BLANCHEPORTE

Communiqué de presse i **septembre 2026**

Octobre Rose 2026
Blancheporte remet 13 855 € au Fonds de dotation du CHU de Lille pour soutenir les femmes touchées par le cancer

Pour la cinquième année consécutive, Blancheporte renouvelle son engagement aux côtés du Fonds de dotation du CHU de Lille. Grâce à la mobilisation de ses clientes et de ses équipes à l'occasion d'Octobre Rose, la marque remet cette année un don de 13 855 €, un montant en légère progression. Une contribution qui permettra, une nouvelle fois, de cofinancer des soins socio-esthétiques destinés aux patientes du CHU de Lille.

13 855 € collectés grâce à la mobilisation des clientes et des équipes
Du 30 septembre au 31 octobre 2026, Blancheporte a mobilisé sa communauté autour de sa boutique Octobre Rose, réunissant une sélection de lingerie, vêtements de nuit, maillots de bain et produits post-opératoires. Pour chaque achat réalisé parmi cette sélection, 1 € était destiné au Fonds de dotation du CHU de Lille. Résultat : 13 855 € reversés cette année, contre 13 639 € en 2025 et 11 168 € en 2024. Au-delà du montant collecté, ce résultat témoigne de la fidélité des clientes et de l'engagement des équipes Blancheporte en faveur des femmes touchées par le cancer.

Des soins pour prendre soin des femmes au-delà de la maladie
Comme les années précédentes, ce don contribuera au financement de soins socio-esthétiques proposés aux femmes atteintes d'un cancer et accompagnées par le CHU de Lille.Massages, soins du visage, maquillage… Ces moments de bien-être offrent aux patientes une parenthèse dans leur parcours de soins. Ils les aident à se réapproprier leur image, à retrouver confiance en elles et à préserver leur féminité malgré les bouleversements physiques et psychologiques liés à la maladie.









Des patientes associées à la création de lingerie post-opératoire
Cette année, Blancheporte a également franchi une nouvelle étape en associant directement des patientes à la conception de deux soutiens-gorges post-opératoires. Angélique et Jacqueline ont partagé leur expérience, testé les modèles et contribué à leurs ajustements pour répondre au plus près aux besoins des femmes opérées du sein. Confort, douceur, maintien, facilité d'utilisation et féminité ont guidé cette démarche de cocréation, avec la volonté de proposer des produits adaptés et accessibles. Une initiative qui prolonge l'engagement solidaire de Blancheporte et illustre sa volonté d'être aux côtés des femmes, pendant et après la maladie.

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 accessibles, colorées et ajustées aux envies des femmes de 50 ans. 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. En relais, Blancheporte adresse à ses communautés des catalogues tout au long de l'année, comme autant de rendez-vous inspirants. Présente en France, en Belgique et à l'export, l'entreprise fédère 200 collaborateurs et traite, pour ses 2 millions de clientes, 4 millions de commandes par an pour un chiffre d'affaires HT 2025 de 170 millions d'euros.

Contact presse

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