

Blancheporte reçoit la mention Or aux trophées de l'économie responsable décerné par le réseau Alliances lors du World Forum 2021

99% de l'offre linge de lit écoresponsable, zéro plastique en 2027, 100% des émissions de CO2 liées au dernier kilomètre compensés en 2030, des collections qui prônent la diversité... Après avoir pérennisé son activité et plus de 500 emplois directs et indirects en France, Blancheporte agit pour une mode plus durable et plus inclusive. Cette démarche, portée par ses 210 collaborateurs et co-construite avec son écosystème, vient d'être saluée par le trophée or de l'économie responsable décerné dans la catégorie 100 à 550 salariés, ce 24 novembre 2021.

CONCILIER ÉCONOMIE ET ÉCOLOGIE

2017 marque le renouveau de Blancheporte. Un an après son rachat, l'entreprise renoue durablement avec la rentabilité. Les 180 emplois directs sont préservés. Le collectif s'enrichira même de 30 talents supplémentaires, l'effectif étant aujourd'hui de 210 collaborateurs. Dans la région, 300 emplois induits sont aussi maintenus dans les équipes de partenaires chargés de la logistique, de l'IT, de la relation client... Portée par cette dynamique, Blancheporte lance son premier exercice de vision pour co-écrire son futur avec ses équipes. La construction d'un modèle plus responsable y occupe une place de choix. Sur la plateforme où chaque collaborateur peut proposer une initiative innovante, les premières suggestions en faveur d'une mode plus durable émergent. 5 ans plus tard, des chantiers structurants ont été engagés et l'entreprise a fixé le cap de sa politique RSE animée par des ambassadeurs internes. Autour de 3 engagements prioritaires, Blancheporte avance avec méthode et détermination.

Eradiquer le plastique de ses emballages en 2027

Dès 2022, les 70 millions de catalogues et mailings envoyés chaque année auront banni les films plastiques. Puis progressivement, les autres sources seront éradiquées. En 2025, les cadeaux publicitaires seront débarrassés de leurs emballages plastiques. En 2027, les produits auront fait de même. Les sacs de transport des colis auront aussi privilégié des matières écoresponsables. Au total, 300 tonnes de plastique originel seront alors économisées chaque année.

Des collections passées au filtre de l'éco-conception

Pour offrir une mode plus durable, Blancheporte revisite les matières premières de ses produits pour les rendre plus vertueuses et veille aux conditions de travail des collaborateurs de ses fournisseurs. Avec eux, elle revisite ses collections. La totalité du linge de lit (ou presque, 99%) est ainsi déjà labellisé Oeko-tex®. 50% de l'offre bain & lingerie est écoconçue pour atteindre 75%, en 2025, comme 30% des collections de prêt-à-porter.

Réduire les émissions de CO2

Pour réduire son empreinte carbone, Blancheporte repense sa chaîne de transport avec en ligne de mire la suppression du fret aérien de ses produits à l'horizon 2030. La production d'énergie de son siège est également passée au crible. En relais du programme de rénovation thermique engagé depuis 2018, la production autonome d'une électricité verte est à l'étude pour être effective en 2025.

AGIR COLLECTIVEMENT

Pour construire un modèle plus durable, Blancheporte coopère avec ses parties prenantes.

Décrypter avec ses clientes

Régulièrement, certaines clientes participent à des tables rondes où elles partagent leur vision d'une entreprise responsable. En 2019, pour aller plus loin sur la question, 3 400 d'entre elles ont aussi donné leur avis. Leurs réponses impactent positivement la démarche RSE de Blancheporte.

Bouger les lignes avec la jeune garde textile

Au sein du Plateau Fertile, tiers-lieu roubaisien dédié à la filière textile, Blancheporte coopère

avec les jeunes talents pour expérimenter de nouvelles façons de produire, en local, à partir d'inventus. 3 collections upcyclées sont d'ores et déjà nées de ces partenariats expérimentaux. Elles contribuent, progressivement, à résoudre l'équation d'une fabrication locale rentable et donc pérenne pour certains types de produits.

Accélérer avec la filière

Tirant les enseignements de ses premières collections expérimentales *Made in France*, Blancheporte a choisi de passer à la vitesse supérieure. En septembre dernier, elle s'est associée à ID Group, Lemahieu et Les Tissages de Charlieu pour donner naissance à l'Atelier Agile, un réseau d'ateliers amenés à mailler l'Hexagone pour rendre possible une fabrication française à la demande, rentable et créatrice d'emplois dans les territoires.

UNE ENTREPRISE ENGAGÉE
POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE DOIT...

76%

PROPOSER
DES ARTICLES
FABRIQUÉS
LOCALEMENT
(FRANCE OU EUROPE)

60%

PROPOSER
DES ARTICLES
À PARTIR DE
MATIÈRES
NATURELLES

53%

SUPPRIMER
LES
EMBALLAGES
PLASTIQUES

31%

RECYCLER
LES INVENTUS

24%

PROPOSER
DES ARTICLES
À PARTIR DE
MATIÈRES
RECYCLÉES

22%

UTILISER
DES
TRANSPORTS
PLUS
ÉCOLOGIQUES



Enquête « Ecologie, recyclage, développement durable : votre avis compte pour nous » réalisée par mail en novembre 2019 auprès de 3 400 clientes Blancheporte

Blancheporte

PROMOUVOIR UNE MODE INCLUSIVE

Pionnière d'une mode pensée pour toutes les femmes, Blancheporte décline ses collections de 36 au 58 depuis des décennies. Certains de ses modèles proposent aussi des coupes adaptées aux silhouettes élancées comme aux petits gabarits.

En 2019, les équipes du bureau de style poursuivent leur démarche en faveur d'une mode inclusive. Avec Angélique de Rocquigny, créatrice de la marque Cœur de Lys®, elles développent une ligne de maillots de bains post-opératoires pour toutes celles qui ont subi un cancer du sein.

Une offre devenue pérenne dans le vestiaire Blancheporte.



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 d'ailleurs 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 2020 de 182 millions d'euros, en croissance de +15% depuis son rachat en 2016.

Blancheporte

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