



2025 RAPPORT SUR NOTRE EMPREINTE

Molson Coors Beverage Company EXERCICE 2024

Contenu

 INTRODUCTION 02 À propos de notre empreinte 03 Accélérer la réussite grâce à nos valeurs fondamentales

À PROPOS DE NOTRE EMPREINTE

Notre empreinte englobe l'impact de Molson Coors Beverage Company en tant qu'entreprise mondiale, en mettant l'accent sur nos employés et nos communautés, ainsi que sur les ressources dont notre entreprise dépend : l'agriculture, l'eau, l'emballage et l'énergie.

Poursuivez votre lecture pour en savoir plus sur les progrès que nous avons réalisés en 2024 et sur les histoires qui donnent vie à nos progrès. N'oubliez pas de consulter notre [annexe sur les divulgations](#) et [l'annexe sur les données](#).



2024 PROGRÈS ET FAITS MARQUANTS

Voir [l'annexe des données](#) pour les données justificatives.

0,14 %
de déchets envoyés à la décharge (provenant de nos installations comptant plus de 75 employés)

98,1 %
de nos emballages (en poids) ne sont pas en plastique.

↓ 41,4 %
Réduction des émissions de GES de portée 1+2 par rapport à l'année de référence de 2016 (objectif jusqu'en 2025 : 50 %)

↓ 32,0 %
Réduction des émissions de GES des portées 1+2+3 par rapport à l'année de référence 2016 (objectif jusqu'en 2025 : 20 %)

415 m³
eau/tonne métrique d'orge récoltée dans les Amériques (objectif jusqu'en 2025 : ≤ 436,5 m3)

100 %
de nos producteurs d'orge en Amérique du Nord (avec lesquels nous sous-traitons directement) acceptent les normes de développement durable de Molson Coors et font rapport à notre portail des producteurs.



20,3 %
des emballages plastiques destinés aux consommateurs contiennent ≥ 30 % de contenu recyclé (objectif jusqu'en 2025 : 30 %)

3,43hl/hl
rapport eau/produit (objectif jusqu'en 2025 : 2,8 hl/hl)

3,5 B
de gallons d'eau restaurés(objectif 2014-2025 : 3,5 B)



99,8 %
des emballages sont recyclables ou réutilisables (objectif jusqu'en 2025 : 100 %)

APERÇU DE MOLSON COORS BEVERAGE COMPANY

17
familles de marques dont le chiffre d'affaires annuel net est supérieur à 100 millions de dollars

16 800
employés

~11,6 B
ventes nettes

> 79 M
hectolitres vendus

30+
installations de production de boissons

> 80
pays où nos produits sont vendus

Données de l'entreprise fournies au 31 décembre 2024

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's, Toronto (Canada); Burton, Tadcaster (Royaume-Uni); Apatin (Serbie); Bócs (Hongrie); Haskovo (Bulgarie); Nikšić (Monténégro); Ostravar, Smíchov (République tchèque); Ploiești (Roumanie) et Zagreb (Croatie). Nous avons également de petites brasseries au Canada, au Royaume-Uni, en Irlande, en Espagne, en Bulgarie, en Croatie et en République tchèque.

DONNER LA PRIORITÉ
AUX GENS

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



APPRENDRE TOUS LES
JOURS

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



CÉLÉBRER ENSEMBLE

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



FAIRE PREUVE D'AUDACE
ET DE DÉTERMINATION

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



ASSUMER SES
RESPONSABILITÉS

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



ACCÉLÉRER LE SUCCÈS GRÂCE À NOS VALEURS FONDAMENTALES

Lorsque nous avons entrepris notre transformation d'une entreprise de bière à une entreprise de boissons, nous savions qu'il était important d'être clairs sur les valeurs fondamentales qui nous guideraient. Ces valeurs fondamentales nous servent de repères pour mener à bien notre stratégie commerciale, prendre des décisions et bâtir une organisation hautement performante. Le respect de nos valeurs est au cœur de notre plan d'accélération, qui comprend nos priorités organisationnelles consistant à investir dans nos capacités et à soutenir nos employés, nos communautés et la planète. Il n'y a donc pas de meilleure façon de partager nos progrès par rapport à la stratégie « Notre empreinte » que de les aligner sur nos valeurs.

Bien sûr, cela commence par « Donner la priorité aux gens et apprendre tous les jours », qui souligne la façon dont nous accordons la priorité et investissons dans le développement et le bien-être de nos employés. Grâce à nos employés, nous avons également un impact positif sur les communautés qui nous entourent, comme le montre la section « Célébrer ensemble ». Notre objectif est de rassembler les gens pour célébrer tous les moments de la vie, et je suis fier de la façon dont nous nous réunissons pour célébrer les uns les autres et nos communautés grâce au bénévolat et à l'engagement.

Molson Coors a une longue tradition de gestion environnementale, car nous avons choisi de faire preuve d'audace et de détermination. Il est donc tout à fait normal que nos progrès par rapport à nos objectifs de durabilité environnementale soient abordés dans cette section. De la culture de l'orge dans les montagnes de l'Ouest aux innovations en matière d'emballage, en passant par la redéfinition de notre approche en matière de résilience hydrique, nous nous appuyons sur cet héritage de gestion responsable pour assurer à notre entreprise de plus de 235 ans un avenir long et dynamique.

Enfin, conformément à notre valeur « Assumer ses responsabilités », nous décrivons dans cette section notre gouvernance et notre mode de fonctionnement en tant qu'entreprise responsable, y compris nos actions en matière de responsabilité en matière d'alcool.

Merci d'avoir lu notre rapport sur notre empreinte et d'en savoir plus sur nos progrès, nos défis et nos histoires pour 2024. Je suis fier des progrès que nous avons accomplis, des contributions quotidiennes de nos employés pour assurer la continuité de ces progrès et de l'évolution continue de notre approche pour assurer la pérennité et la prospérité de notre entreprise pour les années à venir.

Cordialement,
Gavin Hattersley
Président-directeur général



Nous recherchons, valorisons et respectons les perspectives et les expériences uniques de chacun, car nous savons que l'union fait la force.



DONNER LA PRIORITÉ AUX GENS

Nous croyons que notre succès est intrinsèquement liée 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 favorable qui est propice à la réussite de l'entreprise et permettant aux membres de notre équipe de s'épanouir, tant sur le plan personnel que 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 comprend une gamme de programmes et d'initiatives conçus pour aider nos collaborateurs à s'épanouir tant sur le plan personnel que professionnel. Nous nous engageons à créer un environnement de travail qui favorise la santé physique, mentale et financière des membres de notre équipe.

BIEN-ÊTRE DES EMPLOYÉS

Nos initiatives de bien-être holistiques comprennent des défis de mise en forme, des programmes d'aide aux employés et des conseils nutritionnels. Nous offrons des horaires de travail flexibles et encourageons l'harmonie entre vie professionnelle et vie privée pour favoriser le bien-être général de nos employés. Nous avons mis en place des programmes complets comprenant des centres de santé et de conditionnement physique sur place, des ressources en santé mentale, des ateliers de planification financière et plus encore, afin de garantir à nos employés le soutien dont ils ont besoin pour mener une vie équilibrée et épanouissante. Au sein de notre entreprise mondiale, nous comptons plus de 250 alliés du bien-être qui soutiennent nos collègues confrontés à des problèmes de santé mentale et leur fournissent des informations sur notre gamme de ressources et de services d'aide.

BIEN-ÊTRE FINANCIER

L'équité salariale est un élément clé de notre philosophie et de nos principes en matière de rémunération. Nous évaluons et remettons régulièrement en question nos processus de rémunération afin de garantir leur conformité avec nos engagements. Nous examinons régulièrement l'équité salariale et les écarts de rémunération, tant lorsque ces évaluations sont obligatoires que lorsqu'elles ne le sont pas. Outre l'examen de nos pratiques salariales, nous fournissons également diverses ressources en matière de bien-être financier pour accompagner nos employés tout au long de leur parcours financier. Cela peut aller de la planification de la retraite à l'épargne pour des achats importants, en passant par la simple compréhension d'une meilleure gestion budgétaire.

Notre lieu de travail

Dans le cadre de notre culture « Donner la priorité aux gens », 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 créé un environnement où les perspectives différentes sont recherchés et valorisés.

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.

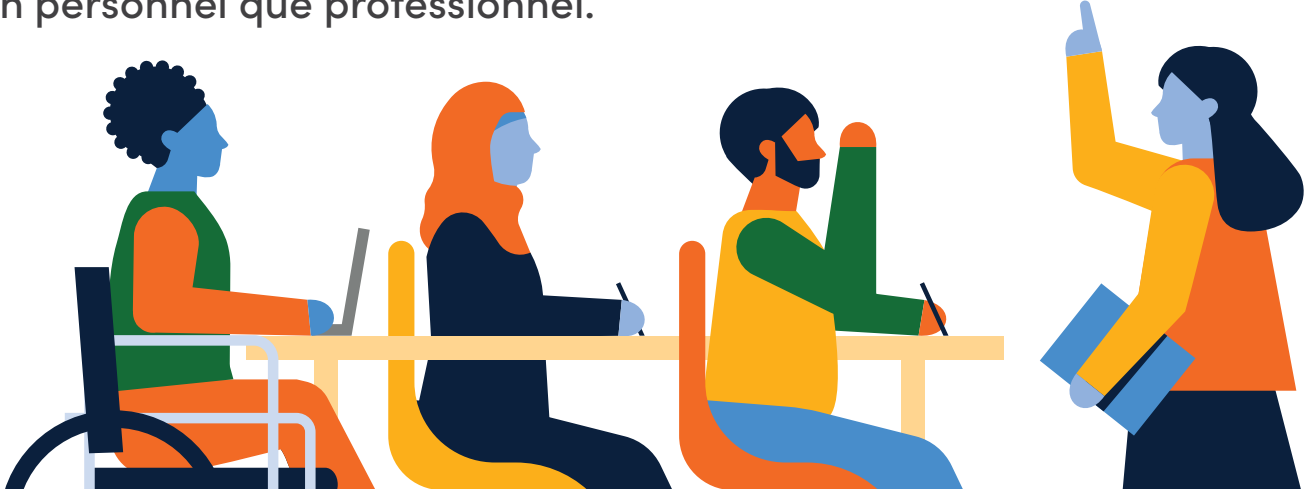
Dans les activités des régions EMEA et APAC, cela se concrétise grâce au mouvement #BetterWithYou. Le conseil BetterWithYou est présidé par le président-directeur général des régions EMEA et APCA et définit la stratégie de culture et d'expérience des régions EMEA et APCA. Les conseils régionaux mettent en œuvre cette stratégie de manière pertinente et adaptée à leurs marchés. Les GRE soutiennent cette démarche en amplifiant la voix de nos employés, en offrant des perspectives qui contribuent à l'élaboration des stratégies commerciales et en offrant un espace où les collègues peuvent se réunir.

