



VICTORIA

COLOMBIE-BRITANNIQUE | CANADA

Les employés débutent bientôt leur journée de travail.



LITTLE CHUTE

WISCONSIN | ÉTATS-UNIS

C'est l'heure de la collation!

PARTOUT... EN TOUT TEMPS

Qu'ont en commun une réceptionniste à Victoria, un livreur qui effectue ses livraisons au Wisconsin, un producteur laitier de l'Estrie et un chef des opérations situé en Argentine? Tous poursuivent la quête de l'excellence mise de l'avant par Agropur en offrant les meilleurs produits qui soient et un service de qualité à des clients et consommateurs satisfaits.

70 ANS D'HISTOIRE

L'histoire d'Agropur s'inscrit dans le patrimoine économique canadien. Ses 70 années d'existence retracent l'épopée de producteurs laitiers québécois qui voyaient par-delà les frontières. Notre coopérative est maintenant présente dans trois pays et ses 3 615 membres et plus de 5 000 employés mettent l'épaulé à la roue; peu importe où ils travaillent, ils visent tous un même objectif : assurer la pérennité et l'expansion de l'entreprise.

Depuis la fondation de la Coopérative, en 1938, les consommateurs reconnaissent la qualité et l'authenticité des produits d'Agropur, la plus importante coopérative laitière au Canada, dont le chiffre d'affaires avoisine les 3 milliards de dollars. Des employés engagés et dynamiques produisent des produits de qualité, qui répondent aux besoins des consommateurs. Tel est le résultat de plusieurs décennies de savoir-faire.



GRANBY

QUÉBEC | CANADA

Commencée depuis plusieurs heures,
la cueillette du lait se poursuit.



FERREYRA

CORDOBA | ARGENTINE

Le dîner est terminé :
on reprend le boulot!

MISSION

**Notre mission est d'offrir
une gamme étendue
de produits laitiers
de qualité répondant
aux attentes actuelles et
futures des consommateurs.**

L'expertise et le savoir-faire de la Coopérative permettent de proposer aux consommateurs des produits d'une qualité irréprochable. Depuis plusieurs décennies, l'entreprise accompagne les consommateurs dans leur quotidien en leur offrant des produits laitiers qui répondent à leurs attentes : Agropur est à l'écoute de leurs besoins afin qu'ils puissent déguster des produits laitiers frais, sains et savoureux.

L'innovation fait partie des priorités de l'entreprise et est un pivot central de sa croissance. Depuis sa création, l'organisation continue de repousser les barrières de l'excellence en appliquant des standards de qualité élevés pour tous ses produits, autant auprès de ses membres, par le biais de son programme d'intervention de qualité à la ferme, que dans ses usines.

Les efforts en recherche et développement (R et D) aident à la vie saine et active des consommateurs et comblent les besoins d'un plus grand nombre. C'est d'ailleurs pour cette raison que le Centre de recherche et développement a ouvert ses portes, en 2008. Ce nouveau centre, à la fine pointe de la technologie, permettra d'augmenter la capacité d'innovation et d'accélérer la cadence de développement de nouveaux produits.

D'ailleurs, Agropur a maintes fois su se démarquer et démontrer sa capacité d'innovation en remportant plusieurs prix prestigieux. La Coopérative a gagné trois fois le prix du meilleur cheddar vieilli au monde au *World Championship Cheese Contest* du Wisconsin, un Caseus d'or, au Québec, avec le fromage Champfleury, le Grand Prix canadien des produits nouveaux à six reprises au cours des huit dernières années, sans compter les innombrables prix récoltés aux niveaux provincial, national et international.

Dans la foulée des lancements de produits, l'année 2008 a une fois encore été prolifique, ce qui permet à Agropur de maintenir sa réputation d'entreprise des plus innovatrices, toujours à la recherche de nouvelles façons d'adapter un produit naturellement sain, et comportant de nombreuses qualités nutritionnelles, aux besoins des consommateurs d'aujourd'hui et de demain.



**NOTRE MISSION, NOTRE VISION ET NOS VALEURS GUIDENT NOS ACTIONS
ET SONT AUTANT DE RÉFÉRENCES POUR CHACUN.**

VISION

Consolider notre position de chef de file canadien, devenir un joueur significatif à l'échelle nord-américaine et nous développer sur les marchés internationaux des produits laitiers.

Devenir une entreprise sans frontières, tout en demeurant profitable, est ce vers quoi tend Agropur. Cette vision démontre clairement la direction que prend la Coopérative. Elle fait état des stratégies édictées par ses dirigeants, ce qui lui permet, notamment, d'élargir son expertise, d'étendre sa gamme de produits offerts et d'assurer sa pérennité. En effet, plusieurs raisons poussent Agropur à poursuivre sa stratégie d'expansion à l'extérieur du pays, entre autres, l'effacement des frontières géographiques avec la clientèle, la consolidation de la transformation laitière et de la distribution et la croissance laitière mondiale.

