



OUR IMPRINT.
 People & Planet

Table des matières

INTRODUCTION

À PROPOS DE CE RAPPORT	3
MESSAGE DU CHEF DE LA DIRECTION	4
À PROPOS DE MOLSON COORS BEVERAGE COMPANY	5
INCARNER NOS VALEURS	6
SOUTENIR LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE	7

8
NOTRE
STRATÉGIE
ACTUALISÉE

10
OBJECTIFS
NOTRE
EMPREINTE



12
NOTRE
EMPREINTE
HUMAINE

NOTRE PLANÈTE

16



17
EMPREINTE
EAU



22
EMPREINTE
CLIMATIQUE



26
EMPREINTE
EMBALLAGE

NOS ENGAGEMENTS FONDAMENTAUX

30

RESPONSABILITÉ EN MATIÈRE D'ALCOOL	31
PROMOUVOIR LA CONSOMMATION RESPONSABLE	31
SOUTENIR LES CHOIX ÉCLAIRÉS DES CONSOMMATEURS	32
PLAIDER EN FAVEUR DU PROGRÈS SOCIÉTAL	34
FACTEURS SOCIAUX	36
AIDER LES COLLECTIVITÉS PENDANT CETTE ANNÉE DIFFICILE	36
FAVORISER LE PERFECTIONNEMENT DE NOTRE PERSONNEL	38
MOTIVER NOS EMPLOYÉS	39
PROMOUVOIR LE BIEN-ÊTRE DES EMPLOYÉS	40
GARANTIR LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ SUR LE LIEU DE TRAVAIL	41
PRÉSERVER LES DROITS DE LA PERSONNE	41
MAINTENIR UNE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ÉTHIQUE	42
FACTEURS DE GOUVERNANCE	43

INDEX

47

À propos de ce rapport

Nous sommes heureux de vous présenter notre rapport sur les facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) de 2021. Ce rapport souligne les progrès que nous avons réalisés en 2020 par rapport aux facteurs ESG qui comptent le plus pour Molson Coors. Il démontre notre engagement à respecter les cadres internationaux tels que les normes de la Global Reporting Initiative (GRI). Nos efforts cadrent également avec le CEO Water Mandate (engagement des chefs de la direction en ce qui concerne

Ce rapport porte sur les activités directes de Molson Coors Beverage Company (ci-après « Molson Coors ») pour l'année 2020 dans ses deux grandes unités d'affaires : l'Amérique du Nord et l'Europe. Les données et les mesures qu'il contient concernent les activités et le rendement mondiaux réalisés au cours de l'exercice financier s'étendant du 1^{er} janvier au 31 décembre 2020. Sauf indication contraire, les objectifs pour 2025 dont il est question dans ce rapport sont fixés par rapport aux données de référence relatives au rendement de l'entreprise à l'échelle mondiale établies en 2016.

Chaque année, nous faisons état de nos progrès en matière de développement durable : tous nos rapports à ce sujet sont rédigés selon les normes GRI.

Le présent rapport tient également lieu de communication sur les progrès réalisés relativement à notre engagement à l'égard du Pacte mondial des Nations Unies et du CEO Water Mandate. Les index relatifs à la GRI, à la communication sur les progrès réalisés dans le cadre du Pacte mondial des Nations Unies et au Sustainable Accounting Standards Board (SASB), ainsi que le tableau associé au Groupe de travail sur la divulgation de l'information financière relative aux changements climatiques (GIFCC) se trouvent à la fin de ce rapport. Notre contribution aux ODD des Nations Unies est abordée dans notre [rapport sur l'incidence des ODD de 2021](#). Pour assurer leur conformité à la norme ISAE 3000, nos