SANTÉ ET SÉCURITÉ

Nous travaillons à améliorer continuellement nos performances en matière d'environnement, de santé et de sécurité (EHS) grâce à des méthodologies axées sur la culture et la réduction des risques, qui visent à prévenir les accidents et les maladies sur le lieu de travail et à réduire l'impact environnemental de nos activités. En 2024, nous avons mis en œuvre plusieurs initiatives sur les Amériques dans le cadre de notre stratégie « Caring in Action ». Ces initiatives comprenaient une mise à jour de la norme relative aux EPI, un nouveau programme d'évaluation des risques ergonomiques, une amélioration de la norme de gestion des incidents et le déploiement du programme « Ne jamais ignorer un quasi-accident » afin de favoriser l'identification et l'atténuation proactives des risques observés sur le lieu de travail. Les efforts déployés dans les activités des régions EMEA et APAC se sont concentrés sur la gestion des sous-traitants, la sécurité au bureau et l'ergonomie.

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.



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



APPRENDRE TOUS LES JOURS

Nous cherchons toujours des
moyens de nous améliorer et de à
aider mutuellement à progresser.
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 pensons que l'apprentissage se fait tout au long de la
carrière d'un employé, notamment lors de l'intégration, de son
expérience professionnelle, de ses interactions et de ses relations
avec les autres, et grâce à des ressources telles que des cours
et des 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.

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

Nos programmes pour les jeunes talents contribuent à constituer
un vivier de jeunes talents au sein de l'entreprise. En 2024, 16 sites
répartis à travers les Amériques ont accueilli plus de 55 stagiaires
pour travailler sur des projets à fort impact. Pour la quatrième
année consécutive, tous les stagiaires se sont réunis pour participer
à un concours d'innovation comprenant divers ateliers de réflexion
sur le design, des activités de renforcement d'équipe et des
événements de réseautage. Depuis 2022, les activités des régions
EMEA et APAC a recruté plus de 80 jeunes professionnels issus de
diverses disciplines, diplômés et en apprentissage.

Gestion des performances et planification des talents

La gestion des performances transforme les stratégies et
les priorités de notre entreprise en un travail efficace de nos
employés. Les objectifs annuels individuels sont alignés sur les
priorités de l'entreprise et sont communiqués entre les équipes
de direction et les employés. Les gestionnaires et les employés
se réunissent régulièrement tout au long de l'année pour discuter
des performances, du développement et des objectifs de carrière.
Les employés établissent également des plans de développement
personnel identifiant leurs aspirations professionnelles et les aidant
à tirer parti de leurs atouts pour se préparer à leurs futurs rôles.



Programmes de leadership et de développement

Notre approche du développement du leadership est basée sur les
principes d'authenticité et de développement de leaders conscients d'eux-
mêmes, capables de créer les conditions propices à l'épanouissement
de leurs équipes. Nos programmes de développement soutiennent nos
employés à tous les niveaux et utilisent une combinaison d'approches
innovantes, notamment des simulations, du mentorat, des jeux, des projets
d'apprentissage par l'action, des formations en classe et en ligne, ainsi
que des actions de sensibilisation communautaire. Nos programmes de
leadership et de développement comprennent :

LEADERS ÉMERGENTS (Amériques) et **QUEST** (EMEA et APAC) :
Développer les leaders à fort potentiel, nouveaux et futurs

LEAD (Amériques) et **ACCÉLÉRATEUR DE DÉVELOPPEMENT DES CADRES**
(Global) : Accélérer la préparation des futurs talents de vice-président.

ACADÉMIE DES RESPONSABLES HIÉRARCHIQUES (EMEA et APAC) :
Soutenir les nouveaux responsables hiérarchiques dans leur transition de
contributeur individuel à responsables du personnel.

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

TAP2LEAD (Amériques) : Développement du leadership pour développer
nos talents et libérer le potentiel de nos employés

SPARK (Amériques) : Développer les compétences essentielles
nécessaires pour s'épanouir dans un environnement de travail actuel, en
constante évolution et en évolution rapide

Apprentissage en ligne sur le développement durable dans les régions EMEA et APAC

En 2024, nous avons mis en place un programme d'apprentissage en ligne sur le
changement climatique destiné à 7 000 employés de notre activité dans les régions EMEA
et APAC, composé de trois modules fondamentaux. Ces modules s'inscrivaient dans un
plan intégré de communication sur le développement durable visant à sensibiliser les
employés et à les inciter à s'engager avec leurs collègues, clients, fournisseurs, familles
et amis, et à agir personnellement pour soutenir les efforts de lutte contre le changement
climatique. À la fin de 2024, 82 % des employés dans les régions EMEA et APAC avaient
suivi tous les modules.



2024
EN CHIFFRES
(pour main-d'œuvre mondiale)

333 892
heures d'apprentissage enregistrées
(21 heures par employé à temps
plein en moyenne)

168 956
heures consacrées à la chaîne
d'approvisionnement et aux
questions commerciales

32 191
heures consacrées à l'intégration
des nouveaux employés

31 217
heures consacrées aux programmes
de développement du leadership

2621
sessions dirigées par un instructeur

21 551
participants (séances dirigées par
un instructeur et virtuelles et les
employés peuvent assister à plus
d'une séance)

Nous sommes des ambassadeurs passionnés de nos marques et de notre activités, et nous croyons en 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 locales dans les Amériques

À LA SANTÉ DE NOS PARCS

Molson Coors s'associe à la Milwaukee Parks Foundation depuis 2019 et a lancé en 2024 la campagne « À la santé de nos parcs » afin de récolter 250 000 \$ pour les parcs du comté de Milwaukee grâce à la philanthropie privée. Grâce à la contribution de Molson Coors, la campagne a atteint son objectif en seulement six mois, amassant au final 530 000 \$. Les fonds ont servi à financer des améliorations essentielles aux infrastructures des parcs, notamment la revitalisation des terrains de basketball, l'entretien des sentiers et l'amélioration des équipements publics.

SOUTIEN AUX BANQUES ALIMENTAIRES LOCALES

Molson Coors contribue à lutter contre l'insécurité alimentaire dans nos villes d'origine aux États-Unis et au Canada. Nos employés participent à des collectes de denrées alimentaires et à des activités de tri et donnent bénévolement de leur temps pour aider à la culture, à la récolte et à la distribution de fruits et légumes frais.

Nous travaillons en partenariat avec FoodShare Toronto pour soutenir la défense de la justice alimentaire et les initiatives communautaires. Nos employés participent bénévolement au programme Fermier d'un jour « Farmer for a Day », en aidant sur les marchés alimentaires communautaires et dans les fermes urbaines. Cette implication pratique nous permet de soutenir des systèmes alimentaires durables et de renforcer l'autonomie des communautés. Nous travaillons également en partenariat avec le groupe de travail sur la faim Hunger de Milwaukee, dans le Wisconsin, pour faire du bénévolat auprès des banques alimentaires locales afin de trier et d'organiser les aliments et les articles ménagers. Ces articles sont mis à la disposition des familles dans le besoin.

INNOVATION ET ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

Molson Coors s'engage en faveur du développement des talents, de l'innovation et de l'engagement communautaire à Milwaukee, sa ville d'origine, par le biais de Destination Innovation, Community Collab et i.c.stars.

Pour sa cinquième année avec i.c.stars, l'entreprise a offert une formation pratique aux participants, avec plus de 20 professionnels de l'informatique de Molson Coors encadrant des étudiants lors d'un projet de quatre mois. L'entreprise a embauché 12 diplômés du programme au cours des dernières années, ce qui lui a valu une reconnaissance pour ses contributions au développement de la main-d'œuvre technologique.

Destination Innovation a accueilli des étudiants d'universités du Wisconsin pour une expérience immersive, leur offrant un aperçu des activités de Molson Coors et des opportunités de réseautage. Le programme de cette année, organisé en partenariat avec la Milwaukee Tech Hub Coalition, a permis l'embauche de deux stagiaires pour l'été prochain.

Grâce au programme Community Collab, un partenariat avec les partenaires Near West Side de Milwaukee, la cohorte 2024 a développé des solutions créatives pour lutter contre l'insécurité alimentaire à Milwaukee et a présenté ses idées lors de la Journée de démonstration Molson Coors. Ces initiatives reflètent l'engagement de l'entreprise en faveur du développement technologique et de l'engagement communautaire, garantissant un impact durable sur les talents émergents et les organisations locales.



