

Quand mode rime avec compassion: les Canadiens appelés à voter pour la Collection Cashmere 2025

L'événement annuel unique en son genre qui unit le pays au profit de la lutte contre le cancer du sein

MONTREAL, le 17 septembre 2025 /CNW/ - Pour une 22e année, la Collection Cashmere a transformé le podium en une célébration de la résilience et de la créativité, avec des créations éblouissantes et des looks inoubliables pour une soirée de mode et de compassion en soutien aux programmes de sensibilisation, de prévention et de traitement du cancer du sein.

Inspirés par le thème de cette année, « Tapisserie du Nord », qui célèbre la diversité des régions, des cultures et des perspectives qui unissent le Canada en tant que nation, 16 des plus grands designers émergents et établis du pays ont présenté des créations soigneusement conçues, entièrement réalisées à partir du papier hygiénique Cashmere, la marque la plus vendue au Canada.

Venus de partout au pays, les designers 2025 sont : Adam X, Angie Larocque, Antoninette Di Carlo, Bahar Kianpour, Chavah Lindsay, Heather Bouchier, Helmer Joseph, Maria Wozniak, Matthew Gallagher, Michael Jafine, Rodney Philpott, Sebastian Guarin, Shaun Mascarenhas, Shauna Griffiths, Steven Lejambre et Zoba Martin. Puisant dans leur héritage, leurs communautés et leurs expériences personnelles, ils ont créé de véritables œuvres d'art qui transforment la douceur de la matière en un puissant symbole d'espoir pour toutes les personnes touchées au pays.

« La créativité canadienne est au cœur de la Collection Cashmere, autant sur le podium que dans le produit lui-même. La Collection Cashmere 2025 est entièrement réalisée à partir du papier hygiénique Cashmere UltraLuxe. Fièrement fabriqué au Canada, il s'agit de notre papier le plus doux et le plus luxueux à ce jour. Il est également incroyablement résistant, en faisant le 'tissu' parfait pour la collection de cette année et un rappel éloquent de la douceur et de la force de notre esprit canadien », a déclaré Susan Irving, chef du marketing de Produits Kruger, créateur de Cashmere. « C'est un honneur d'être dans notre 22e année de soutien à un avenir sans cancer du sein. Contribuer à sensibiliser et à amasser des fonds pour cette cause dans les communautés que nous servons est inestimable pour nous. Plus que jamais, il est essentiel de célébrer ce qui nous unit. Ensemble, nous pouvons faire une réelle différence là où cela compte le plus. »

Depuis 2004, cette collecte de fonds annuelle a permis d'amasser plus de 5 millions de dollars au profit de la cause du cancer du sein grâce à ses partenaires, la Société canadienne du cancer (SCC) et la Fondation cancer du sein du Québec (FCSQ). L'édition 2025 s'est tenue le 16 septembre au site historique Evergreen Brick Works de Toronto et a été animée par Lainey Lui, de ETalk.

Chaque année, Cashmere s'associe à de nouvelles voix pour amplifier son message de façon significative. Cette année, la Collection a accueilli la chanteuse et artiste canadienne Jully Black, ainsi que l'actrice et animatrice québécoise Rosalie Bonenfant, deux femmes exceptionnelles dont les liens personnels à la cause apportent authenticité et émotion à l'initiative.

Surnommée la « reine canadienne du R&B Soul », Jully Black a prêté sa voix puissante à la fois à la campagne et à la soirée, captivant les invités grâce à une performance marquante. Le premier

choix au repêchage de la LNH 2025, Matthew Schaefer, a également surpris l'audience avec un message vidéo émouvant en hommage à sa mère, décédée d'un cancer du sein l'an dernier, ajoutant une note profondément touchante à l'événement. D'autres athlètes canadiens de renom, dont Doug Gilmour, Natalie Spooner et Tessa Virtue, ont aussi apporté leur éclat à ce rassemblement inspirant et fortement suivi.

« Je suis honorée de prêter ma voix à la 22e édition de la Collection Cashmere au profit de la cause du cancer du sein », a déclaré Jully Black. « Cet événement me tient particulièrement à cœur, non seulement en raison de ma propre frayeur face au cancer du sein, mais aussi à cause du parcours de mon père, survivant du cancer. Ces expériences renforcent mon engagement à utiliser ma voix pour que davantage de Canadiens s'informent, s'impliquent et apportent espoir à une cause qui nous touche tous. »

Votez et faites la différence

Dès aujourd'hui et jusqu'au 31 octobre 2025, les Canadiens et Canadiennes peuvent visiter www.CashmereCollection.ca pour voter une fois par jour pour leur création préférée du défilé de cette année. La création gagnante sera dévoilée le 4 novembre 2025. Pour chaque vote, la marque de papier hygiénique Cashmere versera 1 \$ à la cause du cancer du sein, par l'entremise de ses partenaires, la Société canadienne du cancer (SCC) et la Fondation cancer du sein du Québec (FCSQ), jusqu'à concurrence de 100 000 \$.

