES, INTERNATIONALES SPEKTRUM DER BESTEN ARBEITEN ZU VERÖFFENTLICHEN.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN FÜR DIE GRAPHIS-BÜCHER SIND ERHÄLTICH BEIM:
GRAPHIS VERLAG AG
DUFOURSTRASSE 107
8008 ZÜRICH, SCHWEIZ

REMERCIEMENTS

NOUS REMERCIONS LES PARTICIPANTS DU MONDE ENTIER QUI ONT RENDU POSSIBLE LA PUBLICATION DE CET OUVRAGE OFFRANT UN PANORAMA COMPLET DES MEILLEURS TRAVAUX RÉALISÉS DANS CE DOMAINE.

LES MODALITÉS D'INSCRIPTION PEUVENT ÊTRE OBTENUES AUPRÈS DE:
EDITIONS GRAPHIS
DUFOURSTRASSE 107
8008 ZÜRICH, SUISSE

GRAPHIS PUBLICATIONS

GRAPHIS, THE INTERNATIONAL BI-MONTHLY JOURNAL OF VISUAL COMMUNICATION
GRAPHIS SHOPPING BAG, AN INTERNATIONAL COLLECTION OF SHOPPING BAG DESIGN
GRAPHIS MUSIC CD, AN INTERNATIONAL COLLECTION OF CD DESIGN
GRAPHIS DESIGN, THE INTERNATIONAL ANNUAL OF DESIGN AND ILLUSTRATION
GRAPHIS ADVERTISING, THE INTERNATIONAL ANNUAL OF ADVERTISING
GRAPHIS BROCHURES, A COMPILATION OF BROCHURE DESIGN
GRAPHIS PHOTO, THE INTERNATIONAL ANNUAL OF PHOTOGRAPHY
GRAPHIS ALTERNATIVE PHOTOGRAPHY, THE INTERNATIONAL ANNUAL OF ALTERNATIVE PHOTOGRAPHY
GRAPHIS NUDES, A COLLECTION OF CAREFULLY SELECTED SOPHISTICATED IMAGES
GRAPHIS POSTER, THE INTERNATIONAL ANNUAL OF POSTER ART
GRAPHIS PACKAGING, AN INTERNATIONAL COMPILATION OF PACKAGING DESIGN
GRAPHIS LETTERHEAD, AN INTERNATIONAL COMPILATION OF LETTERHEAD DESIGN
GRAPHIS DIAGRAM, THE GRAPHIC VISUALIZATION OF ABSTRACT, TECHNICAL AND STATISTICAL FACTS AND FUNCTIONS
GRAPHIS LOGO, AN INTERNATIONAL COMPILATION OF LOGOS
GRAPHIS EPHEMERA, AN INTERNATIONAL COLLECTION OF PROMOTIONAL ART
GRAPHIS PUBLICATION, AN INTERNATIONAL SURVEY OF THE BEST IN MAGAZINE DESIGN
GRAPHIS ANNUAL REPORTS, AN INTERNATIONAL COMPILATION OF THE BEST DESIGNED ANNUAL REPORTS
GRAPHIS CORPORATE IDENTITY, AN INTERNATIONAL COMPILATION OF THE BEST IN CORPORATE IDENTITY DESIGN
GRAPHIS TYPOGRAPHY, AN INTERNATIONAL COMPILATION OF THE BEST IN TYPOGRAPHIC DESIGN