Soutenir la prochaine génération de leaders

Molson Coors soutient un large éventail de programmes de bourses d'études dans des domaines allant de l'agronomie et de l'agriculture au marketing et aux affaires. En finançant des programmes destinés aux étudiants de tous horizons qui poursuivent des études et des formations pertinentes pour notre entreprise, nous contribuons à former la prochaine génération de leaders qui auront un impact positif sur notre entreprise et nos communautés.

Voici quelques exemples de réalisations en 2024 :

- Nous avons investi 495 000 \$ dans le cadre de notre programme « Celebrate Tomorrow » aux États-Unis et au Canada afin d'améliorer l'accès équitable à l'enseignement supérieur pour tous, en soutenant des bourses d'études, des bourses d'études et d'autres ressources.
- Nous avons doté le Blue Ridge Community College en Caroline du Nord (près de notre brasserie d'Elkton, en dans les domaines des STEM, de la fabrication, de la gestion et de la comptabilité.
- Nous avons soutenu des bourses d'études liées aux sciences du brasserie et de la fermentation au Canada, à l'Université Bishops au Québec, à l'Université polytechnique Kwantlen (KPU) en Colombie-Britannique et au Collège Niagara en Ontario.
- Nous avons maintenu notre soutien, en tant que partenaire fondateur, au Fonds du Collège Thurgood Marshall, qui offre des bourses d'études aux étudiants et soutient le développement du leadership et la création de parcours professionnels. Pour la troisième année consécutive, Molson Coors a organisé le Défi de l'innovation, une expérience immersive de quatre jours visant à former la prochaine génération de leaders et d'innovateurs.
- Nous avons récompensé des leaders d'organismes sans but lucratif aux États-Unis et à Porto Rico grâce au programme Coors Light Líderes, qui célèbre des leaders exceptionnels et dévoués à leurs communautés. Au cours des dix dernières années, Molson Coors a investi un total de 500 000 \$ et récompensé plus de 200 leaders.
- Nous avons établi des partenariats avec plus de 15 universités dans huit pays d'Europe centrale et orientale où nous sommes présents, ainsi qu'au Royaume-Uni, par le biais de diverses initiatives, notamment des recherches, des stages, des visites de brasseries et des ateliers.

> 1 M
en soutien éducatif en 2024

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

Dans le cadre de notre engagement continu en faveur de la gérance de l’environnement et de l’engagement communautaire, Molson Coors a lancé en avril une série d’initiatives et d’activités bénévoles à l’échelle de l’entreprise dans ses villes d’origine et ses sites de brasserie en Amérique du Nord pour célébrer le Mois de la Terre 2024.

En septembre, pour le Mois de Notre Empreinte, 439 employés répartis sur 16 sites ont consacré plus de 1 400 heures de bénévolat à la revitalisation et au nettoyage des bassins versants des Amériques. Les équipes ont planté 975 arbres et collecté plus de 6,5 tonnes de déchets en partenariat avec des organismes environnementaux locaux à but non lucratif.

En 2024, nos équipes EMEA et APAC ont organisé plus de 42 événements avec plus de 1 000 bénévoles et 3 000 heures de bénévolat pendant le Mois de notre empreinte. Ces événements ont soutenu diverses causes communautaires, contribuant ainsi à notre ambition de créer un monde à célébrer.

Empreinte communautaire des employés

En 2024, plus de 1 000 employés de Molson Coors à travers les Amériques ont consacré plus de 26 000 heures de bénévolat à soutenir des organismes sans but lucratif dans leurs communautés. L’entreprise encourage le bénévolat de ses employés grâce à sa plateforme Empreinte communautaire des employés de Molson Coors, où chaque heure de bénévolat enregistrée donne droit à une récompense de 5 \$ que l’employé peut ensuite reverser à l’organisme sans but lucratif de son choix.

Molson Coors encourage ses employés à faire des dons à des causes qui leur tiennent à cœur en versant un don équivalent à celui de chacun, jusqu’à 500 \$ par an. En 2024, les employés ont fait don de près de 400 000 \$ à des organismes sans but lucratif via la plateforme Empreinte communautaire des employés, propulsée par Benevity.



Redonner aux communautés locales en Europe

Bulgarie

L’équipe locale en Bulgarie a mobilisé des employés de tout le pays pour participer à diverses activités de bénévolat. L’équipe de Sofia a planté 50 nouveaux arbres avec leurs familles dans sa propre forêt de chênes centenaires. Les équipes commerciales de Plovdiv ont participé au nettoyage et à la rénovation d’un quartier résidentiel de la ville, rendant ainsi l’environnement de tous les habitants du quartier beaucoup plus propre, plus agréable et plus vivant. Nos employés de la brasserie ont visité la maison de retraite de Haskovo et ont réalisé de nombreuses rénovations, telles que le nettoyage, la peinture, la décoration, l’entretien du jardin, etc.

Croatie

Les équipes de Croatie et de Bosnie-Herzégovine se sont engagées à plusieurs activités, telles que le nettoyage d’un parc de la ville de Zagreb et le nettoyage d’une rivière et de ses berges en Bosnie-Herzégovine. Ces activités ont été soutenues par des clubs de bénévoles bien établis dans les deux pays, avec plus de 300 employés participant chaque année à des actions bénévoles et communautaires. Nos collègues ont réussi à collecter des centaines de kilogrammes de déchets lors de ces deux activités, contribuant ainsi à un environnement et une planète plus propres.

Roumanie

Déjà devenue une tradition, l’opération de nettoyage 2024 de Bergenbier S.A. a rassemblé près de 100 collègues du siège de Bucarest, de la brasserie de Ploiești et de tout le pays. C’est la troisième année consécutive que nos collègues se rendent dans des espaces naturels nécessitant un nettoyage. En 2024, les employés ont collecté plus d’une tonne de déchets, l’initiative ayant été menée en collaboration avec une organisation spécialisée dans les actions écologiques.



République tchèque

Le plus ancien projet de bénévolat, axé sur le soutien direct aux communautés et qui a été lancé en 2007, est Les jours où nous aidons « Days When We Help », également appelés Journées Communautaires « Community Days ».

En 2024, nous avons apporté notre aide au Centre Helpes de dressage de chiens pour personnes handicapées et au Centre communautaire de Prádelna. Nous avons passé la journée à embellir le jardin et les espaces intérieurs du Centre communautaire, qui accueille des personnes âgées actives.

Hongrie

La brasserie Borsodi collabore avec l’Association hongroise des banques alimentaires depuis de nombreuses années et, en 2024, nous avons eu l’occasion de participer à un programme caritatif organisé par eux.

Nous avons pu visiter leur entrepôt, où nous avons bénéficié d’une visite guidée et découvert les activités de l’association, ainsi que le sauvetage et le don de nourriture. Nous avons ensuite participé à un concours de pâtisserie caritatif, où nous avons cuisiné pour les personnes dans le besoin. Au total, 596 parts de gâteau Linzer ont été confectionnées et distribuées aux familles par l’Association des familles nombreuses du 16e arrondissement de Budapest.

Nous sommes fiers que notre entreprise puisse soutenir de telles initiatives caritatives grâce à nos employés.

Serbie

Nous sommes très fiers d’avoir pu impliquer 300 employés et leurs enfants parmi les participants aux activités de Notre Empreinte en septembre 2024. Nous avons planté plus de 100 plantes dans notre jardin de la brasserie Apatin. Nos chefs ont cuisiné à Belgrade et à Apatin afin de collecter des fonds à des fins humanitaires. De plus, avec le soutien de la brasserie Apatin, les étudiants de la Faculté de philologie et d’art de Kragujevac, dans le cadre de leur programme d’étude en architecture d’intérieur et de design, ont présenté le projet « Réflexion » en créant des œuvres d’art à partir de canettes de bière en aluminium, associant ainsi l’architecture écologique et les matériaux recyclables à de nombreuses reprises.

Efforts de secours en cas de catastrophe

En 2024, Molson Coors a fait don de près de 500 000 canettes d’eau pour répondre à diverses catastrophes naturelles, notamment les inondations pendant la saison des tornades, les ouragans dans le sud-est des États-Unis et les feux de forêt dans l’ouest des États-Unis, ainsi qu’en Nouvelle-Écosse, en Alberta et en Colombie-Britannique, au Canada.

Au cours des deux premières semaines d’octobre 2024, Molson Coors a collaboré avec ses distributeurs locaux pour livrer 287 500 canettes d’eau aux habitants de la Floride, de la Caroline du Nord et du Tennessee touchés par les ouragans Helene et Milton. Nous avons également collaboré avec la World Central Kitchen pour aider à distribuer des repas aux habitants d’Asheville, en Caroline du Nord, l’une des régions les plus durement touchées. En réponse aux incendies de forêt qui ont sévi du Texas au Canada, Molson Coors s’est associée à la Croix-Rouge en faisant don de 30 000 \$ pour les opérations de secours et en offrant 50 000 canettes d’eau. De l’eau en canette a également été donnée aux régions du centre des États-Unis touchées par les inondations pendant la saison des tornades.

De plus, en réponse aux inondations dévastatrices qui ont ravagé la République tchèque à l’automne 2024, Molson Coors a fait don d’un million de couronnes tchèques par l’intermédiaire de la People in Need Foundation et a soutenu les efforts de secours en doublant les recettes des ventes de bière lors d’un événement « Sous la cheminée » à la brasserie Smíchov.



