BLANCHEPORTE

Blancheporte, Service Client de l'Année 2027 dans la catégorie Mode & Accessoires

Communiqué de presse i **20 novembre 2026**

Blancheporte est Élue Service Client de l'Année 2027 dans la catégorie Mode & Accessoires. Une distinction qui vient saluer la qualité de sa relation client et l'engagement quotidien de ses équipes pour accompagner ses 2 millions de clientes.

Créée en 1806 à Tourcoing, Blancheporte a traversé plus de deux siècles en faisant évoluer son modèle au rythme des usages et des attentes des femmes. Du catalogue au e-commerce et désormais à l'application mobile, les points de contact se sont multipliés, mais une conviction demeure : pour bien accompagner ses clientes, il faut d'abord savoir les écouter et les comprendre.
Ces dernières années, Blancheporte a profondément accéléré sa transformation digitale. Près de 80 % de ses ventes sont désormais réalisées en ligne et l'entreprise poursuit ses investissements dans l'IT et l'intelligence artificielle pour fluidifier et personnaliser davantage les parcours de ses clientes.
Cette transformation s'inscrit dans une ambition plus large : mettre la technologie au service d'une relation toujours plus simple, pertinente et personnalisée, sans perdre ce qui fait historiquement la singularité de Blancheporte : la proximité.
Une démarche qui passe aussi par une connaissance toujours plus fine des attentes des femmes. La nouvelle plateforme de marque de Blancheporte s'est ainsi construite à partir d'un important travail d'écoute et d'analyse de ses clientes, avec une même ambition : mieux comprendre et accompagner les femmes de 50 ans dans leur quotidien.

« Cette distinction a une résonance particulière pour Blancheporte. Depuis 220 ans, notre entreprise n'a cessé de se transformer avec ses clientes, tout en restant fidèle à une même conviction : la qualité d'une relation commence par l'écoute et la compréhension de leurs attentes. Ce titre récompense avant tout l'engagement de nos équipes. Il nous rend fiers du chemin parcouru et nous encourage à continuer à progresser. »
Franck Duriez, PDG de Blancheporte.

A propos de Blancheporte

220 ans d'histoire et toujours l'envie de se réinventer.
Créée en 1806 à Tourcoing, Blancheporte a traversé les époques en faisant constamment évoluer son modèle. D'abord industrielle, puis pionnière de la vente par correspondance, l'entreprise a réussi sa mutation digitale pour figurer aujourd'hui parmi les 10 premiers e-commerçants français Mode et Maison.
Dans son bureau de style intégré, ses équipes imaginent des collections exclusives, accessibles et colorées, pensées pour les femmes de 50 ans. À leur écoute, Blancheporte conçoit des produits qui répondent à leurs envies, leurs goûts et leur façon de vivre, fidèle à sa mission : simplifier et embellir leur vie pour leur permettre de s'accomplir pleinement.
Blancheporte compte 2 millions de clientes et son site accueille 2 millions de visiteurs uniques chaque mois. L'entreprise traite 4 millions de commandes par an et réalise désormais 80 % de ses ventes en ligne. Présente en France, en Belgique et à l'international, elle rassemble 200 collaborateurs et a réalisé 170 millions d'euros de chiffre d'affaires HT en 2025.

Contact presse

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