



Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin
Commercial and Residential Building, Longgang
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES



Tote bags à design personnalisé : comment transformer un logo en visuel qui s'imprime proprement et qui se porte vraiment

Details

Réponse rapide : Les tote bags à design personnalisé s'impriment proprement lorsque quatre décisions sont prises avant même de parler de quantité. Premièrement, placez le visuel dans la véritable zone imprimable du sac, à l'écart des coutures et des surpiqûres des anses. Deuxièmement, comptez les couleurs d'encre par rapport à la couleur du sac, car les sacs foncés exigent généralement une sous-couche blanche. Troisièmement, accordez les tons directs Pantone sur la couleur réelle du tissu, et non sur papier. Quatrièmement, fournissez des fichiers séparés et à l'échelle exacte : vectoriel pour la sérigraphie, image matricielle en 300 dpi pour le transfert numérique. Si ces points sont maîtrisés, vous éliminez les causes les plus fréquentes d'impressions piquetées, invisibles ou non conformes à la marque.

Ce guide s'adresse aux équipes marque et marketing en phase de conception, une fois que vous avez décidé de commander un sac personnalisé avec un logo et avant de valider une épreuve. Il couvre le placement, le dimensionnement de la zone d'impression, le contraste entre l'encre et le sac, l'accord des couleurs sur toile colorée et la préparation des fichiers. Si vous devez encore choisir le tissu, la construction ou le modèle de fournisseur, commencez par notre [guide pour spécifier, imprimer et contrôler les tote bags personnalisés en toile](#), puis revenez ici pour le visuel.

Pourquoi de bons logos donnent de mauvais tote bags

Le défaut apparaît généralement au déballage. Un logo net à l'écran arrive piqueté parce que l'encre s'est enfoncée dans le tissage de la toile. Ou bien un logo bleu marine foncé disparaît presque sur un sac vert forêt. Ou encore une accroche fine s'est empâtée au point d'être illisible. Aucun de ces problèmes n'est un défaut du tissu. Ce sont des choix de conception que personne n'a faits en connaissance de cause.

Le coût n'est pas la facture d'impression. C'est de savoir si quelqu'un porte le sac. Dans une enquête de Custom Ink rapportée par ASI, 67 % des plus de 1,000 acheteurs finaux en entreprise ont déclaré juger une campagne selon que les destinataires utilisent *volontairement* l'objet, et 45 % ont classé la longévité comme la caractéristique la plus importante ([couverture par ASI de l'enquête 2026 auprès des acheteurs finaux^{\[1\]}](#)). Selon les propres recherches d'ASI, 78 % des consommateurs américains conservent les objets promotionnels parce qu'ils sont utiles ([communiqué ASI 2026 sur les impressions^{\[2\]}](#)). Un sac que les gens ont honte de porter ne génère aucune impression, aussi bon marché soit-il. Le verdict public d'un destinataire sur un énième tote bag commémoratif de bureau : « mignon, mais la prochaine fois, offrez quelque chose d'utile. »

La solution est un processus de conception court et reproductible. Il traite le sac comme une surface mobile, pliable et texturée, et non comme un plan de travail plat.

Sommaire

1. [Ce que signifie « design personnalisé » pour un tote bag](#)
2. [Comment concevoir des tote bags à design personnalisé qui s'impriment proprement : 6 étapes](#)

3. [Comparatif des stratégies de visuel](#)
4. [FAQ](#)
5. [Points clés](#)
6. [Conclusion](#)
7. [Sources](#)

Ce que signifie « design personnalisé » pour un tote bag

Dans ce guide, le design personnalisé désigne le système de visuel appliqué au sac. Ce système comprend quatre parties : l'emplacement du logo, sa taille, les couleurs utilisées par rapport au tissu et les fichiers de production qui indiquent exactement à l'imprimeur ce qu'il doit faire. Il est distinct de la construction, c'est-à-dire du grammage du tissu, des soufflets et des anses. La construction est traitée sur la page consacrée aux [tote bags en toile personnalisés](#).

La distinction compte, car les deux ne s'influencent que dans un sens. La construction limite ce que le visuel peut faire : un sac à soufflets a un panneau avant plat plus petit, et un tissage lâche avale les détails fins. Le visuel ne peut pas corriger la construction. Lisez donc d'abord la fiche technique de votre sac et concevez en fonction d'elle.