GRAPHIS PUBLIKATIONEN

GRAPHIS, DIE INTERNATIONALE ZWEIMONATSZEITSCHRIFT DER VISUELLEN KOMMUNIKATION
GRAPHIS SHOPPING BAG, TRAGTASCHEN-DESIGN IM INTERNATIONALEN ÜBERBLICK
GRAPHIS MUSIC CD, CD-DESIGN IM INTERNATIONALEN ÜBERBLICK
GRAPHIS DESIGN, DAS INTERNATIONALE JAHRBUCH ÜBER DESIGN UND ILLUSTRATION
GRAPHIS ADVERTISING, DAS INTERNATIONALE JAHRBUCH DER WERBUNG
GRAPHIS BROCHURES, BROSCHÜRENDESIGN IM INTERNATIONALEN ÜBERBLICK
GRAPHIS PHOTO, DAS INTERNATIONALE JAHRBUCH DER PHOTOGRAPHIE
GRAPHIS ALTERNATIVE PHOTOGRAPHY, DAS INTERNATIONALE JAHRBUCH ÜBER ALTERNATIVE PHOTOGRAPHIE
GRAPHIS NUDES, EINE SAMMLUNG SORGFÄLTIG AUSGEWÄHLTER AKT PHOTOGRAPHIE
GRAPHIS POSTER, DAS INTERNATIONALE JAHRBUCH DER PLAKATKUNST
GRAPHIS PACKAGING, EIN INTERNATIONALER ÜBERBLICK ÜBER DIE PACKUNGSGESTALTUNG
GRAPHIS LETTERHEAD, EIN INTERNATIONALER ÜBERBLICK ÜBER BRIEFPAPIERGESTALTUNG
GRAPHIS DIAGRAM, DIE GRAPHISCHE DARSTELLUNG ABSTRAKTER TECHNISCHER UND STATISTISCHER DATEN UND FAKTEN
GRAPHIS LOGO, EINE INTERNATIONALE AUSWAHL VON FIRMEN-LOGOS
GRAPHIS EPHEMERA, EINE INTERNATIONALE SAMMLUNG GRAPHISCHER DOKUMENTE DES TÄGLICHEN LEBENS
GRAPHIS MAGAZINE DESIGN, EINE INTERNATIONALE ZUSAMMENSTELLUNG DES BESTEN ZEITSCHRIFTEN-DESIGNS
GRAPHIS ANNUAL REPORTS, EIN INTERNATIONALER ÜBERBLICK ÜBER DIE GESTALTUNG VON JAHRESBERICHTEN
GRAPHIS CORPORATE IDENTITY, EINE INTERNATIONALE AUSWAHL DES BESTEN CORPORATE IDENTITY DESIGNS
GRAPHIS TYPOGRAPHY, EINE INTERNATIONALE ZUSAMMENSTELLUNG DES BESTEN TYPOGRAPHIE DESIGN

PUBLICATIONS GRAPHIS

GRAPHIS, LA REVUE BIMESTRIELLE INTERNATIONALE DE LA COMMUNICATION VISUELLE
GRAPHIS SHOPPING BAG, UNE COMPILATION INTERNATIONALE SUR LE DESIGN DES SACS À COMMISSIONS
GRAPHIS MUSIC CD, UNE COMPILATION INTERNATIONALE SUR LE DESIGN DES CD
GRAPHIS DESIGN, LE RÉPERTOIRE INTERNATIONAL DE LA COMMUNICATION VISUELLE
GRAPHIS ADVERTISING, LE RÉPERTOIRE INTERNATIONAL DE LA PUBLICITÉ
GRAPHIS BROCHURES, UNE COMPILATION INTERNATIONALE SUR LE DESIGN DES BROCHURES
GRAPHIS PHOTO, LE RÉPERTOIRE INTERNATIONAL DE LA PHOTOGRAPHIE
GRAPHIS ALTERNATIVE PHOTOGRAPHY, LE RÉPERTOIRE INTERNATIONAL DE LA PHOTOGRAPHIE ALTERNATIVE
GRAPHIS NUDES, UN FLORILÈGE DE LA PHOTOGRAPHIE DE NUS
GRAPHIS POSTER, LE RÉPERTOIRE INTERNATIONAL DE L'AFFICHE
GRAPHIS PACKAGING, LE RÉPERTOIRE INTERNATIONAL DE LA CRÉATION D'EMBALLAGES
GRAPHIS LETTERHEAD, LE RÉPERTOIRE INTERNATIONAL DU DESIGN DE PAPIER À LETTRES
GRAPHIS DIAGRAM, LE RÉPERTOIRE GRAPHIQUE DE FAITS ET DONNÉES ABSTRAITS, TECHNIQUES ET STATISTIQUES
GRAPHIS LOGO, LE RÉPERTOIRE INTERNATIONAL DU LOGO
GRAPHIS EPHEMERA, LE GRAPHISME – UN ÉTAT D'ESPRIT AU QUOTIDIEN
GRAPHIS PUBLICATION, LE RÉPERTOIRE INTERNATIONAL DU DESIGN DE PÉRIODIQUES
GRAPHIS ANNUAL REPORTS, PANORAMA INTERNATIONAL DU MEILLEUR DESIGN DE RAPPORTS ANNUELS D'ENTREPRISES
GRAPHIS CORPORATE IDENTITY, PANORAMA INTERNATIONAL DU MEILLEUR DESIGN D'IDENTITÉ CORPORATE
GRAPHIS TYPOGRAPHY, LE RÉPERTOIRE INTERNATIONAL DU MEILLEUR DESIGN DE TYPOGRAPHIE

