





Fondée en 1938, Agropur puise sa source dans la tradition, la simplicité et la modernité. Elle est aujourd'hui la plus grande coopérative laitière au Canada et offre au consommateur une impressionnante gamme de produits, allant du lait de consommation jusqu'aux fromages les plus raffinés. L'entreprise transforme annuellement près de 2 milliards de litres de lait dans ses 22 usines, situées au Canada, aux États-Unis et en Argentine.

Malgré les défis importants qui jalonnent son parcours, Agropur poursuit résolument sa croissance avec un chiffre d'affaires de près de 2,5 milliards de dollars. Si le passé est garant de l'avenir, l'organisation connaîtra une évolution certaine sur l'échiquier mondial dans un futur rapproché. Cette réussite marquée repose sur ses 3 783 membres et ses 4 488 employés.



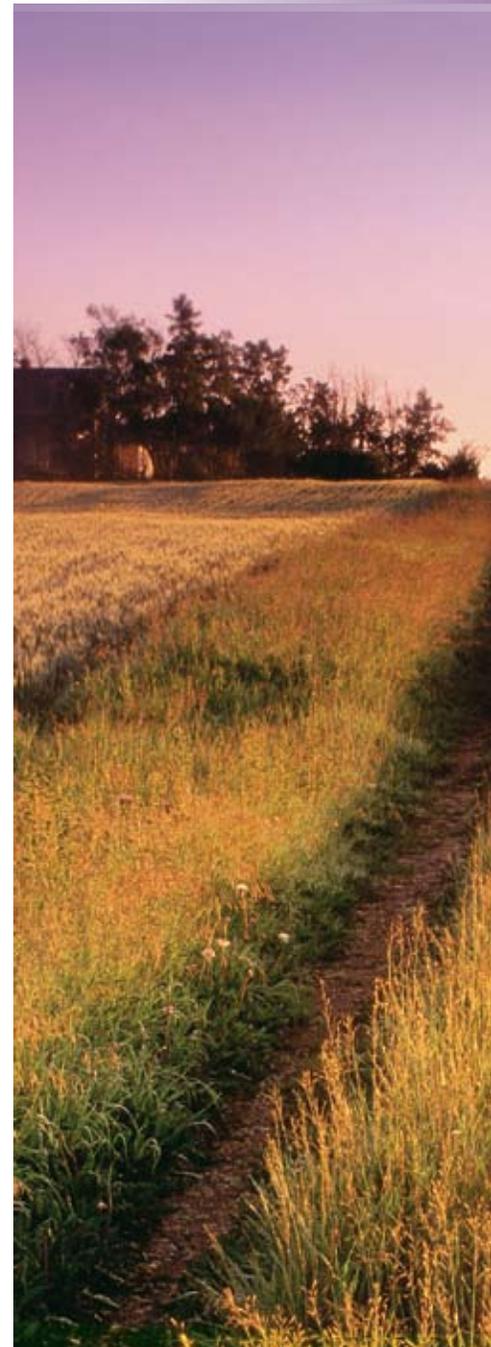
Quand tradition est synonyme de qualité

Puisant sa source à même la nature, Agropur dispose d'une matière première de haute qualité et d'une richesse incomparable, le lait, constituant la base d'une longue chaîne de produits novateurs et **purement naturels**. À l'aube du 21^e siècle, Agropur s'engage à proposer des produits purs, distinctifs et de la plus haute qualité et sa réussite n'a modifié en rien son authenticité, elle y a plutôt contribué.