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



FAIRE PREUVE D'AUDACE ET DE DÉTERMINATION

Qu'il s'agisse d'adapter nos opérations pour une meilleure efficacité énergétique et hydrique, de fixer des objectifs d'émissions ou d'améliorer la manière dont nos emballages contribuent à une économie plus circulaire, nous exploitons nos capacités pour atteindre nos objectifs de durabilité environnementale.

Adopter une approche responsable de l'agriculture

Notre programme d'orge américain

Notre programme d'orge Molson Coors aux États-Unis améliore l'orge de brasserie depuis 79 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 Barley™ 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 cultivé et, par conséquent, de minimiser nos besoins en terres agricoles.

En 2024, nous avons travaillé avec 640 agriculteurs qui ont planté six de nos cultivars. Le système agricole des régions où nous cultivons notre orge repose sur une rotation culturale diversifiée incluant la betterave sucrière, les haricots secs, la luzerne, le blé, les pommes de terre, le maïs et la jachère.

34,5 M

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

415 m³

d'eau par tonne métrique d'orge récoltés aux États-Unis en 2024 (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.

Pour 2025, nous nous sommes fixé comme objectif de cultiver l'orge aux États-Unis avec 10 % d'eau en moins (par rapport à 2016). En 2024, nous avons utilisé 415 m³ d'eau par tonne métrique d'orge, soit une réduction de 14,4 % par rapport à 2016. Cela résulte à la fois des performances des cultivars, du travail direct avec nos agriculteurs et de la disponibilité de l'eau pendant la saison de croissance.



PRATIQUES AGRICOLES DURABLES

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

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

Certains agriculteurs participent au [Programme de promotion de la qualité de l'environnement « Environmental Quality Incentives Program \(EQIP\) »](#), le programme phare du Service de conservation des ressources naturelles des États-Unis, qui aide les agriculteurs à intégrer la conservation dans leurs terres cultivées.

PLUS DE BARILS DE BIÈRE PAR ACRE D'ORGE

Chaque année, nous examinons environ 25 000 lignées d'orge pour en identifier cinq à dix qui montrent une amélioration de la majorité des caractères pour lesquels nous sélectionnons.

En 2024, nous avons continué à évaluer la productivité de nos cultivars d'orge produits commercialement et des lignées d'orge expérimentales les plus récentes de l'Idaho et du Colorado dans des conditions de stress hydrique. Les nouveaux cultivars d'orge ont démontré une meilleure capacité à résister à des conditions d'eau réduites en produisant des rendements plus élevés et une qualité de malt améliorée, par rapport à nos cultivars d'orge commerciaux actuels.

En conditions de stress hydrique, de nouvelles lignées expérimentales d'orge ont produit 15 % de grains en plus, un extrait de malt supérieur de 1,8 point de pourcentage et plus de 100 barils de bière par acre (BBL/acre) de plus que notre cultivar commercial Moravian actuel. Par exemple, lors d'un essai réalisé en Idaho, une nouvelle lignée d'orge a produit 423 BBL/acre (115 BBL/acre de plus que le cultivar commercial Moravian actuel).

Afin de réduire les émissions de carbone issue de l'agriculture, nous menons des essais de rendement de l'orge avec des engrais à faible empreinte carbone. En 2024, nous avons mené des essais en Idaho et au Colorado, et nous poursuivons ces essais en 2025.

GROUPE DE PRODUCTEURS MOLSON COORS AU ROYAUME-UNI

Au Royaume-Uni, nous collaborons avec le groupe de producteurs Molson Coors depuis 16 ans. Molson Coors et les agriculteurs échangent des conseils, des données et des perspectives pour aider les producteurs à prendre des mesure 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

À l'été 2024, notre équipe chargée de l'orge et la direction de l'entreprise se sont réunies avec les agriculteurs et leurs familles pour les Journées champêtres de l'orge à Worland, dans le Wyoming, et à Custer, dans le 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 notre activité a compliqué la réalisation de notre objectif initial de réduction de 22 % du ratio eau/produit par rapport à notre niveau de référence de 2016. Après une évaluation minutieuse de nos progrès à ce jour (< 5 %), des opportunités d'amélioration de nos opérations compte tenu de notre complexité accrue et des investissements potentiels, nous avons fixé un objectif global d'efficacité de l'utilisation de l'eau de 3,0 hl/hl d'ici fin 2030, soit une réduction d'environ 16 % par rapport à notre niveau de référence de 2016.

En 2024, nous avons mis en place un nouveau processus de bilan de santé développement durable, intégré à notre pilier de leadership de la chaîne d'approvisionnement de classe mondiale. Ce bilan de santé vise à évaluer la culture de développement durable du site et consiste en un examen des pratiques quotidiennes liées à l'atteinte de nos objectifs en matière d'eau et d'énergie, démontrées par les dirigeants et les employés et observées lors d'une visite.

En 2024, plusieurs de nos grandes brasseries à travers le monde ont progressé dans la réduction de leur consommation d'eau.

Pour la deuxième année consécutive, notre brasserie de **Trenton, OH** a enregistré le meilleur ratio eau/produit, avec un rendement de 2,49 hl/hl. Ce succès continu est dû à une culture de développement durable adoptée par l'équipe de direction de

la brasserie et ancrée dans les méthodes de travail de la chaîne d'approvisionnement de classe mondiale de l'usine. La brasserie a mis en place un conseil de développement durable composé de représentants horaires de chaque ligne de conditionnement et de chaque équipe, qui se réunissent mensuellement pour examiner les progrès et les meilleures pratiques. Les membres de l'équipe effectuent des visites sur le terrain pour identifier les fuites, soumettre des ordres de travaux correctifs aux planificateurs de maintenance, demander de l'aide et remplir des listes de contrôle de durabilité pour les arrêts. Les membres du conseil proposent également des idées d'initiatives de développement durable et bénéficient du soutien de la direction. Ce niveau d'engagement continue de générer des résultats en matière d'efficacité hydrique.

Notre brasserie de **Zagreb, en Croatie**, la meilleure d'Europe, a atteint un ratio eau/produit de 2,88 hl/hl en 2024 grâce à une combinaison d'améliorations humaines et de processus, ainsi qu'à des investissements visant à réduire la consommation d'eau. L'optimisation continue des opérations de nettoyage en place (NEP) des cuves et des lignes, l'identification et la réparation des fuites, et l'investissement global dans une nouvelle usine plus performante ont été une stratégie gagnante pour l'équipe de la brasserie.

Au Canada, plusieurs brasseries ont réalisé d'importantes économies d'eau en 2024. La brasserie de Longueuil a réduit son utilisation d'eau de 4,7 % par rapport à 2023 grâce à la mise en œuvre d'améliorations de processus liées au NEP, aux transitions de bière, au contrôle des réservoirs tampons, à la filtration au charbon actif et à l'efficacité de la ligne d'emballage. La brasserie de Fraser Valley a enregistré une réduction d'eau de 7,5 % par rapport à l'année précédente. Le site a commencé à récupérer l'eau utilisée pour les pompes haute pression des chaudières. Ils ont augmenté la fréquence du lavage à contre-courant du filtre à eau au charbon et se sont concentrés sur les améliorations humaines et de processus liées aux rinçages de l'eau de brassage, à l'optimisation du NEP et à l'utilisation du pasteurisateur instantané pour toutes les marques sur la ligne de remplissage de canettes. De même, la brasserie de Toronto a réduit son utilisation d'eau de 9,5 % par rapport à 2023. Le site a mis l'accent sur la culture, la sensibilisation au développement durable et l'engagement des employés. De plus, ils se sont concentrés sur l'eau chaude de brassage, les systèmes de récupération, l'optimisation des tours de refroidissement et le renforcement des capacités liées aux pasteurisateurs et aux échangeurs de chaleur.

La résilience pour nos bassins versants

Dans nos communautés brassicoles dont les bassins versants soumis à un stress hydrique élevé, nous avons adopté une approche axée sur le leadership et la collaboration avec les partenaires afin de préserver la sécurité de l'approvisionnement en eau et de préserver les ressources en eau pour les utilisateurs et les générations futures. Cela implique de comprendre les caractéristiques uniques de chaque bassin versant et de collaborer avec les acteurs locaux pour trouver des solutions qui améliorent la qualité et la quantité de l'eau et répondent à d'autres défis. Nous nous concentrons principalement sur les bassins versants du Texas et du Colorado.

Depuis 2021, nous travaillons avec d'autres acteurs pour former le Texas Water Action Collaborative (TxWAC), qui mobilise des investissements d'entreprises et de bailleurs de fonds pour des projets de conservation ayant un impact positif sur les sources d'eau du Texas.

Canada

Nous faisons passer la gestion de l'eau à un niveau supérieur en utilisant le pouvoir de nos marques pour le bien commun avec Change the Course et Coors Seltzer. Depuis son lancement en 2021, Coors Seltzer contribue à la restauration de l'eau au Canada grâce à un portefeuille de projets sur le terrain pour la santé des rivières, des lacs et des zones humides. Nous avons soutenu 18 projets à travers le pays, en Alberta, en Colombie-Britannique, en Nouvelle-Écosse, en Ontario et au Québec. Le volume d'eau restauré à vie grâce à notre partenariat avec Change the Course est prévu pour 8,4 milliards de litres d'ici 2030.



3,5 milliards de gallons

d'eau restaurés dans nos bassins versants soumis à un stress hydrique entre 2014 et 2024, atteignant ainsi notre objectif pour 2025 avec un an d'avance.

Colorado

Les incendies de forêt entraînent une dégradation et peuvent contribuer à la sédimentation des réservoirs d'eau. Depuis 2016, nous travaillons en partenariat avec The Nature Conservancy et d'autres organismes pour améliorer les forêts les plus vulnérables aux incendies de forêt. Nos efforts ont permis de restaurer 78 millions de gallons d'eau dans le bassin versant supérieur de la South Platte, au Colorado, au cours des 9 dernières années.