PUBLICATION NO. 246 (ISBN 3-85709-460-5)
© COPYRIGHT UNDER UNIVERSAL COPYRIGHT CONVENTION
COPYRIGHT © 1995 BY GRAPHIS PRESS CORP., DUFOURSTRASSE 107, 8008 ZÜRICH, SWITZERLAND
JACKET AND BOOK DESIGN COPYRIGHT © 1995 BY PEDERSEN DESIGN
141 LEXINGTON AVENUE, NEW YORK, N.Y. 10016 USA

NO PART OF THIS BOOK MAY BE REPRODUCED IN ANY FORM WITHOUT WRITTEN
PERMISSION OF THE PUBLISHER

PRINTED IN KOREA BY DONG-A PUBLISHING & PRINTING CO., LTD.



THE ART OF THE SHOPPING BAG

[BY TRACY MULLIN, PHOTOGRAPH BY ROGER FOLEY]

What form of advertising has a greater reach than television and radio? What form of advertising reaches its target audience more directly and efficiently than magazines and newspapers? And what form of advertising ends up in more consumer homes than any other promotional device? The answer to all of these: the shopping bag. □ In the beginning, shopping bags utilized brown kraft paper and served the utilitarian purpose of providing transportation and protection for merchandise bought in retail establishments of all kinds. Now the shopping bag has evolved into a unique art form. Yet while new designs and colors have been incorporated, and new materials utilized, the bag, handles and all, is still a symbol immediately associated with the retail industry. □ Even within this environment, its purposes have expanded. From its traditional role as institutional advertising, the shopping bag has been transformed into a leading tool in retail merchandising and brand identity. Its uses continue to be tested. From new product launches to store openings to seasonal promotions and new store identity campaigns, the bag, in all its shapes and forms, signifies exclusivity for individual retailers. □ The bags' aesthetic values have evolved, too. Little artistic thought was given to the earliest of shopping bag designs. But as advertising agencies, designers, art directors, and merchants began to realize the many untapped uses for these ubiquitous items, the shopping bag became the focus of increasing creativity and found consumer audiences and admirers outside the quickly expanding retail arena. □ With the use of new materials for construction, including—non-traditional paper stock, museum-quality printing, and handles ranging from wood to plastic to fabric—bag creators can offer a plethora of unique bag identities which complement and amplify overall brand identities. □ Used to signify an organization, store, or event with a visual identity that is distinctive enough to be identified across a mall or a crowded street, shopping bags comprise a new career field for many of the artists who create them, with their work being appreciated in a new light as both commercially and artistically valuable. □ We at the National Retail Federation have followed the evolution of the shopping bag from its simplest form as a tote bag for merchandise to its present role as a stylized art form and brand indicator. It is our privilege to co-sponsor the production of this collection. □ While all art has at least some limitations, bag art is unique in that it is limited by its direction—a need to portray a concept, a product, a brand, or an institution. As retailers, we appreciate the work put into great shopping bag design, and we are delighted to share with you some outstanding examples of this burgeoning art form. ■

TRACY MULLIN IS PRESIDENT OF THE NATIONAL RETAIL FEDERATION, THE WORLD'S LARGEST RETAIL TRADE ASSOCIATION



Art Director: Clive H. Gay, Designer: Natasha Goldrick, Illustrator/Design Firm: Trademark Design (Pty) Ltd., Client: Sales House

Welche Form der Werbung erreicht mehr Leute als das Fernsehen oder Radio?

Welche Form der Werbung wird erfolgreich in mehr Haushaltungen plaziert als jedes andere Werbemittel?

Zweifellos die Tragtasche!

Am Anfang waren die Tragtaschen sehr oft aus braunem Packpapier, und sie dienten dem Transport und Schutz von allen möglichen Waren, die in Läden gekauft wurden. Im Laufe der Zeit hat sich die Tragtasche zu einer einzigartigen Form der Werbung entwickelt.

Neue Materialien werden verwendet, neue Farben und Gestaltungsmittel eingesetzt, doch dabei ist die Tragtasche ein Symbol geblieben: ein sofort erkennbares Symbol für den Einzelhandel. Heute dient es längst nicht mehr nur der Firmenwerbung, sondern auch der Markenwerbung und ist ein wichtiges Merchandising-Element des Einzelhandels.