Dans une économie en mouvance et face à une compétition de plus en plus féroce, Agropur doit solidifier sa présence au Canada et mener une stratégie de développement active à l'extérieur des frontières canadiennes. Cette vision lui permet également de mieux se positionner sur l'échiquier mondial.

C'est dans cette optique que l'entreprise a réalisé de nouvelles acquisitions en 2008. Agropur a effectué une percée en Amérique du Sud, a accentué sa présence aux États-Unis et a solidifié ses assises au Canada. Ces acquisitions, au sud de la frontière canadienne, marquent le début pour Agropur d'un mouvement d'expansion sur le continent américain et permettent à l'entreprise de faire une percée sur la scène laitière mondiale et, par conséquent, de profiter de la croissance que connaît l'industrie laitière un peu partout sur la planète.



ENSEMBLE, NOUS RÉALISONS LA VISION D'AGROPUR.

MESSAGE DU PRÉSIDENT



Nous sommes fiers du chemin parcouru par notre coopérative. La bonne santé financière d'Agropur s'avère un levier important qui nous permet de poursuivre notre mission et de mener à bien notre vision.

L'année 2008 marque le 70^e anniversaire d'existence d'Agropur et nous sommes fiers du chemin parcouru par notre organisation. « La Coopérative n'a pas de frontières », disaient les fondateurs d'Agropur. Ils voyaient grand et pour cause : ils voulaient une entreprise sans frontières et c'est ce qu'Agropur est devenue.

Notre coopérative a dû maintes fois s'adapter à son environnement afin d'assurer sa pérennité. En ce début du 21^e siècle, les défis auxquels l'organisation est confrontée sont de taille. Les changements arrivent à un rythme effréné et la Coopérative n'est pas en reste, elle s'ajuste constamment.

Aujourd'hui, la mission d'Agropur est d'offrir une gamme étendue de produits laitiers de qualité répondant aux attentes actuelles et futures des consommateurs. Cette mission confirme notre volonté de garder notre orientation sur notre expertise, à savoir la transformation laitière. La vision est de consolider notre position de chef de file canadien, de devenir un joueur significatif à l'échelle nord-américaine et de nous développer sur les marchés internationaux des produits laitiers.

La bonne santé financière d'Agropur s'avère un levier important qui nous permet de poursuivre notre mission et de mener à bien notre vision. Ce mouvement d'expansion et cette vision de développement de notre coopérative s'appuient en grande partie sur le soutien de ses membres lors des dernières grandes consultations. À deux reprises, soit en 2002 et 2007, les membres ont confirmé leur soutien à une stratégie axée sur le développement de leur organisation.

Les liens qui unissent les membres à Agropur sont plus forts que jamais et continuent de générer un dynamisme certain. En effet, ils sont consultés de façon périodique, dans le plus pur respect de la démocratie inhérente à notre coopérative.

Lors de l'Assemblée générale annuelle tenue en 2008, le conseil d'administration a présenté les conclusions de la Réflexion stratégique 2007 lancée lors de la 68^e assemblée générale, entraînant ainsi une modification des règlements de la Coopérative. Cette réflexion visait à recueillir les points de vue des membres 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 conclusions de la Réflexion stratégique serviront à guider le conseil d'administration sur les grandes orientations et sur les décisions qui devront être prises dans les prochaines années.

Pour nous en convaincre, regardons brièvement le chemin parcouru. Depuis la consultation des membres de 2002, Agropur a augmenté son chiffre d'affaires de plus d'un milliard de dollars et son volume de lait traité de près d'un demi-milliard de litres. Depuis 2002, nous avons également investi près de 350 millions de dollars dans nos usines et déclaré près de 500 millions de dollars en ristournes à nos membres.

Le conseil d'administration continue de veiller aux meilleurs intérêts des membres et de la Coopérative face aux enjeux auxquels sera confrontée l'industrie laitière au cours des prochaines années.

En juillet dernier, les pourparlers à l'Organisation mondiale du commerce (OMC), portant notamment sur la libéralisation de l'agriculture ont avorté, mais cela ne signifie pas la fin de la ronde de Doha. Avec la reprise probable, en 2009, des négociations à l'OMC, des changements substantiels risquent de survenir : la libéralisation des échanges internationaux représente toujours un risque suspendu au-dessus de nos têtes et le système laitier canadien bénéficie d'un sursis, vraisemblablement de courte durée.