Texas

Notre brasserie de Fort Worth, au Texas, s'approvisionne en eau par le bassin de la rivière Trinity, un bassin versant qui fournit plus de 45 % de l'eau du Texas, et par un réseau de réservoirs et de canalisations géré par le Tarrant Regional Water District (TRWD). Depuis 2012, nous collaborons avec le TRWD, le National Resource Conservation Service (NRCS) et les propriétaires fonciers locaux pour mettre en œuvre un [plan de protection du bassin versant](#). Notre soutien aide les agriculteurs et les éleveurs à mettre en œuvre des pratiques qui renforcent la résilience de leurs exploitations tout en améliorant la qualité de l'eau et en réduisant la sédimentation. Depuis 2012, nous avons restauré deux milliards de gallons d'eau dans le bassin versant et amélioré les habitats et les indicateurs de qualité de l'eau.



Consultez la politique sur l'eau ici



Économies d'énergie et réduction des émissions

Réduire les émissions de gaz à effet de serre sur l'ensemble de notre chaîne de valeur afin d'atteindre nos objectifs de réduction des émissions.

PROGRÈS JUSQU'EN 2024

↓41,4 %

Émissions de portée 1+2 (2024 vs. 2016 de référence) (objectif 2025 : réduction de 50 %)

↓32,0 %

Émissions de portée 1+2+3 (2024 vs. 2016 de référence) (objectif 2025 : réduction de 20 %)

NOS ENGAGEMENTS (PAR RAPPORT À LA BASE 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 Initiative) (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.

Nos plans d'affaires au Royaume-Uni et en Irlande visent à atteindre le niveau zéro net de portée 1+2 pour un site d'ici 2030 et pour tous les sites d'ici 2035.

NOTRE PROFIL D'ÉMISSIONS DE GES EN 2024 (tCO₂e)

12,3 %	Portée 1	564 220
4,6 %	Portée 2 ^(a)	210 614
83,1 %	Portée 3	3 798 413
	Réductions depuis 2016 ^(c)	2 152 039

40,2 %	Matériaux d'emballage	1 837 222
15,0 %	Fabrication de boissons	685 876
14,6 %	Logistique	669 522
8,7 %	Refroidissement du produit	398 927
8,7 %	Traitement des ingrédients	396 946
8,1 %	Agriculture	371 320
4,7 %	Autre ^(b)	213 433
	Réductions depuis 2016 ^(c)	2 152 039

(a) Portée 2 selon la méthode basée sur le marché
(b) Voir les détails dans l'Annexe de données
(c) En 2024, 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

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 divulgation des informations financières liées au climat « Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) », nous avons procédé en 2022 à un examen des scénarios liés au climat susceptibles de présenter des risques et des opportunités réglementaires, de transition ou physiques pour notre activité. Cet examen a confirmé ce que nous avons 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** : Impacts prolongés des changements climatiques à évolution lente (par exemple, sécheresse persistante) entraînant une réduction de la production, des actifs immobilisés et/ou des pénuries de produits de base essentiels
- **Risques liés à la transition réglementaire** : Nouvelles réglementations ou exigences plus strictes liées au climat (par exemple, déclaration et réduction obligatoires des émissions de GES) et/ou systèmes de tarification, de taxes et d'échange liés au carbone
- **Risques liés à la transition du marché** : Changement de la valeur du marché et de la marque en raison de la perception que l'entreprise représente un risque d'investissement plus élevé et/ou a la réputation de ne pas effectuer 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 (GRE), qui classe les risques à l'aide d'une matrice de gravité et de probabilité. Des informations complémentaires concernant les risques importants auxquels notre entreprise est confrontée sont présentées 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 sur le changement climatique du CPD. Voir également [l'annexe sur les divulgations](#).

Colorado

PARCS SOLAIRES DU COLORADO

En 2024, nous avons signé un engagement à long terme pour le développement d'un parc solaire sur une ancienne mine de charbon à Keenesburg, dans le Colorado, qui produira environ 18 000 MWh d'électricité par an. Une fois achevé, ce parc solaire réduira nos émissions de gaz à effet de serre d'environ 10 000 tCO₂e/an, soit environ 3,5 % de nos émissions mondiales de portée 2. Des habitats favorables aux pollinisateurs entoureront également les panneaux.

À proximité de notre brasserie de Golden, dans le Colorado, nous avons mis en place un projet pilote qui nous permettra d'évaluer la technologie des panneaux solaires flottants en vue d'une éventuelle installation à plus grande échelle. Dans le cadre d'une étude d'un an, nous évaluerons les performances du parc dans différentes conditions météorologiques et différents niveaux d'eau. En cas de succès, au-delà de la production d'énergie solaire, une installation plus importante pourrait également offrir des avantages tels qu'une réduction des pertes par évaporation, une eau de lac plus fraîche et une meilleure qualité de l'eau.

Wisconsin

LES ACTIVITÉS DU WISCONSIN ALIMENTÉES EN ÉLECTRICITÉ RENOUELABLE

En 2024, nos activités dans le Wisconsin ont commencé à utiliser de l'électricité renouvelable grâce à des programmes d'entreprises de services publics. Les besoins en électricité de la brasserie de Milwaukee, de la Watertown Hops Company et des bureaux de l'entreprise ont été couverts par le programme Solar Pathway de We Energies et alimentés par le nouveau parc solaire Badger Hollow II.

Des projets comme celui-ci contribueront à réduire nos émissions de gaz à effet de serre de portée 2. Nous nous concentrons sur l'identification de solutions comme celle-ci pour davantage de brasseries et d'activités sur l'ensemble de notre réseau afin de réduire nos émissions. Il n'existe pas deux sites identiques. Nous devons donc trouver des solutions adaptées aux conditions locales.



Mondial

PARTENARIAT AVEC REFRESH ALLIANCE

En 2024, Molson Coors est devenue un membre fondateur de REfresh Alliance. Cette alliance regroupe des membres de l'ensemble de l'industrie des boissons et vise à les aider à décarboner leurs activités. Ce partenariat permet à nos fournisseurs d'accéder à des contrats d'achat d'électricité virtuels « Virtual Power Purchase Agreements (VPPA) » et de se former sur l'approvisionnement en énergie renouvelable.

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



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



- Améliorer l'efficacité énergétique
- S'approvisionner en électricité renouvelable à partir du réseau électrique local
- Améliorer l'autosuffisance en CO₂
- Améliorer l'équipement et l'éclairage



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



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



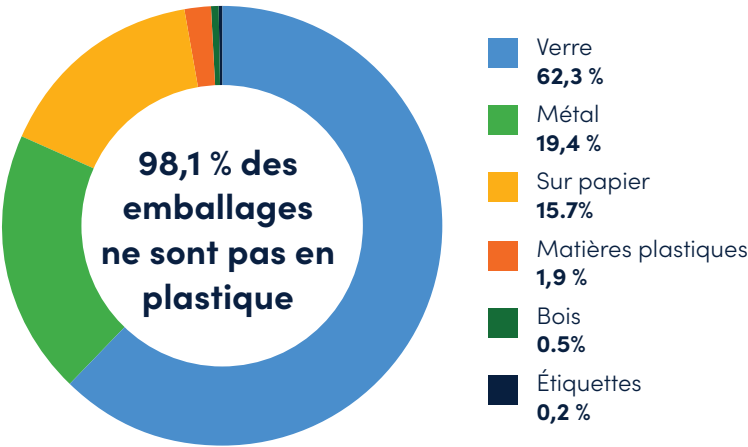
- Améliorer l'efficacité du refroidissement des produits au détail
- Promouvoir le recyclage
- Promouvoir les programmes de retour des canettes et des bouteilles



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 2024 (% en poids,
emballage d'origine)



Réduction du plastique

AUGMENTATION DU PCR DANS LES PLASTIQUES

Nous nous efforçons d'augmenter la quantité de matériaux recyclés post-consommation « post consumer recycled (PCR) » dans nos emballages plastiques. L'utilisation accrue de matériaux recyclés contribue à réduire les émissions de gaz à effet de serre au sein de notre réseau de fournisseurs, car la transformation des matières premières en emballages utilisables nécessite moins d'énergie. Nous avons amélioré l'utilisation du PCR dans nos emballages plastiques destinés aux consommateurs et, en 2023, nous avons commencé à en ajouter dans nos films rétractables non destinés aux consommateurs, utilisés pour faciliter le transport et la distribution de nos produits.

ÉLIMINATION DES ANNEAUX PLASTIQUES

Nos opérations au Royaume-Uni ont achevé l'élimination des anneaux plastiques sur les canettes en 2021 pour toutes les grandes marques, y compris Carling et Coors. Nous avons franchi cette étape importante pour nos grandes marques britanniques en 2020, soit un an plus tôt que prévu.

Dans les Amériques, nous avons poursuivi la transition pluriannuelle vers l'élimination des anneaux en plastique pour les canettes, qui a commencé en 2022. En 2023, nous avons entièrement converti et optimisé notre réseau de brasseries canadiennes pour passer aux emballages en fibre et éliminer les anneaux en plastique. Les opérations des brasseries américaines ont commencé leur conversion en 2024, avec pour objectif d'achever la transition début 2026.

LES RÉGIONS EMEA ET APAC AUGMENTENT LA TENEUR EN PET RECYCLÉ

Nous progressons rapidement vers la commercialisation de bouteilles en PET contenant du contenu recyclé post-consommation. Cette initiative aura un impact sur toutes les bouteilles PET de notre production européenne, où nous prévoyons d'atteindre 25 % d'inclusion de PCR en 2025 et 30 % d'ici 2030. Nous avons atteint 25 % de PCR en 2024.

