MOLSON COORS beverage company

RAPPORT SUR NOTRE EMPREINTE 2026

Molson Coors Beverage Company Exercice 2025

Contenu



INTRODUCTION

02 Lettre du PDG et aperçu de MCBC
03 Célébrons notre empreinte 2025
04 Présentation des objectifs de notre empreinte 2030

PRIORISER LES GENS

05 Notre peuple
05 Notre milieu de travail
05 Notre marché

APPRENDRE TOUS LES JOURS

06 Développement de nos employés

CÉLÉBRER ENSEMBLE

07 Notre engagement envers nos communautés (Amériques)
08 Célébrons le Mois de la Terre et le Mois de notre empreinte
08 Aide aux sinistrés
08 Notre engagement envers nos communautés (EMEA et APAC)

FAIRE PREUVE D'AUDACE ET DE DÉTERMINATION

09 Intendance agricole responsable
10 Utiliser l'eau avec prudence
11 Énergie et émissions
12 Investir dans les énergies renouvelables
13 Utiliser les matériaux de façon judicieuse

ASSUMER SES RESPONSABILITÉS

14 Gouvernance
15 Diriger de manière responsable
17 Plus de choix sans alcool
18 Pratiques commerciales responsables

Cliquez pour voir
ANNEXE DES INFORMATIONS DIVULGUÉES POUR L'EXERCICE 2025
TCFD
SASB
Pacte mondial des Nations Unies et ODD des Nations Unies

Cliquez pour voir
ANNEXE DE DONNÉES — EXERCICE 2025

Cliquez pour voir
DÉCLARATION DES ÉMISSIONS DE GES POUR 2026
(DONNÉES DE L'EXERCICE 2025)

PORTÉE DU PRÉSENT RAPPORT

Ce rapport sur notre empreinte 2026résume les progrès réalisés jusqu'en 2025 par rapport à nos objectifs de développement durable. Il couvre les activités et la performance de Molson Coors Beverage Company (Molson Coors ou la Société) à l'échelle mondiale dans ses unités commerciales des Amériques et des régions EMEA et APAC (Europe, Moyen-Orient et Afrique et Asie-Pacifique) pour l'exercice financier allant du 1er janvier au 31 décembre 2025. Sauf indication contraire, les données sont présentées au 31 décembre 2025. Veuillez consulter l'annexe de données pour la portée des mesures spécifiques.

Nous nous sommes alignés sur les exigences de plusieurs normes internationalement reconnues : Le Groupe de travail sur les informations financières liées au climat (TCFD) et le Conseil des normes comptables de durabilité (SASB), entre autres. Les divulgations relatives à chacune de ces normes se trouvent dans l'annexe sur les divulgations.

Pour l'exercice 2025, nous avons mandaté Grant Thornton LLP afin d'obtenir une assurance limitée concernant les émissions de gaz à effet de serre (GES) de portée 1, les émissions de GES de portée 2 (basées sur la localisation et sur le marché) et les émissions de GES de portée 3, catégories 3 et 9 (activités liées aux combustibles et à l'énergie non incluses dans les portées 1 et 2, ainsi que le transport et la distribution en aval). À l'exception des indicateurs spécifiques d'émissions de GES mentionnés dans la déclaration d'assurance limitée indépendante, les informations contenues dans ce rapport n'ont pas fait l'objet d'une assurance indépendante.

Mise en garde concernant l'importance relative et les déclarations prospectives

Dans ce rapport, les termes « matériel », « matérialité », « non matériel », « substantiel », « significatif » et d'autres termes similaires désignent des sujets, impacts, normes ou seuils de nature économique, environnementale, sociale, de gouvernance ou liés à la durabilité, y compris ceux visés par des référentiels tels que le Protocole GES, la TCFD, la GRI ou la SASB. Ces termes ne sont pas utilisés et ne doivent pas être interprétés au sens où ils sont définis ou employés en vertu des lois fédérales américaines sur les valeurs mobilières, d'autres lois applicables, ou dans le contexte des états financiers ou de la communication financière. L'inclusion d'informations dans ce rapport ne doit pas être interprétée comme une conclusion selon laquelle ces informations sont significatives aux fins des lois fédérales américaines sur les valeurs mobilières ou de tout dépôt effectué par la Société auprès de la Securities and Exchange Commission (SEC) des États-Unis. Pour toute information significative pour la Société au sens des lois fédérales américaines sur les valeurs mobilières, veuillez consulter les documents déposés par la Société auprès de la SEC, notamment son rapport annuel sur formulaire 10-K et ses rapports trimestriels sur formulaire 10-Q. En cas de divergence entre le présent rapport et les documents déposés par la Société auprès de la SEC, ces derniers prévaudront.

Ce rapport est fourni à titre informatif seulement. Ce document ne constitue pas, et ne doit pas être considéré comme faisant partie d'un quelconque document déposé par la Société en vertu de la Loi sur les valeurs mobilières de 1933 (Securities Act of 1933), telle que modifiée, ou de la Loi sur les échanges de valeurs mobilières de 1934 (Securities Exchange Act of 1934), telle que modifiée, et rien dans ce rapport n'est destiné à modifier, à élargir ou à compléter les informations divulguées dans les documents déposés par la Société auprès de la SEC.

Le présent rapport contient des « déclarations prévisionnelles » au sens des lois fédérales américaines relatives aux valeurs mobilières. Des termes tels que « croire », « s'attendre à », « avoir l'intention de », « anticiper », « projeter », « travailler », « s'efforcer », « vouloir », « viser » et d'autres expressions similaires servent généralement à identifier les énoncés prospectifs, lesquels ne sont pas de nature historique. Les énoncés prospectifs comprennent des déclarations concernant Horizon 2030, Notre empreinte 2030, ainsi que les objectifs, buts, engagements, programmes, investissements, initiatives, cibles et impacts prévus de la Société en matière de développement durable, y compris ceux liés aux programmes socioéconomiques, aux émissions de gaz à effet de serre, à la gestion de l'eau, aux initiatives environnementales, à la réutilisation, au recyclage, à la réduction des déchets, à l'agriculture, aux matières premières et à l'approvisionnement. Les énoncés prospectifs sont fondés sur des hypothèses et des attentes actuelles et sont soumis à des risques et à des incertitudes susceptibles de faire en sorte que les résultats réels diffèrent sensiblement de ceux exprimés ou sous-entendus. Les facteurs importants susceptibles d'entraîner de tels écarts sont décrits dans les documents déposés par la Société auprès de la SEC, y compris les risques qui y sont abordés. T outes les déclarations prospectives contenues dans ce rapport sont soumises à ces mises en garde et ne valent qu'à la date à laquelle elles ont été formulées. La Société n'assume aucune obligation de mettre à jour les énoncés prospectifs, sauf si la loi applicable l'exige.

Lettre de notre PDG, Rahul Goyal

Depuis mon entrée en fonctions à titre de PDG à la fin de 2025, je me suis concentré sur la conduite de la prochaine phase de croissance de notre entreprise, en passant du temps avec nos équipes partout dans le monde et, en février 2026, en annonçant notre stratégie Horizon 2030.

Horizon 2030 vise avant tout à renforcer notre portefeuille de marques emblématiques, à nous rapprocher de nos clients et consommateurs, à développer nos capacités et à promouvoir la bière. Pour concrétiser ces ambitions, nous bâtissons également une culture d'appropriation et d'impact communautaire au sein de nos équipes et auprès des personnes que nous servons.

Ce sentiment d'appropriation se manifeste dans les choix que nous faisons chaque jour, notamment dans la manière dont nous gérons les ressources dont notre entreprise dépend et dont nos marques sont appréciées. Cela signifie assumer la responsabilité non seulement de nos résultats, mais aussi de promouvoir une consommation responsable et modérée de nos produits auprès des adultes qui choisissent de consommer de l'alcool.

Avec le rapport de cette année, je suis ravi que nous puissions également partager les objectifs de Notre empreinte 2030, qui nous guideront au cours des cinq prochaines années, tout en célébrant les progrès accomplis et en reconnaissant les défis rencontrés par rapport aux objectifs de Notre empreinte 2025.Notre entreprise et le monde sont aujourd'hui très différents de ce qu'ils étaient lorsque nous avons établi les objectifs 2025 il y a plusieurs années, et ils seront sans aucun doute encore différents dans cinq ans. C'est précisément pourquoi nous avons établi des objectifs éclairés que nous estimons pertinents pour les aspects de notre activité qui nous semblent importants du point de vue du développement durable : la consommation d'eau, la consommation d'énergie, les émissions, les emballages et l'agriculture.

La façon dont nous abordons ces priorités compte tout autant que ce que nous cherchons à accomplir. La durabilité repose sur l'efficacité, la résilience et la gestion des risques, et nous croyons que notre stratégie soutient nos efforts pour bâtir une entreprise mondiale de boissons plus résiliente et responsable. Les progrès et les ambitions décrits dans ce rapport s'inscrivent pleinement dans nos valeurs — notamment l'audace, la prise de décisions éclairées et la responsabilisation. Cela signifie agir avec urgence sur les enjeux qui comptent et assumer notre impact de bout en bout, tout en faisant preuve de transparence et de clarté quant à nos progrès.

Bonne lecture sur nos progrès et nos activités de développement durable, découvrez le travail qui nous attend et joignez-vous à nous pour créer un monde à célébrer!



Rahul Goyal PDG et président de Molson Coors Beverage Company

PRIORISER LES GENS

APPRENDRE TOUS LES JOURS

CÉLÉBRER ENSEMBLE

FAIRE PREUVE D'AUDACE ET DE DÉTERMINATION

ASSUMER SES RESPONSABILITÉS

MOLSON COORS beverage company

APERÇU DE MOLSON COORS BEVERAGE COMPANY



11,1 B
ventes nettes

15
familles de marques dont le chiffre d'affaires annuel net est supérieur à 100 millions de dollars

25+
installations de production

> 73 M
hectolitres vendus

16 200
employés

> 80
pays où nos produits sont vendus

Données de l'entreprise fournies au 31 décembre 2025

CLÉ
- Siège opérationnel sectoriel (Chicago, États-Unis; Burton-on-Trent, Royaume-Uni)
- Grandes brasseries :

Albany, Fort Worth, Golden, Milwaukee, Shenandoah, Trenton (États-Unis); Fraser Valley, Longueuil, Moncton, St. John', Toronto (Canada); Burton, Tadcaster (Royaume-Uni); Apatin (Serbie); Bőcs (Hongrie); Haskovo (Bulgarie); Nikšić (Monténégro); Ostravar, Smíchov (République tchèque); Ploieşti (Roumanie) et Zagreb (Croatie).Nous avons également de petites brasseries au Canada, au Royaume-Uni, en Espagne, en Bulgarie, en Croatie et en République tchèque.



Célébrons notre empreinte 2025

Lorsque nous avons établi nos objectifs de développement durable à long terme pour 2025 il y a plusieurs années, nous savions que la tâche ne serait pas facile et que nous ferions face à des défis imprévus. Plusieurs années et une pandémie plus tard, nous y voilà!

Malgré ces défis, nous avons atteint bon nombre de nos objectifs et réalisé des progrès solides sur ceux que nous n'avions pas entièrement atteints, parfois par des voies différentes de celles que nous avions anticipées. Par exemple, notre priorité initiale d'augmenter la teneur en matières recyclées de nos emballages plastiques s'est transformée en une volonté d'éliminer complètement certains types d'emballages plastiques.

Alors, bravo pour le travail acharné, la rigueur, la créativité et la collaboration des équipes de Molson Coors dans nos brasseries, dans notre programme d'orge et dans nos fonctions corporatives, comme l'ingénierie et l'approvisionnement, qui ont rendu ces résultats possibles.



↓46,4 %

Réduction des émissions de GES de portée 1+2 par rapport à l'année de référence de 2016

Objectif d'ici 2025 : ↓ 50 %

↓37,4 %

Réduction des émissions de GES de portée 1+2+3 par rapport à la période de référence de 2016

Objectif d'ici 2025 : 20 %

99,9 %

des emballages sont recyclables ou réutilisables

Objectif d'ici 2025 : 100 %

0,30 %

des déchets détournés des sites d'enfouissement, provenant des grandes installations de fabrication*

Objectif d'ici 2025 : 24 grandes installations zéro déchet en site d'enfouissement (avec plus de 75 employés)

24,8 %

des emballages plastiques destinés aux consommateurs contiennent au moins 30 % de matières recyclées

Objectif d'ici 2025 : 30 %

* 17 d'entre elles avaient déjà obtenu la certification Zéro déchet en site d'enfouissement (ZWTL).(Programme de certification interrompu en 2024)

410 m³

eau/tonne métrique d'orge récoltée aux États-Unis

Ligne de base : 485 m³
Objectif d'ici 2025 : ≤ 436,5 m³

3,48 hl/hl

ratio eau/produit

Ligne de base : 3,58 hl/hl
Objectif d'ici 2025 : 2,8 hl/hl

3,7 B

gallons d'eau restaurés

Objectif d'ici 2025 : 3,5 milliards de gallons

Présentation des objectifs de notre empreinte 2030

Les objectifs de notre empreinte 2030 guideront nos initiatives et nos priorités en matière de développement durable pour les cinq prochaines années. Nous reconnaissons que notre industrie et le monde qui nous entoure seront sans aucun doute différents dans cinq ans. C'est précisément pourquoi nous avons établi des objectifs éclairés que nous estimons pertinents pour les aspects de nos activités qui nous semblent importants du point de vue du développement durable : l'agriculture, le climat (réduction de la consommation d'énergie et des émissions), l'utilisation responsable de l'eau, ainsi que la gestion des emballages et des déchets.