En cours d'année, nous avons plusieurs fois manifesté notre soutien au système de gestion de l'offre en place au Canada. Cela permet à l'entreprise et à ses membres de tirer profit de la stabilité du marché canadien, tout en capitalisant sur la croissance internationale de l'industrie laitière par les acquisitions à l'étranger. Peu importe ce que l'avenir nous réserve, il n'en demeure pas moins qu'un jour ou l'autre, un accord sera conclu entre les différents pays membres de l'OMC et qu'alors, notre système sera sous forte pression. Notre industrie doit pouvoir compter sur un soutien de l'État équivalent à ce qui se fait dans les autres pays impliqués en production laitière, afin de pouvoir se battre à armes égales.

Sur la scène internationale, Agropur s'implique avec SOCODEVI¹, depuis bon nombre d'années, dans divers projets, dont un au Paraguay qui s'est conclu en 2008 et dont le but était de favoriser le développement des huit coopératives laitières de ce pays. Nous sommes heureux de poursuivre notre appui à cette organisation en nous associant à nouveau à un projet en Europe de l'Est, plus spécifiquement en Ukraine. Agropur et La Coop fédérée s'engagent toutes deux à consacrer à ce projet des centaines d'heures en temps et en ressources, au cours des cinq prochaines années. Notre objectif principal est évidemment d'aider les producteurs laitiers

de ce pays à mieux s'organiser, mais il s'agit également d'une occasion d'apprendre, de se familiariser et d'approfondir nos connaissances sur l'industrie laitière de cette région spécifique.

Pour ce qui est des changements réglementaires, c'est le 26 décembre 2007 que le gouvernement fédéral a publié le nouveau règlement sur les normes de composition des fromages qui fait en sorte que les fromages fabriqués au Canada doivent, depuis décembre 2008, respecter de nouvelles règles concernant l'utilisation d'ingrédients laitiers. Agropur est le seul grand transformateur favorable à la mise en place de cette norme, puisque la croissance des importations d'ingrédients à prix moindre constituait un risque important pour le système de mise en marché laitier canadien. Au moment d'écrire ces lignes, nous ne savions toujours pas de quelle façon le gouvernement entendait faire appliquer ces règlements.

Aussi, dans le cadre d'un processus de modification réglementaire québécois, nous avons convenu, avec la Fédération des Producteurs de lait du Québec, d'une nouvelle norme qui limitera l'utilisation d'ingrédients laitiers dans la fabrication du yogourt au Québec. Cette norme devra devenir une norme canadienne le plus rapidement possible, le tout étant une question d'équité entre tous les transformateurs au pays.

Plus près de nous, c'est lors d'une assemblée générale spéciale, tenue le 4 juin dernier, que nous avons adopté un projet modifiant le règlement administratif général de la Coopérative ainsi qu'une nouvelle structure de capital qui ne comporte désormais que trois catégories de parts. Nous étions toujours en attente d'une confirmation des autorités fiscales fédérales, au moment d'écrire ces lignes.

Pour conclure, les membres du C.A. se joignent à moi pour exprimer notre satisfaction face aux résultats obtenus en 2008. Je tiens à remercier le chef de la direction, M. Pierre Claprood, et toute son équipe, pour leur très bon travail à faire d'Agropur l'entreprise laitière à succès que nous connaissons aujourd'hui. Finalement, je voudrais exprimer ma gratitude envers tous les membres et employés qui soutiennent quotidiennement la Coopérative dans la réalisation de sa mission et de sa vision.



Serge Riendeau
Président

¹ Société de coopération pour le développement international.

VALEURS

Agropur, c'est une riche histoire qui remonte à 70 ans, dont la tradition se transmet jour après jour, à ses membres et à ses employés.

Malgré son expansion, la Coopérative est toujours restée fidèle à ses valeurs du début, celles qui la distinguent des autres entreprises, et ce sont ces mêmes valeurs qui habitent ses employés, des décennies plus tard. Ses valeurs actuelles sont l'héritage de son riche passé et de ses expériences acquises au fil des ans. Année après année, Agropur évolue, se développe et la famille s'agrandit, d'où la nécessité de réaffirmer ses valeurs.

VALEURS HUMAINES

Le succès de la Coopérative repose sur les employés et sur les relations humaines sincères et enrichissantes qu'elle développe avec eux.

Le **respect** de tous ainsi que la mise en valeur de leur savoir-faire est l'un des pivots essentiels au développement de l'entreprise. L'environnement dans lequel les employés évoluent permet à chacun de s'accomplir, selon ses besoins, et le **travail d'équipe** est grandement encouragé.

VALEURS SÛRES

Les actions de l'entreprise sont basées sur la **préservation de la santé de tous** grâce à un programme de santé et sécurité au travail bien établi; ce programme vise un environnement de travail sécuritaire et encourage tous les employés à **adopter une attitude et des comportements préventifs**. De plus, Agropur s'engage à être vigilante en ce qui concerne la **protection de l'environnement**, car c'est l'héritage qu'elle laissera aux générations de demain.

