

À Paris, le 30 septembre 2025,

15 000 poitrines symboliques distribuées : France Pare-Brise mise sur l'impact visuel pour « Octobre Rose »

France Pare-Brise, réseau hyperspécialiste français de la réparation du vitrage et du recalibrage, a choisi en 2024 de donner une résonance nationale à de nombreuses initiatives locales portées par ses adhérents. Nées d'initiatives locales portées par les centres, ces actions solidaires se sont progressivement transformées en un rendez-vous fédérateur, attendu par les collaborateurs et partenaires du réseau.



En s'engageant comme mécène de Gustave Roussy, 1^{er} centre de lutte contre le cancer en Europe, l'enseigne a transformé cette dynamique en un véritable temps fort de communication et de vie d'entreprise.

En 2025, France Pare-Brise va plus loin : avec l'opération « Tout n'est pas rose », le réseau entend mobiliser encore plus largement ses collaborateurs, ses partenaires et le grand public autour d'un enjeu de santé majeur — la prévention et le dépistage du cancer du sein.

Un parti pris assumé : celui d'une campagne engagée, à l'image de nos équipes, et respectueuse de nos collaborateurs, y compris celles et ceux qui traversent personnellement ces épreuves.

2024 : Une première mobilisation d'envergure



En octobre 2024, France Pare-Brise a marqué les esprits en mettant à disposition l'ensemble de ses droits de sponsoring avec le Stade Français Paris pour soutenir l'opération « Tout n'est pas rose », Grâce à cette visibilité et à des actions menées tout au long du mois d'octobre, la campagne avait permis de relayer massivement le message de prévention et d'associer supporters, collaborateurs et partenaires à la collecte de dons.

2025 : sensibiliser, soutenir, prévenir

En 2025, France Pare-Brise va plus loin et lance une campagne de communication nationale engagée, à la fois interne et externe, pour amplifier la portée de « **Tout n'est pas rose** ».

L'entreprise met en œuvre une campagne nationale interne et externe qui associe symboliquement son cœur de métier à la prévention :

- **15 000 désodorisants en forme de poitrine** remis après chaque intervention,
- **Des pare-soleil** distribués aux équipes et partenaires,
- **Une vidéo promotionnelle** diffusée sur les supports digitaux de l'enseigne.



Une sensibilisation utile et solidaire

Parce que cette action s'adresse à toutes les femmes, ces objets seront déclinés en **trois coloris** et porteront un **QR code** redirigeant vers une plateforme dédiée : bonnes pratiques de dépistage, informations sur la prévention et appel aux dons en faveur de Gustave Roussy.

Cette année encore, France Pare-Brise souhaite mobiliser son réseau et sa notoriété pour servir une cause majeure de santé publique. L'enseigne associe ainsi ses 670 centres et l'ensemble de ses collaborateurs à une action solidaire qui concerne toutes les générations.

« Chez France Pare-Brise, nous avons toujours eu à cœur d'agir aux côtés de nos collaborateurs, nos clients et nos partenaires. Cette année encore, nous avons souhaité donner une portée nationale à cette démarche, pour rappeler que la santé des femmes est l'affaire de tous. En associant des objets iconiques de notre cœur de métier à une action de sensibilisation, nous avons voulu transformer chaque intervention en opportunité de diffuser un message utile qui interpelle et dont les gens se rappellent. Les objets distribués, les couleurs choisies, le QR code vers des conseils pratiques et un appel aux dons : autant de moyens simples mais concrets de dire que la prévention et le soutien doivent trouver leur place partout, jusque dans le quotidien de nos clients. »

William Akoum, Directeur Marketing et Communication de France Pare-Brise

[Pour retrouver les images de la campagne](#)

À propos de Gustave Roussy :

Classé premier centre français, premier européen et quatrième au niveau mondial, Gustave Roussy constitue un pôle d'expertise globale entièrement dédié aux patients vivant avec un cancer. L'Institut est un pilier fondateur du biocluster en oncologie Paris-Saclay Cancer Cluster. Source d'innovations thérapeutiques et d'avancées diagnostiques, l'Institut accueille chaque année près de 50 000 patients dont 3 500 enfants et adolescents et développe une approche intégrée entre recherche, soins et enseignement. Expert des cancers rares et des tumeurs complexes, Gustave Roussy traite tous les cancers, à tous les âges de la vie. Il propose à ses patients une prise en charge personnalisée qui allie innovation et humanité, où sont pris en compte le soin mais aussi la qualité de vie physique, psychologique et sociale. Avec 4 100 salariés répartis sur deux sites, Villejuif et Chevilly-Larue, Gustave Roussy réunit les expertises indispensables à une recherche de haut niveau en cancérologie ; 40 % des patients traités sont inclus dans des études cliniques. Pour en savoir plus sur Gustave Roussy et suivre les actualités de l'Institut : X, Facebook, LinkedIn, Instagram

 Plus d'informations : www.gustaveroussy.fr

À propos de France Pare-Brise :

Créé en 1993, filiale du groupe Saint-Gobain depuis 2016, le réseau France Pare-Brise compte plus de 670 points de vente et centres implantés dans toute la France, gérés par 200 chefs d'entreprise indépendants et plus de 1 200 collaborateurs engagés au service de leurs clients.

 Plus d'informations : www.franceparebrise.fr