La prochaine phase de l'initiative Notre empreinte

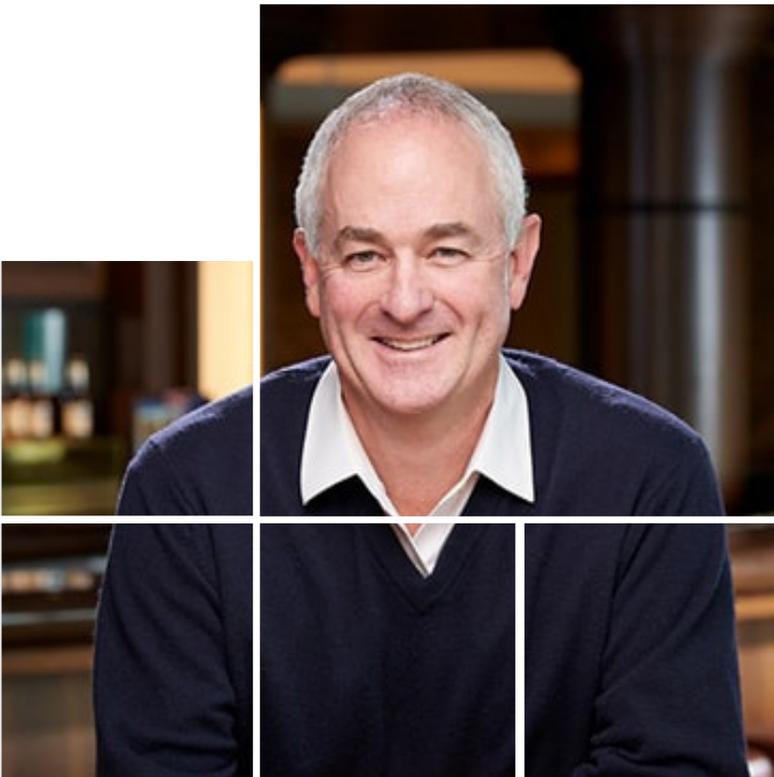
GAVIN HATTERSLEY, PRÉSIDENT ET CHEF DE LA DIRECTION

La dernière année a été extrêmement difficile pour nous tous. Les collectivités du monde entier font face aux conséquences du coronavirus, et le racisme systémique fait des ravages. Ces enjeux n'ont fait que renforcer notre engagement envers notre personnel et nos collectivités : nous accordons la priorité à la santé, à la sécurité et au bien-être de nos employés, et nous adaptons notre façon d'aider notre entourage lorsqu'il en a le plus besoin.

Plus que jamais, nous avons besoin d'une approche solide pour relever les défis sociaux et environnementaux auxquels le monde fait face. C'est ce qui nous a guidés en 2017 pour fixer des objectifs de développement durable ambitieux pour 2025, et c'est ce qui nous a inspirés pour donner un nouveau souffle à notre stratégie en 2020. Notre plan simplifié est divisé en deux catégories – les gens et la planète – pour lesquelles des objectifs en matière de représentation de la diversité, de promotion d'une culture inclusive, de réduction des émissions de carbone et de l'utilisation de l'eau ainsi que de transformation de nos emballages ont été établis. Nos trois engagements fondamentaux, soit la responsabilité en matière d'alcool, les facteurs sociaux

et les facteurs de gouvernance, garantissent le respect de normes d'éthique et de responsabilité dans le cadre de nos efforts pour atteindre nos objectifs.

Nous sommes fiers des progrès réalisés à ce jour.



“ JE TROUVE DES PLUS INSPIRANTES LA FAÇON DONT NOS EMPLOYÉS SE SONT SERRÉ LES COUDES AU COURS DE L'ANNÉE 2020 POUR S'ENTRAIDER, SOUTENIR NOS PARTENAIRES ET NOS COMMUNAUTÉS, ET JETER LES BASES D'UNE ENTREPRISE DURABLE, RESPONSABLE ET ”

À propos de Molson Coors Beverage Company

Nos 250 ans d'histoire signifient que nous avons passé des siècles à perfectionner nos techniques et à brasser des bières qui résistent à l'épreuve du temps. Lorsque nous sommes devenus Molson Coors Beverage Company en 2020, cela a marqué le début d'un nouveau chapitre pour notre organisation. Bien que notre histoire soit ancrée dans le houblon, nous nous efforçons d'élargir notre portefeuille en proposant des boissons allant des cocktails pétillants aux boissons énergisantes, afin de nous tailler une place dans tous les moments de la vie.