VALEURS AJOUTÉES

Agropur et tous ses partenaires sont mobilisés et engagés envers **l'excellence** dans ce qu'ils font. Ils transforment de nouvelles idées en produits et services qui **dépassent les attentes des membres et des consommateurs**. Ils voient le changement comme une source de nouvelles occasions et ils pensent au-delà des paramètres conventionnels.

VALEURS PROFESSIONNELLES

Agropur est à **l'écoute des consommateurs**; elle se comporte avec **transparence, ouverture et honnêteté** à leur égard; elle place la satisfaction de leurs besoins au centre de ses préoccupations. Elle tient à se responsabiliser face aux clients; elle est consciente qu'elle a un rôle important à jouer. Elle assume pleinement son rôle de **bon citoyen corporatif** en faisant preuve de leadership et en encourageant des initiatives sociales.



VALEURS HUMAINES

VALEURS SÛRES

VALEURS AJOUTÉES

VALEURS PROFESSIONNELLES

MESSAGE DU CHEF DE LA DIRECTION



Une autre bonne année marquée par plusieurs acquisitions d'entreprises.

Agropur a connu une autre bonne année qui a été marquée par des acquisitions au Canada, aux États-Unis et en Argentine et qui ont contribué, de façon générale, à la croissance de notre chiffre d'affaires qui s'élève à 2,8 milliards de dollars. L'excédent consolidé avant ristournes et impôts est de 121,3 millions de dollars, montant inférieur à 2007 mais comparable lorsque l'on exclut la 53^e semaine de l'année 2007 et la différence de dévaluation des papiers commerciaux.

Bien que les prix des produits de lactosérum sur le marché international aient diminué de façon significative, l'excédent de nos divisions fromagères est tout de même à la hausse grâce, entre autres, aux très bons résultats de Trega Foods, aux États-Unis, qui a bénéficié de prix plus élevés sur le marché américain en 2008 ainsi qu'à la poursuite de l'amélioration des résultats de la Division Fromages fins.

Malgré des augmentations des coûts énergétiques et de la matière première, la Division Natrel, quant à elle, poursuit sa croissance et multiplie les efforts afin de protéger ses parts de marché, dans un environnement concurrentiel des plus difficiles.

Pour ce qui est de notre coentreprise Aliments Ultima, nous assistons à une reprise du marché et l'entreprise affiche des taux de croissance d'environ 8 % qui se rapprochent des taux auxquels elle nous avait habitués au cours de la dernière décennie.

En ce qui a trait à La Lacteo, notre coentreprise argentine, plusieurs facteurs rendent difficile l'atteinte de la rentabilité; cette organisation présente d'ailleurs une perte, attribuable en grande partie aux politiques laitières variables qui ont cours en Argentine, pour faire face à l'inflation. À cela, il faut ajouter les nouveaux règlements concernant les restrictions à l'exportation ainsi que des prix domestiques plus bas que les prix internationaux. Toutefois, grâce à une bonne équipe de gestion maintenant en place, nous prévoyons investir dans ces deux usines et pensons pouvoir capitaliser sur les occasions d'affaires qui se présentent et sur une éventuelle reprise économique du pays.

Notre organisation est aujourd'hui le fruit de nombreuses fusions et acquisitions réalisées au cours de son histoire. Tout en maintenant une situation financière enviable, Agropur a réalisé plusieurs investissements cette année, tant au Canada qu'à l'extérieur du pays. En 2008, plusieurs acquisitions d'entreprises ont été réalisées : La Lacteo, Trega Foods, Laiterie Lamothe et, plus récemment, Schrøder Milk². Ces acquisitions s'inscrivent dans la stratégie de développement d'Agropur et nous continuons d'analyser d'autres projets d'acquisitions. S'ajoutent, en plus, des investissements de 58 millions de dollars dans nos usines et infrastructures. Ainsi, le nouveau centre administratif de la Division Fromages fins et le Centre de recherche et développement ont ouvert leurs portes en 2008. Le début de la production de fromage cottage et de crème sure, au printemps 2008, à Amqui, au Québec, retient également notre attention.

² Cette acquisition n'est pas incluse dans les résultats de l'exercice financier de 2008.

Possédant un savoir-faire historique en matière de développement de nouveaux produits, Agropur a la capacité de lancer des produits innovateurs de qualité, témoignant ainsi d'une grande proactivité face aux tendances du marché. Fidèle à sa réputation d'entreprise innovatrice, la Coopérative récidive encore cette année avec plusieurs nouveaux produits, entre autres, le fromage Oka L'Artisan, le lait biologique filtré Natrel Nature~Pure et le fromage frais Yoplait Minigo immuni+ Jr.