La personnalisation fait désormais aussi partie du design. Les ventes d'un tote bag en toile de marque historique ont progressé de 75 % au premier semestre 2025 par rapport à la même période un an plus tôt, et des dirigeants du secteur ont déclaré à CNBC que « la personnalisation est un élément essentiel de [la tendance] » ([CNBC, juillet 2025^{\[3\]}](#)). Pour les équipes marque, c'est un argument en faveur d'un logo principal épuré, avec de la place pour une ligne de nom, d'équipe ou d'événement. Ce n'est pas un argument en faveur d'un panneau surchargé.

Comment concevoir des tote bags à design personnalisé qui s'impriment proprement : 6 étapes

Étape 1 : placer le visuel là où le sac est réellement vu

Partez de la façon dont le sac est porté, et non du fichier du logo. Sur l'épaule, la bande supérieure du panneau avant se replie vers l'intérieur sous la charge et le tiers inférieur disparaît contre la hanche ou dans un pli de soufflet. La zone qui reste plate et visible est le haut-milieu du panneau, un peu au-dessus du centre exact. Votre logo principal doit s'y trouver.



Marquez ensuite les zones interdites sur votre gabarit :

- **Coutures latérales et de fond.** Les écrans et les plateaux de transfert ne peuvent pas reposer à plat sur une couture ; l'encre saute ou fait un effet fantôme à cet endroit.
- **Points de fixation des anses.** Les surpiqûres de renfort créent des reliefs qui cassent les aplats.
- **Plis de soufflet.** Sur un sac à soufflets, un visuel qui déborde dans le pli se retrouve coupé sur deux plans.

Demandez au fournisseur un gabarit de zone imprimable à l'échelle 1:1 et sa tolérance de placement par écrit. Certaines usines annoncent environ $\pm 0,5$ cm. Concevez ensuite de sorte qu'un décalage dans n'importe quelle direction reste à distance de toutes les coutures. Cette seule étape évite la réclamation du « logo de travers » que l'on retrouve régulièrement dans les avis publics sur les tote bags de marque.

Contrôle de taille : imprimez le visuel en taille réelle sur papier, fixez-le avec du ruban adhésif sur un sac vierge du même modèle, accrochez le sac à une épaule et regardez-le à environ 3 mètres de distance. Si le nom de la marque n'est pas lisible à cette distance, agrandissez-le ou supprimez le texte secondaire. Un logo qui n'occupe qu'une partie de la zone de sécurité paraît généralement plus maîtrisé qu'un logo étiré d'un bord à l'autre, et il laisse de la marge pour la tolérance de placement.

Étape 2 : compter les couleurs d'encre par rapport à la couleur du sac, et non par rapport au blanc

Les designers comptent les couleurs sur un plan de travail blanc. Les imprimeurs comptent les écrans sur le tissu réel. Ces deux nombres diffèrent souvent.

- **Toile naturelle ou crème.** Les encres ressortent un peu plus chaudes et moins saturées que sur du papier blanc, et les couleurs pâles comme le jaune clair, les pastels et le gris clair perdent vite leur contraste.
- **Sacs foncés (bleu marine, noir, vert forêt, bordeaux).** La plupart des encres colorées

exigent une sous-couche blanche pour rester éclatantes. Cette sous-couche est un écran supplémentaire. Un logo en 2 couleurs sur fond bleu marine représente donc généralement un travail à trois écrans, et la couche d'encre supplémentaire alourdit le toucher de l'impression.

- **Sacs aux tons moyens (rouge, bleu roi, olive).** Ce sont les plus difficiles pour le contraste. De nombreuses palettes de marque sont trop proches du sac en valeur.



Un test de contraste rapide ne demande aucun logiciel spécial. Désaturez en niveaux de gris l'échantillon de couleur du sac et chaque échantillon d'encre. S'ils se confondent en gris similaires, le logo disparaîtra à distance, quelle que soit l'impression que donnent les teintes en couleur. Pour les tote bags de couleur personnalisés, les systèmes les plus sûrs sont généralement une réserve en 1 couleur, où le tissu du sac devient la deuxième « couleur », ou une encre claire sur un sac foncé avec un fort contraste de valeur.