Augmenter le recyclage

ÉDUCER LES CONSOMMATEURS SUR LE RECYCLAGE

Au début de 2023, nous avons commencé à utiliser les icônes « How2Recycle » sur nos emballages primaires, secondaires et tertiaires en Amérique afin d'informer les consommateurs sur leur capacité de l'article à être recyclé et sur la manière de le faire. Cet étiquetage indique aux consommateurs si un composant d'emballage est entièrement recyclable, recyclable par dépôt en magasin ou non recyclable. La bibliothèque d'icônes How2Recycle appartient et est gérée par la Sustainable Packaging Coalition (SPC), qui utilise sa vaste connaissance des capacités de recyclage des installations de récupération des matériaux pour informer les producteurs quelle icône est appropriée pour leurs composants d'emballage. Pour qu'un composant d'emballage soit considéré comme largement recyclable, au moins 60 % des Américains et 50 % des Canadiens doivent être en mesure de recycler ces emballages par le biais de programmes de collecte ou de dépôt en bordure de rue.

PROGRAMMES PILOTES AUX ÉTATS-UNIS POUR AUGMENTER LA RÉCUPÉRATION DU CALCIN

Lors du processus de réception, de transport et de remplissage des bouteilles de boissons en verre, certaines bouteilles peuvent se briser et devenir impropres à l'utilisation. Dans ces cas-là, nous collectons les débris de verre (ou calcin) et les envoyons aux recycleurs locaux. Cette année, nous avons piloté un programme dans notre brasserie de Shenandoah pour renvoyer le calcin directement au fournisseur de verre afin de supprimer les étapes de manipulation inutiles. Nous continuerons de surveiller ce programme et d'évaluer sa viabilité en vue d'une expansion. La brasserie Golden CO, et notre entreprise Rocky Mountain Bottle Company s'associent également à Glass to Glass et à la ville de Golden, au Colorado, pour accroître la collecte des bouteilles en verre dans cette région.

Gestion efficace des matériaux

CERTIFICATION SFI POUR LES EMBALLAGES EN CARTON

En 2024, nous avons continué à tirer parti de la force de notre chaîne d'approvisionnement pour nous approvisionner de manière stratégique en fibres pour nos emballages en carton qui utilisent des fibres vierges certifiées par la Sustainable Forestry Initiative (SFI). Cette certification garantit à Molson Coors et à ses clients l'assurance que les fibres vierges que nous utilisons ont été cultivées et récoltées de manière durable, en accordant une attention particulière aux bonnes pratiques de gestion des terres lors de la croissance des arbres.

INITIATIVE DE BOUTEILLES SANS CLOISONS

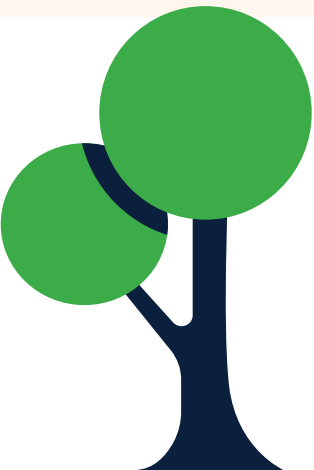
Les bouteilles en verre constituent un élément important de notre gamme d'emballages. Lors de l'expédition de bouteilles, il est important de protéger les bouteilles contre les chocs les unes contre les autres afin d'éviter les bris de verre. Une façon de réduire ces dommages est l'utilisation de cloisons en panneaux de fibres pour adoucir tout contact bouteille à bouteille. Grâce à une ingénierie intelligente et à des tests rigoureux, l'une de nos principales brasseries a pu développer en 2024 un système d'emballage permettant de supprimer complètement les cloisons, supprimant ainsi plus de 3 millions de cloisons de nos nouveaux cartons.

GESTION DES DÉCHETS DANS NOS OPÉRATIONS

La production de biens génère des déchets, qu'il s'agisse de défauts, de matériaux excédentaires 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 nos grandes brasseries à travers le monde, nous envoyons moins de 1 % de nos déchets à la décharge.

0,14 %

total des déchets mis en décharge
(dans les installations de plus de 75 employés)

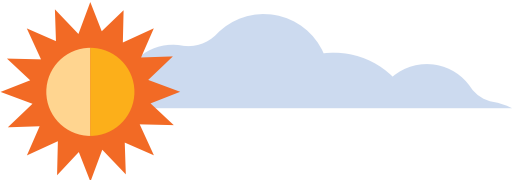


Nous agissons avec
intégrité et respectons
nos engagements, tout
en assumant nos erreurs
et en les mettant à profit
pour apprendre.



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. L'équipe de direction et le
conseil d'administration de Molson
Coors sont chargés de superviser la
stratégie et les initiatives de Notre
empreinte.



Gouvernance

CONSEIL D'ADMINISTRATION DE MOLSON COORS

- Supervise et contrôle le programme global de développement durable de l'entreprise.
- Examine certaines questions de citoyenneté d'entreprise, de responsabilité sociale et de politique publique importantes pour l'entreprise.
- Examine certaines politiques, programmes et informations publiques de l'entreprise sur les questions de développement durable.
- Examine les rapports des comités sur les questions de développement durable.
- Supervise, contrôle et révise annuellement le programme de gestion des risques d'entreprise (GRE) de l'entreprise.

COMITÉ D'AUDIT

- Reçoit des rapports réguliers de l'entreprise sur certains de ses programmes, politiques et pratiques de développement durable, ainsi que sur les performances associées.
- Supervise le rapport sur notre empreinte de l'entreprise, l'assurance des données et les contrôles relatifs aux informations à fournir.
- Supervise et surveille les efforts de gestion des risques de l'entreprise, notamment en matière de développement durable.
- Examine le programme d'éthique et de conformité de l'entreprise, les rapports sur les questions importantes, ainsi que les réponses et le suivi de l'entreprise.

COMITÉ DE GOUVERNANCE

- Surveille les meilleures pratiques, tendances, évolutions et enjeux relatifs aux pratiques et politiques de gouvernance d'entreprise de l'entreprise.
- Supervise et évalue la composition du Conseil d'administration.
- Supervise les contributions politiques du comité d'entreprise et d'action politique de l'entreprise, et reçoit les rapports annuels récapitulant les activités politiques de l'entreprise.

COMITÉ DES RÉMUNÉRATIONS ET DES RESSOURCES HUMAINES

- Supervise et contrôle les risques, politiques et stratégies de l'entreprise en matière de talents, de développement et de performance des employés, ainsi que les politiques et programmes de sécurité au travail et de bien-être des employés.

COMITÉ DES FINANCES

- Supervise et surveille l'approvisionnement en énergie renouvelable de l'entreprise et la gestion des risques associés.

ÉQUIPE DE DIRECTION DE MOLSON COORS

- Guide notre stratégie Notre empreinte
- Gère et atténue les risques identifiés dans le cadre du processus de gestion des risques d'entreprise (GRE).
- Surveille les objectifs, les réalisations et les progrès en matière de développement durable, assure le soutien nécessaire aux initiatives, suit les tendances et les enjeux sociaux et environnementaux mondiaux et fournit des orientations pertinentes pour l'entreprise afin de les aborder.

ÉQUIPES CHARGÉES DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

- Le vice-président du développement durable et de l'ESS dirige les efforts de développement durable au sein de l'organisation par l'intermédiaire des équipes chargée du développement durable et de la collaboration interfonctionnelle.
- De nombreuses équipes, départements et personnes de l'entreprise contribuent au développement et à la mise en œuvre de nos initiatives de développement durable.



Diriger de manière responsable

Nous nous engageons à promouvoir une consommation responsable d'alcool dans toutes nos pratiques commerciales et à aider nos consommateurs à faire des choix positifs et éclairés pour déguster nos boissons de manière raisonnable et responsable.

Nous pensons 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 consommer de l'alcool qui choisissent de consommer nos produits en consomment de manière responsable et avec modération.

Nous nous engageons à être des modèles de consommation responsable.

En tant qu'ambassadeurs de la responsabilité, nos employés peuvent contribuer à promouvoir des attitudes responsables face à la consommation d'alcool, y compris le choix de ne pas boire d'alcool du tout. Nous fournissons des outils et des formations annuelles à tous nos employés pour les aider à devenir des ambassadeurs responsables de nos marques.

Nous avons mis en place des processus internes rigoureux pour garantir notre adhésion constante aux pratiques mondiales du secteur et respecter les directives en matière de marketing et de publicité ainsi que les réglementations du marché.

Nous concentrons nos activités de marketing et de promotion exclusivement sur les adultes en âge légal de consommer de l'alcool et travaillons en étroite collaboration avec nos partenaires pour promouvoir des pratiques commerciales responsables tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Nos comités régionaux de conformité de marketing s'efforcent de respecter tous les codes réglementaires sectoriels et régionaux, tout en veillant à ce que les messages publicitaires soient conformes aux normes de bon goût et de responsabilité sociale, et à ce que les messages soient réservés aux consommateurs en âge légal de consommer de l'alcool.

Nous élargissons le choix des consommateurs grâce à notre gamme diversifiée de boissons à faible teneur en alcool et sans alcool.

En plus de nos offres à faible teneur en alcool, nous élargissons notre portefeuille avec des produits savoureux et sans alcool, élargissant ainsi notre gamme d'alternatives sans alcool pour les consommateurs.

Nous nous associons à l'Alliance internationale pour une consommation responsable d'alcool « International Alliance for Responsible Drinking (IARD) » pour réduire la consommation nocive d'alcool.