Membres et employés travaillent à mettre sur le marché des produits de qualité supérieure, grâce à des procédés à la fine pointe de la technologie, à des installations certifiées HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*³) et à un environnement contrôlé. Cette qualité irréprochable répond à toutes les exigences, permet de nous différencier et de développer, par le fait même, des relations de confiance avec les consommateurs et les clients.

D'ailleurs, l'année 2008 marque 50 années de partenariat d'affaires avec Kraft. Pendant un demi-siècle, cette association a symbolisé l'engagement d'Agropur et de Kraft à l'excellence afin de créer des produits toujours plus sains, répondant aux attentes et besoins des consommateurs. En effet, Kraft a toujours encouragé la Coopérative à repousser ses limites et, ainsi, à s'améliorer. Nous sommes fiers de cette relation d'affaires des plus solides, basée sur le respect mutuel.

Aujourd'hui, Agropur fait face à des défis importants, les affaires et les opérations se complexifient au gré de la croissance de l'entreprise. Au fur et à mesure que l'organisation franchit les frontières, de nouveaux employés se joignent à la grande famille d'Agropur, avec qui nous devons communiquer efficacement notre mission, notre vision et nos valeurs. Malgré nos mouvements d'expansion, nous sommes toujours restés fidèles à nos valeurs d'origine. En effet, notre valeur la plus sûre est et demeurera toujours le professionnalisme, l'engagement et le dévouement de nos employés. La saine croissance de notre entreprise ne peut se faire qu'à la condition de pouvoir compter sur des ressources humaines disponibles et compétentes.

La Coopérative a aussi signé, en cours d'année, cinq conventions collectives de plus de cinq ans, ce qui permet à toutes les parties de bénéficier d'une stabilité. La santé de nos collègues nous tient à cœur et nous entendons faire tout ce qui est en notre pouvoir pour les protéger. Il n'y a rien que nous fassions dans notre travail qui justifie un accident. Même si l'objectif de zéro accident en 2009 n'est pas atteint dans l'ensemble de nos établissements, nous redoublerons d'ardeur et de persévérance en vue d'atteindre cette cible le plus rapidement possible.

Grâce à des employés en santé, dévoués et motivés, Agropur pourra atteindre ses objectifs d'affaires. À cet effet, l'organisation est en saine situation financière et pourra profiter d'éventuelles occasions d'affaires qui pourraient se présenter à elle. C'est d'ailleurs dans ce contexte que s'inscrit la récente décision de réorganiser la direction générale. M. Benoit Gagnon assume maintenant les fonctions de vice-président exécutif, Développement global; à ce titre, il est responsable, avec nos divisions, de l'expansion de l'organisation, autant au Canada qu'à l'extérieur, et de la réalisation des plans d'affaires concernant le développement de nouveaux produits. Pour le remplacer, M. Jocelyn Lauzière se joint au conseil de direction à titre de vice-président senior, Finances et trésorier. Cette réorganisation fait suite à deux autres nominations effectuées au conseil de direction au début de 2008, soit Mme Lorraine Bédard au poste de secrétaire corporatif et vice-présidente, Relations avec les membres et M. Michel St-Louis au poste de vice-président, Affaires juridiques.

Dans un contexte où la concentration de l'industrie de la transformation s'accroît, où les pressions mises de l'avant par l'OMC sont toujours présentes et où le marché canadien est à maturité, la vision d'Agropur est désormais axée vers un développement global et s'articule autour de trois axes, soit l'expansion géographique, par le biais d'acquisitions, l'amélioration de notre rentabilité opérationnelle et finalement, l'innovation, qui devient un passeport pour la conquête de nouveaux marchés.

Je ne pourrais passer sous silence le ralentissement économique qui sévit actuellement, tant au Canada qu'au niveau international. Nous avons la chance de travailler dans un secteur vital de l'économie. Bien que ce dernier soit généralement moins touché que la moyenne lors d'une récession, certains effets pourraient être ressentis. Avec une entreprise sans dette et en bonne santé financière comme la nôtre, nous croyons être bien outillés pour faire face à cette situation économique difficile.

En guise de conclusion, j'aimerais profiter de l'occasion pour remercier tous les employés d'Agropur pour leur importante contribution au succès de la Coopérative. C'est en effet grâce à votre compétence, à vos efforts constants et à votre dévouement si Agropur est l'entreprise qu'elle est aujourd'hui. Je remercie également le président d'Agropur, M. Serge Riendeau, ainsi que les membres du conseil d'administration et du conseil de direction, pour leur collaboration et leur soutien tout au long de l'année.



Pierre Claprood
Chef de la direction

³ Analyse des dangers et maîtrise des points critiques.