LÉGENDE

- Sièges sociaux régionaux
- Grandes brasseries



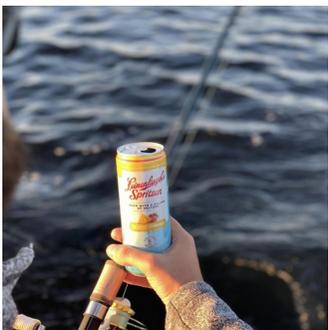
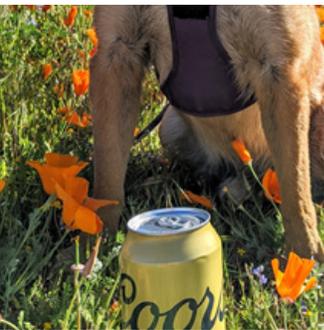
5^e
entreprise de bière en
importance au monde

+ de
17 000

~100
pays où nos produits
sont vendus

Incarner nos valeurs

Nous avons recentré nos valeurs pour qu'elles soient le moteur de la culture que nous voulons créer. Nos valeurs nous guident dans tout ce que nous faisons, des gestes que nous posons pour soutenir nos employés en cas de besoin à notre façon d'exercer nos activités en tant qu'entreprise citoyenne dans nos collectivités.



PRIVILÉGIER LES GENS

Nous embrassons et respectons les différences et estimons que la diversité et l'inclusion constituent la clé de la collaboration et d'une culture d'équipe gagnante.



ÊTRE AUDACIEUX ET DÉCISIF

Nous sommes des innovateurs. Nous n'avons pas



peur d'être francs, d'aller de l'avant et de remettre en question le statu quo.



PRENDRE LA RESPONSABILITÉ

Nous agissons avec intégrité et respectons nos engagements, tout en reconnaissant nos erreurs et en les percevant comme une occasion d'apprendre.



APPRENDRE TOUS LES JOURS

Nous cherchons toujours des moyens de nous améliorer et de nous entraider.

Soutenir les objectifs de développement durable

En 2015, deux ans avant le lancement de notre initiative Notre empreinte, les Nations Unies ont présenté 17 objectifs de développement durable (ODD) mondiaux conçus pour créer un monde meilleur pour les gens et l'environnement.

Nous avons harmonisé nos propres objectifs de développement durable aux neuf ODD des



Objectif 2



Objectif 3
Bonne santé



Objectif 5



Objectif 6
Eau propre et



Objectif 7
Énergie propre et



Objectif 8
Travail décent et



Objectif 12
Consommation et
production durables



Objectif 13



Objectif 17
Partenariats pour la



Pour en savoir plus sur la façon dont nous contribuons aux ODD des Nations Unies, consultez notre [rapport sur l'incidence des ODD de 2021](#)

Notre stratégie actualisée

ASSURER LA PARTICIPATION DE NOS INTERVENANTS CLÉS

Les enjeux ESG ont une incidence sur la façon dont nous exerçons nos activités. Ils influencent également l'impact que Molson Coors peut avoir sur la société et la planète. En maintenant le dialogue avec nos employés, consommateurs, investisseurs, fournisseurs et collectivités ainsi qu'avec les organismes gouvernementaux, nous pouvons avoir une meilleure idée des questions qui leur importent le plus et de ce qu'ils attendent de nous en tant qu'entreprise citoyenne. Notre stratégie favorisant la participation continue des divers intervenants soutient l'évolution de l'initiative Notre empreinte. Alors que nous progressons dans nos secteurs stratégiques clés et que



EMPLOYÉS

Notre culture visant à privilégier les gens place nos employés au centre de nos activités. La participation de nos employés, par le biais de sondages pendant le processus d'intégration et tout au long de leur carrière, nous donne un aperçu précieux de la façon dont nous pouvons développer notre culture d'entreprise afin de veiller à ce que nos employés se sentent soutenus et qu'ils s'épanouissent chez Molson Coors.