Und immer mehr Einsatzmöglichkeiten der Tragtaschen werden ausprobiert: für die Lancierung neuer Produkte, für Geschäftseröffnungen, für saisonale Promotionen und neue Identitätskampagnen der Läden. In allen ihren Erscheinungsformen signalisiert die Tragtasche Exklusivität.

TRACY MULLIN IST PRÄSIDENTIN DER NATIONAL RETAIL FEDERATION, DES WELTWEIT GRÖSSTEN EINZELHANDELSVERBANDES

Quelle forme de publicité a une portée plus étendue que la radio et la télévision?

Quelle forme de publicité atteint son public-cible avec plus d'efficacité que les journaux et les magazines ?

Enfin, quelle forme de publicité est présente chez un plus grand nombre de consommateurs que tout autre promotion?

Le sac à commissions!

Au départ, le sac à provisions était fabriqué en papier brun recyclé et servait un but uniquement utilitaire; à savoir transporter et protéger des marchandises achetées au détail. Aujourd'hui, le cabas a évolué vers une nouvelle forme d'expression unique en son genre. Les couleurs, les matières et le design ont évolué et le sac à commissions a été propulsé au premier plan dans le commerce de détail en tant que support de promotion des marques et de la publicité institutionnelle. Du lancement de nouveaux produits à l'ouverture de magasins, de la publicité saisonnière à la campagne d'image, le sac s'exhibe sous toutes ses formes et son utilisation continue à faire l'objet de nombreuses expérimentations.

Négligé durant longtemps comme support de messages, le sac a connu une véritable renaissance depuis que les agences de publicité et de design, les directeurs artistiques et même des marchands parti-

Bei den ersten Exemplaren der Gattung wurde kaum an künstlerische Gestaltung gedacht. Als sich jedoch Werbeagenturen, Designer, Art Direktoren und sogar Kaufleute mit einem Flair für kreative Dinge der vielen ungenutzten Möglichkeiten der Tragtasche bewusst wurden, erlebte die Tragtasche eine Renaissance und fand auch ausserhalb des Einzelhandels Bewunderer.

Mit der Einführung neuer Materialien in der Herstellung der Tragtaschen – unübliche Papierqualitäten, Kunstdruck, Griffe aus Holz, Kunststoff oder textilem Material – können Gestalter dem Auftraggeber eine fast unbegrenzte Palette von Möglichkeiten bieten. Dem Gestalter hat sich dank dieser Entwicklung ein ganz neues Tätigkeitsfeld eröffnet.

Die Tragtasche bietet eine Gestaltungsfläche, die sich für zahlreiche Zielsetzungen eignet: die Darstellung eines Konzepts, eines Produkts, einer Marke, eines Unternehmens oder einer Institution.

Die National Retail Federation (US-Verband der Einzelhändler) weiss den Wert gut gestalteter Tragtaschen zu schätzen. Wir haben den Weg von ihren Anfängen als Gebrauchsartikel bis zum einzigartigen Werbemittel, das sie heute darstellt, verfolgt, und es ist uns eine Ehre, die Auszeichnungen für die Gestalter mit zu unterstützen. Wir freuen uns mit Ihnen über «the Best of Bag Art». ■

culièrement créatifs ont pris conscience du potentiel inexploité que représentait le cabas à provisions. Aujourd'hui, le sac a ses inconditionnels bien au-delà du cercle restreint du commerce de détail.

Avec l'introduction de nouveaux matériaux dans la fabrication des sacs – anses en bois, tissus ou plastique, imprimés de qualité quasi comparable à celle des musées – les créateurs sont aujourd'hui en mesure de proposer au client une palette presque illimitée de possibilités. Cette évolution ouvre également de nouvelles perspectives professionnelles à des artistes souhaitant se consacrer à cet art qui connaît aujourd'hui un regain de faveur.