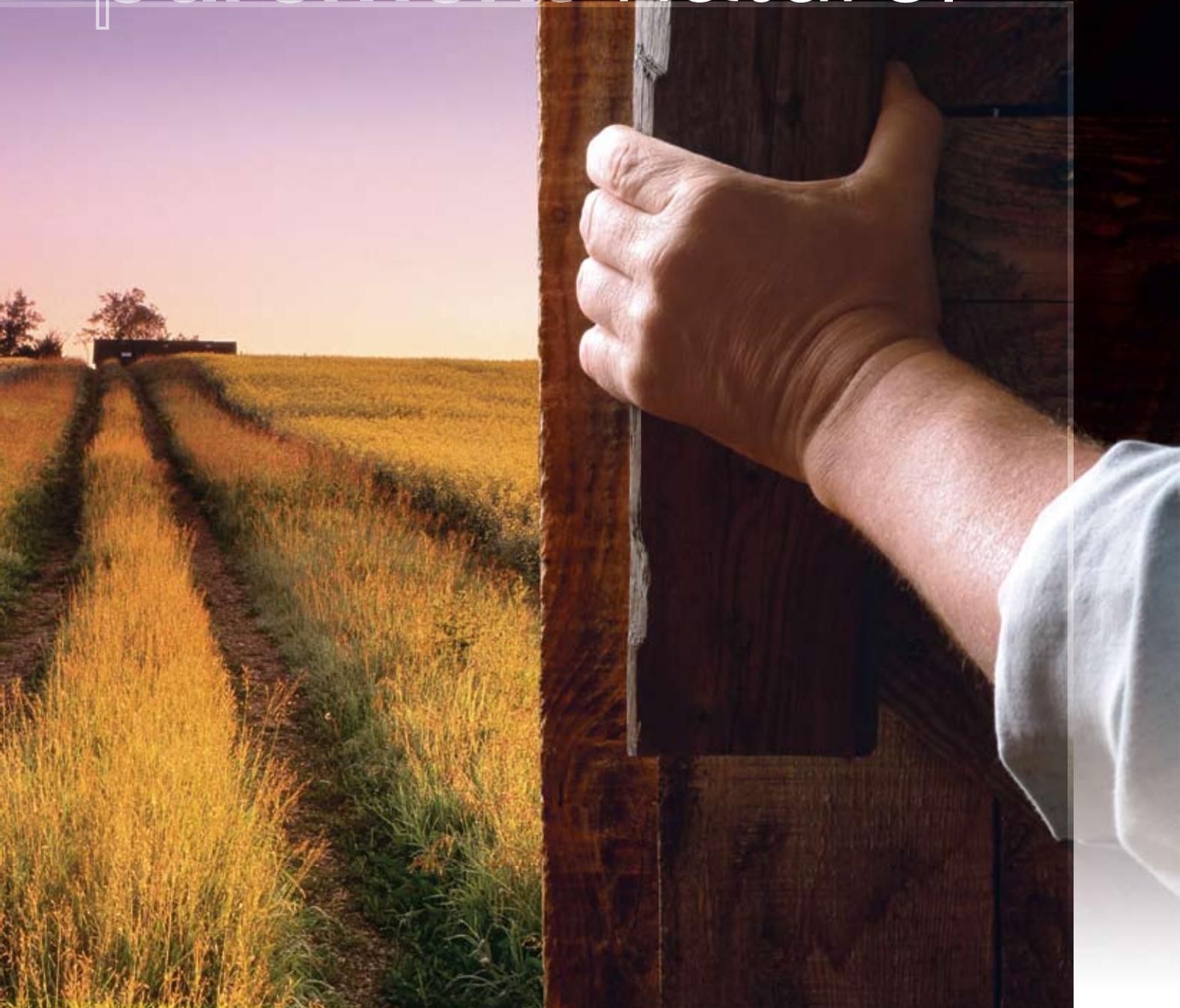
Encore aujourd'hui, bichonnés par les bons soins de ses employés, les produits d'Agropur portent tous l'empreinte du travail bien fait et de la chaleur humaine. Chacun d'eux véhicule en son sein la tradition, la pureté et l'authenticité de l'organisation qui forment ses valeurs fondamentales. Fidèles à l'esprit des fondateurs de la Coopérative et toujours aussi actuelles, les valeurs d'Agropur forment les assises de son éthique d'entreprise, ces mêmes valeurs qui guident en tous points ses actions.

Malgré ses origines modestes, Agropur a réussi à se hisser parmi les grands joueurs de l'industrie laitière canadienne. Présente d'un océan à l'autre, son action dépasse même les frontières du pays.

À cet égard, en tant que citoyen corporatif, l'entreprise poursuit son engagement communautaire à travers de nombreuses initiatives locales et internationales; elle n'hésite pas à exporter son savoir-faire dans les pays du sud, dont son implication avec SOCODEVI, depuis plusieurs années, en fait foi. Cet organisme a pour mission première de contribuer au développement durable de certaines populations, en transférant l'expertise des gens d'ici.



purement naturel





La Coopérative poursuit son ascension

À la veille de célébrer son 70^e anniversaire d'existence, Agropur poursuit son ascension en gardant toujours à l'esprit ses valeurs d'origine qui demeurent aujourd'hui les piliers de l'organisation. Pour garder ses valeurs vivantes, la Coopérative s'appuie sur une vie associative dynamique et sur un réseau composé d'animateurs et de délégués motivés et impliqués. Ainsi, Agropur est constamment en mesure de maintenir un contact de qualité avec ses membres. Elle les consulte périodiquement afin d'établir les grandes orientations l'aidant à guider ses actions.