Nous sommes membre fondateur de [IARD](#), une organisation mondiale à but non lucratif créée pour promouvoir la compréhension de la consommation responsable d'alcool. En tant que membre actif du conseil d'administration, nous soutenons le dialogue sur les politiques mondiales en matière d'alcool, définissons des normes de marketing pour la protection des mineurs et collaborons avec des initiatives de lutte contre la consommation nocive d'alcool.

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

Partout dans le monde, nous investissons et collaborons avec les communautés locales où nous opérons et soutenons des activités qui favorisent une consommation responsable. Bon nombre de nos programmes de partenariat en Amérique du Nord et en Europe visent à lutter contre la conduite en état d'ivresse et à aider des millions de consommateurs à faire des choix sûrs et responsables. Parmi nos autres domaines d'activité, nous soutenons des initiatives visant à réduire la consommation nocive et à endiguer la consommation d'alcool chez les mineurs.

Promouvoir la responsabilité dans nos communautés locales

États-Unis et Canada

Dans le cadre d'un partenariat continu avec l'International Town & Gown Association ([ITGA](#)), nous soutenons l'Initiative 2025, qui vise à réduire les méfaits de l'alcool lors des fêtes hors campus. En outre, nous finançons le Great Plays Grant Program pour les collèges et les universités qui ont signé des contrats de marketing sportif avec Molson Coors. Les écoles peuvent demander une subvention d'un an pour soutenir leurs efforts de prévention visant à réduire la consommation d'alcool chez les mineurs, la consommation excessive d'alcool, la conduite sous l'emprise de l'alcool et d'autres méfaits de l'alcool, y compris la violence sexuelle. Au fil des années, nous avons soutenu 164 subventions universitaires avec un financement de plus de 2 millions de dollars. En 2024, nous avons soutenu les universités et programmes suivants : Arizona State, DePaul, Indiana, Marquette, Ohio State, Oregon State, Cincinnati, Washington State et Virginie-Occidentale. Les fonds soutiennent des initiatives telles que celles de l'Oregon State, de Marquette et de l'Université d'Indiana, décrites sur cette page.

UNIVERSITÉ D'ÉTAT DE L'OREGON

La subvention accordée à l'université pour 2023-2024 a permis de financer partiellement les services de santé des étudiants (SSE) pour l'organisation d'ateliers de gestion des risques liés à l'alcool et de plusieurs événements éducatifs et sans substances, ainsi que d'un programme de mentorat pour les étudiants-athlètes et de formations pour les détaillants de bars et autres établissements locaux servant de l'alcool. De plus, les services de santé des étudiants ont collaboré avec le département des sports, le comité consultatif des étudiants-athlètes et le conseil consultatif des donateurs du département des sports pour élaborer une brève enquête auprès des étudiants-athlètes afin d'orienter les futurs efforts de prévention.

UNIVERSITÉ MARQUETTE

Grâce à la subvention Great Plays, Marquette a pu poursuivre son soutien au programme national de formation des témoins à l'alcool du Red Watch Band (RWB) destiné aux étudiants. Les fonds ont été utilisés pour permettre aux pairs éducateurs en matière de bien-être « Peer Wellness Educators (PWE) » de suivre une séance de formation des formateur d'une semaine pour apprendre à animer des ateliers de formation à l'intention des témoins. Travaillant par paire, les pairs éducateurs en matière de bien-être ont dispensé des séances pendant les six premières semaines de cours, auxquelles ont participé 1 950 étudiants. Marquette impose la formation RWB à tous les étudiants de première année et aux étudiants transférés. Les étudiants qui ont omis de participer à un atelier en présentiel ont dû suivre un programme de rattrapage en ligne. Entre autres activités de prévention, la subvention 2024-2025 a également aidé Marquette à renouveler Safe Colleges, un programme d'éducation en ligne sur l'alcool que les étudiants de première année doivent suivre avant leur inscription.

UNIVERSITÉ DE L'INDIANA

Grâce à sa subvention Great Plays 2023-2024, l'Université de l'Indiana a mis sur pied l'équipe d'ambassadeurs « Hoosiers for Harm Reduction » afin de prévenir la consommation d'alcool à haut risque parmi les membres des sororités et des fraternités. Les étudiants ambassadeurs ont collaboré avec le personnel de l'Université de l'Indiana pour produire une vidéo qui a été partagée sur les comptes Instagram gérés par le Bureau de la vie étudiante et le Bureau de la vie des sororités et des fraternités de l'Université de l'Indiana pendant les périodes de consommation d'alcool à haut risque. Ils ont travaillé avec le réseau Safe Bar pour développer une formation « Soirée en toute sécurité » destinée aux membres des sororités et des fraternités. Les fonds ont servi à distribuer des trousse de fête plus sûres, fournissant des articles essentiels à la réduction des risques. L'Université de l'Illinois a également pu organiser trois événements sans alcool et mener des activités interactives dans les résidences universitaires afin de promouvoir des pratiques plus sûres que les étudiants peuvent adopter pendant les fêtes.

TRAJETS GRATUITS

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. Plus de 9 millions de passagers ont profité de cette offre au cours de l'année, y compris le soir du Nouvel An. De plus, pour la première fois, Coors Light a collaboré avec la société des alcools de la Nouvelle-Écosse et Halifax Transit pour offrir des trajets gratuits en transport en commun tous les samedis soirs du mois de décembre 2024. Tous les autobus et traversiers étaient gratuits après 18 h jusqu'à la fin du service. Ces partenariats soulignent notre engagement à promouvoir une consommation responsable de nos produits.



ARRIVE EN VIE

Au Canada, nous avons continué de soutenir Arrive en vie « Arrive Alive », un organisme engagé à faire preuve de leadership et à collaborer avec les communautés pour identifier, mettre en œuvre et soutenir des initiatives efficaces visant à éradiquer la conduite avec facultés affaiblies.



Promouvoir la responsabilité dans nos communautés locales

Bosnie-Herzégovine

La campagne Réfléchir « Think », visant à sensibiliser aux dangers et aux conséquences de la conduite sous l'influence de l'alcool, a été lancée il y a deux ans en Bosnie-Herzégovine. En 2024, la campagne s'est poursuivie en mettant l'accent sur les témoignages réels, publiés sur Klix.ba, le principal portail d'information du pays, et partagés sur sa page Facebook. L'accent a été mis sur les témoignages de personnes ayant été témoins directes des conséquences de la conduite en état d'ivresse, à savoir les policiers et les médecins des urgences. La campagne a suscité un vif intérêt, les deux articles ayant été consultés plus de 30 000 fois.

Bulgarie

En 2024, la campagne « L'alcool est un mauvais conducteur » a fêté son 16e anniversaire, ce qui en fait l'initiative la plus ancienne en Bulgarie visant à promouvoir une consommation responsable d'alcool, des pratiques de conduite sûres et la sécurité routière en général. La campagne, menée par Kamenitza AD, propose une plateforme en ligne offrant des informations précieuses aux conducteurs et à tous les usagers de la route.

Croatie

En 2024, la campagne Réfléchir « Think » a adopté une nouvelle approche en Croatie, mettant une fois de plus en lumière les expériences réelles de ceux qui sont en première ligne face aux accidents de la route causés par l'alcool : médecins urgentistes, pompiers et policiers. Quatre histoires percutantes ont été publiées sur le portail d'actualités Telegram.hr et partagées sur sa page Facebook, rappelant avec force les conséquences bien réelles d'une conduite irresponsable et incitant à ne pas sous-estimer les risques. Chaque article a enregistré plus de 27 000 vues en moyenne, avec un taux d'engagement impressionnant de 70 % par article, démontrant l'impact positif du contenu et l'incitation à la réflexion.

République tchèque

La sensibilisation à la vente d'alcool aux mineurs et à l'alcool au volant est également à l'ordre du jour en République tchèque. La brasserie Staropramen a participé aux projets « Restez cool » et « Quand je conduis, je bois de la bière sans alcool »[1]{2}, en coordination avec l'Association des brasseurs et d'autres producteurs de bière en République tchèque.

Hongrie

La brasserie Borsodi a poursuivi sa campagne de communication sur la consommation responsable d'alcool, lancée en 2023. En 2024, la brasserie a présenté sa vidéo sur la consommation responsable d'alcool lors de nombreux festivals soutenus par Borsodi, sensibilisant ainsi plus de 250 000 personnes à l'importance de cette problématique.

Monténégro

Pour la 16e année consécutive, en collaboration avec le ministère de l'Intérieur et la Direction de la police, notre campagne « Ne buvez pas et ne conduisez pas » a adopté un nouveau concept créatif : Certaines choses ne vont tout simplement pas ensemble « Some Things Just Don't Match ». Cette campagne ciblait les jeunes conducteurs afin de les sensibiliser aux risques de la conduite en état d'ébriété. Le message a été diffusé via les médias traditionnels et les réseaux sociaux, la publicité extérieure, des animations lors de festivals, des promotions dans le commerce de détail, ainsi que des activités sur la route avec le soutien de la police routière. De plus, la brasserie Trebjesa a fait don de quatre alcootests à la Direction de la police. La campagne a également bénéficié du soutien d'influenceurs monténégrins pour créer le buzz sur les réseaux sociaux.

République d'Irlande

Nous sommes un bailleur de fonds de [Drinkaware Ireland](#). Cet organisme national de sensibilisation à l'alcool propose une gamme de programmes communautaires pour lutter contre la consommation nocive d'alcool, par le biais d'ateliers, de webinaires et d'événements publics. Il met l'accent sur la sensibilisation des parents et des lieux de travail à l'alcool.