Agriculture

↑10 %

Superficie cultivée en orge selon des pratiques contribuant à une agriculture durable*

↑3 %

Potentiel de rendement de l'orge développé par la Recherche et Développement de MCBC



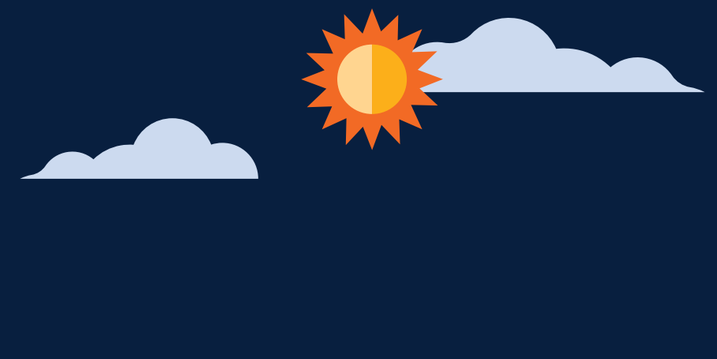
Climat

↓65 %

Réduire les émissions de GES de portée 1 et 2 (par rapport à la valeur de référence de 2016)

↓40 % 40 %

Réduire les émissions de GES de portée 3 (par rapport à la valeur de référence de 2016)



Emballage

>99 %

Emballages primaires et secondaires largement recyclables

Eau

≤3,0 hl/hl

Rapport eau/produit (hl/hl) (dans les installations > 100 000 hl par année)



* Cet objectif s'applique aux exploitations agricoles avec lesquelles il existe des relations directes, actuellement aux États-Unis et dans certaines régions du Canada.
Les objectifs de notre empreinte 2030 sont tournés vers l'avenir, ambitieux et soumis aux hypothèses, aux risques et aux incertitudes décrits dans la « Mise en garde concernant l'importance relative et les déclarations prospectives » figurant à la page 1.

Nous recherchons, valorisons et respectons les perspectives et les expériences uniques de chacun, car nous sommes plus forts ensemble.

PRIORISER LES GENS

Nous croyons que notre succès est intrinsèquement lié au bien-être de nos employés et des communautés que nous servons. Notre valeur « Donner la priorité aux gens » témoigne de notre engagement à favoriser un environnement de travail propice à la réussite de l'entreprise et permettant aux membres de notre équipe de s'épanouir, tant sur le plan personnel que sur le plan professionnel.



Nos collaborateurs

Notre objectif est de constituer et de maintenir une main-d'œuvre qualifiée et hautement engagée, unie autour de nos valeurs communes qui améliore notre lieu de travail et reflète les marchés et les consommateurs qui apprécient nos produits.

Notre approche globale du bien-être des employés englobe une gamme de programmes et d'initiatives conçus pour aider nos employés à s'épanouir personnellement et professionnellement. Nous nous engageons à créer un environnement de travail qui favorise la santé physique, mentale et financière.

BIEN-ÊTRE DES EMPLOYÉS

Nous adoptons une approche holistique du bien-être des employés, en offrant un large éventail de programmes et d'outils qui les aident à concilier vie professionnelle et vie personnelle, à rester en bonne santé et à se sentir connectés. Sur certains de nos sites, les employés ont accès à des cliniques médicales et à des centres de conditionnement physique. De plus, afin de favoriser leur bien-être émotionnel, nous offrons 10 séances de consultation gratuites par année par l'entremise de notre programme d'aide aux employés, destinées aux employés et à leurs familles.

Nous reconnaissons également l'importance d'un soutien humain immédiat. Sur l'ensemble de nos sites de production, des secouristes en santé mentale formés sont disponibles pour soutenir leurs collègues et les aider à trouver les ressources dont ils ont besoin. Nous offrons également des défis sportifs, des conseils en nutrition, de la physiothérapie virtuelle, du soutien à la planification familiale et des ateliers financiers — le tout conçu pour aider les employés à mener une vie épanouissante et équilibrée.

BIEN-ÊTRE FINANCIER

L'équité salariale est une pierre angulaire de notre philosophie de rémunération. Nous révisons et évaluons régulièrement nos programmes de rémunération afin de nous assurer qu'ils reflètent nos engagements et soutiennent nos employés de manière juste et compétitive. Nous effectuons des analyses régulières de l'équité salariale et des écarts de rémunération. De plus, nous offrons diverses ressources en matière de bien-être financier pour aider les employés à naviguer dans leur parcours financier.



Notre lieu de travail

Dans le cadre de notre culture « Priorité aux personnes », nous visons à favoriser une communauté où les talents, les compétences et les perspectives uniques de chaque employé sont valorisés et mis à profit. Nous avons cultivé un environnement où les différents points de vue sont recherchés et célébrés.

SANTÉ ET SÉCURITÉ

Nous nous efforçons d'améliorer continuellement notre performance en matière d'environnement, de santé et de sécurité grâce à une approche axée sur la culture, visant à réduire les risques et à prévenir les accidents du travail et les maladies professionnelles. Nos efforts sont intégrés aux opérations quotidiennes et soutenus par des normes, des formations et une responsabilisation uniformes dans l'ensemble de nos sites à travers le monde.

En 2025, Molson Coors a renforcé son approche dans les Amériques en créant une équipe dédiée à la gestion des congés et de la santé au travail, conçue pour améliorer la façon dont nous accompagnons les employés en matière de congés médicaux, d'aménagements du lieu de travail et de besoins en santé au travail. Grâce à des processus standardisés, des orientations plus claires et un soutien ciblé, l'équipe contribue à offrir une expérience plus cohérente et centrée sur les employés lors de certains des moments les plus importants de leur vie.

En Amérique du Nord comme en Europe, les réalisations de 2025 ont notamment inclus un renforcement de la formation en matière de sécurité, une amélioration des pratiques de gestion des sous-traitants et un effort continu pour cerner et traiter les risques en amont. Ces efforts renforcent une culture où la sécurité fait partie intégrante du travail quotidien et où les employés sont habilités à agir pour l'améliorer.

GROUPES DE RESSOURCES D'ENTREPRISE (GRE)

Nos GRE sont dirigés par nos employés et ouverts à tous. Les GRE alimentent notre stratégie commerciale en enrichissant notre culture, en soutenant nos stratégies d'attraction de talents et de développement professionnel, et en offrant des perspectives uniques pour générer des informations basées sur les consommateurs, tout en soutenant les communautés où nous vivons et travaillons.

En 2025, nos groupes de ressources pour les employés (GRE) se sont associés à l'Université DePaul pour organiser des séances axées sur les GRE portant sur les sujets qui comptent le plus pour leurs membres, suscitant un fort engagement et des commentaires positifs. Fort de ce succès, DePaul continuera d'offrir des programmes similaires en parallèle de la certification en développement du leadership des GRE, afin de soutenir et de faire grandir nos futurs leaders.

Les GRE aident également à transformer les idées des employés en actions concrètes. Aux Amériques, le GRE Disabilities United s'est associé à des équipes internes et à des collaborateurs externes pour améliorer l'accessibilité des espaces où les employés et les consommateurs interagissent avec nos marques. Un exemple concret : l'abaissement du comptoir du bar de notre pub à Chicago, contribuant ainsi à créer un environnement plus accueillant pour les personnes en situation de handicap.

En Europe, nous avons fait évoluer notre modèle de gouvernance Culture et Expérience en établissant un conseil de direction central appuyé par des conseils régionaux pour favoriser l'action locale et recueillir des données probantes. Dans le cadre de ce travail, les GRE ont contribué à faire avancer des initiatives clés, notamment Shared Perspectives, qui encourage le dialogue ouvert et la curiosité afin de renforcer la compréhension mutuelle entre les fonctions et les régions.

Notre marché

Nous nous efforçons de stimuler une croissance rentable grâce à des pratiques commerciales inclusives. Nos GRE collaborent avec nos équipes de développement de produits et de marketing, fournissant des informations consommateurs en temps réel et identifiant des opportunités pour créer des liens plus significatifs avec nos clients.

UNITE :Unis par notre mission

En 2025, nous avons lancé UNITE :Unis par notre mission, auprès de nos employés basés aux États-Unis. UNITE est une expérience animée conçue pour renforcer les liens entre les équipes et affirmer notre conviction que le développement de relations significatives constitue un avantage concurrentiel pour notre entreprise.Ancré dans nos valeurs fondamentales, UNITE crée un espace où les employés peuvent réfléchir à l'importance du lien, explorer les obstacles courants et mettre en pratique des comportements favorisant la confiance et la collaboration.Depuis son lancement au début de 2025, le programme a été offert à plus de 2 000 employés. Fort de cet élan, UNITE se poursuit en 2026 avec une participation accrue à Milwaukee, un déploiement dans les brasseries américaines et des projets d'introduction du programme auprès des collègues au Canada et en Amérique latine.

Nous cherchons toujours des moyens de nous améliorer et à nous aider mutuellement à progresser.

APPRENDRE CHAQUE JOUR

Nous nous engageons à aider nos employés à progresser grâce à des occasions d'apprentissage qui développent leurs compétences, renforcent leurs liens et soutiennent leur développement de carrière.C'est pourquoi « Apprendre tous les jours » est l'une de nos cinq valeurs fondamentales et que nous avons investi dans la création de First Choice Learning, un fournisseur de premier ordre de ressources de formation et de développement pour notre entreprise et nos employés.



Développer notre personnel

Nous croyons que l'apprentissage se poursuit tout au long de la carrière d'un employé, notamment lors de l'intégration, à travers l'expérience professionnelle, les interactions et les relations avec les autres, et grâce à des ressources telles que les cours et les formations en ligne. Notre centre First Choice Learning propose des centaines de ressources d'apprentissage et de développement pour répondre aux besoins de développement de nos employés. Il comprend des partenariats avec getAbstract et LinkedIn Learning pour un apprentissage mobile à la demande.

FORMATION EN LIGNE SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

L'apprentissage ciblé en matière de développement durable a également joué un rôle important. En 2025, nous avons déployé un programme d'apprentissage en ligne sur les changements climatiques dans les régions EMEA et APAC, avec un taux d'achèvement supérieur à 85 %. Dans les régions EMEA et APAC, le programme fait désormais partie de l'intégration des nouveaux employés et continue d'être mis à jour pour refléter les progrès accomplis par rapport à nos objectifs. Nous avons également élargi notre communauté de champions du développement durable et offert une formation certifiée externe sur la culture carbone au Royaume-Uni, avec environ 50 employés certifiés et un nombre similaire prévu pour y participer au cours de l'année à venir.

INTÉGRATION ET APPRENTISSAGE FONCTIONNEL

Nous avons investi de manière significative dans la création de programmes d'intégration performants afin d'aider nos nouveaux employés à mieux comprendre la culture de l'entreprise et leur rôle unique. De plus, nous avons développé et déployé des programmes commerciaux et de chaîne d'approvisionnement visant à développer les compétences nécessaires pour créer, produire, commercialiser et vendre d'excellentes boissons dans le monde entier.

PROGRAMMES POUR LES JEUNES TALENTS

Notre programme de détection des jeunes talents vise à constituer un solide bassin de futurs leaders en offrant aux étudiants une expérience concrète et des occasions significatives de développement. En 2025, nous avons accueilli plus de 60 stagiaires répartis sur 18 sites en Amérique, leur offrant des projets à fort impact et les réunissant pour notre cinquième concours annuel d'innovation, qui comprenait des ateliers de réflexion conceptuelle, du renforcement de l'équipe et du réseautage. De nombreux participants intègrent ensuite Molson Coors à temps plein.

Ce programme sert de tremplin aux jeunes professionnels en leur offrant un accès au mentorat, au perfectionnement professionnel, au coaching de performance, à des événements sociaux et à des rencontres avec des cadres supérieurs. Grâce à ces expériences, les stagiaires développent des compétences commerciales et fonctionnelles, explorent des parcours de carrière et acquièrent une connaissance du secteur qui va bien au-delà de la salle de classe.

En 2025, la région EMEA&APAC comptait 70 apprentis, jeunes diplômés et stagiaires dans les domaines des ventes, de la chaîne d'approvisionnement, des finances et des achats, soutenant ainsi le développement des jeunes talents au sein de notre entreprise européenne. Ces opportunités offrent une expérience pratique et une immersion dans les défis concrets du monde des affaires, tout en posant des bases solides pour les rôles futurs.

Cultiver nos leaders

Nos programmes de développement du leadership soutiennent les employés à tous les niveaux en les aidant à acquérir les compétences nécessaires pour diriger des équipes, établir des orientations et des attentes, stimuler la performance et se préparer à des rôles futurs.Nos programmes de développement du leadership comprennent :

LEADERS ÉMERGENTS (Amériques) et ***QUEST*** (EMEA&APAC) :Développer les leaders à haut potentiel, qu'ils soient nouveaux ou en devenir.