CONSEIL D'ADMINISTRATION



Debout : de gauche à droite

Gaétan Jodoin ¹	Granby	1996
Darie Gagné	Chaudière	1997
Daniel Gagnon	Est du Québec	2008
Vital Vouligny	Lac Saint-Pierre	2007
Daniel Lamy	Berthier / Maskinongé	2004
Jean-Pierre Lacombe ¹	Yamaska	2007
Lorna Jean Neveu	Laurentides / Lanaudière	1996
Roger Daoust	Salaberry	1993
Luc Chassé ¹	Des Seigneuries	2006
Jean Filiatrault	Acton	1993

Assis : de gauche à droite

Roger Massicotte (C.E.) ¹	Mauricie / Portneuf	2003	
René Moreau (C.E.)	Bois-Francs	1998	
Serge Riendeau (C.E.) ¹	Président	Estrie	1991
René Grimard (C.E.)	Vice-président	Des Appalaches	1995
Michel Couture (C.E.)		De L'Érable	2001

Légende : Nom de l'administrateur / région administrative / année d'entrée au conseil
 (C.E.) Membres du comité exécutif ¹ Administrateurs dont le mandat se termine en 2009; ils sont toutefois rééligibles

CONSEIL DE DIRECTION



Debout : de gauche à droite

Serge Paquette	Président, Division Natrel
Michel St-Louis	Vice-président, Affaires juridiques
Jean Brodeur	Vice-président, Communications et Relations publiques
Robert Gour	Président, Division Fromages fins
Louis Lefebvre	Président, Division Fromages et Produits fonctionnels
Scott McDonald	Vice-président, Ressources humaines

Assis : de gauche à droite

Benoit Gagnon	Vice-président exécutif, Développement global
Lorraine Bédard	Secrétaire corporatif et vice-présidente, Relations avec les membres
Pierre Claprood	Chef de la direction
Jocelyn Lauzière	Vice-président senior, Finances et trésorier

Depuis quelques années, la responsabilité sociale des entreprises est une préoccupation de plus en plus présente. Cette section permet de brosser un portrait de la contribution faite par Agropur, tant à l'interne qu'à l'externe, pour ses employés, ses membres et la communauté. L'organisation tend donc à intégrer diverses considérations, entre autres, de nature économique, sociale et environnementale, dans ses activités quotidiennes, afin de répondre aux attentes de divers intervenants. Agropur est d'avis que le développement de relations durables, qu'elles soient avec ses partenaires, ses clients ou ses consommateurs, repose sur un engagement de ses employés d'offrir un produit de qualité supérieure, partout et en tout temps, dans le but de converger vers une même cible : la satisfaction du consommateur.



BILAN SOCIAL

IMPLICATION COMMUNAUTAIRE

Agropur est une entreprise impliquée dans son milieu, et ce, depuis 70 ans. Elle participe activement au développement économique, communautaire et social des communautés dans lesquelles elle évolue. Grâce à ses interventions multiples, elle est présente tant au niveau local qu'à l'échelle internationale et démontre par des actions concrètes qu'elle est un bon citoyen corporatif.

Agropur encourage tous ses employés à être présents dans leur communauté, en participant à des activités de collectes de fonds dont les sommes recueillies sont ensuite remises à divers organismes, grâce à la campagne de bienfaisance annuelle. Agropur remet 1 \$ pour chaque dollar amassé par ses employés.

Une des initiatives notables saluée par la direction d'Agropur a été la suivante : traverser le Canada à vélo en sept jours, 24 heures sur 24,

DONS ET COMMANDITES TOTALISANT

PRÈS DE 1 % DES BÉNÉFICES NETS DE L'ENTREPRISE.



beau temps mauvais temps, de Victoria (C.-B.) à Saint-Hubert (QC). Il s'agit là d'un défi que s'est lancé l'équipe de direction des ventes de la Division Fromages fins afin, d'une part, de renforcer la synergie au sein de cette équipe et, d'autre part, de récolter des fonds pour venir en aide à une cause nationale : les Clubs des petits déjeuners du Canada. En plus de la contribution de 80 000 \$ d'Agropur, près de 45 000 \$ ont ainsi été amassés.

De plus, par le biais de son programme Dons et commandites, Agropur contribue de façon notable à rendre les produits laitiers accessibles aux jeunes, aux femmes enceintes et aux moins bien nantis, grâce à son implication directe avec, notamment, plusieurs banques alimentaires canadiennes, le Club des petits déjeuners du Québec, les Clubs des petits déjeuners du Canada, *Breakfast for learning* ainsi qu'avec la Fondation OLO⁴. L'organisation octroie aussi plusieurs bourses aux étudiants collégiaux

et universitaires s'étant distingués dans un domaine touchant à l'agriculture. En 2008, ce programme de dons ainsi que toutes les initiatives précédemment énoncées, totalisent près de 1 % des bénéfices nets de l'entreprise.