CONSUMMATEURS ET CLIENTS

Comprendre les tendances et les goûts changeants des consommateurs est essentiel à la réussite de l'entreprise. Nous entretenons un dialogue constant avec nos consommateurs par le biais d'études de marché et de recherches sur les consommateurs, et nous tenons compte des informations obtenues pour développer de nouveaux produits et continuer à créer des boissons savoureuses que les gens aiment. Nous interagissons également avec nos distributeurs et détaillants par l'entremise de comités et de discussions. Ces échanges nous donnent un aperçu des



INVESTISSEURS

Nous avons la responsabilité de communiquer nos progrès aux actionnaires de manière transparente afin qu'ils puissent évaluer avec précision la valeur de leur investissement. Nous transmettons les informations commerciales et financières les plus récentes à nos investisseurs au moyen de rapports trimestriels et annuels, de conférences téléphoniques sur les résultats, de réunions avec les actionnaires et de conférences avec les investisseurs, ainsi que par l'entremise d'une [page Web destinée aux investisseurs](#).



FOURNISSEURS

Le maintien de partenariats solides avec nos fournisseurs est fondamental à notre capacité de produire des boissons de haute qualité. Par exemple, les agronomes de Molson Coors travaillent directement avec les producteurs d'orge et leur rendent régulièrement visite pour développer des programmes d'approvisionnement mutuellement avantageux qui augmentent à la fois la durabilité et la productivité des cultures. De plus, notre équipe chargée des emballages collabore avec nos principaux fournisseurs



COLLECTIVITÉS

Nous sommes présents partout dans le monde et nous souhaitons être de bons voisins dans les collectivités où nous exerçons nos activités. Nous avons des ambassadeurs aux affaires communautaires locaux dans chacun de nos marchés clés afin d'entretenir des relations avec les principaux intervenants et organismes à but non lucratif locaux. Notre engagement continu nous aide à déterminer comment nous pouvons offrir un soutien optimal à nos collectivités locales et améliorer la situation des personnes



ORGANISMES GOUVERNEMENTAUX

Le respect des réglementations locales, nationales et internationales est inhérent à notre droit d'exercer nos activités. En établissant des liens avec les organismes gouvernementaux et les organismes de réglementation, nous sommes toujours au fait des nouvelles politiques. Parallèlement, ce dialogue nous permet de faire part de nos points de vue aux décideurs et nous donne l'occasion d'influencer l'orientation des

NOS SECTEURS D'INTERVENTION ACTUALISÉS

Nous voulons mettre à profit nos capacités afin d'avoir la plus grande incidence positive possible. Alors que nous poursuivons la mise en œuvre de notre plan de revitalisation, nous rationalisons nos ressources et nos efforts pour les concentrer sur les



NOTRE EMPREINTE HUMAINE

Les gens sont au cœur de Molson Coors. Nous nous efforçons de créer une culture dans laquelle tous se sentent à l'aise de faire part de leurs diverses perspectives et expériences. En tant qu'entreprise mondiale, nous avons également la responsabilité de former une main-d'œuvre à l'image de nos collectivités locales. Nous pensons que cela fait de nous un meilleur employeur et partenaire, et une entreprise de choix pour nos consommateurs et nos clients. C'est d'ailleurs pour cette raison que nous



NOTRE EMPREINTE EAU

Nous utilisons de l'eau à chaque étape du processus de brassage, de l'approvisionnement agricole à l'embouteillage. Nous nous devons de mener les efforts du secteur en matière de gestion responsable de l'eau, notamment en réduisant la consommation d'eau dans nos installations et en établissant des partenariats pour protéger les sources d'eau dans nos communautés brassicoles et agricoles touchées par un stress hydrique. Nous travaillons également en étroite collaboration avec les producteurs



NOTRE EMPREINTE CLIMATIQUE

Les changements climatiques constituent l'un des défis mondiaux les plus pressants de notre époque et nous pensons que notre secteur d'activité a un rôle crucial à jouer dans l'atténuation des répercussions qui y sont associées. Chez Molson Coors, nous comprenons que nous devons fournir notre part d'efforts en décarbonant nos processus et en bâtissant une entreprise résiliente et réactive à long terme.



NOTRE EMPREINTE EMBALLAGE

À l'échelle mondiale, les ressources naturelles s'épuisent plus rapidement que jamais. Pour éviter que davantage de matières ne se retrouvent dans les sites d'enfouissement et pour favoriser l'économie circulaire, nous élaborons des solutions de plus en plus innovantes ayant une empreinte écologique réduite. En ce sens, nous gardons le concept de circularité à l'esprit lorsque nous concevons des produits, et nous unissons nos forces pour préconiser les solutions de recyclage les plus efficaces.