En début d'année, plusieurs réunions de consultations ont été tenues dans toutes les régions administratives de la Coopérative dans le cadre de la Réflexion stratégique 2007. Lancée lors de la dernière Assemblée générale annuelle, cette réflexion visait à recueillir les points de vue des membres portant sur trois grands sujets d'intérêt pour l'avenir d'Agropur, à savoir l'adhésion de nouveaux membres, la structure démocratique et la vie associative, et finalement, le développement de l'organisation. Les résultats de cette réflexion feront en sorte de guider le conseil d'administration sur les grandes orientations et sur les décisions qui devront être prises dans les prochaines années; ils seront d'ailleurs communiqués lors de la prochaine Assemblée générale annuelle. Au nom du conseil d'administration, je tiens à remercier tous les membres qui ont participé à cet exercice.

Nous croyons que pour demeurer compétitifs face aux diverses pressions externes, il faut acquérir davantage d'actifs de transformation, que ce soit au Canada ou à l'étranger.

Des discussions ont été amorcées, en fin d'année, avec Gay Lea, coopérative laitière ontarienne, afin de mettre sur pied une nouvelle grande coopérative laitière canadienne. Cependant, malgré tous les efforts déployés afin de concrétiser ce projet, nous sommes arrivés à la conclusion, après une analyse approfondie de chacun des plans d'affaires respectifs, qu'il était dans le meilleur intérêt des membres des deux coopératives de mettre fin aux discussions amorcées à l'automne. Je remercie toutes les personnes qui ont été impliquées dans ce projet.

L'année 2007 est celle de la première incursion d'Agropur sur le continent sud-américain par la formation, en novembre 2007, de la coentreprise *Grupo La Lacteo*, en partenariat avec Adecoagro. Chef de file dans la production d'aliments et d'énergie renouvelable, cette entreprise concentre ses activités en Argentine, au Brésil et en Uruguay. Ce partenariat nous permettra de développer de nouvelles activités laitières en Amérique du Sud. *Grupo La Lacteo* transforme plus de 120 millions de litres de lait annuellement et possède deux usines situées dans la province de Cordoba, en Argentine. Ses 146 employés sont responsables de la production de breuvages laitiers, de produits laitiers frais, de poudres de lait et de fromages.

« La Coopérative n'a pas de frontières », disaient les fondateurs d'Agropur. Ces paroles, plus actuelles que jamais, se reflètent dans les stratégies adoptées par l'organisation.

Toujours à l'international, depuis le début de 2006, la Coopérative s'implique avec SOCODEVI dans un projet de développement de l'industrie laitière au Paraguay en favorisant le développement des huit coopératives laitières de ce pays. Agropur s'implique aux chapitres de

l'amélioration de la qualité du lait et de la gestion des bonnes pratiques en assurance qualité en usine, de l'amélioration du marketing et de la distribution, et enfin, de l'amélioration de la gestion des coopératives. Dans le cadre de ce projet, quelques administrateurs et employés d'Agropur se sont déplacés au Paraguay et les membres du conseil d'administration d'Agropur ont reçu au siège social, à Longueuil, une délégation paraguayenne en juin dernier. Nous pouvons être fiers de notre implication dans ce projet de transfert de connaissances, permettant ainsi aux coopératives paraguayennes d'être prêtes à affronter les défis qui se présenteront à elles.

Aussi, en tant que chef de file de l'industrie laitière, notre organisation a été appelée à déposer un mémoire dans le cadre de la consultation de la *Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois*, en septembre 2007. Il nous semblait crucial de donner notre point de vue sur le contexte laitier actuel.

Nous avons, au pays, la possibilité de bénéficier des deux modes traditionnels de mise en marché collective, les plans conjoints, d'une part, et les coopératives, d'autre part. De plus, notre système permet d'offrir aux consommateurs d'ici des produits innovateurs et de grande qualité à des prix compétitifs, et d'offrir à tous les partenaires de l'industrie, un modèle « équitable » de mise en marché, où tous peuvent y trouver leur compte.

Malgré le fait que notre coopérative soit à l'affût d'occasions d'affaires à l'étranger, elle continue de bénéficier d'un système laitier qui est aussi efficace que ceux mis en place ailleurs dans le monde. Le système canadien de gestion de l'offre permet de bénéficier autant aux producteurs, aux transformateurs qu'aux consommateurs. Nous souhaitons pouvoir compter sur la stabilité que nous confère le système laitier canadien afin de poursuivre notre développement.

Il s'agit là d'un acquis important que nos gouvernements doivent protéger. Notre secteur doit pouvoir continuer de reposer sur un soutien réglementaire et gouvernemental fort. C'est ce qui a permis, depuis plus de 30 ans, de faire du secteur laitier québécois et canadien un secteur solide financièrement, où tant les producteurs que les transformateurs ont réussi à jouir de conditions avantageuses.