LEADERS (Amériques) et ***ACCÉLÉRATEUR DE DÉVELOPPEMENT DES CADRES*** (Global) :Accélérer la préparation des futurs vice-présidents

ACADÉMIE DES RESPONSABLES HIÉRARCHIQUES (EMEA et APAC): Accompagner les employés dans leur transition du rôle de contributeur individuel à celui de gestionnaire d'équipe.

PACE (Amériques) :Développer les talents émergents grâce à la collaboration interfonctionnelle et à des projets d'apprentissage par l'action.

TAP2LEAD (Amériques) :Un programme de développement du leadership conçu pour faire éclore les talents et libérer le potentiel des employés.

VIVRE LE LEADERSHIP (Amériques) :Un parcours de leadership expérientiel axé sur l'authenticité, le leadership fondé sur les valeurs ainsi que le développement de la confiance et de la performance

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DU LEADERSHIP MOLSON COORS (MCLDP) (Amériques) :S'appuie sur le concept de leadership vivant pour renforcer les compétences pratiques en leadership humain, notamment le leadership situationnel, le coaching et le développement des talents.





2025 EN CHIFFRES

(pour main-d'œuvre mondiale)

370 980
heures de formation enregistrées (23,57 heures par employé à temps plein)

210 107
heures de formation sur la chaîne d'approvisionnement et les sujets commerciaux

36 633
heures de formation pour l'intégration des nouveaux employés

33 327
heures de formation sur les programmes de développement du leadership

3 222
sessions dirigées par un instructeur

32 920
participants (séances en personne et virtuelles animées par un formateur; employés)

Nous sommes des ambassadeurs passionnés de nos marques et de nos activités, et nous croyons à l'importance de reconnaître et de célébrer les réalisations.

CÉLÉBRER ENSEMBLE

Nous reconnaissons et célébrons nos réalisations et nos collaborations, tant à l'interne qu'à l'externe.Grâce au soutien de l'entreprise et à l'engagement de nos employés, nous cherchons à améliorer et à célébrer les communautés qui nous entourent.



Redonner à nos communautés dans les Amériques

À LA SANTÉ DE NOS PARCS

Molson Coors est partenaire de la Milwaukee Parks Foundation depuis 2018.En 2024, nous avons lancé la campagne « Cheers to Our Parks » afin d'amasser 250 000 $ pour les parcs du comté de Milwaukee grâce à la philanthropie privée, soutenue par un don équivalent de l'entreprise. La campagne a dépassé toutes les attentes, atteignant son objectif en seulement six mois et amassant au total 530 000 $.Ces fonds ont permis de financer des améliorations essentielles aux infrastructures des parcs, notamment la rénovation des terrains de basketball, l'entretien des sentiers et l'amélioration des équipements publics.

Forts de l'élan et du succès de cette première initiative, Molson Coors et la Milwaukee Parks Foundation lancent une deuxième phase de Cheers to Our Parks avec un objectif de collecte de fonds élargi à 1,25 million de dollars. Cette prochaine phase s'appuiera sur divers mécanismes de financement et partenariats pour investir davantage dans les parcs de Milwaukee et garantir un impact durable à long terme sur l'ensemble du réseau de parcs.

À LA SANTÉ DE NOTRE EAU DES MONTAGNES ROCHEUSES

Fin juin, Molson Coors s'est associé aux Jardins botaniques de Denver pour lancer Cheers to Our Rocky Mountain Water, une campagne fondée sur la responsabilité partagée de protéger la ressource naturelle la plus vitale du Colorado : l'eau. Cette initiative a mis en lumière l'importance de la conservation de l'eau et de son utilisation durable, renforçant un engagement collectif envers la santé à long terme des écosystèmes et des communautés locales.

Grâce à une forte mobilisation de la communauté, la campagne a atteint son objectif de financement communautaire de 150 000 $, débloquant ainsi des fonds essentiels pour les efforts de conservation et de gestion de l'eau partout dans l'État. Ces fonds soutiennent des programmes qui sensibilisent le public, favorisent des pratiques durables de gestion de l'eau et font avancer des partenariats de recherche, dans le but de contribuer à assurer la résilience des ressources en eau du Colorado pour les générations à venir.

À LA SANTÉ DE NOS QUARTIERS

En octobre, l'événement Cheers to Our Neighborhoods a réuni communauté, services et investissements pour soutenir la revitalisation des quartiers de Chicago. Le 30 octobre, plus de 40 bénévoles ont retroussé leurs manches pour participer à un nettoyage de parc dans le quartier de Little Village, illustrant ainsi le pouvoir de l'engagement concret dans la création d'espaces publics plus sûrs et plus verts.

L'élan s'est poursuivi quelques jours plus tard lorsque Molson Coors et notre programme ont été mis en vedette lors du match d'ouverture de la saison 2025 de basketball de DePaul. Pendant le match, un chèque de 100 000 $ a été remis sur le terrain aux partenaires communautaires Chicago Cares et My Block, My Hood, My City, amplifiant ainsi la portée et la visibilité de l'initiative. L'objectif de collecte de fonds communautaire de 50 000 $ ayant été atteint, le financement complémentaire de Molson Coors Beverage Company a été débloqué, portant le total des investissements à 200 000 $ pour la revitalisation des quartiers de Chicago.« Cheers to Our Neighborhoods » illustre comment l'action collective, la fierté communautaire et les partenariats stratégiques peuvent générer un impact significatif et durable dans les quartiers où vivent d'innombrables membres de la communauté et des employés.

SOUTENIR LES BANQUES ALIMENTAIRES LOCALES

Molson Coors contribue à lutter contre l'insécurité alimentaire dans nos villes à travers le Canada et les États-Unis en soutenant des organisations en première ligne de la lutte contre la faim. Partout au Canada, nous avons établi des partenariats avec Daily Bread Food Bank, Moisson Montréal, Food Banks BC, Peter McKee Community Food Centre et la Community Food Sharing Association afin de contribuer à garantir que les familles et les individus aient accès à des aliments nutritifs.

Au Colorado, nous nous sommes associés à BGOLDN et à The Action Center pour soutenir les efforts locaux de lutte contre la faim lors des périodes de besoins croissants. The Action Center fournit une aide alimentaire d'urgence à grande échelle, servant des centaines de familles chaque jour et distribuant des millions de kilogrammes de nourriture par année. Le soutien à BGOLDN a renforcé la lutte contre la faim grâce à la récupération alimentaire, à un meilleur accès à l'alimentation locale et à des partenariats communautaires qui réduisent le gaspillage tout en venant en aide aux voisins dans le besoin.

Outre son soutien philanthropique, Molson Coors mobilise ses employés par le biais de collectes de nourriture, d'activités de tri et d'emballage, ainsi que d'occasions de bénévolat qui appuient la distribution alimentaire locale. En investissant dans des organisations profondément ancrées dans leurs communautés, nous contribuons à répondre aux besoins immédiats tout en renforçant les systèmes alimentaires locaux et leur résilience à long terme.





Célébration du Mois de la Terre et du Mois de notre empreinte

Les collègues de Molson Coors se sont mobilisés durant le Mois de la Terre (avril) et le Mois de notre empreinte (septembre) pour agir en faveur des communautés, de la protection de l'environnement et des liens locaux.

Durant le Mois de notre empreinte, plus de 440 employés répartis sur 14 sites ont participé à des activités de bénévolat sur le terrain. Les équipes ont planté plus de 1 000 arbres et ramassé plus de 7 250 kg de déchets, contribuant à des espaces plus propres et plus verts dans les communautés où nous sommes présents.

Au-delà du Mois de notre empreinte, les employés ont consacré plus de 29 000 heures au bénévolat et ont collectivement fait don de 530 000 $ à des organismes sans but lucratif, appuyant des causes qui comptent le plus pour les communautés locales.

Efforts de secours en cas de catastrophe

À la suite des inondations historiques dans le comté de Kerr, au Texas, Molson Coors a fourni 50 000 canettes d'eau potable et près de 10 000 canettes de ZOA Energy pour soutenir les premiers intervenants, ainsi que 25 000 $ en dons financiers aux efforts de secours locaux.

De plus, en réponse aux incendies dévastateurs qui ont ravagé le comté de Los Angeles, Molson Coors a versé un total de 100 000 $ à des organisations soutenant les communautés touchées, notamment le programme Restaurants Care de la California Restaurant Foundation, afin de venir en aide aux travailleurs déplacés et aux petites entreprises.

En 2025, nous avons doublé notre production d'eau potable en canette pour atteindre plus de 830 000 canettes, qui seront entreposées dans notre réseau de brasseries et déployées rapidement en cas de catastrophe. Depuis le lancement du programme en 2017, Molson Coors a fait don de plus de 3 millions de canettes d'eau potable pour soutenir les communautés touchées par des ouragans, des inondations, des feux de forêt et d'autres situations d'urgence.



Redonner aux communautés locales en Europe

Bosnie-Herzégovine

Un club de bénévoles interne s'est associé à une organisation pour nettoyer une forêt à Banja Luka, en retirant plus de 40 sacs de déchets et en dégageant des débris encombrants afin de restaurer et de protéger l'environnement naturel. Cette initiative témoigne du fort engagement des collègues envers la protection de l'environnement et de leur fierté à prendre soin des espaces communautaires partagés.

Bulgarie

Durant le Mois de notre empreinte, des collègues de Sofia et de Haskovo se sont réunis pour améliorer et prendre soin de leur environnement local. À Haskovo, nos équipes de la chaîne d'approvisionnement et de la logistique se sont concentrées sur le nettoyage, la remise en état et l'amélioration des zones à l'intérieur et aux abords de la brasserie, tout en plantant et en entretenant des dizaines de jeunes noyers. À Sofia, nos collègues du bureau central ont restauré des espaces communautaires extérieurs clés en nettoyant et en protégeant des structures en bois, en rafraîchissant la signalisation et en installant des bancs et des balises de sentier pour favoriser un accès plus sûr et plus agréable aux sentiers naturels environnants. Ensemble, ces équipes ont fait preuve d'une belle collaboration et d'une grande fierté à contribuer positivement à leur milieu local.

Croatie

Des bénévoles de la brasserie de Zagreb ont participé à la restauration forestière après la tempête près de Petrinja en se joignant au projet CO_2MPENSATING BY PLANTING, organisé par plusieurs groupes, dont l'Association des scouts croates, l'agence HEARTH et les Forêts croates. Dans le cadre de cet effort, des collègues ont planté 1 000 chênes pour aider à restaurer une zone où des tempêtes avaient endommagé environ 12 hectares de forêt. La journée comprenait également un programme éducatif sur place animé par les Forêts croates, renforçant la compréhension des employés en matière de foresterie durable et de gestion environnementale.



République tchèque

L'initiative communautaire la plus ancienne de Molson Coors Europe, les Journées communautaires, s'est poursuivie en 2025 avec des équipes offrant un soutien concret à divers partenaires locaux. À Prague, des collègues ont travaillé avec notre partenaire ONG de longue date, Helppes, en appuyant sa mission de formation de chiens d'assistance. À Ostrava, 45 bénévoles ont collaboré avec la municipalité locale pour revitaliser un parc municipal en repeignant les clôtures, en plantant des fleurs et en taillant les buissons.

Parmi les autres initiatives menées par les employés, mentionnons « Baked with Heart », un événement interne où des employés ont préparé et vendu des produits afin de recueillir des fonds pour l'ONG partenaire Helppes.

Hongrie

En 2025, les employés de Borsodi se sont réunis pour un concours de cuisine interne alliant travail d'équipe et générosité caritative. L'événement a mobilisé 480 employés et a permis de recueillir des dons de denrées non périssables. Borsodi a également mis sur pied un programme d'échange et de partage de vêtements, encourageant les collègues à redonner vie aux articles qu'ils ne portent plus.

Monténégro

Au Monténégro, des équipes ont planté des arbres et passé du temps avec les résidents d'une maison de retraite locale, favorisant à la fois la responsabilité environnementale et des liens sociaux significatifs. L'engagement envers la durabilité s'est poursuivi grâce à la campagne Nikšićko Green, qui encourageait les visiteurs du festival à ramasser et à recycler les gobelets en plastique dans le cadre d'efforts plus larges de sensibilisation à l'environnement.

Par ailleurs, un partenariat avec la Croix-Rouge a souligné les 15 ans du Club des donneurs de sang de Trebjesa, témoignant d'un engagement de longue date envers la générosité et le bien-être de la communauté.



Serbie

À la brasserie Apatin, les collègues ont continué d'allier protection de l'environnement et engagement communautaire au moyen de diverses initiatives de bénévolat. Lors de la régate de la Drina, la brasserie s'est associée à Sekopak, opérateur de gestion des déchets d'emballages, dans le cadre de l'initiative « Recyclez, profitez et gardez la Drina propre », sensibilisant le public au recyclage et à la protection de l'environnement tout en collectant et en recyclant plusieurs centaines de kilogrammes de déchets d'emballages.

Les collègues ont également souligné le Mois de l'empreinte en plantant des arbres décoratifs autour de la brasserie, disposant les jeunes plants en forme de « 270 » pour célébrer l'anniversaire de la brasserie. Des événements culinaires ont également été organisés à Apatin et à Belgrade pour rassembler les employés autour de la promotion des initiatives de développement durable et du soutien à diverses causes humanitaires.