Objectifs Notre empreinte

Nous nous engageons à exercer nos activités de façon responsable en y intégrant systématiquement les facteurs ESG. En 2017, nous avons établi d'ambitieux objectifs de développement durable qui s'appuient sur une évaluation des principaux enjeux en la matière, et nous visons leur atteinte d'ici 2025. En 2020, nous avons consolidé ces objectifs en nous concentrant sur les secteurs pour lesquels nous pensons que notre contribution sera la plus importante. Nous avons également ajouté un nouvel objectif en lien avec nos gens : accroître la représentation de la diversité au sein de notre entreprise d'ici 2023, comme indiqué ci-dessous. Aujourd'hui, nous allons encore plus loin en cernant les deux grandes catégories qui ont le potentiel d'incidence positive le plus élevé : nos gens et notre planète.



Pour orienter nos efforts et nos progrès, nous misons sur quatre secteurs d'intervention privilégiés pour lesquels nous avons établi des objectifs précis^{1,2}.

Secteur d'intervention	Objectifs ESG	Nos progrès à ce jour
 <p>DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET</p> <p>Nos gens</p>	<p>Intégrer la DÉI dans tout ce que nous faisons – de la façon dont nous travaillons ensemble à la façon dont nous orientons la croissance de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> Augmenter de 25 % la représentation des personnes de couleur aux États-Unis d'ici 2023* Réaliser des investissements de plus de 1 G\$ US auprès de fournisseurs représentant la diversité en Amérique du Nord d'ici 2023 	<ul style="list-style-type: none"> Les personnes de couleur représentent 26,3 % de notre main-d'œuvre aux États-Unis. Les femmes représentent 24,6 % de notre effectif nord-américain. Nous avons réalisé 4,9 % de nos dépenses contrôlables auprès de fournisseurs représentant la diversité en Amérique du Nord.
 <p>Notre planète</p>	<p>Protéger les précieuses ressources d'eau en réduisant et en optimisant notre consommation</p> <ul style="list-style-type: none"> Réduire de 22 % notre ratio eau-bière lors de la fabrication de nos produits Améliorer la disponibilité de l'eau dans les bassins versants de nos brasseries touchés par un stress hydrique en y restaurant 	<ul style="list-style-type: none"> Nous avons réduit de 9,78 % la consommation d'eau dans nos brasseries. Nous avons restauré plus de 9,8 milliards de litres d'eau dans les bassins versants.
 <p>Notre planète</p>	<p>Réduire notre empreinte carbone à chaque étape de la chaîne de valeur</p> <ul style="list-style-type: none"> Réduire de 50 % les émissions de carbone dans nos activités directes 	<ul style="list-style-type: none"> Nous avons réduit nos émissions de carbone de : <ul style="list-style-type: none"> – 24,1 % dans nos activités
 <p>EMBALLAGE</p> <p>Notre planète</p>	<p>Réduire la quantité d'emballages et innover pour favoriser l'économie circulaire</p> <ul style="list-style-type: none"> Veiller à ce que nos emballages soient 100 % réutilisables, recyclables et compostables, et que les emballages plastiques destinés aux consommateurs soient composés d'au moins 30 % de matières recyclées 	<ul style="list-style-type: none"> Environ 99,3 % de nos emballages sont réutilisables, recyclables et compostables. Nous avons 17 installations qui n'envoient aucun déchet à l'enfouissement.

* Nous appliquerons cet objectif dans les régions où les données sur le marché indiquent des possibilités d'amélioration. Dans tous les cas, nous embaucherons les candidats les plus qualifiés ou leur offrirons des promotions afin d'assurer leur réussite.

1 L'objectif relatif à nos gens est fixé par rapport à la référence établie en 2020.

2 Les progrès réalisés pour nos objectifs relatifs à l'eau, au climat et à l'emballage sont fixés par rapport à la référence établie en 2016.

NOS GENS

Nos employés sont le moteur de notre entreprise et nous reconnaissons que notre succès repose sur leurs efforts. C'est pourquoi nous nous engageons à leur accorder la priorité, à créer une culture dans laquelle ils peuvent s'épanouir pleinement au travail et à les aider à atteindre leur plein potentiel.