Toutefois, certains éléments externes et hors de notre contrôle nous obligent à demeurer aux aguets. Les plus récentes statistiques canadiennes démontrent que les importations de composants laitiers, en forte croissance depuis 1998, plafonnent et même diminuent dans certains cas. Cette situation est peut-être le résultat des politiques mises en place au Canada, il y a deux ans, pour concurrencer les importations d'ingrédients utilisés dans la fabrication de certains produits. À la suite de la publication, par l'Agence canadienne d'inspection des aliments, du projet de règlement concernant les normes de fabrication des fromages, Agropur s'est empressée de soumettre ses commentaires à l'Agence. Nous sommes le seul grand transformateur favorable à la mise en place de normes fromagères pour limiter l'utilisation d'ingrédients laitiers dans les fromages. Toutefois, nous souhaitons que ces normes soient identiques pour tous les produits afin d'assurer l'équité entre les transformateurs et de faire en sorte que tous soient traités sur un pied d'égalité.

Finalement, les négociations du secteur agricole de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), formellement relancées en janvier 2007, et qui portent précisément sur trois questions fondamentales, soit les subventions à l'exportation, l'accès aux marchés et le soutien domestique, pourraient avoir un impact direct sur la gestion de l'offre au Canada, telle qu'on la connaît aujourd'hui. Ces négociations représentent toujours une menace potentielle pour notre industrie, et même si ce processus semble hasardeux, interminable et difficile à suivre, des progrès sont tout de même réalisés. Nous devons donc conclure qu'il y aura une entente entre les pays membres et que notre système laitier sera sous forte pression. Peu importe les conclusions de ces pourparlers, notre industrie doit pouvoir compter sur un soutien de l'État équivalent à ce qui se fait dans les autres pays laitiers, afin de pouvoir se battre à armes égales.

Pour conclure, je remercie chaleureusement le chef de la direction, M. Pierre Claprod, et l'ensemble de son équipe, ainsi que tous les membres, les gestionnaires et les employés pour leur travail, leur dévouement à notre entreprise et l'excellence des résultats de 2007.



Serge Riendeau
Président



Agropur en excellente santé financière

Depuis plusieurs années, Agropur sème et récolte les fruits de son travail. L'année 2007 est une autre bonne année pour l'entreprise et elle marque son entrée en Amérique du Sud. Le développement d'Agropur se poursuit notamment grâce à son excellente santé financière. De ce fait, une conjoncture internationale, plutôt favorable à notre organisation, et une année de 53 semaines contribuent, entre autres, à faire de 2007 une année record, avec un chiffre d'affaires de 2,45 milliards de dollars et des excédents avant ristournes de 129,7 millions de dollars, et ce, malgré une dévaluation de 10 millions de dollars de notre portefeuille de papiers commerciaux.

Bien que les divisions fromagères se démarquent, toutes les divisions montrent une amélioration. L'augmentation de notre participation de 49 % à 100 % dans Bright Cheese House, en février dernier, a également contribué à cette croissance du chiffre d'affaires. En plus des volumes de ventes additionnels de fromages, les prix de ventes favorables des produits de lactosérum, sur le marché international, y ont grandement contribué. Quant à notre opération américaine, Deutsch Käse Haus, après quelques années difficiles, elle redevient rentable en 2007 et les efforts d'amélioration des résultats se poursuivent. Le chiffre d'affaires de la Division Natrel poursuit sa croissance, due en grande partie aux volumes de ventes additionnels de la 53^e semaine, par un mix favorisant les produits à valeur ajoutée et par l'inflation sur les prix de ventes. Du côté d'Aliments Ultima, compte tenu du ralentissement de la croissance du marché du yogourt, la coentreprise réussit à tirer son épingle du jeu en augmentant légèrement son chiffre d'affaires. Aussi, depuis le début de l'année, le prix du lait sur les marchés mondiaux est en hausse, dû, en partie, à la croissance de la consommation laitière en Chine et d'autres pays asiatiques, à la sécheresse qui sévit en Australie et à la diminution des réserves laitières en Europe.

L'une des caractéristiques du monde dans lequel nous vivons actuellement est sans contredit la mondialisation. Les frontières s'ouvrent, les marchés se fondent les uns dans les autres, nos clients se retrouvent des deux côtés de la frontière et un peu partout dans le monde, ce qui nous oblige à emboîter le pas. De plus, des exportations encore plus réduites, un marché intérieur relativement petit et saturé avec une croissance minimale, en plus de la pression exercée par l'OMC, obligent l'entreprise à regarder à l'extérieur du pays afin d'assurer son développement.

