

Blancheporte

X
LA VIE EST BELT

LA COLLAB SECONDE VIE
QUI COURT-CIRCUITE
LES SCHEMAS ETABLIS



Blancheporte continue d'explorer la seconde vie de ses invendus. Avec La Vie est Belt, startup roubaisienne engagée pour une mode durable, la marque au cœur lance une nouvelle collection upcyclée, produite dans les Hauts-de-France, en circuit ultra-court. Résultat : une gamme de caleçons qui joue la carte de la mixité et de la responsabilité.

UNE COLLECTION ENGAGÉE

Pour sa deuxième collection upcyclée, Blancheporte a laissé carte blanche à Hubert Motte, le fondateur de la Vie est Belt qui, depuis 2017 prône une mode différente, soucieuse de son impact sur l'environnement. Piochant dans les stocks de draps invendus de la marque au cœur, Hubert Motte a ainsi imaginé, en collaboration avec le bureau de style de Blancheporte, une collection de caleçons unisexes qui combinent, avec malice, motifs audacieux et unis pastels ou vitaminés.





Du XS au XXL
En coton ou polycoton
Prix unique : 35€

16 MODÈLES EN SÉRIE LIMITÉE

16 modèles à porter, en duo ou en solo, sont proposés, au prix unique de 35 euros. Une idée de cadeau à découvrir sur www.blancheporte.fr à partir du 7 octobre 2020.

A PROPOS DE BLANCHEPORTE

Créée en 1806 à Tourcoing (59), Blancheporte est aujourd'hui dans le top 10 des e-commerçants français mode & maison. Dans son bureau de style intégré, Blancheporte crée ses propres collections mode & maison accessibles, colorées et ajustées aux envies des quinquas.

Misant sur l'alliance efficace du papier et du digital, Blancheporte perpétue le plaisir de recevoir des catalogues tout en confortant sa place unique sur le web. Son site réunit ainsi 2 millions de visiteurs uniques par mois, 50% des consultations s'effectuant sur mobile. En relais, Blancheporte adresse à ses communautés 70 millions de catalogues par an, comme autant de rendez-vous inspirants. Présente en France, en Belgique et à l'export, l'entreprise fédère 210 collaborateurs et traite, pour ses 2 millions de clientes, 4 millions de commandes par an pour un chiffre d'affaires HT 2019 de 180 millions d'euros, en croissance de 10% depuis son rachat en 2016.

A PROPOS DE LA VIE EST BELT

La vie est Belt est une marque d'accessoires de mode en matières recyclés, façonnées en Hauts de France. Elle fut lancée en 2017 par Hubert, jeune lillois de 23 ans en quête de sens.

Hubert aime créer des produits. Après 3 ans comme ingénieur produit chez Décathlon et 6 mois en Colombie pour clôturer ses études d'ingénieur, il souhaite réaliser des produits du quotidien à impacts positifs : stylés, écologiques et solidaires ! Tout commence avec des ceintures en pneus de vélo recyclés ou en tuyaux de lances de pompiers, Suivent des nœuds papillons en chambre à air et tissus recyclé, puis des porte-clefs en pneus de vélo usés et aujourd'hui des caleçons fabriqués à partir de textiles réemployés.

En 3 ans, La vie est Belt c'est plus de 5 tonnes de caoutchouc et 1 tonne de coton revalorisés, une équipe de 4 personnes et la participation à 5 emplois de confection, plus de 15 000 produits vendus et 7 distinctions !

Tout devient possible quand ... La vie est Belt !

Contact presse

Véronique Rétaux | vretaux@presse-cie.com | 06 30 07 93 35