La sérigraphie est généralement la plus économique avec 1-4 tons directs, car chaque couleur nécessite en principe son propre écran et son propre réglage. Au-delà d'environ quatre tons directs, de nombreux imprimeurs recommandent de passer à une méthode de transfert numérique ou de simplifier le visuel. Si votre logo comporte des dégradés, demandez à votre imprimeur si une version en aplats ne devrait pas être la version par défaut pour les sacs. Les points de trame fins ont tendance à se désagréger sur un tissage de toile grossier. Pour savoir quelle méthode de décoration convient à votre quantité et à votre tissu, consultez la [comparaison des méthodes de décoration sur notre page de tote bags en toile](#); le reste de ce guide se concentre sur le visuel.

Étape 3 : accorder les tons directs Pantone sur le tissu réel

Les références Pantone sont définies sur du papier. La toile les modifie de deux façons. L'encre est absorbée par les fibres et, sur tout sac non blanc, la couleur du tissu transparaît et teinte l'encre. Un rouge de marque spécifié comme ton direct PMS peut ressortir couleur brique sur de la toile naturelle et terne sur du beige si personne ne l'a testé.



Un protocole d'accord des couleurs réaliste :

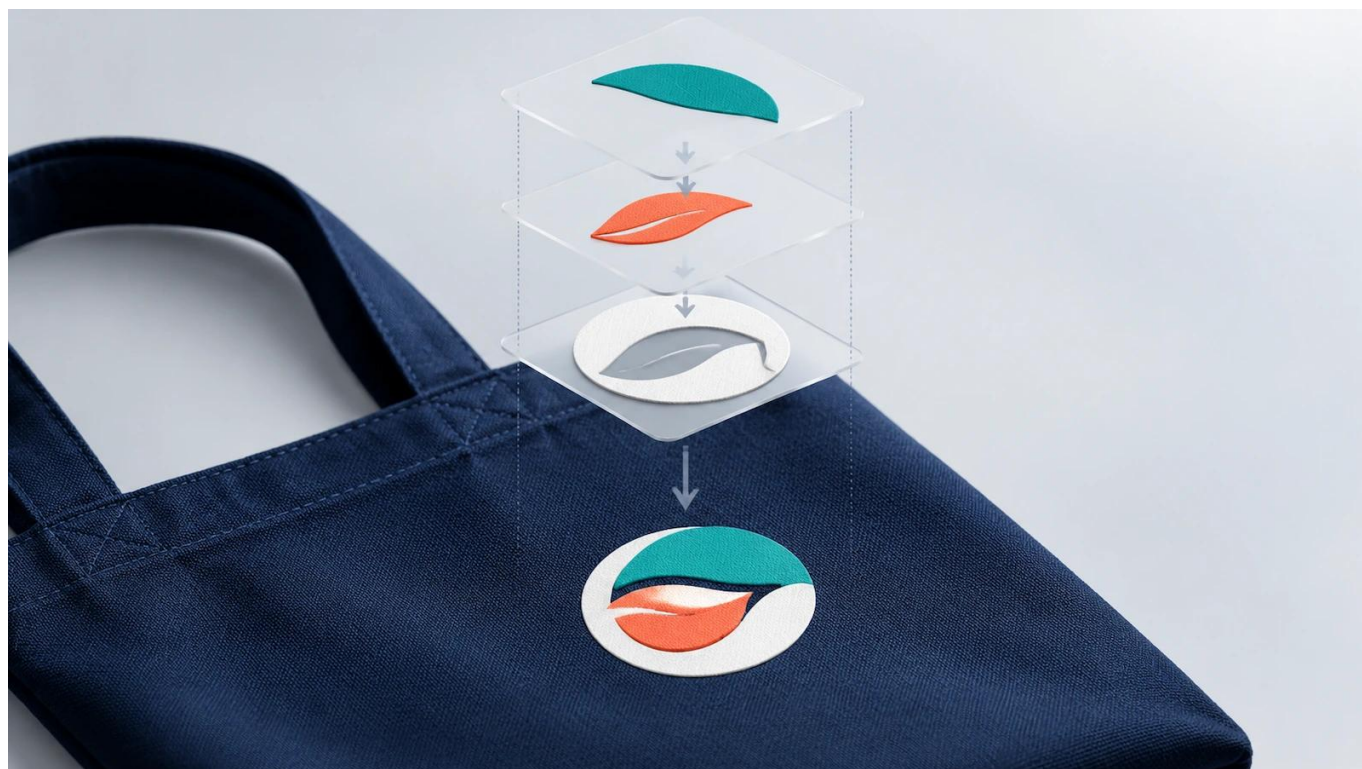
1. **Spécifier les tons directs par référence PMS** dans le fichier et par écrit. « Notre rouge de marque » n'est pas une spécification.
2. **Demander un essai d'impression sur la couleur réelle du sac**, c'est-à-dire un échantillon physique d'encre sur ce tissu. Une épreuve numérique confirme le placement, mais ne vous apprend rien de fiable sur la couleur imprimée.
3. **Juger sous une lumière du jour neutre**. Les usines comparent couramment les échantillons sous l'illuminant normalisé D65. Les LED de bureau et les écrans vous induiront en erreur.
4. **Convenir d'une tolérance**. Certaines usines inscrivent dans leurs critères de réception des limites d'écart de couleur telles que $\Delta E \leq 2.0$. Quel que soit le chiffre retenu, inscrivez-le dans le bon de commande plutôt que de vous fier à un « assez proche ».
5. **Traiter la couleur du sac comme un accord distinct**. Teindre le tissu lui-même à une couleur de marque est une demande différente de l'accord des encres, et le tissu teint varie d'un lot de teinture à l'autre. Demandez un échantillon de tissu issu du lot de production.
6. **Archiver l'ensemble pour les recommandes** : photo de l'essai d'impression approuvé, références d'encre et fichiers d'écrans ou de transfert. Sans cela, les recommandes dérivent en couleur.