Dans un marché plutôt restreint et à maturité, la croissance vient principalement de trois sources : par les fusions et acquisitions, par l'innovation et par les gains d'efficacité opérationnelle. Agropur travaille sur ces trois fronts en même temps.

Le travail de prospection et de développement des affaires fait au cours des dernières années sur le continent américain commence à porter fruits. L'année 2007 aura été, pour notre organisation, une période de projets et d'expansion. Elle a notamment été marquée par la création de la coentreprise sud-américaine *Grupo La Lacteo*, en Argentine, par la prise de contrôle de Bright Cheese House, en Ontario, et par

l'acquisition de l'achalandage de la Laiterie Château, au Québec. Enfin, plusieurs dossiers d'acquisition d'entreprises sont aujourd'hui à l'étude ou en négociation. Agropur pourrait concrétiser quelques projets au cours des prochains mois.

La réalisation de nos éventuels projets d'acquisition au pays ou ailleurs est très stimulante. Réussir l'intégration de nouvelles opérations représente un défi considérable pour toute organisation ainsi que pour les employés impliqués. Notre capacité à intégrer adéquatement et efficacement d'autres entreprises repose en grande partie sur nos ressources humaines, incluant celles des organisations se joignant à nous. Par conséquent, il devient primordial pour une entreprise en mode développement comme la nôtre de pouvoir compter sur des employés compétents, disponibles et mobiles et de pouvoir appuyer notre croissance sur une relève à l'interne.

À l'heure de la mondialisation, Agropur doit plus que jamais être en mesure de se maintenir en tête de peloton afin d'être compétitive sur les marchés. Jamais l'entreprise n'aura eu autant de pression afin de se doter de main-d'œuvre qualifiée. La compétitivité de l'entreprise dépend de plus en plus de la capacité de sa main-d'œuvre à s'adapter aux nouvelles technologies, aux nouveaux équipements et aux changements dans l'environnement d'affaires.

L'année 2005 fut une année charnière pour l'organisation en ce sens où l'objectif visé était de zéro accident au travail avec perte de temps pour 2009; un objectif difficile à atteindre, certes, mais néanmoins réaliste. Il ne s'agit pas uniquement d'un objectif d'affaires; ces mesures nous permettent, entre autres, de nous rapprocher de nos employés et de veiller à leur santé et leur bien-être. Nous ne l'avons pas encore atteint et force est de constater que beaucoup de travail reste à faire. Grâce au dynamisme des comités santé et sécurité au travail (SST), qui ont accompli un excellent travail, des progrès notables ont été constatés. En effet, dans l'histoire récente d'Agropur, 2007 est l'année où il y aura eu le moins d'accident sur les lieux de travail.

Au cours de la dernière année, la signature de six conventions collectives, pour des durées de 5 et 7 ans, permet d'assurer une stabilité pour toutes les parties, et démontre à nos clients que nous sommes déterminés à maintenir notre fiabilité en tant que fournisseur.

La compétitivité d'Agropur à long terme passe, en grande partie, par sa capacité à maintenir la cadence du développement de nouveaux produits. L'industrie laitière est une industrie où l'innovation et le développement de produits sont indispensables afin de satisfaire les besoins en constante évolution d'une clientèle de plus en plus exigeante. Le secteur laitier ayant atteint sa maturité au Canada, l'innovation est un des éléments fondamentaux pour assurer le développement de l'organisation. Dans un contexte de mondialisation, il est indispensable pour Agropur de se doter d'infrastructures de recherche; l'entreprise a donc décidé de se doter d'installations en recherche et développement à la fine pointe de la technologie. Équipé de laboratoires modernes permettant d'accélérer et d'approfondir le développement de nouveaux produits, le nouveau centre de recherche et développement sera fonctionnel au cours du deuxième semestre de 2008.

Encore une fois, l'année 2007 a été prolifique en termes de nouveaux produits, permettant à Agropur de conserver son statut d'entreprise innovatrice. De plus, nos produits font bonne figure en raflant plusieurs prix et distinctions; nous sommes fiers de cette récolte fructueuse, qui est à la hauteur de nos attentes.

En conclusion, une bonne performance à plusieurs niveaux ainsi qu'une excellente situation financière nous permettent d'aborder les défis qui nous attendent, avec confiance et détermination, autant au Canada qu'à l'étranger. Je tiens à remercier sincèrement M. Serge Riendeau, président, tous les membres du conseil d'administration et du conseil de direction, les membres ainsi que les employés d'Agropur pour l'excellence de ces résultats et aussi de contribuer à faire de notre organisation un modèle d'entreprise inspirant et stimulant.