Royaume-Uni

Molson Coors a renforcé son impact communautaire au Royaume-Uni grâce à une combinaison de partenariats environnementaux, de bénévolat des employés et d'initiatives de collecte de fonds. Un nouveau partenariat de bénévolat avec le Canal & River Trust permet à nos employés basés à Burton de contribuer à l'entretien d'un kilomètre de voie navigable à Burton-upon-Trent, où se trouve notre plus grande brasserie en Europe. Les employés britanniques ont également soutenu diverses initiatives caritatives et communautaires par le biais de collectes de fonds et de bénévolat. Cela comprenait le soutien à GroceryAid — recueillant des fonds pour les travailleurs de l'industrie confrontés à des difficultés — lors d'événements tels que la Windermere Row et le London to Amsterdam Cycle Challenge. Des partenariats avec certains de nos clients et fournisseurs ont également permis de soutenir les dons aux banques alimentaires locales, les ventes de produits au profit d'œuvres caritatives, le ramassage des déchets et la participation à des campagnes comme le Big MAB Sleepout.

Nous sommes des innovateurs; nous n'avons pas peur d'être directs, d'agir rapidement et de remettre en question le statu quo.

SOYEZ AUDACIEUX ET DÉCISIF

Qu'il s'agisse de mettre en œuvre des pratiques agricoles plus durables, d'opérer plus efficacement ou d'améliorer la façon dont nos emballages soutiennent une économie plus circulaire, nous mettons à profit nos capacités pour atteindre nos objectifs de développement durable.



Adopter une approche responsable de l'agriculture

Notre programme d'orge américain

Notre programme Molson Coors Barley aux États-Unis améliore l'orge de brasserie depuis 80 ans. Nous développons des cultivars d'orge irrigués pour l'Idaho, le Montana, le Colorado et le Wyoming, et des cultivars d'orge des terres arides pour le Montana. Nous avons également des contrats pour la culture d'orge dans le sud de l'Alberta, au Canada. Nos environnements de production et notre génétique uniques nous permettent de développer certains des cultivars d'orge les plus productifs de l'hémisphère nord.

Le développement de cultivars d'orge exclusifs chez Molson Coors s'effectue selon une approche holistique de la chaîne d'approvisionnement. Nous développons des cultivars High Country BarleyMC qui offrent des performances améliorées à chaque étape des processus de culture, de maltage et de brassage.

Lors du processus de sélection, nous recherchons des lignées présentant un profil équilibré de bonnes performances agronomiques (rendement, hauteur, maturité, rondeur du grain) et de bonnes caractéristiques de maltage et de brassage. Cette approche nous permet de produire plus de barils de bière par acre d'orge cultivée et, par conséquent, de réduire notre besoin en terres agricoles.

En 2025, nous avons travaillé avec 610 agriculteurs qui ont planté six de nos cultivars. Les systèmes agricoles des régions où nous cultivons notre orge pratiquent une rotation des cultures diversifiée qui comprend des betteraves à sucre, des haricots secs, de la luzerne, du blé, des pommes de terre, du maïs ou de la jachère.

36,3 M$

investis depuis 2009 pour soutenir les initiatives d'agriculture durable et des incitations pour les producteurs d'orge américains

410 m³

d'eau par tonne métrique d'orge récoltés aux États-Unis en 2025 (objectif 2025 : ≤ 436.5 m³ d'eau par tonne métrique d'orge).

Lire la politique en matière d'ingrédients agricoles pour la brasserie

Nos agriculteurs américains acceptent de suivre notre Politique en matière d'ingrédients agricoles pour le brassage, qui stipule que nos ingrédients de brassage agricoles doivent être produits d'une manière qui respecte les normes de qualité, de sécurité et de durabilité de Molson Coors. Ils s'engagent à adopter des pratiques agricoles visant à préserver la fertilité des sols, les ressources en eau, la qualité de l'air et la biodiversité.

Les agronomes de notre programme américain sur l'orge S'engagent directement avec les agriculteurs tout au long de la saison de croissance, et ces derniers consignent leurs pratiques agronomiques et leurs intrants dans un système développé par Esri.

Notre objectif initial à long terme pour 2025 était de cultiver de l'orge aux États-Unis avec 10 % moins d'eau (par rapport à la référence de 2016). En 2025, nous avons utilisé 410 mètres cubes d'eau par tonne métrique d'orge, soit une réduction de 15,5 % par rapport à notre référence de 2016.La tendance observée depuis 2016 indique une baisse de la consommation d'eau. Ce résultat est la combinaison des performances des cultivars, du travail direct avec nos agriculteurs et de la disponibilité de l'eau pendant la saison de croissance. Nous avons encouragé les producteurs à mesurer l'eau utilisée, et nos agronomes travaillent en étroite collaboration avec les agriculteurs pour déterminer le moment optimal de la dernière irrigation des cultures d'orge.

PRATIQUES AGRICOLES DURABLES

Voici quelques-unes des pratiques mises en œuvre par nos agriculteurs à différentes échelles :

- Diversification de la rotation des cultures, y compris les cultures de couverture
- Semis de précision
- Travail du sol réduit ou minimal
- Suivi de la consommation d'eau
- Conversion de l'irrigation par submersion en irrigation par pivot, par rampe d'irrigation ou par goutte-à-goutte souterrain
- Irrigation de précision
- Application précise de l'eau à partir des pivots
- Échantillonnage du sol
- Échantillonnage des tissus foliaires
- Utilisation du compost à la ferme
- Incorporation de la paille d'orge dans le sol
- Méthodes de lutte contre l'érosion éolienne (par exemple, les bandes d'arbres)
- Utilisation de machines écoénergétiques

Certains agriculteurs participent au Programme d'incitatifs à la qualité environnementale (EQIP), le programme phare du Service de conservation des ressources naturelles des États-Unis qui aide les agriculteurs à intégrer la conservation dans leurs terres agricoles.

PLUS DE BARILS DE BIÈRE PAR ACRE D'ORGE

Chaque année, nous évaluons environ 25 000 lignées d'orge afin d'en identifier cinq à dix qui présentent des améliorations dans la majorité des caractéristiques visées par notre programme de sélection.

En 2025, nous avons continué d'évaluer la productivité de nos cultivars d'orge produits commercialement et de nos nouvelles lignées d'orge expérimentales en Idaho et au Colorado dans des conditions de stress hydrique. De nouvelles lignées d'orge ont démontré une meilleure capacité à résister à des conditions hydriques réduites, produisant des rendements plus élevés et une meilleure qualité, comparativement à nos cultivars d'orge commerciaux actuels.

Dans des conditions de stress hydrique, de nouvelles lignées d'orge expérimentales en Idaho ont produit 8 % de grain en plus, 1 point de pourcentage d'extrait de malt en plus et plus de 70 barils de bière de plus par acre (BBL/acre), par rapport à notre cultivar Moravian actuel.

Dans le cadre de nos efforts pour évaluer d'autres façons de réduire les émissions de carbone provenant de l'agriculture, nous menons des essais de rendement d'orge avec un engrais à faible empreinte carbone. En 2025, nous avons mené des essais en Idaho et au Colorado, et nous poursuivrons ces essais en 2026.

GROUPE DE PRODUCTEURS MOLSON COORS AU ROYAUME-UNI

Au Royaume-Uni, nous collaborons avec le groupe de producteurs Molson Coors depuis 17 ans. Molson Coors et les agriculteurs échangent des conseils, des données et des perspectives pour aider les producteurs à prendre des mesures pour améliorer la durabilité de leurs pratiques agricoles tout en garantissant un approvisionnement régulier en orge brassicole de qualité supérieure.

JOURNÉES AUX CHAMPS D'ORGE

Durant l'été 2025, notre équipe orge et la direction de l'entreprise se sont réunies avec des agriculteurs et leurs familles à l'occasion des Journées de l'orge à Power, au Montana. Les journées de l'orge sont une occasion annuelle de manifester notre reconnaissance et de célébrer les résultats d'une autre bonne récolte.

Utilisation prudente de l'eau

La stratégie de développement durable de Molson Coors met l'accent sur l'eau en raison de son importance pour nos produits. Notre stratégie en matière d'eau se concentre sur l'efficacité de l'utilisation de l'eau dans nos brasseries et sur la création de partenariats pour protéger et restaurer les ressources en eau et améliorer la résilience, en mettant l'accent sur les zones où nos activités sont exposées à la sécheresse et au stress hydrique.

Efficacité de l'eau dans nos opérations

Nous continuons à rechercher des opportunités pour améliorer l'efficacité de l'eau de nos opérations tout en maintenant des normes d'hygiène strictes et une gamme de produits de plus en plus complexe.

L'évolution de nos activités a créé des défis pour atteindre notre objectif initial de 2025, soit une réduction de 22 % du ratio eau/produit par rapport à notre niveau de référence de 2016.En 2025, après une évaluation approfondie de nos progrès, des possibilités d'amélioration de nos opérations compte tenu de leur complexité accrue et des investissements potentiels, nous avons établi un objectif mondial d'efficacité de l'utilisation de l'eau de 3,0 hl/hl d'ici la fin de 2030, ce qui représente une réduction d'environ 16 % par rapport à notre niveau de référence de 2016.

Nous avons continué d'investir dans l'efficacité de l'utilisation de l'eau en élargissant les systèmes de récupération des eaux dans les brasseries de Trenton (Ohio) et d'Albany (Géorgie). En 2025, de nouveaux équipements de filtration et de traitement chimique ont été installés afin de permettre le recyclage des eaux de procédé pour les opérations de nettoyage. Une fois pleinement déployés, ces projets devraient permettre d'économiser plus de 200 millions de gallons d'eau par année, favorisant une gestion responsable de l'eau tout en maintenant des normes élevées d'exploitation et d'hygiène dans l'ensemble des opérations brassicoles.

En 2025, plusieurs de nos grandes brasseries à travers le monde ont progressé dans la réduction de leur consommation d'eau.

Pour la troisième année consécutive, notre brasserie de Trenton, en Ohio, a affiché les meilleures performances, atteignant 2,57 hl/hl. Deux autres brasseries, Fraser Valley (Colombie-Britannique) et Aspall (Royaume-Uni), ont également atteint un ratio eau/produit inférieur à 3,0 hl/hl, et la brasserie de Zagreb (Croatie) a terminé l'année légèrement au-dessus, à 3,01 hl/hl. La région Europe centrale et orientale a réalisé une remarquable amélioration globale de 5 %, quatre sites ayant enregistré une amélioration de 5 % ou plus par rapport à 2024, dont une impressionnante amélioration de 17 % à notre brasserie de Ploiești (Roumanie) et une amélioration de 11 % à la brasserie d'Ostravar (République tchèque).

Consultez la politique sur l'eau ici

Améliorer la culture du développement durable

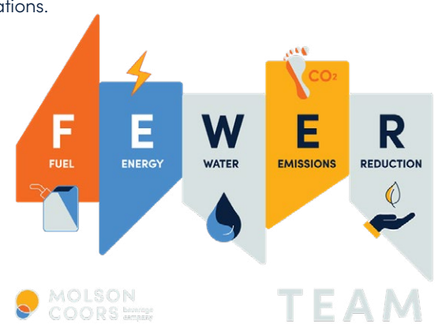
Pour nos grandes brasseries des Amériques, nous avons mis en place un programme « Gagner pour la planète » qui offre des incitatifs positifs pour améliorer les performances et mettre en œuvre des gains d'efficacité en matière de consommation d'eau et d'énergie, ainsi que d'autosuffisance en CO_2.

En 2025, par exemple, la brasserie de Toronto a adopté une approche plus robuste et intégrée de la planification de la production afin d'apporter des changements plus collaboratifs, proactifs et percutants à l'exploitation de toutes les lignes de production de la brasserie. Cette approche a permis à la brasserie de Toronto de réduire sa consommation d'eau, surpassant d'environ 9 % ses prévisions établies en fonction des volumes de production. Un autre exemple est celui de la brasserie de Milwaukee, qui a optimisé la régénération des filtres à charbon afin de réaliser des économies d'eau et d'énergie.

Les lauréats du programme reçoivent des fonds pour mettre en œuvre des projets d'efficacité hydrique et énergétique sur leurs sites. Grâce à ces fonds, la brasserie de Longueuil a apporté des améliorations à un réservoir d'épuration afin de réduire sa consommation d'eau et a installé des compteurs d'eau pour l'aire de lavage des camions sur le site.

En 2025, nous avons élargi l'utilisation du processus de bilan de durabilité intégré à notre pilier de leadership en matière de chaîne d'approvisionnement de classe mondiale. Le bilan de durabilité permet d'évaluer la culture de développement durable d'un site ou d'un département et consiste en un examen des pratiques quotidiennes liées à l'atteinte de nos objectifs en matière d'eau et d'énergie, telles qu'elles sont mises en œuvre par les dirigeants et les employés et observées lors d'une visite terrain.

L'équipe FEWER (Fuel, Energy, Water and Emissions Reductions) est au cœur des efforts d'amélioration de la durabilité sur nos sites de production. Cette communauté intersites et interfonctionnelle partage les meilleures pratiques, discute des technologies potentielles et se soutient mutuellement pour impulser des changements culturels et opérationnels dans l'ensemble de nos installations.



Canada

RESTAURER LES RESSOURCES EN EAU GRÂCE AU PARTENARIAT

Pendant plus de cinq ans, Coors Seltzer s'est associé à Change the Course, un organisme sans but lucratif spécialisé dans la restauration et la conservation de l'eau, afin de soutenir un ensemble de projets visant à protéger les écosystèmes d'eau douce partout au Canada. Le programme est maintenant terminé, marquant la fin d'un investissement soutenu et pluriannuel dans des solutions fondées sur la nature qui ont renforcé les bassins versants et appuyé les communautés de sept provinces prioritaires.

