

On a vendu notre entreprise pour 0 \$.



En 2022, Bleu forêt est passée d'entreprise privée à collective en devenant une coop de travail.



On a vendu l'entreprise à ses travailleuses pour 0\$.
Adieu le droit de propriété!



On est aujourd'hui membres de la coop sur le même pied d'égalité. On est rémunérées uniquement sur la base de notre travail.



On prend les décisions importantes tout le monde ensemble.

Chez Bleu forêt, on collabore avec des organismes comme le vôtre qui œuvrent au service du bien commun. Alors ça n'avait pas de sens pour nous de le faire tout en servant nos intérêts individuels.

[Ça me parle](#)

« Bleu forêt a choisi l'humain avant les profits. »

Le passage que Bleu forêt a fait d'entreprise privée à coop a forgé leur compréhension des principes mêmes de l'économie sociale. Bleu forêt a choisi l'humain avant les profits. Juste d'avoir fait ce choix-là, ça vient rejoindre nos valeurs. C'est exactement le genre de modèle entrepreneurial qu'on veut soutenir.



Joannie Bournival
Directrice générale
Pôle d'économie sociale de la Mauricie

Augmenter votre visibilité, ça se fait à plusieurs.

Pour se faire voir, faut d’abord se faire entendre.

Bleu forêt implique votre équipe et votre communauté du début à la fin. Rencontres, ateliers de co-création, focus group ou sondage.

C’est la seule façon d’éviter de vous retrouver avec :

- X Un plan de comm’ qui prend la poussière quelque part dans votre ordinateur
- X Une campagne qui suit les tendances sans résonner avec votre monde
- X Ou 6 versions de logos qui vous laissent dans l’indifférence.



La collaboration, on l’applique autant pour gérer notre coop que pour vos comm’. Et ça fonctionne.

Collaborons

« La participation au Défi Je mange local a grimpé de 152 % en 1 an. »

Pour le Défi Je mange local, Bleu forêt a organisé des sondages et des focus group. Les organisations comme la nôtre sous-estiment ces processus-là alors que ça change tout. Comment voulez-vous savoir si votre campagne va parler au monde si vous ne leur demandez pas? Vous risquez de perdre du temps et de l’argent. Avec Bleu forêt, on a explosé Internet! La participation au Défi Je mange local a grimpé de 152 % en 1 an.



Camille Tremblay Lalancette
Agente de développement en sensibilisation et éducation
Bon goût frais des Îles-de-la-Madeleine

LES AVANTAGES BLEU FORÊT

On le dit, on le fait.



Communication responsable

Avec Bleu forêt, vous augmentez l’impact de votre projet sans compromettre vos valeurs.



Connaissance de vos enjeux

Vous ne perdez pas de temps à nous expliquer c’est quoi la transition socioécologique ou un système alimentaire durable. On baigne dedans 24/7.



À échelle humaine

Vous n’êtes pas un numéro. On travaille avec du monde. Pas des « comptes client ».



Tarif solidaire

Si vous êtes un petit OBNL avec un budget limité, vous pourriez avoir droit à un tarif réduit.



Pro bono

On vous gâte avec 1 mandat pro bono de 50 heures par année sur invitation ou via un appel à projets.



Don

On remet 1 % de notre chiffre d’affaires à des organismes qui œuvrent en environnement ou en justice sociale.

« Ce n'est pas moi. C'est l'équipe. »



Geneviève Rajotte Sauriol
Stratège en communication

Geneviève est sur son X quand ça va vite. Vite dans les idées, sur son clavier et sur son vélo. Selon un test de personnalité, elle est la plus extravertie de notre équipe.

Mauricie



Maëlle Dancause
Stratège en communication

Maëlle raffole de la planification. Planifier la prochaine escapade en famille, le potager, le menu saisonnier. Et votre plan de comm’.

Estrie

Sarah Drolet-Laflamme
Stratège en communication

Ex-journaliste et géographe passionnée par la faune marine, Sarah aime vos projets de communication complexes, presque autant que savourer son terroir.

Montréal



Andrée-Ann Cloutier
Designer graphique

Andrée-Ann résout joliment vos problèmes avec le design graphique. Elle crée tout le temps. Sur sa feuille, sur sa tablette, dans son jardin et dans sa cuisine.

Mauricie

Ilham Figueroa
Chargée de projet

Ilham fait des médias numériques vos alliés avec un grand sens de l'éthique et gère vos projets de main de maître. Elle prend plaisir à bricoler, coudre et rénover.

Mauricie

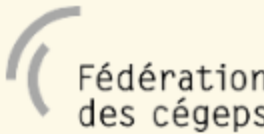


Christine Demarbre
Designer graphique

Christine croit qu'on peut faire sa marque sans laisser (trop) de trace. Force tranquille, elle a autant à coeur de protéger la biodiversité que de veiller sur la neuro-inclusion.

Laurentides

PLUS QUE DES LOGOS. DES PARTENAIRES.
Plusieurs nous appellent même leur BFF. Bleu Forêt Forever.



LISEZ-NOUS

Articles en vedette



14 critères pour une communication responsable

Vous vous impliquez dans un projet que vous souhaitez faire rayonner, sans toutefois compromettre vos valeurs d'écoresponsabilité et d'inclusion ? Il est effectivement possible de concilier ces deux exigences dans vos stratégies de communication. [Lire nos articles +](#)



Peut-on conjuguer marketing et sobriété?

Le marketing a beaucoup à se reprocher dans la crise climatique. Il nous somme de surconsommer et nous vend un mode de vie insoutenable. On est dus pour changer de récit. Pour « rendre la sobriété irrésistible ». [Lire nos articles +](#)

Le futur est collectif.

Parlez-nous de vos besoins pour qu'on le bâtit ensemble.

Je soumets mon projet

FACEBOOK
LINKEDIN

Ce site web a été conçu dans une optique de sobriété numérique et n'utilise aucun cookie. [Wow, dites-moi tout!](#)

Politique de confidentialité