En plus de soutenir leur designer favori et la cause, les Canadiens et les Canadiennes courront la chance de gagner un grand prix en argent de 5 000 \$ en votant en ligne. Règlements et conditions disponibles [ici](#).

Les Canadiens et Canadiennes peuvent également appuyer la cause en achetant les emballages de papier hygiénique Cashmere et Purex spécialement identifiés du ruban rose. Pour chaque emballage vendu, 1 \$ additionnel sera remis directement à la SCC ou à la FCSQ, jusqu'à concurrence de 100 000 \$.

À propos de la collection Cashmere

Fondée en 2004, la collection Cashmere, primée à l'international, est une ardente partisane de la communauté du design de mode du Canada et de la lutte contre le cancer du sein. De nombreux grands noms de la mode canadienne ont contribué à la collection, notamment Marie Saint Pierre, Greta Constantine, Denis Gagnon, David Dixon, Rudsak, NARCES, Stephan Caras, Lucian Matis, Rodney Philpott et bien d'autres.

Au cours des 20 dernières années, la collection Cashmere a recueilli plus de 5 millions de \$ pour soutenir les programmes de sensibilisation, de prévention et de traitement du cancer du sein pour ses partenaires caritatifs, la Société canadienne du cancer (SCC) et la Fondation du cancer du sein du Québec (FCSQ).

À propos de Cashmere et Produits Kruger inc.

Le papier hygiénique Cashmere, la marque la plus vendue au Canada, reflète l'engagement de Produits Kruger à fournir aux consommateurs des produits de papier hygiénique de la plus haute qualité, fabriqués au Canada. Produits Kruger est le plus grand fabricant de produits de papier à usage domestique, industriel et commercial au Canada. Produits Kruger dessert le marché de

consommation canadien avec des marques bien connues comme Cashmere®, Purex®, SpongeTowels®, Scotties® White Swan® et Bonterra®. Produits Kruger a environ 2 800 employés et exploite neuf usines en Amérique du Nord qui ont obtenu la certification de la chaîne de traçabilité (CoC) du FSC® (code de licence FSC® C104904). Pour plus de renseignements, visitez www.produitskruger.ca.

Contribuant depuis longtemps à la lutte contre le cancer du sein, Produits Kruger inc. soutient la Fondation canadienne du cancer du sein (FCCS), qui fait maintenant partie de la Société canadienne du cancer (SCC), depuis 2005, et est actuellement l'un des cinq principaux partenaires nationaux de la SCC luttant contre le cancer du sein. Produits Kruger inc. est également l'un des principaux donateurs de la Fondation du cancer du sein du Québec.

À propos de la Société canadienne du cancer

La Société canadienne du cancer (SCC) travaille sans relâche pour sauver et améliorer des vies. Nous recueillons des fonds afin de soutenir la recherche sur le cancer. Nous offrons un système de soutien empreint de compassion à toutes les personnes touchées par le cancer, partout au Canada et pour tous les types de cancer. Aux côtés des patients, des proches, des donateurs et des bénévoles, nous œuvrons à bâtir un avenir plus sain pour tous. Car pour vaincre le cancer, il faut l'engagement de chacun. Il faut toute une société.

La Société canadienne du cancer (SCC) est le plus important bailleur de fonds caritatif national de la recherche sur le cancer du sein au Canada. Depuis son sommet à la fin des années 1980, le taux de mortalité par cancer du sein chez les femmes a presque diminué de moitié. Ce recul reflète l'impact de recherches porteuses de changements, qui ont permis d'améliorer le dépistage et le traitement du cancer du sein. Cependant, il reste encore beaucoup à faire, car le cancer du sein demeure le cancer le plus fréquemment diagnostiqué et la deuxième cause de décès par cancer chez les femmes au pays. Les fonds recueillis grâce à ce partenariat seront investis dans les principaux programmes de recherche et de soutien de la SCC en matière de cancer du sein.

Pour plus de renseignements, visitez [ici](#).

À propos de la Fondation du cancer du sein du Québec

La Fondation du cancer du sein du Québec est le seul organisme philanthropique à s'assurer que les résultats de ses investissements dans la recherche sur le cancer du sein demeurent au Québec. En plus de 31 ans, elle a collecté plus de 72 millions de dollars, qu'elle a investis dans la recherche de pointe et dans les programmes de soutien gratuits destinés aux patientes atteintes d'un cancer du sein et à leurs proches. Grâce à la recherche et à l'innovation, au soutien et à l'éducation, elle veille à ce que les personnes atteintes de la maladie et leurs familles restent au cœur de sa mission. Familles, chercheurs, bénévoles et donateurs partagent tous le même espoir : accroître le taux de survie des personnes touchées par le cancer du sein et améliorer leur qualité de vie. Suivez la FCSQ sur les médias sociaux sur [Facebook](#), [LinkedIn](#) et [Instagram](#).

Pour plus d'informations ou pour organiser un entretien, veuillez contacter :

Laura Perez, North Strategic pour le compte de Produits Kruger Inc laura.perez@northstrategic.com