Grâce à des projets de restauration des milieux humides, d'amélioration de la santé des rivières et des rives, d'amélioration de l'efficacité de l'utilisation de l'eau en agriculture et de reconstitution des débits naturels, le programme a répondu aux défis hydriques propres à chaque région par des actions menées localement. Ce portefeuille devrait permettre de restaurer environ 8,4 milliards de gallons d'eau au cours de sa durée de vie, procurant des avantages environnementaux durables et renforçant la résilience à long terme des systèmes d'eau douce du Canada.

3,7 milliards de gallons

d'eau restaurée dans nos bassins versants soumis au stress hydrique au Texas et au Colorado, de 2014 à 2025



Colorado

RESTAURATION DES FORÊTS ET PROTECTION DES BASSINS VERSANTS

Au Colorado, nous collaborons avec The Nature Conservancy et l'Upper South Platte Partnership pour soutenir les efforts de restauration forestière dans le bassin versant de l'Upper South Platte, une source essentielle d'eau potable pour la région métropolitaine de Denver. Jusqu'en 2025, des activités de restauration comme l'éclaircie forestière et la réduction des matières combustibles ont été menées sur plus de 1 100 acres. Ces efforts contribuent à réduire le risque de feux de forêt graves, qui peuvent entraîner de l'érosion, des inondations et des répercussions à long terme sur la qualité et l'approvisionnement en eau.

En améliorant la santé des forêts et en réduisant la végétation excessive, le projet contribue également à la disponibilité de l'eau. En 2025, ces efforts ont généré un bénéfice annuel estimé à 38,5 millions de gallons d'eau, dont environ 16,9 millions de gallons attribuables à Molson Coors.

Texas

QUALITÉ ET CONSERVATION DE L'EAU EN AGRICULTURE

Au Texas, nous appuyons l'Initiative pour la qualité de l'eau Richland-Chambers dans le bassin de la rivière Trinity, une source d'eau importante pour les communautés de tout l'État. Grâce à des partenariats avec le Service de conservation des ressources naturelles de l'USDA et des organisations locales de conservation, le programme travaille avec les agriculteurs et les éleveurs pour mettre en œuvre des pratiques qui améliorent la qualité de l'eau et renforcent la santé des bassins versants. De 2012 à 2025, des pratiques de conservation ont été mises en œuvre sur plus de 18 000 acres, contribuant à réduire le ruissellement, à améliorer la santé des sols et à accroître l'infiltration de l'eau.

En 2025, l'initiative a permis de réaliser un bénéfice annuel total estimé à 1 624 millions de gallons d'eau, dont environ 229 millions de gallons attribuables à Molson Coors. Depuis le début du programme, les bénéfices cumulatifs attribuables à l'entreprise ont dépassé 2,2 milliards de gallons.

Économies d'énergie et réduction des émissions

Nous prenons des mesures visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre dans l'ensemble de notre chaîne de valeur afin d'atteindre nos objectifs de réduction des émissions.

PROGRÈS JUSQU'EN 2025

↓46,4 %
Émissions de portées (2025 par rapport à la référence 2016) (objectif 2025 : réduction de 50 %)

↓37,4 %
Émissions de portée 1+2+3 (2025 par rapport à la référence de 2016) (objectif 2025 : réduction de 20 %)

Mesures pour réduire les émissions

Afin de réduire les émissions liées à nos activités, nous investissons dans l'efficacité énergétique, les technologies à faibles émissions de carbone, l'amélioration des procédés et des initiatives de valorisation des ressources qui contribuent à l'atteinte de nos objectifs climatiques à court et à long terme.

TECHNOLOGIE DES THERMOPOMPES

Molson Coors a obtenu l'autorisation d'installer un système de thermopompe de pointe à la brasserie Burton upon Trent, au Royaume-Uni. Le système récupère la chaleur résiduelle générée par les procédés de réfrigération et la réutilise pour les opérations de brassage, ce qui réduit considérablement les besoins en gaz naturel pour le chauffage des procédés. Soutenu par une subvention de plus de 8,5 millions de livres sterling provenant du Fonds de transformation énergétique industrielle du gouvernement britannique, ce projet s'inscrit dans un investissement plus large de 18 millions de livres sterling visant à moderniser les systèmes énergétiques et à améliorer l'efficacité du site.

Une fois pleinement opérationnelle, cette technologie devrait permettre de réduire la demande en énergie de chauffage jusqu'à 40 000 MWh par année et de contribuer à une réduction estimée à 40 % des émissions directes à l'échelle du site. Cet investissement démontre comment la collaboration public-privé et les solutions d'ingénierie avancées peuvent accélérer les progrès vers l'atteinte des objectifs opérationnels de zéro émission nette.

RÉCUPÉRATION DU CO2

Les systèmes de récupération du CO_2 jouent un rôle important dans la réduction des émissions liées à nos activités de brassage, en captant le CO_2 naturellement produit lors de la fermentation, en le purifiant et en le réutilisant dans les processus de brassage et d'emballage. En 2025, Molson Coors a mis en œuvre un projet de récupération de CO_2 par contre-pression à sa brasserie de Fraser Valley, conçu pour capter et réutiliser le CO_2 précédemment rejeté lors des changements de bière. Les systèmes de contre-pression traditionnels peuvent constituer une source de CO_2 pur, souvent rejeté dans l'atmosphère. Ce projet redirige ce CO_2 vers des systèmes de récupération tout en préservant la qualité des boissons. L'expansion du système de contre-pression des cuves de bière claire de la brasserie devrait permettre de réduire les émissions d'environ 125 tonnes d'équivalent CO_2 par année.

NOUVEAU SIÈGE SOCIAL POUR LE ROYAUME-UNI ET L'IRLANDE

En mars 2025, nous avons déménagé dans notre nouveau siège social pour le Royaume-Uni et l'Irlande, regroupant nos équipes du siège social en un seul lieu de travail intégré qui allie bâtiments neufs et rénovés, tout en respectant le patrimoine de notre site de Burton-on-Trent. Le développement durable a été intégré à l'ensemble de la conception, avec des éléments tels que des systèmes de ventilation et de climatisation modernes, un éclairage DEL, des installations à faible consommation d'eau et des panneaux solaires en toiture sur la nouvelle structure, contribuant à une cote EPC de classe A. L'espace favorise également la collaboration grâce au Copper Kettle Café, au Thirst Bar et à l'espace événementiel Brewhouse.



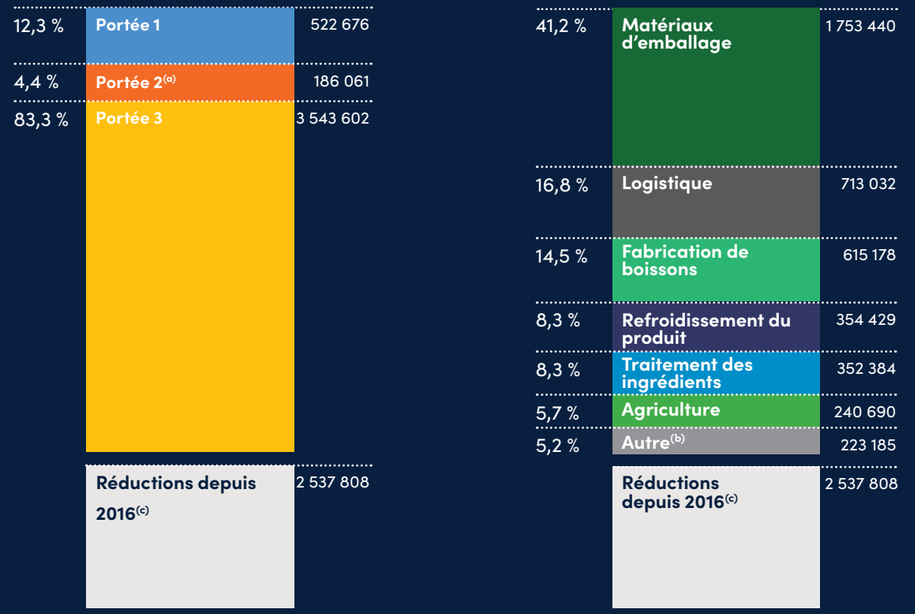
NOS OBJECTIFS (PAR RAPPORT À LA VALEUR DE RÉFÉRENCE DE 2016)

2025	**↓50 %** Portée 1+2	**↓20 %** Portée 1+2+3
2030 NET-ZÉRO À COURT TERME	**↓65 %** Portée 1+2	**↓40 %** Portée 3
2050 NET-ZÉRO À LONG TERME	**↓90 %** Portée 1+2	**↓90 %** Portée 3

Les objectifs pour 2025 ont été validés par l'initiative SBTi (Science Based Targets) (1,5 °C) en 2019.Les objectifs de zéro net à court terme pour 2030 et à long terme pour 2050 ont été définis conformément à la norme Corporate Net Zero de SBTi et ont été validés par SBTi en novembre 2023.

Notre filiale britannique aspire à atteindre la carboneutralité (portée 1+2) pour un site d'ici 2030 et pour l'ensemble de ses sites d'ici 2035.

NOTRE PROFIL D'ÉMISSIONS DE GES EN 2025(tCO_2e)



(a) Portée 2 selon la méthode basée sur le marché
(b) Voir les détails dans l'Annexe de données
(c) En 2025, nous avons apporté un léger ajustement à la base de référence de 2016 sur la base des résultats de l'examen annuel régulier des sources et facteurs d'émissions

Investir dans les énergies renouvelables

Molson Coors continue d'investir dans l'électricité renouvelable afin de réduire ses émissions, de renforcer sa résilience énergétique et de soutenir son efficacité opérationnelle à long terme à l'échelle des États-Unis. En 2025, nous avons fait avancer plusieurs projets solaires au Colorado, en Ohio et au Wisconsin, lesquels fournissent ensemble de l'énergie renouvelable à nos brasseries et à nos activités dans ces États.

Colorado

KEENESBURG SOLAIRE

Au Colorado, la construction d'un projet solaire de 47 acres a débuté à Keenesburg, sur un ancien site d'extraction de charbon réhabilité.Une fois achevé, le champ solaire devrait couvrir environ 7 % des besoins en électricité de nos activités à Golden Valley, tout en restaurant le terrain grâce à des habitats favorables aux pollinisateurs.Le projet devrait être achevé et produire de l'énergie utilisable d'ici la fin de 2026.

Ohio

CENTRALE SOLAIRE SUR SITE DE TRENTON

En Ohio, un projet solaire situé à proximité de notre brasserie de Trenton devrait commencer sa construction en 2026 et est conçu pour couvrir environ 25 % de la consommation annuelle d'électricité de la brasserie.Ce projet vise à renforcer la résilience du réseau électrique et à réduire les risques de perturbations opérationnelles, alors que la demande en électricité continue de croître dans la région.



Wisconsin

LES ACTIVITÉS DU WISCONSIN ALIMENTÉES EN ÉLECTRICITÉ RENOUVELABLE

En 2025, nous avons finalisé un autre projet au Wisconsin, soit le développement d'une installation solaire sur notre site de Watertown Hops.Ce projet s'inscrit dans le cadre du programme Solar Now de We Energies, qui établit des partenariats avec de grands clients pour accueillir des installations solaires appartenant au service public sur les terrains de l'entreprise.

Dans le cadre de ce programme, We Energies développe, possède et exploite le système, tandis que les sites hôtes fournissent l'espace nécessaire à l'installation, soutenant ainsi l'expansion de la production d'énergie renouvelable dans toute la région.

La construction de l'installation solaire de Watertown Hops devrait débuter en 2026.Une fois opérationnel, le projet devrait contribuer à l'alimentation du réseau local en électricité renouvelable, aidant à réduire les émissions de GES et à soutenir les efforts plus larges visant à développer les infrastructures d'énergie propre dans les collectivités où nous exerçons nos activités.



COMMENT NOUS RÉDUISONS LES ÉMISSIONS TOUT AU LONG DE NOTRE CHAÎNE DE VALEUR

AGRICULTURE

- Développer des cultivars d'orge plus résistants
- Réduire les impacts de l'agriculture
- Utiliser moins de terres pour produire la même quantité d'orge

FABRICATION

- Améliorer l'efficacité énergétique
- S'approvisionner en électricité renouvelable à partir du réseau électrique local
- Améliorer l'autosuffisance en CO_2
- Améliorer l'équipement et l'éclairage

EMBALLAGE

- Augmenter le contenu recyclé
- Promouvoir le recyclage dans les installations de conditionnement des contenants de boissons
- Allègement

LOGISTIQUE

- Améliorer l'efficacité du transport (carburants, modes de transport)
- Collaborer avec le programme SmartWay pour mesurer et évaluer l'efficacité du transport

UTILISATION DU PRODUIT

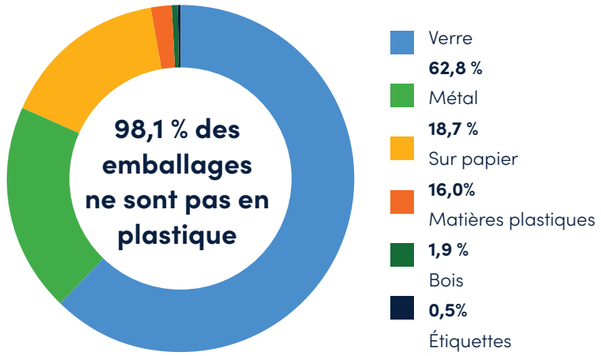
- Améliorer l'efficacité du refroidissement des produits au détail
- Promouvoir le recyclage
- Promouvoir les programmes de retour des canettes et des bouteilles

Utilisation judicieuse des matériaux

Nous travaillons à minimiser les déchets envoyés à la décharge depuis nos installations de fabrication, à augmenter le recyclage et à augmenter le contenu recyclé.