La durabilité est aussi une donnée d'entrée de conception. Les chiffres communiqués par les fournisseurs varient largement : des encres de sérigraphie à base d'eau annoncées comme résistant à 50+ cycles de lavage, et certaines impressions directes sur textile (DTG) évaluées à environ 15-25 lavages. Si le sac doit être lavé, demandez les résultats de solidité au lavage. Une méthode courante est AATCC TM61 avec une cotation sur l'échelle de gris, et certains acheteurs fixent la note 3 ou mieux comme minimum. Ne déduisez pas la durabilité d'une photo.

Étape 4 : préparer des fichiers que l'imprimeur peut utiliser sans deviner

Un visuel qui n'est pas prêt pour l'impression figure parmi les causes de retard de production les plus souvent citées : logos en basse résolution, séparations de couleurs manquantes et épreuves en attente de validation par plusieurs personnes. Un dossier de fichiers propre supprime ces allers-

retours.



Méthode de décoration	Format de fichier	À inclure impérativement	Motif de rejet courant
Sérigraphie	Vectoriel AI, EPS ou PDF	Polices converties en contours ; 1 calque par ton direct, nommé avec sa référence PMS ; sous-couche signalée pour les sacs foncés	« Vectoriel » en JPEG incorporé ; polices non converties ; couleurs sans nom
DTF / DTG (numérique)	PNG en 300 dpi à la taille d'impression finale	Fond transparent ; visuel rogné à la taille d'impression exacte ; profil colorimétrique incorporé si votre équipe en utilise un	Capture d'écran ou logo web agrandi ; cadre blanc derrière le visuel
Broderie	Source vectorielle, que le fournisseur convertit en fichier de points (« digitalisation »)	Version simplifiée sans filets très fins ni texte minuscule ; références des couleurs de fil	Texte fin qui s'empâte ; grands aplats denses qui raidissent un tissu léger

Deux ajouts font gagner le plus de temps. D'abord, une **maquette de placement**: un dessin à plat du sac avec le visuel en position et ses distances par rapport à la couture supérieure et à l'axe central. Elle ne montre que les positions, sans aucun élément créatif supplémentaire. Ensuite, un **validateur unique** désigné dans le brief, afin que l'épreuve ne circule pas dans tout un comité. Si une équipe commerciale ou événementielle doit donner son avis, recueillez-le avant l'envoi du brief, et non après le retour de l'épreuve.