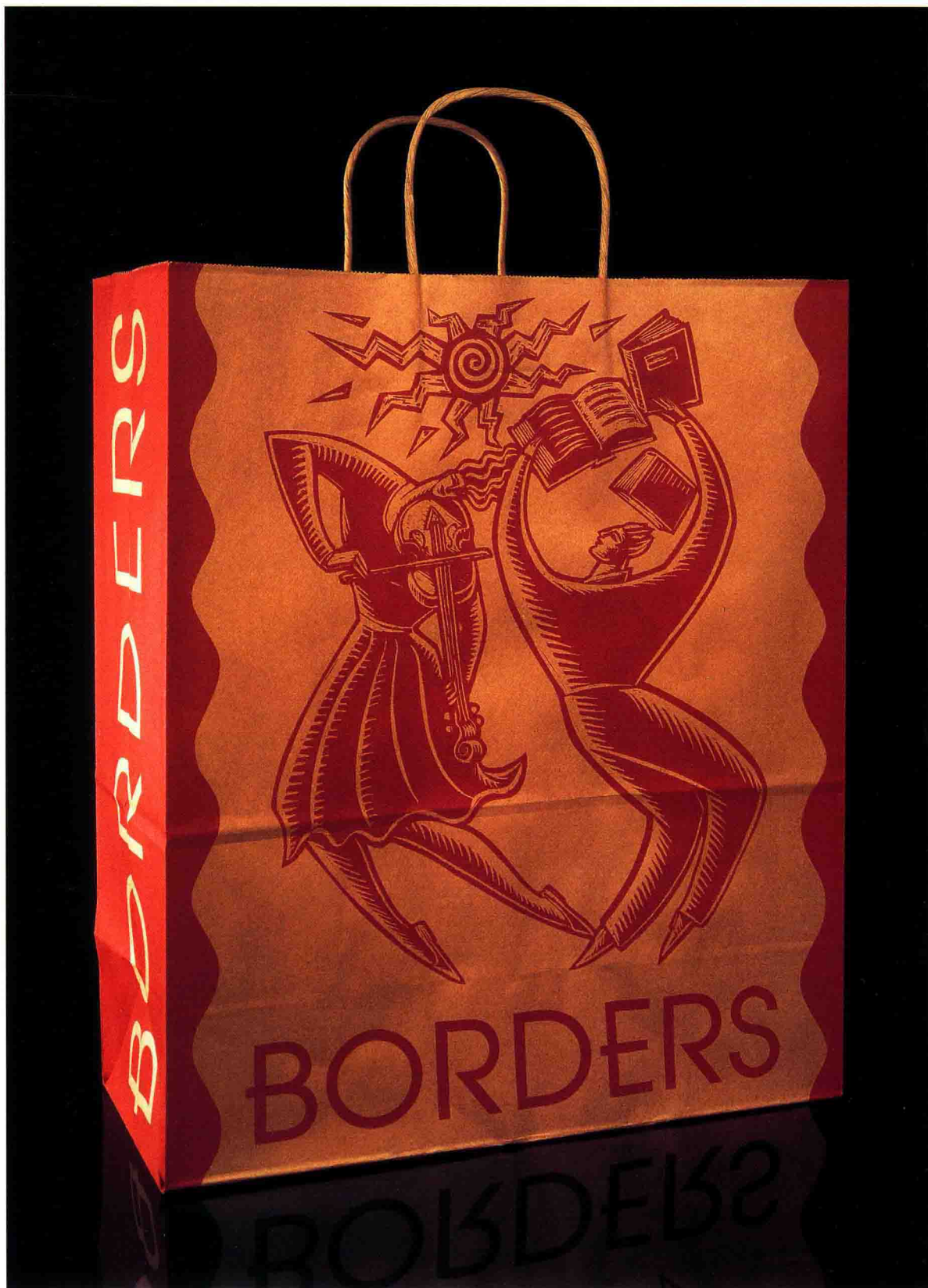
Le sac à commissions propose une surface de création qui autorise de nombreuses applications: présenter un concept, un produit, une marque, une entreprise, une manifestation.... Sans doute n'en avons-nous pas encore exploré tous les usages!

La Fédération nationale du commerce de détail a suivi l'évolution du sac à commissions depuis ses débuts – comme simple contenant de papier des marchandises – jusqu'à l'heure actuelle où il joue un rôle irremplaçable comme support publicitaire. Nous sommes donc heureux de participer en tant que co-sponsor à la sélection des meilleurs designs de cabas et de vous faire partager «the Best of Bag Art». ■

TRACY MULLIN EST LA PRÉSIDENTE DE LA NATIONAL RETAIL FEDERATION, LA PLUS GRANDE ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE DE DÉTAIL



ART DIRECTOR: MASSIMO VIGNELLI
DESIGNERS: MASSIMO VIGNELLI, ROCCO PISCATELLO
CLIENT: WATERSTONES



ART DIRECTOR: JOAN DONNELLY

DESIGNER: TIM A. FRAME

PHOTOGRAPHER: PAM MONFORT

ILLUSTRATOR: JENNIFER HEWITSON

DESIGN FIRM: SDI/HTI

CLIENT: BORDERS BOOKS & MUSIC