Pierre Claprood
Chef de la direction

purement



Le succès
passe par les employés



vrai



Pour poursuivre son développement, Agropur doit avoir une fondation solide, stable et en santé. Sa réussite n'est pas le fruit du hasard mais bien celui de 70 années de durs labeurs.

Le développement de la Coopérative repose sur sa capacité à développer son « talent humain » à l'interne, malgré toutes les avancées technologiques, les acquisitions et la science ; Agropur peut compter sur une base solide, soit celle de la compétence de ses ressources humaines. Bien sûr, demeurer à la fine pointe de la technologie constitue un défi important, mais dans un contexte de mondialisation où elle est accessible à tous sur le marché, une des façons de se distinguer de ses concurrents réside dans la qualité des employés.

Les ressources humaines doivent être en mesure d'accomplir leur travail de façon sécuritaire et c'est la raison pour laquelle l'emphase est mise, depuis plusieurs années, sur la santé et la sécurité au travail. Des objectifs ambitieux ont été établis afin de développer des comportements qui deviendront une seconde nature, afin de se prémunir contre d'éventuels accidents. Le bien-être au travail, l'absence de blessures et de souffrances, tant au niveau physique que psychologique, est crucial.

Les valeurs les plus sûres demeureront toujours le professionnalisme, l'engagement et le dévouement des employés. Ce sont eux qui créent des procédés innovateurs, qui développent de nouveaux produits et qui entraînent la signature d'importants contrats. C'est grâce aux ressources humaines que la Coopérative peut poursuivre son développement et affronter les défis de la croissance. En effet, le succès d'Agropur repose, en grande partie, sur la qualité de ses employés à tous les niveaux : authentiques et **purement vrais**.

purement bon





Un choix santé pour des bénéfiques assurés

Les produits laitiers sont souvent associés aux plaisirs de notre enfance. Présents lors de nos célébrations, ils évoluent à travers le temps en gardant toujours leur bon goût et leurs vertus.

Le consommateur d'aujourd'hui est de plus en plus exigeant et conscient face à ce qu'il consomme. Il veut connaître les impacts qu'auront ces aliments sur sa santé et veut que lui soient offerts des produits « à santé ajoutée », répondant à des besoins spécifiques d'alimentation. Ces dernières années, de nombreux produits ont vu le jour, tels que les laits additionnés de calcium, oméga-3 ou probiotiques, ainsi que le lait sans lactose, de même que le yogourt additionné d'antioxydants et probiotiques, pour n'en nommer que quelques-uns, afin de répondre à des besoins particuliers.

Soucieux de sa santé, le consommateur est prêt à déboursier davantage pour des produits sains et pouvant lui apporter des bénéfiques. De nouvelles études viennent confirmer, année après année, les propriétés bienfaitantes des produits laitiers. Le fromage aide à prévenir la formation de caries dentaires et semblerait même en inverser le processus. D'autres études soulignent aussi que les produits laitiers ont l'avantage de fournir protéines et calcium afin de prévenir l'ostéoporose.

D'emblée, Agropur vise à satisfaire sa clientèle en lui offrant une gamme de produits d'excellente qualité, axés sur le bien-être et la santé du consommateur. En plus des produits à « santé ajoutée », l'entreprise offre aussi une panoplie de produits permettant au consommateur de se gâter tout en mangeant sainement sans avoir l'impression de tricher.

Agropur est constamment à l'écoute du consommateur et va même au delà de ses attentes en mettant sur le marché des produits **purement bons**, savant mélange de savoir-faire et de bon goût.



purement

Agropur : un transformateur innovateur et créatif
Des installations à la fine pointe de la technologie

Une entreprise
en perpétuelle évolution



Champfleury
Grand Cheddar

OKA
AVEC CHAMPIGNONS
AVEC CHAMPIGNONS
OKV

AGROPUR
Grand Cheddar
Grand Cheddar
Grand Cheddar

AllégoProbio
AllégoProbio

nouveau

Des probiotiques naturels du corps humain renforcent les défenses naturelles du corps humain
Bon goût
Récipiendaire de plusieurs prix prestigieux
Chef de file canadien en recherche et développement
Produits à « santé ajoutée »



Afin de conserver son statut de chef de file, Agropur doit constamment maintenir ses efforts en recherche et développement, qui représentent un facteur déterminant dans le but de répondre concrètement aux nombreux besoins de ses clients.

Depuis plusieurs années, Agropur témoigne de sa capacité innovatrice en introduisant des produits **purement nouveaux** lui permettant d'être présente sur les marchés nationaux et internationaux et 2007 ne fait pas exception à la règle.