Étape 5 : valider sur un vrai sac et anticiper le retrait

Valider uniquement sur écran fait partie des erreurs d'impression de tote bags les plus courantes citées par les fournisseurs. Demandez un échantillon physique de présérie et vérifiez-le par rapport à votre brief : placement, taille, couleur à la lumière du jour, netteté des bords sur le tissage, et tenue de l'impression lorsque le sac est chargé et plié.

Tenez ensuite compte du mouvement du coton. Selon les indications des fournisseurs, le retrait au premier lavage d'une toile de coton non prérétrécie est d'environ 5-8 %. Sur une zone d'impression de 30 cm, cela représente jusqu'à environ 2,4 cm, de quoi décaler nettement un logo centré ou froisser un grand aplat. Soit vous spécifiez un tissu prérétréci dans le brief, soit vous lavez un échantillon et revérifiez le visuel. Joignez au sac une ligne d'entretien (lavage à froid à l'envers, séchage à l'air, ne pas repasser sur l'impression) afin que les destinataires n'abîment pas l'impression dès leur première lessive.



Étape 6 : vérifier chaque allégation de votre visuel

Tout ce qui est imprimé sur le sac est une déclaration publique de votre marque. Les tote bags ordinaires sont généralement hors du champ des règles obligatoires d'étiquetage des fibres textiles de la FTC. Mais dès que vous avancez volontairement une allégation de fibre telle que « 100 % coton », « biologique » ou « recyclé », elle doit être véridique et non trompeuse ([recommandations de la FTC sur l'étiquetage](#)^[4]). Avant d'imprimer un message écologique, vérifiez qu'un certificat existe et ce qu'il couvre :

- Les allégations de fibres biologiques reposent normalement sur la certification [GOTS](#)^[5] avec certificats de transaction.
- Un certificat sur les substances nocives tel que [OEKO-TEX STANDARD 100](#)^[6] couvre les matériaux testés, y compris les impressions et accessoires listés sur le certificat. Ce n'est pas une allégation biologique. Lisez le périmètre du certificat, pas le résumé du fournisseur.
- Si le design cible les enfants, par exemple un imprimé de personnage pour une distribution scolaire, le produit peut être un produit pour enfants au sens de la CPSIA. Les parties accessibles sont alors limitées à 100 ppm de plomb total et nécessitent des essais par un laboratoire tiers ([CPSC](#)^[7]).
- Si vous envisagez des finitions hydrofuges ou antitaches pour une distribution en Californie, AB 1817 interdit les PFAS réglementés dans les articles textiles. Le seuil est de 100 ppm de fluor organique total à compter du 1 janvier 2025, puis de 50 ppm à compter du 1 janvier 2027 ([AB 1817 de Californie](#)^[8]).

Les allégations comptent sur le plan commercial, pas seulement juridique. Dans l'étude d'ASI de 2026 sur les sacs, 86 % des consommateurs ont déclaré qu'un sac durable leur donnerait une image encore plus favorable de l'annonceur. Une allégation vérifiable vaut donc la peine d'être imprimée, tandis qu'une allégation invérifiable représente un risque pour la réputation ([Étude ASI 2026 sur les impressions publicitaires : les sacs^{\[9\]}](#)).

Comparatif des stratégies de visuel

La plupart des logos de marque relèvent de l'une des cinq stratégies. Choisissez en fonction de la façon dont le sac sera vu et du nombre d'écrans ou d'étapes que chaque stratégie exige sur la couleur de votre sac, et non selon la version du logo la plus complète.