En outre, notre chaîne de valeur est animée par des gens aux expériences et aux perspectives variées. Nous voulons contribuer à l'édification d'une société équitable offrant des occasions pour tous : des producteurs qui cultivent les ingrédients de nos boissons aux consommateurs qui les dégustent, en passant par les communautés qui sont les piliers de nos vies personnelles et professionnelles.



Notre empreinte humaine

La diversité de pensée est essentielle pour bâtir une entreprise adaptée à l'avenir. Notre personnel et notre chaîne de valeur élargie doivent refléter la variété des collectivités où nous exerçons nos activités ainsi que des consommateurs qui



Nos actions en

En 2020, nous nous sommes engagés à atteindre de nouveaux

Nous avons établi notre référence pour 2020 : les personnes de couleur représentent 26,3 % de notre effectif aux États-Unis et les femmes

Nous avons réalisé 4,9 % de nos dépenses contrôlables auprès de fournisseurs représentant la



PRÔNER LA DÉI AU SEIN DE MOLSON COORS ET AILLEURS

Nous pensons que la DÉI doit être profondément intégrée à notre culture et à notre mode de fonctionnement, de la façon dont nous travaillons ensemble jusqu'à la façon dont nous orientons notre croissance.

En 2020, nous avons créé la feuille de route en matière de DÉI pour 2021-2023 pour notre unité d'affaires nord-américaine en nous fondant sur une évaluation de notre culture d'entreprise, de nos programmes et de nos processus de gestion des talents existants. Plus de 5000 employés, 20 cadres supérieurs de Molson Coors et 21 groupes de discussion nous ont aidés à déterminer nos points forts et nos possibilités d'amélioration.

Grâce à cette évaluation, nous avons défini une série d'engagements sur lesquels nous pourrions axer nos efforts d'ici 2023. Ceux-ci nous aideront à célébrer et à soutenir la DÉI dans :

- nos milieux de travail;
- notre chaîne d'approvisionnement;
- nos collectivités.

ÉTUDE DE CAS

MOIS DE L'HISTOIRE DES FEMMES 2021

L'un de nos GRE nord-américains, Building Relationships & Empowering Women (BREW, bâtir des relations et valoriser les femmes), qui est ouvert à tous nos employés en Amérique du Nord, a pour but de soutenir le développement des femmes au sein de notre personnel. Nous sommes fiers d'être une entreprise prônant la diversité, et les réseaux tels que BREW sont essentiels à la valorisation des femmes et à la promotion de l'avancement de leur carrière.

En mars 2021, BREW a célébré le mois de l'histoire des femmes sous le thème #ChooseToChallenge (choisir de lutter) avec une série d'événements organisés tout au long du mois. Le groupe a abordé une foule de sujets importants, dont la manière de surmonter son critique intérieur et d'élever son estime de soi, la remise en question de ses perceptions initiales vis-à-vis des autres et la manière de trouver de nouvelles façons de soutenir des collègues représentant la diversité.

Dans notre unité d'affaires européenne, nous avons souligné la Journée internationale des femmes 2021 en tenant la première réunion du Women Network Group (réseau des femmes). Plus de 300 membres du personnel se sont réunis pour écouter les discussions, y participer et parler de leurs réussites. Cette réunion inaugurale a marqué le début de ce qui, nous l'espérons, se traduira par des séances régulières pour aider les femmes à tisser des liens significatifs, à faire entendre leur voix et à être mieux reconnues par les dirigeants.

Pour 2023, nous visons à accroître la représentation des femmes



* Nous appliquerons cet objectif dans les régions où les données sur le marché indiquent des possibilités d'amélioration. Dans tous les cas, nous embaucherons les candidats les plus qualifiés ou



Notre engagement pour 2023

Nous souhaitons réaliser des investissements de plus de 1 G\$ US auprès de fournisseurs représentant la diversité en Amérique du Nord.

Nous croyons que la création d'une chaîne d'approvisionnement diversifiée est aussi importante que le développement d'une main-d'œuvre inclusive. Par conséquent, nous nous engageons activement auprès d'entreprises dont les propriétaires sont des femmes ou des personnes issues de minorités pour élargir notre base de fournisseurs.