Le *Champfleury*, l'*Allégre Probio 4 %*, le *Oka avec champignons*, l'*Agropur Grand Cheddar*, le *Lait aux framboises bleues Québon*, le *Breuvage laitier au chocolat Québon avec Splenda*, les yogourts *Yoplait Source Sélection Exotik* et *Yoplait Crèmeux Duo* sont ses plus récents produits. De nombreux emballages de fromages sont aussi revampés et les fromages fins arborent le nouveau sceau de qualité, *Agropur Signature*, permettant de regrouper plusieurs marques à forte valeur ajoutée sous une marque ombrelle. Finalement, de nouvelles innovations, dans le domaine des produits laitiers fonctionnels, comme le *Crinolac*, permettent de développer de nouveaux marchés tels que la crème glacée et la charcuterie.

Récipiendaire de plusieurs prix prestigieux, dont le Caséus d'or 2007, décerné au Québec, pour son fromage *Champfleury*, Agropur fait la démonstration que tradition et savoir-faire sont intimement liés à son succès. L'*Agropur Grand Cheddar* a raflé la première place au *World Cheese Award* et il maintient son statut de meilleur cheddar vieilli au monde, titre décerné en 2006, pour une durée de deux ans, lors du *World Championship Cheese Contest*. La *Ricotta Prestigio* et le *Brie Chevalier Triple Crème*, quant à eux, se sont aussi vus octroyer la première place lors de l'*American Cheese Society*, tenu aux États-Unis. Maintes fois récompensés, nos produits confirment la notoriété d'une entreprise innovatrice et fière de ses origines.

CONSEIL D'ADMINISTRATION



René Grimard¹
Vice-président
Des Appalaches

1995



Serge Riendeau¹
Président
Estrie

1991



Roger Daoust²
Salaberry

1993



Roger Massicotte¹
Mauricie / Portneuf

2003



Michel Couture¹
De L'Érable

2001



Daniel Lamy
Berthier / Maskinongé

2004



Lorna Jean Neveu²
Laurentides / Lanaudière

1996



Jean-Pierre Lacombe
Yamaska

2007



Vital Vouligny
Lac Saint-Pierre

2007



Luc Chassé
Des Seigneuries

2006



Roger Beaulieu²
Est du Québec

2000



René Moreau¹
Bois-Francs

1998



Gaétan Jodoin
Granby

1996



Darie Gagné²
Chaudière

1997



Jean Filiatraut²
Acton

1993

Légende : Nom de l'administrateur / région administrative / année d'entrée au conseil

¹ Membres du comité exécutif ² Administrateurs dont le mandat se termine en 2007; ils sont toutefois rééligibles

CONSEIL DE DIRECTION



Pierre Claprood
Chef de la direction



Robert Gour
Président
Division Fromages fins



Benoit Gagnon
Vice-président senior
Finances et trésorier
Secrétaire corporatif (par intérim)



Serge Paquette
Président
Division Natrel



Scott McDonald
Vice-président
Ressources humaines



Louis Lefebvre
Président
Division Fromages
et Produits fonctionnels



Dominique Benoit
Vice-président
Affaires institutionnelles
et Relations avec les membres



Jean Brodeur
Vice-président
Relations publiques
et Communications



Michel Leclair
Vice-président
Assurance de la qualité



Michel St-Louis
Directeur
Affaires juridiques (par intérim)



Michel Pouliot
Vice-président
Recherche et développement

EMPLACEMENTS

● SIÈGES SOCIAUX

- 1 Longueuil, Qc, Agropur
- 2 Longueuil, Qc, Aliments Ultima inc.
- 3 Ferreyra, Cordoba, Grupo La Lacteo

■ USINES

- 1 Amqui, Qc, DN
- 2 Beauceville, Qc, DFPF
- 3 Bon-Conseil, Qc, DFPF
- 4 Chilliwack, C.-B., DN
- 5 Delta, C.-B., Aliments Ultima inc.
- 6 Don Mills, Ont., DN
- 7 Ferreyra, Cordoba, Grupo La Lacteo
- 8 Granby, Qc, DFPF
- 9 Granby, Qc, Aliments Ultima inc.
- 10 Lethbridge, Alb., DFPF
- 11 Middlebury, IN, DFPF
- 12 Oka, Qc, DFF
- 13 Ottawa, Ont., DN
- 14 Plessisville, Qc, DFPF
- 15 Québec, Qc, DN
- 16 Saint-Bruno, Qc, DN
- 17 Saint-Hyacinthe, Qc, DFF
- 18 Saint-Laurent, Qc, DN
- 19 Sudbury, Ont., DN
- 20 Victoria, C.-B., DN
- 21 Villa Del Rosario, Cordoba, Grupo La Lacteo
- 22 Woodstock, Ont., DFPF