Stratégie	Couleurs / écrans types	Sur sacs clairs	Sur sacs foncés	Meilleur usage	Principal risque de conception
Réserve 1 couleur (le sac apparaît à travers le logo)	1	Très bon avec une encre foncée	Très bon avec une encre blanche ou claire	Événements, distributions à gros volume, marques minimalistes	Perte de détails si le logo d'origine repose sur des contours
2-4 tons directs	2-4, plus sous-couche sur les sacs foncés	Bon ; attention aux teintes pâles	Exige une base blanche, donc la couche d'encre est plus lourde	Logos en palette de marque complète, sacs de commerce	Couleurs aux tons moyens avec un faible contraste par rapport au sac
Image ou illustration en couleurs	Procédé numérique (sans écran par couleur)	Idéal sur blanc ou naturel	Nécessite généralement une couche blanche ; vérifier le toucher	Tote bags photo, collaborations d'artistes, petites séries	Fichiers sources en basse résolution ; durée de vie au lavage réduite selon certaines méthodes
Ton sur ton (encre proche de la couleur du sac)	1	Subtil	Subtil	Marquage « discret » haut de gamme, cadeaux pour le personnel	Invisible à distance ; échoue par construction au test des niveaux de gris
Petit logo brodé ou monogramme	Couleurs de fil, tarif selon le nombre de points	Bon	Bon	Cadeaux, personnalisation, coffrets pour dirigeants	Le texte fin s'empâte ; les aplats denses raidissent les tissus plus fins

Deux constantes reviennent régulièrement dans les discussions de créateurs et d'acheteurs. Les noms simples, les monogrammes et les logos épurés se vendent et sont portés plus souvent que les graphismes chargés. Et une toile plus lourde et plus plate reproduit les encres en aplats et les broderies plus nettement qu'un tissu fin au tissage lâche. Si votre design penche vers l'illustration détaillée, vérifiez que le tissu peut la supporter avant de vous engager.

FAQ

FAQ : de quel format de fichier ai-je besoin pour un sac personnalisé avec un logo ?

Pour la sérigraphie, envoyez un fichier vectoriel AI, EPS ou PDF avec les polices converties en

contours et chaque ton direct sur son propre calque nommé. Pour le DTF ou le DTG, envoyez un PNG en 300 dpi à la taille d'impression finale avec un fond transparent. Pour la broderie, envoyez le visuel source en vectoriel ; le fournisseur le convertit en fichier de points. Joignez dans tous les cas une maquette de placement indiquant les distances par rapport à la couture supérieure et à l'axe central.

FAQ : combien de couleurs d'encre un design de tote bag doit-il utiliser ?

Aussi peu que la marque peut en supporter. La sérigraphie est généralement la plus efficace avec 1-4 tons directs, et sur les sacs foncés une sous-couche blanche ajoute en principe un écran de plus. Une réserve 1 couleur est souvent l'option la plus lisible à distance. Pour comparer les coûts selon le nombre de couleurs sur votre sac, [demandez un devis](#) en joignant votre visuel.

FAQ : peut-on reproduire exactement les couleurs Pantone sur une toile colorée ?

De près, mais pas à l'identique. La toile absorbe l'encre et la couleur du tissu la teinte ; une référence Pantone sur papier va donc varier. Spécifiez le ton direct PMS, validez un essai d'impression physique sur la couleur réelle du sac sous lumière du jour D65, et inscrivez une tolérance de couleur convenue dans la commande.

FAQ : où placer le logo sur un tote bag ?

Dans le haut-milieu du panneau avant, légèrement au-dessus du centre, à l'écart des coutures latérales, des surpiqûres des anses et des plis de soufflet. Cette zone reste plate et visible lorsque le sac est porté chargé à l'épaule. Demandez au fournisseur son gabarit de zone imprimable et sa tolérance de placement, et concevez de sorte qu'un décalage normal ne touche jamais une couture.

FAQ : l'impression va-t-elle rétrécir ou se déformer après lavage ?

C'est possible. Selon les indications des fournisseurs, le retrait au premier lavage d'une toile de coton non prérétrécie est d'environ 5-8 %, ce qui peut décaler un logo centré ou froisser un grand aplat. Spécifiez un tissu prérétréci ou testez le lavage sur un échantillon, et donnez aux destinataires des consignes d'entretien : lavage à froid à l'envers, séchage à l'air, pas de fer à repasser directement sur l'impression.

FAQ : peut-on imprimer « biologique » ou « recyclé » sur le sac ?

Uniquement si vous pouvez le justifier. Les tote bags ordinaires sont généralement exemptés de l'étiquetage obligatoire des fibres de la FTC, mais les allégations de fibres volontaires doivent être véridiques. Les allégations biologiques reposent normalement sur la certification GOTS, et les allégations de recyclé sur une norme de contenu recyclé avec certificats de transaction. Vérifiez ce que chaque certificat couvre réellement avant que l'allégation n'entre dans le visuel.