UTILISATION MONDIALE DE MATÉRIAUX D'EMBALLAGE EN 2025

(% en poids, emballage d'origine)



Réduire les déchets dans nos activités

La production de biens génère des déchets, qu'il s'agisse de défauts, d'excédents de matériaux ou de sous-produits. Nous travaillons à réduire les déchets dans nos installations de production grâce à des stations dédiées au tri des matériaux afin d'optimiser le recyclage et la réutilisation. Dans l'ensemble de nos grandes brasseries à travers le monde, nous envoyons moins de 1 % de nos déchets à l'enfouissement.

Nous nous efforçons de minimiser la quantité de déchets générés par nos installations de production qui sont dirigés vers l'enfouissement, et nous prévoyons de continuer à mesurer et à communiquer notre taux global de détournement.

0,30 %

Total des déchets envoyés à l'enfouissement (pour les installations comptant plus de 75 employés)

Interventions en matière d'emballage

ALLÉGEMENT DES BOÎTES

En 2025, des équipes en Amérique du Nord ont progressé dans les essais de conception de canettes légères en aluminium pour les formats de 12 et 16 onces, soutenant la transition vers des matériaux de plus faible calibre sur les lignes de production, nouvelles comme existantes. Les travaux ont également avancé sur les fonds de boîtes allégés, passant du calibre 85 au calibre 82, et les équipes évaluent maintenant des conceptions de calibre 80. Si elles sont mises en œuvre à grande échelle, ces initiatives devraient permettre de réduire la quantité d'aluminium utilisée par canette tout en préservant son intégrité structurelle.

OPTIMISATION DU FRET

Les émissions liées aux emballages ont également été réduites grâce à des initiatives d'optimisation du fret aux États-Unis, conçues pour acheminer davantage de produits en utilisant moins de ressources. Les équipes ont accru le recours au transport ferroviaire plutôt qu'au transport routier et ont continué à tester de nouveaux agencements de palettes permettant d'augmenter la densité de chargement et d'améliorer l'utilisation des remorques. Parallèlement, des possibilités de transférer certains transports de matières premières vers le rail ont été évaluées, favorisant une logistique à faibles émissions tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

OPTIMISATION DU CARTON ONDULÉ

Les efforts se sont poursuivis pour réduire la teneur en fibres des emballages secondaires tout en maintenant leurs performances. En 2025, les emballages de bouteilles Coors Banquet de 12 onces, aux formats de 12 et de 18 bouteilles, ont fait l'objet de tests visant à passer du carton ondulé de type E au carton de 27 points, réduisant ainsi l'utilisation de carton ondulé. Des tests supplémentaires ont été menés sur des formats de 20 bouteilles en verre à long col, évaluant un passage du carton ondulé de type E au carton ondulé de type Z.

PLASTIQUE RECYCLÉ POST-CONSOMMATION

Partout en Europe, nos équipes de la chaîne d'approvisionnement ont optimisé le film étirable utilisé dans l'emballage des palettes en augmentant le recours au plastique recyclé post-consommation (PCR) et en collaborant étroitement avec les fournisseurs d'emballages et d'équipements dans l'une de nos usines de production. Grâce à ces améliorations, le site a réduit son utilisation de film étirable de 19 % à 40 %, selon l'application. Sur le site concerné, cette initiative a permis de réduire l'utilisation de film étirable et a contribué à la réduction des déchets ainsi qu'à l'efficacité des coûts.

Évaluer les risques liés au climat

Le changement climatique représente un risque et une opportunité pour les entreprises. Nous avons la responsabilité d'aborder ces deux questions si nous voulons que Molson Coors et les communautés qui l'entourent restent résilients pour l'avenir. Conformément aux recommandations de la Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), nous avons effectué en 2022 un examen des scénarios liés au climat susceptibles de présenter des risques et des opportunités réglementaires, de transition ou physiques pour notre entreprise. Cet examen a confirmé ce que nous avions identifié comme étant des questions clés et a soutenu notre analyse financière en cours et la planification des mesures d'atténuation.

- **Risques physiques aigus :** Des conditions météorologiques extrêmes ou des catastrophes naturelles entraînant des répercussions à court terme sur les entreprises, des perturbations de la chaîne d'approvisionnement et des coûts de rétablissement ou d'adaptation
- **Risques physiques chroniques :** Les impacts prolongés des changements climatiques à évolution lente (par exemple, une sécheresse persistante) entraînent une réduction de la production, des actifs échoués ou des pénuries de matières premières essentielles.
- **Risques liés à la transition réglementaire :** Réglementations ou exigences nouvelles ou plus strictes liées au climat (par exemple, la déclaration et la réduction obligatoires des GES) ainsi que des systèmes de tarification du carbone, de taxes et d'échange de quotas d'émission
- **Risques liés à la transition du marché :** Évolution de la valeur marchande et de la marque due à la perception que l'entreprise présente un risque d'investissement plus élevé ou qu'elle ne s'engage pas dans la transition vers une économie à faibles émissions de carbone

Ces risques ont été intégrés dans notre processus de gestion des risques de l'entreprise (ERM), qui classe les risques à l'aide d'une matrice de gravité et de probabilité. Cette discussion ne vise pas à constituer une description exhaustive de tous les risques susceptibles d'affecter nos activités. Des informations supplémentaires concernant les risques importants auxquels notre entreprise est confrontée figurent dans notre rapport annuel sur le formulaire 10-K et dans nos rapports trimestriels sur le formulaire 10-Q. De plus amples détails sont disponibles dans notre soumission CDP sur les changements climatiques. Voir aussi Annexe des divulgations.



Nous agissons avec intégrité et respectons nos engagements, tout en assumant nos erreurs et en les mettant à profit pour apprendre.

ASSUMER SES RESPONSABILITÉS

En créant un monde à célébrer, nous souhaitons le faire de manière responsable et en accord avec les attentes de nos parties prenantes. Cet engagement se reflète dans notre approche multidimensionnelle de la responsabilité en matière d'alcool et s'appuie sur une structure et des processus de gouvernance solides.

Gouvernance

Nous croyons en la production de boissons dont nous pouvons être fiers, c'est pourquoi nos initiatives de Notre empreinte est au cœur du fonctionnement de Molson Coors. Notre stratégie de Notre empreinte repose sur des fondements solides de gouvernance d'entreprise et d'éthique. Comme le décrit ce rapport, cette stratégie porte sur plusieurs domaines, notamment la sécurité et le bien-être, la culture et l'engagement, la gestion environnementale, l'approvisionnement durable et la consommation responsable d'alcool, ainsi que l'investissement dans nos employés et nos communautés.

Notre conseil d'administration au complet, dont la majorité des membres sont indépendants, supervise la gouvernance de notre entreprise. L'équipe de direction et le conseil d'administration de Molson Coors sont chargés de superviser la stratégie et les initiatives de Notre empreinte. Notre conseil d'administration a adopté des lignes directrices de gouvernance afin de promouvoir une gouvernance d'entreprise efficace et le bon fonctionnement du conseil et de ses comités, notamment en ce qui concerne la surveillance par le conseil et les comités de la stratégie et des initiatives de développement durable de la Société.

SUPERVISION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

- Superviser et contrôler le programme global de développement durable de la Société (certains domaines de surveillance étant délégués aux comités d'audit, de rémunération et ressources humaines, des finances et de la gouvernance)
- Examiner certaines questions importantes pour la Société en matière de citoyenneté d'entreprise, de responsabilité et de politiques publiques, notamment ses propres politiques et programmes, ainsi que les informations publiques relatives au développement durable
- Examiner les rapports réguliers des comités sur les questions de développement durable

COMITÉ D'AUDIT

- Recevoir régulièrement des rapports de la Société sur certains de ses programmes, politiques et pratiques de développement durable, ainsi que sur les résultats connexes
- Superviser le rapport Our Imprint de la Société, l'assurance des données et les questions de divulgation liées aux contrôles*
- Superviser et contrôler les efforts de gestion des risques de la Société, notamment en matière de développement durable
- Examiner le programme d'éthique et de conformité de la Société, les rapports sur les questions importantes, ainsi que les réponses et le suivi de la Société.

COMITÉ DE GOUVERNANCE

- Surveiller les meilleures pratiques, les tendances, les évolutions et les enjeux liés aux pratiques et politiques de gouvernance d'entreprise de la Société
- Superviser et évaluer la composition du conseil d'administration
- Superviser les contributions politiques de l'entreprise et de son comité d'action politique, et recevoir des rapports annuels donnant un aperçu des activités politiques de l'entreprise

COMITÉ DE RÉMUNÉRATION ET DES RESSOURCES HUMAINES

- Superviser et surveiller les risques, les politiques et les stratégies de l'entreprise liés à l'instauration d'une culture d'engagement élevé, notamment :
  - sécurité
  - Les talents, le développement et le rendement des employés
  - Les politiques et programmes de bien-être des employés

COMITÉ DES FINANCES

- Superviser et surveiller l'approvisionnement en énergie renouvelable de l'entreprise et la gestion des risques connexes

DIRECTION

Équipe de direction

Équipe de développement durable

* Les données sur la durabilité sont assujetties à des méthodologies et des contrôles en constante évolution qui peuvent différer des contrôles applicables à l'information financière.

Diriger de manière responsable

Nous nous engageons à aider nos consommateurs à faire des choix positifs et éclairés pour savourer nos boissons de façon raisonnable et responsable.
Nous croyons que la consommation d'alcool est un choix personnel qui peut s'inscrire dans un mode de vie équilibré, et nous souhaitons que les adultes en âge légal de boire qui choisissent de consommer nos produits le fassent de manière responsable et modérée.

Les consommateurs adorent nos marques et nous élargissons notre portefeuille afin d'offrir un plus grand choix avec davantage d'options à faible teneur en alcool ou sans alcool.
En plus de nos boissons à faible teneur en alcool, nous élargissons notre gamme de savoureuses alternatives sans alcool pour les consommateurs. En 2025, notre portefeuille comprend des marques dans des catégories telles que la bière sans alcool, les cocktails sans alcool, les boissons gazeuses pour adultes, et bien plus encore.

Ambassadeurs de la responsabilité.
Nos employés sont notre plus grande force et, en tant que modèles en matière de responsabilité, ils peuvent contribuer à promouvoir des attitudes sensées à l'égard de la consommation d'alcool, notamment le choix de boire avec modération ou de ne pas consommer d'alcool du tout. Nous nous efforçons d'ancrer une culture de responsabilité au sein de notre organisation et nous offrons à tous nos employés des outils ainsi qu'une formation annuelle pour les soutenir dans leur rôle d'ambassadeurs responsables de nos marques.

Nous disposons de processus internes rigoureux conçus pour garantir que nous respectons systématiquement les pratiques mondiales de l'industrie, les lignes directrices en matière de publicité et de marketing, ainsi que les réglementations en vigueur sur les marchés.
Nos efforts publicitaires et marketing sont toujours destinés aux adultes ayant l'âge légal pour consommer de l'alcool, et nous travaillons en étroite collaboration avec nos partenaires pour promouvoir des pratiques de vente responsables. Nos comités régionaux de conformité en marketing s'efforcent de respecter les codes sectoriels applicables et les exigences réglementaires propres à chaque région, tout en veillant à ce que les messages publicitaires soient conformes aux normes de bon goût et s'adressent aux consommateurs ayant l'âge légal pour consommer de l'alcool.

Nous collaborons pour réduire la consommation nocive d'alcool par l'entremise de l'Alliance internationale pour une consommation responsable d'alcool « International Alliance for Responsible Drinking (IARD) ».
Nous sommes membre fondateur de l'IARD, une organisation mondiale à mais non gratuite créée pour promouvoir la compréhension de la consommation responsable d'alcool. Nous continuons de travailler avec des entreprises homologues afin de mettre en œuvre conjointement des initiatives de lutte contre la consommation nocive d'alcool et d'établir des normes de marketing pour protéger les mineurs.

Nous soutenons des programmes communautaires axés sur la prévention des méfaits liés à l'alcool.

Partout dans le monde, nous investissons dans les communautés locales et nous nous engageons auprès d'elles en soutenant des activités qui favorisent une consommation responsable d'alcool. Plusieurs de nos programmes de partenariat sont axés sur la lutte contre la conduite avec les facultés affaiblies et sur le soutien aux consommateurs pour qu'ils fassent des choix sûrs et responsables. Parmi les autres activités, mentionnons le soutien à des initiatives visant à réduire la consommation nocive et à contrer la consommation d'alcool chez les mineurs, grâce à des partenariats axés sur la responsabilisation des étudiants universitaires et collégiaux, ainsi que des barmans et des exploitants d'établissements.