Le montant total de nos dépenses auprès des petites entreprises appartenant à des femmes ou à des personnes issues de minorités est officiellement intégré à nos feuilles de route sur l'approvisionnement trimestrielles, sous la supervision de la direction. En 2020, nous avons dépensé plus de 238,89 M\$ US auprès de fournisseurs représentant la diversité, et depuis 2016, nous avons dépensé au total plus de 1,9 G\$ US.

Nous continuerons à étendre notre programme de diversité des fournisseurs en dehors des États-Unis. Dans quelques années, nous prévoyons d'y englober le Canada et le Royaume-Uni. Nous souhaitons augmenter nos dépenses auprès de fournisseurs représentant la diversité au cours des trois prochaines années, afin d'atteindre 1 G\$ US dépensés en Amérique du Nord entre 2021 et 2023.



ÉTUDE DE CAS

FAIRE ÉQUIPE AVEC LES SPARKS DE LOS ANGELES DANS UN PARTENARIAT INÉDIT

Molson Coors a annoncé un partenariat inédit avec les Sparks de Los Angeles, une équipe de la Women's National Basketball Association (WNBA), dans le cadre d'un accord global sur les boissons prenant effet en 2021. Ce parrainage, le premier du genre avec une équipe sportive féminine professionnelle, permettra à Molson Coors de servir ses produits au STAPLES Center, le stade de l'équipe lorsqu'elle joue à domicile. Molson Coors intégrera également l'image de marque des Sparks dans sa campagne de marketing dans les magasins de vente au détail en Californie du Sud.

Ce partenariat représente une occasion intéressante pour l'entreprise de présenter sa gamme de produits à un nouveau marché de jeunes passionnées de sport ayant l'âge légal de consommer de l'alcool, en plus d'accroître la visibilité des équipes sportives féminines professionnelles. Un bel exemple pour le secteur!

Nous sommes fiers de travailler avec un vaste éventail de partenaires et de collaborer sur des projets mutuellement avantageux. Cet accord avec les Sparks de Los Angeles marque la prochaine étape de notre démarche visant à promouvoir et à faire respecter la DÉI dans l'ensemble de notre chaîne de valeur.

« Nous sommes ravis que Molson Coors s'engage à investir dans une équipe sportive féminine professionnelle. Le fait que l'une des plus grandes marques au monde reconnaisse l'influence des Sparks de Los Angeles et de la WNBA, et souhaite s'associer à notre organisation pour faire évoluer le parrainage sportif, en dit long. »

DANS NOS COLLECTIVITÉS

Exerçant nos activités partout dans le monde, nous vivons et travaillons dans une multitude de collectivités diversifiées. Dans une optique de bon voisinage, nous souhaitons offrir du soutien aux personnes qui nous entourent pour améliorer leur situation.

Notre objectif n'est pas seulement de célébrer la diversité des opinions et des expériences de nos employés, c'est aussi de nous engager à l'extérieur de l'entreprise et d'investir dans la riche diversité des collectivités où nous exerçons nos activités. Nous sommes déterminés à travailler ensemble pour un avenir meilleur et plus inclusif.



ÉTUDE DE CAS

PROMOUVOIR L'INCLUSIVITÉ DANS LE SECTEUR DE LA BIÈRE ARTISANALE

Aujourd'hui, plus de 7500 brasseries artisanales sont en activité aux États-Unis et emploient plus de 161 000 personnes. Cependant, si la bière artisanale est un secteur en plein essor, elle affiche un retard en ce qui concerne la diversité : les Afro-Américains et les personnes noires ne représentant que 1 % des propriétaires de brasseries artisanales et moins de 1 % des brasseurs.

Voyant une occasion de combler cette lacune, le président de Terrapin Beer Company, Dustin Watts, et ses collègues ont contacté la Middle Tennessee State University afin de proposer une bourse pour les étudiants sous-représentés dans le programme de sciences de la fermentation. Des programmes similaires ont également été mis en place par Tenth and Blake – notre division de bière artisanale – par le biais de partenariats entre Hop Valley et l'Université d'État de l'Oregon, ainsi qu'entre AC Golden et l'Université d'État du Colorado.