Points clés

- **Concevez pour un usage volontaire, car c'est ainsi que les acheteurs mesurent le succès.** — 67 % des 1,000+ acheteurs finaux en entreprise jugent les campagnes selon que les destinataires choisissent ou non d'utiliser l'objet ([Source](#))
- **Un sac que l'on porte est l'une des impressions les moins coûteuses parmi les objets promotionnels de marque.** — près de 5,000 impressions sur toute sa durée de vie, soit environ 1/10 de centime chacune ([Source](#))
- **La durabilité est le signal de valeur auquel les acheteurs se fient le plus ; des**

impressions solides au lavage sont donc une exigence de conception. — 70,4 % ont cité la durabilité comme le signal de valeur le plus fort d'un produit ([Source](#))

- **Les allégations de développement durable sur les sacs sont scrutées, car les sacs sont la catégorie qui suscite le plus d'attentes en la matière.** — les sacs arrivent en tête des catégories pour l'intérêt envers le développement durable, à 21,6 % ([Source](#))
- **Un visuel sur le thème des enfants peut changer la catégorie de conformité du sac.** — limite de 100 ppm de plomb total pour les produits pour enfants ([Source](#))
- **Les finitions vendues en Californie doivent être conformes aux exigences sur les PFAS, et la limite va bientôt se durcir.** — 100 ppm de fluor organique total aujourd'hui, 50 ppm à compter du 1 janvier 2027 ([Source](#))
- **Le canal est assez vaste pour que ce soit la qualité du design, et non la nouveauté, qui fasse la différence.** — les ventes des distributeurs de produits promotionnels aux États-Unis ont atteint \$27,1 milliards en 2025 ([Source](#))

Les chiffres du canal proviennent de [l'estimation du volume des ventes PPAI 2025^{\[10\]}](#) et les chiffres sur les signaux de valeur de [PPAI Research^{\[11\]}](#).

Conclusion

Un bon visuel de tote bag naît du fait de traiter le sac comme une surface pliable, texturée et colorée plutôt que comme un plan de travail. Placez le logo là où il reste visible quand le sac est chargé. Comptez les écrans sur la couleur réelle du sac. Accordez les tons directs sur le vrai tissu à la lumière du jour. Remettez des fichiers qui ne laissent rien à deviner à l'imprimeur. Validez physiquement, anticipez le retrait et n'imprimez que les allégations que vous pouvez certifier.

Lorsque votre brief de visuel est prêt, rendez-vous sur notre page consacrée aux [tote bags en toile personnalisés](#) pour associer votre brief au tissu, à la construction et au plan de contrôle adaptés, et envoyez les fichiers avec votre demande de devis afin d'obtenir une vérification du placement et des couleurs.

Sources

1. [ASI : une enquête montre que les acheteurs finaux en entreprise privilégient des objets promotionnels haut de gamme et élégants \(janvier 2026\)](#) ↵
2. [Communiqué de presse d'ASI : les produits promotionnels génèrent des impressions pour une fraction de centime \(avril 2026\)](#) ↵
3. [CNBC : ce sac à \\$40 connaît son été le plus populaire \(17 juillet 2025\)](#) ↵
4. [Commission fédérale du commerce des États-Unis : s'y retrouver dans les exigences d'étiquetage des lois sur les textiles et la laine](#) ↵
5. [Global Organic Textile Standard \(GOTS\), Global Standard gGmbH](#) ↵
6. [OEKO-TEX : document de la norme STANDARD 100](#) ↵
7. [Commission de la sécurité des produits de consommation des États-Unis : teneur totale en plomb](#) ↵
8. [California Legislative Information : AB 1817, loi sur des vêtements et des textiles plus sûrs](#) ↵
9. [ASI : étude sur les impressions publicitaires 2026 : les sacs \(juin 2026\)](#) ↵
10. [PPAI : estimation du volume des ventes, la promotion atteint un nouveau sommet \(2026\)](#) ↵
11. [PPAI Research : nouvelle année, tendances \(presque\) nouvelles](#) ↵