Actions de l'Alliance internationale pour une consommation responsable d'alcool (IARD)

REHAUSSER LES NORMES MONDIALES

En tant que membre actif de l'IARD, nous œuvrons activement à renforcer les normes de responsabilité au sein de l'écosystème afin d'assurer des pratiques commerciales responsables.

Par exemple, en réponse à la croissance rapide du commerce électronique, l'IARD a lancé les toutes premières normes mondiales pour la vente et la livraison d'alcool en ligne, élaborées conjointement avec des entreprises membres et des détaillants ainsi que des plateformes de livraison mondiaux et régionaux de premier plan, dont Uber Eats, JD.com et Mercado Libre.

Ces normes établissent cinq garanties essentielles, notamment la vérification efficace de l'âge, l'interdiction de la livraison aux mineurs, aux personnes en état d'ébriété manifeste ou auxquelles la loi l'interdit, ainsi que la formation des agents de livraison de première ligne et l'octroi des pouvoirs nécessaires pour refuser de remettre de l'alcool lorsque la situation l'exige.

Parallèlement, nous collaborons étroitement avec l'IARD pour soutenir son travail d'établissement de normes mondiales en matière de marketing numérique et de marketing d'influence, contribuant à l'objectif de garantir que la publicité pour l'alcool ne cible que les personnes ayant l'âge légal de consommation, en intégrant les exigences de marketing responsable dans les contrats d'agence et en mettant en place des mesures de protection sur les canaux détenus par les membres.

De plus, en réunissant des partenaires numériques de premier plan tels que Google, Meta, Pinterest, Snap, TikTok et X, l'IARD contribue activement à renforcer la vérification de l'âge en ligne grâce à un filtrage amélioré et à des technologies propres à chaque plateforme, conçues pour s'assurer que le marketing ne rejoigne que les adultes ayant l'âge légal d'achat.



Promouvoir la responsabilité dans nos communautés locales

États-Unis et Canada

PARTENARIATS ITGA

Dans le cadre d'un partenariat continu avec l'International Town & Gown Association (ITGA), nous soutenons des initiatives mises en place dans les collèges et les universités visant à réduire les méfaits liés à l'alcool et la consommation d'alcool chez les mineurs. Au fil des ans, nous avons soutenu plus de 160 projets, pour un financement total de plus de 2 millions de dollars, dans le cadre du programme de subventions Great Plays de l'ITGA. Voici quelques exemples pour 2025 :

Le cycle du semestre de printemps du programme Hoosiers for Harm Reduction à l'**Université de l'Indiana à Bloomington** a mobilisé près de 400 étudiants de la Kelley School of Business dans le cadre de programmes de réduction des méfaits, de bien-être et de sécurité liés à l'alcool. Sept grandes initiatives ont été réalisées, notamment des ateliers de gestion du stress, l'éducation en nutrition, un dîner sur l'étiquette alliant compétences professionnelles et une formation à la sécurité liée à l'alcool, ainsi que des événements sans alcool très visibles comme le Bouquet Bar (« Ce ne sont pas tous les bars qui servent de l'alcool »).

L'équipe d'engagement des étudiants hors campus et des étudiants navetteurs de l'**Université d'État de l'Ohio** a mis en œuvre avec succès un programme à volets multiples destiné à ses étudiants non-résidents, axé sur l'éducation, l'engagement communautaire et la sensibilisation à la réduction des méfaits. Parmi les étapes clés, on note la création de quatre ressources pédagogiques — des guides intitulés Party Smart, Bon voisinage, Vacances d'hiver et Déménagement — distribuées aux étudiants. Les trousses Party Smart ont renforcé les messages de sécurité dans le secteur hors campus. Huit événements communautaires ont favorisé des liens significatifs entre les résidents.

Des chercheurs de l'**Université d'État de Washington** ont mené 13 entretiens approfondis pour explorer la façon dont les jeunes adultes perçoivent les comportements à risque liés à l'alcool. Ces observations ont directement orienté l'élaboration de nouvelles questions pour le questionnaire mis à jour. Une enquête sur les normes sociales menée auprès de 186 étudiants de la WSU a fourni des données quantitatives révélant d'importantes perceptions erronées concernant de multiples risques liés à l'alcool, notamment les blessures physiques, le fait de monter à bord d'un véhicule conduit par une personne avec les facultés affaiblies, la communication négative en ligne et la prise de risques sexuels. Il est à noter qu'un écart de 61,8 % a été observé entre les comportements réels déclarés par les étudiants et leur perception des comportements de leurs pairs, ce qui justifie pleinement la mise en place de messages correctifs ciblés et la poursuite du développement d'une campagne de normes améliorée pour la prochaine année scolaire.

TRAJETS GRATUITS

En 2025, notre programme Molson Coors Free Rides a célébré le jalon de 10 millions de trajets sécuritaires offerts aux consommateurs après des événements sportifs, des festivals et des rassemblements festifs.

Miller Lite et Coors Light ont offert des trajets gratuits en transport en commun local lors de grandes célébrations dans les villes de Charlotte, Chicago, Denver, Dallas, Milwaukee, Phoenix et Washington D.C.

Nous avons également collaboré avec la Société des alcools de la Nouvelle-Écosse et le programme de transport en commun d'Halifax pour une deuxième année consécutive, en offrant des trajets gratuits les samedis de décembre.

Promouvoir la responsabilité dans nos communautés locales

Bosnie-Herzégovine

La campagne « Pensez », qui promeut une consommation responsable, a été lancée en 2023 en mettant fortement l'accent sur les témoignages de survivants et de sauveteurs. En 2025, une campagne de bannières a été lancée, menant à un site Web présentant toutes les histoires de courageux premiers répondants.



Bulgarie

En 2025, la 17e édition de l'initiative phare de Kamenitza AD, « L'alcool est un mauvais conducteur », est devenue son effort le plus audacieux à ce jour axé sur les jeunes, s'attaquant directement à une cause profonde de la conduite avec les facultés affaiblies : la confiance excessive.Partant du constat que les conducteurs en état d'ébriété font preuve d'une confiance excessive par nature, la campagne a démonté les excuses qui alimentent ce faux sentiment de sécurité grâce au message percutant « Les excuses ne mènent pas loin ». Pour donner vie à ces excuses, Kamenitza a créé des canettes en édition limitée imprimées avec de véritables justifications qu'utilisent les gens pour excuser la conduite après avoir bu, et les a placées dans une installation autonome unique FREE BEER DRIVE-THROUGH, DEAD END, déployée sur deux sites commerciaux à fort achalandage pendant 14 jours au total.Les visiteurs étaient confrontés à un choix binaire : un comportement responsable leur valait une canette de Kamenitza à 0,0 %, tandis que le choix contraire produisait une canette écrasée et déformée ressemblant à une voiture accidentée, portant chacune une excuse comme « Je vais bien », « C'est à deux pas » ou « Il ne se passera rien ».Cette activation a été soutenue par une campagne numérique où chaque canette imprimée d'excuses « prenait vie ». L'initiative a atteint un large public numérique, suscité un fort engagement en personne et généré des retombées médiatiques, avec le soutien de 10 partenaires institutionnels et commerciaux ainsi que la mobilisation de plus de 75 employés locaux.

Croatie

La campagne « Réveillez votre conscience — Il faut parfois dire non aux enfants », visant à prévenir la consommation d'alcool chez les mineurs, a été parrainée par l'Association des brasseurs en partenariat avec de grandes chaînes de distribution. Du matériel pédagogique a été affiché dans les magasins partout en Croatie, un sociologue télévisuel bien connu a partagé des témoignages de parents sur les médias sociaux, et un site Web a été mis à jour pour inclure des conseils sur la parentalité, la confiance et la prévention de la consommation d'alcool chez les mineurs.Par ailleurs, l'initiative « Penser », de longue date, visant à sensibiliser le public à la consommation responsable d'alcool, a lancé une campagne de bannières qui a généré un nombre considérable d'impressions.



République tchèque

Sous l'égide de l'Association des brasseurs, les producteurs de bière participent depuis de nombreuses années à une campagne éducative comprenant des contrôles policiers des conducteurs ainsi que des contrôles lors de festivals de musique et sur des embarcations durant l'été.

Monténégro

La 17e édition (2025) de la campagne monténégrine « Ne buvez pas au volant » a été menée sous le slogan « Certaines choses ne vont tout simplement pas ensemble », avec des actions comprenant une campagne d'affichage extérieur, une campagne numérique, le don d'éthylotests et des trajets en autobus à tarif réduit vers un festival parrainé par Nikšićko.

Roumanie

Parfois, les messages les plus puissants sont ceux qui nous rappellent l'évidence — comme le fait que, dans la vraie vie, il n'existe pas de bouton « Annuler ». Cette idée simple est devenue le fil conducteur de Conçu par accident — Une histoire sur la responsabilité de nos choix « Designed by Accident — A Story About Owning Our Choices », un projet né du désir de susciter davantage de sens des responsabilités en chacun de nous, que nous soyons au volant, à vélo ou simplement en train de traverser la rue avec des écouteurs. La campagne a débuté par un partenariat dans l'un des plus grands centres commerciaux de Bucarest, où des clients qui déambulaient dans les allées se sont soudainement retrouvés face à face avec un scooter, un vélo et même une voiture — chacun visiblement accidenté, figé dans un instant qu'on espère généralement ne jamais vivre. Le message suivant y était apposé :« Il n'y a pas de bouton " Annuler " dans la vraie vie. Vivez de façon responsable. » Ça a littéralement cloué les gens sur place. Certains regardaient fixement, d'autres prenaient des photos, d'autres encore chuchotaient à leurs amis. Et c'était bien là l'intention : un moment de pause, un moment pour réfléchir. Pour rejoindre un public encore plus large, un épisode de balado a été réalisé en collaboration avec l'un des plus grands YouTubeurs de Roumanie. La conversation était franche, détendue et étonnamment éclairante — abordant la responsabilité, la vitesse, les distractions et ces petites décisions qui font toute la différence sur la route. Ce projet ne se limitait pas à des véhicules accidentés ou à des messages sérieux. Il s'agissait de rappeler à chacun d'entre nous — avec douceur, visuellement et sans équivoque — que nos choix quotidiens ont de l'importance. Et même si la vie n'a pas de bouton « Annuler », elle nous offre d'innombrables occasions de faire mieux.



Serbie

Pour la 19e année consécutive, la campagne « Quand je bois, je ne conduis pas » a été menée lors des principaux festivals d'été par la brasserie Apatin, en collaboration avec l'Administration de la police de la circulation et l'Agence de sécurité routière, afin de promouvoir la sécurité routière et la consommation responsable d'alcool.En 2025, la brasserie, en collaboration avec ses partenaires, était présente à tous les grands festivals d'été ainsi qu'à la Caravane de sécurité organisée par l'Administration de la police de la circulation.Lors de tous ces événements, l'objectif était de rappeler aux consommateurs que, malgré le plaisir ambiant, ils ne doivent pas oublier la consommation responsable d'alcool et la sécurité routière. La campagne médiatique, intitulée « Certaines choses ne vont pas ensemble », visait à souligner, de façon engageante, que l'alcool et la conduite ne font pas bon ménage.

Royaume-Uni

Au Royaume-Uni, Molson Coors a continué de promouvoir la consommation responsable au moyen de campagnes ciblées et de partenariats visant à encourager des comportements plus sécuritaires et à sensibiliser aux risques liés à l'alcool. En collaboration avec des organisations comme Drinkaware, ces efforts ont misé sur des messages clairs et concrets pour aider les consommateurs à faire des choix éclairés en matière d'alcool.

Les campagnes de 2025 ont mis l'accent sur l'importance de planifier à l'avance lorsqu'on choisit de consommer de l'alcool, que ce soit en prévoyant un moyen sécuritaire de rentrer à la maison ou en optant pour des alternatives sans alcool quand on conduit. Ces activités ont également encouragé la modération dans diverses occasions sociales, notamment lors de grands événements sportifs ou musicaux. En combinant activation en point de vente, engagement numérique et initiatives menées en partenariat, ces efforts contribuent à instaurer une culture de responsabilité plus large et à bâtir des communautés plus sûres.