Roumanie

Afin de sensibiliser à la consommation irresponsable d'alcool, Bergenbier S.A., via sa marque sans alcool, a lancé la campagne #LiveResponsibly, un projet visant à sensibiliser aux comportements nocifs. En collaboration avec un psychothérapeute roumain réputé, la campagne a abordé ouvertement les questions liées à l'addiction et à la santé mentale, en explorant comment identifier les tendances néfastes dans nos vies. Le projet a été mené dans l'espace numérique et a suscité un excellent engagement du public et des commentaires des employés.



Serbie

Depuis 18 ans, la Brasserie Apatin fait campagne pour une consommation responsable d'alcool. Chaque campagne est soutenue par l'Administration de la police routière du ministère de l'Intérieur et l'Agence serbe de sécurité routière. La campagne « Quand je conduis, je ne bois pas » est toujours présente lors des festivals de musique à travers le pays, tels que le Belgrade Beer Fest, la Drina Regatta et les Beer Days à Zrenjanin. Des panneaux d'affichage créatifs et les réseaux sociaux soutiennent également cette initiative. La Journée mondiale de la responsabilité en matière de bière a été officiellement célébrée par un événement avec la police routière d'Apatin, où la brasserie a fait don de 10 alcootests modernes afin de promouvoir la conduite sécuritaire et la responsabilité en matière d'alcool.

Royaume-Uni

Nous sommes l'un des bailleurs de fonds de [Drinkaware](#). En 2024, nous nous sommes associés à Drinkaware pour promouvoir leur outil numérique [Drinking Check](#) lors de la finale du T20 Blast au stade de cricket d'Edgbaston. Un camion Staropramen 0,0 % (bière sans alcool) s'est rendu à Edgbaston pour encourager les supporters à effectuer l'auto-évaluation gratuite en ligne et à recevoir des résultats personnalisés ainsi que des conseils pour réduire leur consommation d'alcool.



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

CRÉATION D'UNE COALITION MONDIALE POUR LES
NORMES

La Coalition mondiale pour les normes, dirigée par l'IARD, vise à créer un mouvement positif qui mène des initiatives à l'échelle mondiale pour contribuer à réduire la consommation nocive d'alcool et promouvoir la modération parmi ceux qui choisissent de boire. Les signataires de la coalition ont mis en place des politiques, des pratiques et des mesures proactives visant à :

- Prévenir davantage les ventes à des personnes mineures ou en état d'ébriété.
- Limiter le marketing et la publicité auprès des mineurs.
- Fournir des formations et des conseils permettant au personnel de refuser la vente, le service et la livraison d'alcool si nécessaire.
- Respecter les choix de ceux qui choisissent de ne pas consommer d'alcool.
- Rehausser les normes du secteur afin de réduire la consommation nocive d'alcool.

En 2024, un nouveau partenariat mondial a été conclu entre les plateformes numériques et les membres de l'IARD afin de renforcer la garantie de l'âge pour le marketing de l'alcool en ligne.

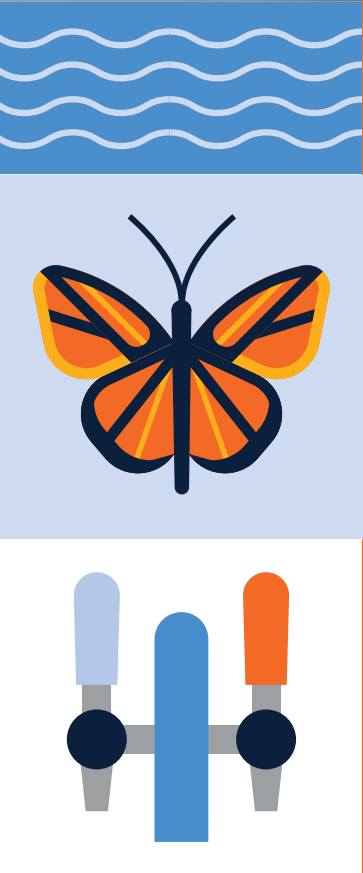
PROGRÈS VERS LA RÉALISATION DE NOS ENGAGEMENTS

Par l'intermédiaire de l'IARD, nous nous sommes engagés à ce que les produits contenant de l'alcool portent des symboles ou des mentions d'avertissement contre la consommation d'alcool pendant la grossesse et la conduite en état d'ébriété. Nous travaillons à l'intégration de ces symboles sur tous nos produits, y compris les extensions de marques à faible teneur en alcool et sans alcool. Cette mesure s'inscrit dans le prolongement d'engagements antérieurs visant à inclure des symboles ou des rappels écrits sur les restrictions d'âge afin d'envoyer un message clair sur le fait que les mineurs ne doivent pas consommer d'alcool.

En collaboration avec nos partenaires du secteur, nous avons mis en place des mesures de protection sur nos canaux de marketing en ligne visant à garantir que notre marketing s'adresse uniquement aux adultes qui peuvent légalement acheter nos produits. [Les résultats de l'audit 2024](#) indiquent que notre secteur a dépassé l'objectif de 2024, soit 95 % de publicités en ligne affichant ces garanties. L'évaluation indépendante a révélé un taux de conformité totale de 98,2 % pour des milliers de marques présentes sur les principales plateformes numériques.

Nous avons intégré des normes mondiales innovantes à l'échelle du secteur visant à améliorer la transparence et à empêcher le marketing d'influence d'atteindre les personnes n'ayant pas atteint l'âge légal d'achat.

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



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

EMEA et APAC

- Bergenbier sans alcool
- Mélanges de bière Borsodi 0,0
- Cobra Zero
- Cool 0,0
- Doom Bar Zero
- Fresh 0,0
- Friss 0,0
- Hydra
- Jelen Cool
- Kamentiza NA 0,0
- Madri 0,0
- Cidre fraise-citron vert et cidre de pomme
- Ožujsko Cool
- Staropramen Nealko

Amérique du Nord

- Blue Moon sans alcool
- Coors Edge
- Fever-Tree
- Golden Wing Barley Milk
- Naked Life
- Peroni 0,0 %
- Zoia



LE PORTEFEUILLE AMÉRICAIN
S'AGRANDIT AVEC L'AJOUT DE NAKED LIFE
ET DE FEVER-TREE

Naked Life offre aux consommateurs un choix accru en leur offrant le goût délicieux de leur boisson préférée, sans alcool. De même, la gamme de produits Fever-Tree propose des mélanges de bases traditionnelles pour la préparation de cocktails, de cocktails sans alcool ou à consommer seules.



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 vice-président chargé de la gestion des risques et des litiges et est aligné sur le cadre ERM du Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO).

Molson Coors divulgue certains risques commerciaux dans ses documents déposés auprès de la Securities & Exchange Commission (SEC) des États-Unis, qui comprennent des risques liés, entre autres, aux préoccupations concernant le changement climatique, la disponibilité d’une eau de qualité, les impacts des emballages et les risques liés aux personnes et à la culture. Consultez notre [formulaire 10-K 2024](#) et nos autres documents déposés auprès de la SEC pour une discussion sur certains risques auxquels notre entreprise est confrontée.

Code de conduite professionnelle de Molson Coors

Nous sommes guidés par notre [Code de conduite professionnell](#), un document d’entreprise disponible en 11 langues pour chacun des pays dans lesquels nous opérons. Le code est à la base de notre programme d’éthique et de conformité et informe les politiques, la formation, la communication, la surveillance et les procédures 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 pour nous assurer que les contributions politiques sont effectuées et déclarées en conformité avec les lois et réglementations fédérales, étatiques et locales. 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 sur [www.fec.gov](#) et fournissent un détail des recettes et des décaissements du Molson Coors PAC, y compris les contributions aux candidats, aux comités du parti et à d’autres organisations.



POLITIQUE DE CONTRIBUTION POLITIQUE

Cette [politique](#) décrit les politiques, les procédures et la philosophie de Molson Coors concernant les contributions et les 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 affirme que tout engagement politique, y compris les contributions, ne sera pas influencé par les préférences politiques d’un administrateur, d’un dirigeant ou d’un employé.



Notre approche de la fiscalité responsable

En 2024, nos activités mondiales ont généré une contribution fiscale totale de plus de 3,3 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.



PRINCIPES FISCAUX DE MOLSON COORS

Nous mettons en œuvre notre approche de la fiscalité en nous engageant fermement à respecter nos principes fiscaux, qui servent de guide à notre entreprise et à nos employés pour s’assurer que nous payons le montant correct d’impôts. Nous avons cinq principes fiscaux qui, sans coïncidence, suivent les cinq valeurs fondamentales de l’entreprise.



Donner la priorité aux gens : 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 sommes convaincus qu’il faut respecter les normes les plus strictes en matière de conformité aux règles et réglementations légales relatives à l’impôt et à l’information financière et payer en temps voulu le montant exact de l’impôt dans les juridictions où nous créons de la valeur et où nous générons des bénéfices imposables.



Apprendre tous les jours : 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.



Célébrer ensemble : Soutenir les système fiscal

Nous croyons en un dialogue constructif avec les gouvernements et les autorités fiscales du monde entier pour soutenir le développement de systèmes fiscaux justes, efficaces et efficients.

NOTRE EMPREINTE

Nos gens et notre planète

Cliquez pour voir



ANNEXE SUR LES DIVULGATIONS

TCFD
SASB
GRI
Pacte mondial des Nations Unies
Résumé de l'impact des ODD des Nations Unies

Cliquez pour voir



MOLSON COORS ANNEXE SUR LES DONNÉES (EXERCICE 2024)

Cliquez pour voir



2025 DÉCLARATION DES ÉMISSIONS DE GES (EXERCICE 2024)

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.com