Finalement, à la suite de l'achèvement du projet Paraguay dans lequel Agropur était impliquée depuis trois ans, l'entreprise s'est une fois de plus associée à SOCODEVI pour un nouveau projet de développement, en Ukraine. Les résultats attendus sont une compétitivité accrue du secteur laitier, par le biais de l'amélioration des conditions de commercialisation des produits laitiers et de l'efficacité de la production laitière à la ferme, par le développement de l'entrepreneuriat individuel dans le secteur laitier et finalement, par la mise en place d'une vision stratégique du développement du secteur laitier.

⁴ Offre aux futures mamans, dont la situation économique est précaire, des aliments nutritifs et des suppléments de vitamines.

60 142 PINS GRIS PLANTÉS DANS LE NORD-DU-QUÉBEC

SUR UNE SUPERFICIE DE PLUS DE 300 000 m².

ENVIRONNEMENT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

La société d'aujourd'hui accorde beaucoup plus d'importance à l'environnement et au développement durable. Les citoyens canadiens, américains et argentins sont plus que jamais conscientisés à l'importance de léguer aux générations futures une planète en meilleure santé. Laisser une empreinte écologique la plus limitée possible sur son environnement fait partie des enjeux auxquels l'entreprise doit faire face.

Agropur prend conscience de sa responsabilité envers les communautés dans lesquelles elle est active. Objet d'une vigilance constante, le dossier environnement est géré de façon à assurer la conformité légale de nos pratiques environnementales. Sous la responsabilité d'un comité de coordination relevant du comité de l'environnement, un système d'évaluation permet de mesurer de façon continue la situation de chaque entité et un meilleur suivi des correctifs. Chaque année, l'organisation consacre un budget bien précis à l'environnement.

Agropur joint donc le geste à la parole en adoptant des mesures permettant de limiter la quantité de déchets générés par ses activités, en réduisant sa consommation d'eau et d'énergie. Sa division de lait de consommation a pour sa part fait installer des GPS, limiteurs de vitesse et des chauffecabines sur sa flotte de tracteurs et remorques.

En décembre 2007, l'entreprise a décidé de lancer la campagne promotionnelle « Juste pour vous! » afin d'encourager les membres et employés d'Agropur à être plus conscients de l'environnement, en leur remettant un sac recyclable pour faire leurs emplettes au lieu des sempiternels sacs de plastique.

En mai 2008, dans la foulée du lancement du lait Natrel Nature~Pure, Agropur a mis sur pied le programme *Reboisez la nature*, en collaboration avec d'importants détaillants du Québec. Pendant une période d'un mois, chaque fois qu'un sac de lait Natrel Nature~Pure format 4L était vendu, un arbre était planté dans le Nord-du-Québec. Par leur achat, les consommateurs ont donc encouragé la plantation de 60 142 pins gris sur une superficie de plus de 300 000 m². Leur geste contribuera ainsi à capter plus de 7 millions de kg de monoxyde de carbone (CO) sur une période de 20 ans.

De plus, l'emballage du lait Natrel format 4L a été modifié : tout en étant recyclables, les sacs extérieurs sont maintenant oxobiodégradables, c'est-à-dire qu'en présence d'oxygène et des rayons du soleil, ces sacs se décomposent à l'intérieur de trois ans pour finalement ne laisser que de l'eau, du dioxyde de carbone et de la matière organique.

Enfin, l'entreprise a tenu son premier événement carboneutre, lors de sa rencontre annuelle des cadres supérieurs, en octobre 2008. Agropur a compensé les émissions de gaz à effet de serre dues aux déplacements de tous les participants en versant un montant à l'organisme CarbonZero, qui a investi ces fonds dans un projet d'efficacité énergétique à Montréal. De plus, l'organisation a travaillé en étroite collaboration avec tous les fournisseurs, dont l'hôtel, afin, notamment, de réduire les déchets et en utilisant des bacs à recyclage pour disposer des papiers, bouteilles de lait Natrel ou autres articles recyclables. Pour les repas, la priorité a été accordée aux produits locaux ou équitables, dans la mesure du possible.





60 % DES ÉTABLISSEMENTS ONT ATTEINT

« ZÉRO ACCIDENT AVEC PERTE DE TEMPS ».

SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Au fil du temps, Agropur a fait de la santé et de la sécurité au travail un enjeu prioritaire. L'entreprise considère essentielles la protection de la santé et la sécurité de ses employés. Elle veille à rendre sûrs les installations et équipements utilisés dans l'ensemble de ses lieux de travail. Des plans d'action et de prévention sont mis en place et visent le développement de comportements responsables en matière de sécurité car si le risque nul n'existe pas, il est certainement possible d'atteindre l'objectif « Zéro accident avec perte de temps ».