▲ LABORATOIRE ET CENTRE R ET D

- Granby, Qc, laboratoire central

● GARAGES

- 1 Iberville, Qc, DFPF
- 2 Saint-Agapit, Qc, DFPF

★ ENTREPÔTS PRINCIPAUX

- 1 Annacis Island, Delta, C.-B., DN
- 2 Baie-Comeau, Qc, DN
- 3 Brantford, Ont., DN
- 4 Cassidy, C.-B., DN
- 5 Jonquière, Qc, DN
- 6 Kingston, Ont., DN
- 7 London, Ont., DN
- 8 Orillia, Ont., DN
- 9 Montréal, Qc, DN
- 10 Rimouski, Qc, DN
- 11 Sainte-Thérèse, Qc, DN
- 12 Sherbrooke, Qc, DN
- 13 Trois-Rivières, Qc, DN
- 14 Windsor, Ont., DN

● BUREAUX

- 1 Calgary, Alb., Aliments Ultima inc. et DFF (ventes)
- 2 Granby, Qc, DFPF (bureau administratif)
- 3 Halifax, N.-É., Aliments Ultima inc. et DFF (ventes)
- 4 Longueuil, Qc, DN (bureau administratif)
- 5 Markham, Ont., DN (bureau administratif) et DFPF (ventes)
- 6 Mississauga, Ont., Aliments Ultima inc. et DFF (ventes)
- 7 Montréal-Nord, Qc, DFF (bureau administratif)
- 8 Ottawa, Ont., Aliments Ultima inc. et DFF (ventes)
- 9 Québec, Qc, Aliments Ultima inc. et DFF (ventes)

◆ CENTRES DE DISTRIBUTION

- 1 Longueuil, Qc, Aliments Ultima inc. (Centre national de distribution)
- 2 Saint-Hubert, Qc, DFF et DFPF

Légende :

DFF : Division Fromages fins

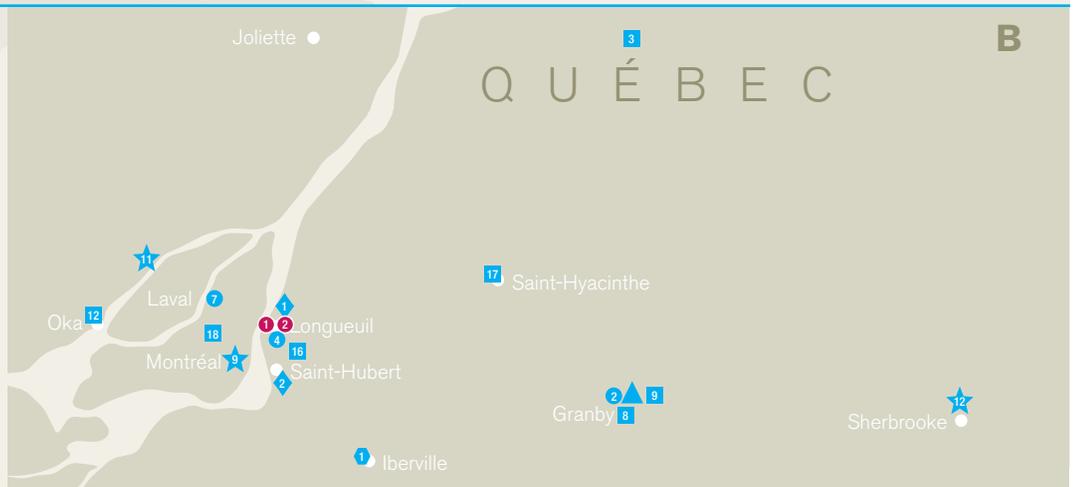
DFPF : Division Fromages et Produits fonctionnels

DN : Division Natrel



É T A T S - U N I S







Agropur coopérative

101, boul. Roland-Therrien
Bureau 600
Longueuil (Québec)
J4H 4B9
450 646-1010

Division Fromages et Produits fonctionnels

510, rue Principale
Granby (Québec)
J2G 7G2
450 375-1991

Division Fromages fins

6500, boul. Henri-Bourassa Est
Montréal-Nord (Québec)
H1G 5W9
514 321-6100

Division Natrel

101, boul. Roland-Therrien
Bureau 600
Longueuil (Québec)
J4H 4B9
450 646-1010

Aliments Ultima inc.*

2177, boul. Fernand-Lafontaine
Longueuil (Québec)
J4G 2V2
450 651-3737

* Coentreprise