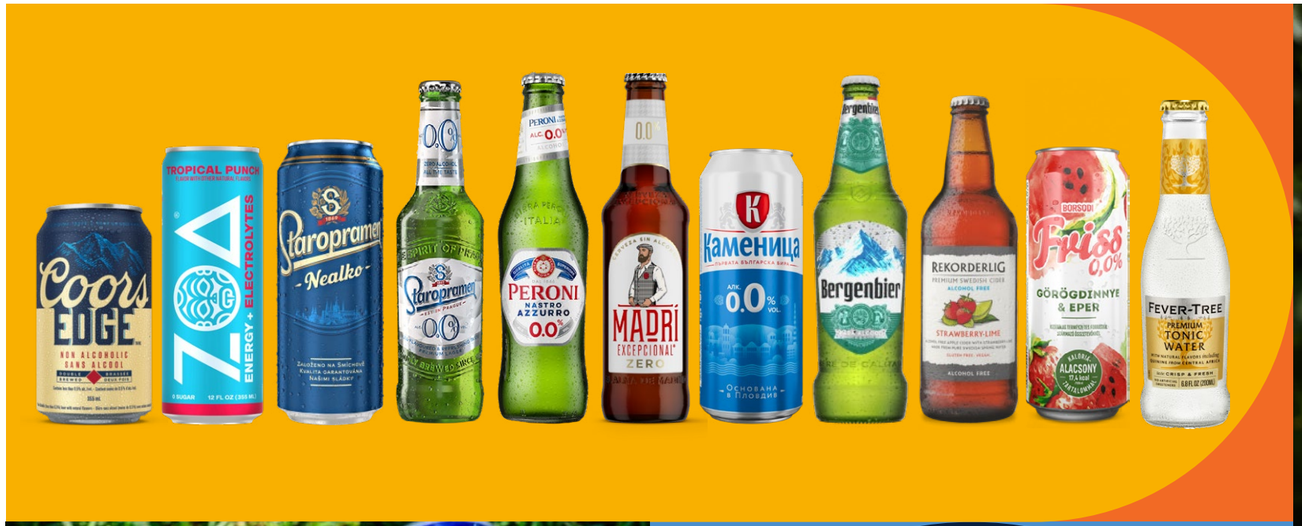
Plus de choix pour ceux qui choisissent de ne pas boire d'alcool

Grâce à l'innovation et aux partenariats stratégiques, Molson Coors a clairement affirmé une chose en 2025 : nous sommes officiellement une entreprise de boissons. L'expansion rapide de notre gamme de produits sans alcool témoigne de cette évolution.

Une étape clé a été franchie en 2025 avec la formation d'un partenariat stratégique aux États-Unis avec Fever-Tree, ajoutant la marque leader de mélangeurs haut de gamme à une gamme sans alcool en pleine croissance qui comprend ZOA, Naked Life, Blue Moon Non-Alcoholic, Peroni 0,0 % et Coors Edge.À titre de marque leader dans le segment des mélangeurs haut de gamme, notamment la bière de gingembre et l'eau tonique, Fever-Tree vient renforcer le portefeuille sans alcool de Molson Coors avec une offre premium distinctive. Nous prévoyons de soutenir Fever-Tree d'une façon qui s'inscrit dans notre engagement plus large envers une croissance responsable de notre portefeuille sans alcool, une gestion réfléchie de la marque et la création de valeur à long terme.

Cette dynamique s'étend à l'ensemble de la gamme de produits sans alcool. Naked Life offre une expérience de cocktail authentique — sans alcool. ZOA continue de susciter l'enthousiasme grâce à un emballage revisité et à une nouvelle campagne médiatique. Coors 0,0 % sera lancé en 2026, avec la même fraîcheur montagnarde que les consommateurs adorent, désormais sans alcool.













MOLSON COORS GAMME DE PRODUITS À FAIBLE TENEUR EN ALCOOL OU SANS ALCOOL

EMEA et APAC

- Bergenbier sans alcool
- Mélanges de bière Borsodi 0,0
- Cobra Zéro
- Cool 0,0
- Doom Bar Zero
- Fresh 0,0
- Friss 0,0
- Hidra
- Jelen Cool
- Kamenitza NA 0.0
- Madri 0,0
- Rekorderlig Cidre fraise-lime et cidre de pomme
- Ožujsko Cool
- Staropramen Nealko

Amérique du Nord

- Blue Moon sans alcool
- Coors Edge
- Fever-Tree
- Le soda gastronomique d'Henry Weinhard
- La vie nue
- Peroni 0,0 %
- ZOA

Pratiques commerciales responsables

Gestion du risque d'entreprise (GRE)

Molson Coors utilise la GRE comme un outil stratégique pour identifier les risques et les opportunités les plus significatifs pour atteindre ses objectifs commerciaux. Une analyse semestrielle est réalisée au moyen d'entretiens, d'analyses comparatives et d'analyses externes, et prend en compte les risques actuels et émergents. Le résultat, une vue d'ensemble des risques et des mesures d'atténuation dans toute l'entreprise, est communiqué à notre équipe de direction et contrôlé par le conseil d'administration. Pour chaque risque d'entreprise, un responsable de l'équipe de direction coordonne les efforts d'atténuation et rend compte des progrès accomplis. Le processus est supervisé par notre service juridique et est aligné sur le cadre de gestion des risques d'entreprise (ERM) du Comité des organismes commanditaires de la Commission Treadway (COSO).

Molson Coors divulgue certains risques commerciaux dans les documents déposés auprès de la Securities & Exchange Commission (SEC) des États-Unis, lesquels comprennent des risques liés, entre autres, aux préoccupations relatives aux changements climatiques, à la disponibilité d'une eau de qualité, aux impacts des emballages, ainsi qu'aux risques liés aux personnes et à la culture d'entreprise. Consultez notre formulaire 10-K 2025 et nos autres documents déposés auprès de la SEC pour une discussion sur certains risques auxquels notre entreprise est confrontée.

Code de conduite des affaires de Molson Coors

Nous sommes guidés par notre Code de conduite professionnelle, un document d'entreprise disponible en 10 langues pour chacun des pays dans lesquels nous exerçons nos activités. Le Code est au fondement de notre programme d'éthique et de conformité, et oriente nos politiques, notre formation, notre communication ainsi que nos procédures de surveillance et d'audit. Les employés sont tenus de lire le code et de confirmer qu'ils s'y conforment, une formation obligatoire étant intégrée au processus d'intégration des nouveaux employés. Une formation de remise à niveau est dispensée tous les deux ans.

Chaîne d'approvisionnement responsable

Nos fournisseurs font partie intégrante de notre activité. Nous travaillons en permanence avec eux afin de nous assurer qu'ils intègrent le respect des droits de l'homme dans leur travail et qu'ils mènent à bien leur stratégie de durabilité environnementale.

Nous utilisons le service de contrôle Sedex (Supplier Ethical Data Exchange) pour identifier de manière proactive les risques dans ce domaine, avec un processus en quatre étapes pour examiner, identifier et contrôler les problèmes potentiels.

Garantir des contributions politiques responsables

Molson Coors participe activement à des engagements politiques afin d'informer les décideurs publics des développements liés à notre entreprise et à notre industrie, et nous nous engageons à mener ces activités de manière éthique et dans le respect de la loi. Nos règles de fonctionnement stipulent que seuls les employés désignés peuvent s'engager dans des travaux de politique publique en notre nom. Pour ce faire, ils doivent se conformer à des exigences spécifiques en matière d'enregistrement, d'éthique et de divulgation dans leurs juridictions respectives.

Notre code de conduite professionnelle fournit aux employés des conseils supplémentaires. Notre directeur juridique et notre vice-président des affaires gouvernementales, ainsi que le comité de gouvernance du conseil d'administration, supervisent toutes les activités politiques de l'entreprise et reçoivent des rapports annuels sur les dons politiques.

Aux États-Unis, les contributions politiques soutiennent des candidats, des partis politiques et des comités aux niveaux fédéral et étatique, et sont effectuées conformément à la politique de contribution politique de Molson Coors.

Nous suivons des protocoles internes rigoureux, des politiques juridiques et des contrôles externes dans le but de garantir que les contributions politiques sont effectuées et déclarées conformément aux lois et réglementations fédérales, provinciales et locales applicables. La valeur des contributions au niveau de l'État est généralement accessible au public sur le site Web de l'État concerné sous forme d'informations sur les rapports de financement de campagne requis par cette juridiction.

Le Comité d'action politique de Molson Coors (Molson Coors PAC) est enregistré auprès de la Commission électorale fédérale (FEC) et dépose des rapports mensuels auprès de la FEC, ou comme le prescrit la loi fédérale. Ces rapports sont accessibles au public à l'adresse www.fec.gov et fournissent une liste détaillée des recettes et des dépenses du Molson Coors PAC, y compris les contributions aux candidats, aux comités de parti et à d'autres organisations.

POLITIQUE DE CONTRIBUTION POLITIQUE

Cette politique décrit les politiques, les procédures et la philosophie de Molson Coors en matière de contributions et d'activités politiques. La politique réaffirme les critères généraux qui guident les décisions concernant les contributions politiques (autorisées par la loi) des entités financées par les employés, les contributions des entreprises, ainsi que d'autres efforts de lobbying et de plaidoyer. Il est précisé que les dépenses politiques de Molson Coors ne sont pas influencées par les préférences politiques d'un administrateur, dirigeant ou employé en particulier.

Notre approche de la fiscalité responsable

En 2025, nos activités mondiales ont généré une contribution fiscale totale de plus de 2,7 milliards de dollars. Les impôts que nous percevons et payons dans le monde entier en temps voulu ne sont qu'un élément de la façon dont Molson Coors opère de manière responsable.

Notre approche de la fiscalité repose avant tout sur la reconnaissance du fait que les impôts que nous payons ont des effets économiques et sociétaux importants et sont cruciaux pour le développement et la croissance des juridictions dans lesquelles nous opérons. Notre approche fiscale a été conçue de manière à soutenir notre stratégie d'entreprise en appliquant nos principes fiscaux.

Le comité des finances du conseil d'administration supervise notre approche de la fiscalité et vérifie si nous avons assumé nos responsabilités fiscales spécifiques du point de vue de la gestion des risques et des contrôles. Notre directeur financier et notre vice-président chargé de la fiscalité sont responsables de toutes les questions fiscales, y compris de l'élaboration et du maintien d'un cadre de contrôle fiscal, et doivent signaler toutes les questions et tous les risques fiscaux importants au comité des finances.

Pour de plus amples renseignements, consultez notre rapport sur la transparence fiscale.



PRINCIPES FISCAUX DE MOLSON COORS

Nous mettons en œuvre notre approche fiscale grâce à un engagement rigoureux envers nos Principes fiscaux, qui servent de guide à notre entreprise et à nos employés afin de garantir le paiement du montant exact d'impôt. Nous avons cinq principes fiscaux qui suivent intentionnellement les cinq valeurs fondamentales de l'entreprise.

Faire passer les gens en premier : Transparence
Nous croyons au maintien de relations transparentes et d'une communication ouverte et honnête sur les questions fiscales avec les gouvernements et les autorités fiscales, les investisseurs, les employés et nos consommateurs.

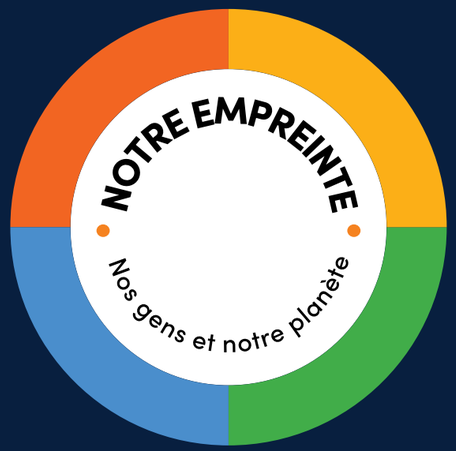
Faire preuve d'audace et de détermination : C'est l'activité de l'entreprise qui détermine les décisions, pas la fiscalité
Nous pensons qu'il faut prendre en compte les positions fiscales et les opportunités fiscales qui sont alignées sur l'activité de l'entreprise et qui répondent à des normes strictes en matière de substance. Nous cherchons à accroître la valeur pour l'actionnaire tout en répondant aux attentes de nos consommateurs et de nos employés et, à ce titre, nous ne cherchons pas à obtenir des résultats fiscaux abusifs.

Assumez vos responsabilités : Conformité
Nous croyons qu'il est essentiel de respecter des normes de conformité strictes en vertu des règles et réglementations fiscales et de déclaration financière établies par la loi, et de payer en temps voulu le montant exact d'impôt dans les territoires où nous créons de la valeur et générons des bénéfices imposables.

Apprendre chaque jour : Gestion des risques
Nous croyons en l'identification, la gestion et l'atténuation de nos risques fiscaux par le biais de politiques, de processus, de systèmes et de contrôles internes établis.

Célébrons ensemble : Soutien aux régimes fiscaux
Nous croyons en l'importance d'un dialogue constructif avec les gouvernements et les autorités fiscales du monde entier pour soutenir l'élaboration de systèmes fiscaux justes, efficaces et efficients.

MOLSON COORS beverage company



Cliquez pour voir

ANNEXE DES INFORMATIONS DIVULGUÉES POUR L'EXERCICE 2025

TCFD

SASB

Pacte mondial des Nations Unies et ODD des Nations Unies

Cliquez pour voir

ANNEXE DE DONNÉES — EXERCICE 2025

Cliquez pour voir

DÉCLARATION DES ÉMISSIONS DE GES POUR 2026
(DONNÉES DE L'EXERCICE 2025)

À propos des illustrations

Plaid Mtn. est le camp de base de l'illustrateur et designer indépendant Matthew Loren Carlson. Matt réside actuellement à Omaha, Nebraska, où il est né et a grandi. Matt a travaillé avec des clients tels que Clif Bar, Adobe, Uber, Progressive et Men's Health Magazine, entre autres. www.plaidmtn.com

À propos de la conception

Avila Creative est une société de design basée à Chicago, spécialisée dans les rapports ESG ainsi que dans d'autres conceptions graphiques. Elle offre une valeur optimale aux clients grâce à l'attention personnelle et à l'agilité d'une petite entreprise, équilibrées par l'expertise d'une agence de classe mondiale. Il s'agit d'une entreprise certifiée MBE hispanique et NGLCC. www.avilacreativeinc.comwww.avilacreativeinc.com

© 2026 Molson Coors Beverage Company
Juillet 2026