Aussi, afin d'atteindre cette cible, Agropur a créé une charte traitant de la santé et de la sécurité au travail (SST); elle a instauré des comportements sécuritaires, et ce, partout dans l'entreprise. Même si l'organisation n'a pas atteint l'objectif « Zéro accident », tel que formulé en 2005, il ne faut surtout pas baisser les bras. De grandes avancées ont été réalisées et, en 2008, un peu plus de 60 % des établissements ont atteint cette cible. C'est donc reconnaître que la stratégie mise en place en 2005 commence sans aucun doute à engranger des résultats.

Aussi, afin de réaliser cet objectif, un plan d'action a été proposé dans le but d'appliquer des actions concrètes et uniformes à tous les lieux de travail. L'action des employés est centrale dans l'atteinte de ces objectifs et sans l'engagement de tous, ils seraient impossibles à réaliser.

Enfin, Agropur contribue à la santé et au bien-être de ses employés en mettant sur pied annuellement, et ce, depuis quelques années, une clinique de vaccination, de façon à se prémunir contre l'influenza saisonnière. L'organisation offre aussi à tous ses employés un Programme d'aide aux employés et à leur famille (PAEF) qui s'adresse aux employés et aux membres de leur famille ayant des problèmes personnels qui pourraient nuire à leur rendement.





Forte de ses valeurs fondamentales, Agropur veille à l'épanouissement de ses employés en leur proposant des conditions de travail sécuritaires, en les encourageant à contribuer au développement social de leur communauté, en leur garantissant l'accès à des formations supplémentaires, en leur offrant des occasions de carrière et en développant et maintenant un respect face à l'environnement. Enfin, la Coopérative entretient, tout au long de l'année, une relation étroite avec ses membres, en les invitant à plusieurs activités de formation et d'information.

FORMATION CONTINUE

Ayant comme visée de préparer la relève et de pérenniser le savoir-faire de l'entreprise, Agropur mise sur le développement des compétences de ses employés; cela fait partie intégrante de ses priorités. Ainsi, environ 2 millions de dollars sont injectés annuellement dans la formation et le développement des employés.

Agropur a la volonté d'élargir le champ de connaissances et de compétences de tous ses employés, en leur offrant de la formation sur mesure pour leur permettre d'atteindre leurs objectifs de carrière. Les employés peuvent ainsi disposer de nouveaux outils susceptibles de les aider à faire face aux changements d'une industrie en constante évolution, sans oublier les enjeux stratégiques qui se profilent à l'horizon.

VIE ASSOCIATIVE

Agropur favorise le développement de ses membres par le biais d'une vie associative riche, qui encourage les échanges entre les membres et les dirigeants. Cet engagement s'articule autour d'un calendrier de près de 60 réunions tenues tout au cours de l'année dans toutes les régions du Québec. Ces rencontres permettent aux membres de bénéficier, par la même occasion, d'informations relatives au développement de la Coopérative ou à divers autres sujets reliés à l'environnement laitier dans lequel elle évolue. Le modèle de la vie associative, développé en 1949, répond à un besoin commun de ses membres d'engagement envers l'éducation, la formation et l'information.

Le soutien à la qualité du lait offert aux membres par leur Coopérative permet de produire une matière première de très haute qualité. L'année 2008 marque d'ailleurs la 20^e édition de son concours annuel qui permet de couronner le Grand Champion du Club de l'Excellence qualité du lait à la ferme. Agropur peut ainsi assumer son rôle de chef de file en matière d'excellence et de qualité des produits offerts aux consommateurs.

Le développement de l'entreprise est certes important et celui de la relève de ses membres l'est tout autant. C'est pourquoi Agropur a institué une bourse incitant les jeunes de la relève à se prévaloir des stages de formation mis à leur disposition depuis 1984. Le 12 février dernier a débuté à Montréal la toute première édition du stage provincial de relève auquel participaient 15 jeunes stagiaires membres de la Coopérative. D'une durée d'un an, ce stage vise à intégrer la relève à la vie démocratique et associative d'Agropur tout en favorisant son implication à différentes activités. Du nom d'Omer Deslauriers, président de la Coopérative de 1941 à 1962, la bourse symbolise l'attachement de l'entreprise à voir l'œuvre de ses prédécesseurs se perpétuer.



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

4700, rue Armand-Frappier
Saint-Hubert (Québec) J3Z 1G5
450 443-4838

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

LA LACTEO*

Camino Cap. de los Remedios, Km 5,5
5020 Ferreyra, Cordoba
Argentine
0351 4976010

* Coentreprise

Conception et réalisation : **Liette Couture Arts graphiques inc.**
Photographe : **Arsénio Corôa**
Imprimé au Canada
Photo page 3 : **Merci au Marché Joannette, Laval, Québec**
Photo page 36 : **Erin Cennon**
Photo page 37 : **Merci à SOCODEVI**