Grâce au fonds de bourses d'études Tenth and Blake Brewing Education Scholarship Fund, les étudiants issus de minorités peuvent faire une demande pour obtenir une bourse d'une valeur maximale de 10 000 \$ US pouvant être utilisée pour financer des études en sciences brassicoles et de la fermentation. Les boursiers se verront également offrir un partenariat rémunéré à temps plein dans une brasserie locale Tenth and Blake pendant leurs deux dernières années d'études.

Les études supérieures ouvrent certainement des portes, et nous aidons

ÉTUDE DE CAS

BÂTIR UNE SOCIÉTÉ ÉQUITABLE ET JUSTE POUR TOUS

En 2020, nous avons lancé « Project Justice » (projet Justice), une initiative visant à faire don de 1,5 M\$ US à des organismes à but non lucratif œuvrant dans la promotion de l'équité, de l'autonomisation, de la justice et du développement communautaire pour la communauté afro-américaine et noire.

Les fonds ont été répartis entre 26 organismes locaux et nationaux, en consultation avec nos GRE. Ils servent à mettre en place des subventions aux petites entreprises, des projets de revitalisation communautaire et des bourses d'études pour les étudiants issus de la diversité, ainsi qu'à soutenir les entrepreneurs et à informer les gens sur l'histoire de la justice raciale.

Parmi les partenariats dont nous sommes très fiers se trouve celui que nous entretenons avec l'African American Chamber of Commerce of Wisconsin (AACCW), chambre de commerce afro-américaine du Wisconsin. Grâce à un investissement de Molson Coors, l'AACCW a annoncé au début de 2021 l'ouverture de son centre d'héritage, Legacy Center. Niché au cœur du quartier de Bronzeville, à Milwaukee, le centre servira d'espace de travail collectif, offrant aux entrepreneurs locaux un espace abordable où s'associer à des fins d'innovation et de développement durable.

Au vu des résultats obtenus au cours de la première année de notre partenariat avec ces organismes, nous nous engageons à verser 1,5 M\$ US également en 2021. Grâce à ces contributions, nous faisons partie de la solution pour parvenir à l'égalité raciale et bâtir une société juste pour tous.

NOTRE PLANÈTE

Notre réussite en tant qu'entreprise est étroitement liée à la santé de notre planète. Nous voulons laisser un héritage positif et nous savons que, pour ce faire, nous devons placer la protection de l'environnement au cœur de notre stratégie. La gestion des risques climatiques et la détermination des possibilités de réduire notre impact sur l'environnement (p. ex., en améliorant l'efficacité de l'utilisation de l'eau et en innovant en matière d'emballages durables) sont des facteurs déterminants de notre

réussite en tant qu'entreprise, aujourd'hui et à l'avenir.

Nous nous mettons au défi d'être des utilisateurs efficaces des ressources dans nos propres activités, mais nos efforts ne se limitent pas à Molson Coors. En travaillant de concert avec nos fournisseurs et nos partenaires, nous réduisons notre empreinte collective afin de laisser, ensemble, une empreinte positive sur notre planète et notre société.



Empreinte eau

L'eau est nécessaire à presque toutes les étapes de nos activités, de l'arrosage des champs de culture à la pasteurisation des bouteilles. Nous nous efforçons d'utiliser cette ressource aussi efficacement que possible, en particulier dans les bassins versants les plus touchés par le stress hydrique, où la rareté de l'eau et son accès limité sont exacerbés par les effets des changements climatiques. À l'horizon 2025 et par la suite, nous continuerons à mener des efforts pour prendre la responsabilité de cette ressource précieuse et la protéger, tant dans nos activités directes que dans l'ensemble de notre chaîne de valeur.

NOTRE APPROCHE

En tant que l'une des plus grandes brasseries au monde, nous pensons que nous devons laisser une empreinte positive sur les ressources d'eau douce du monde entier. Nous avons une longue histoire de gestion responsable de l'eau et nous nous efforçons de faire partie de la solution mondiale en réduisant notre consommation d'eau à la fois dans nos activités directes et tout le long de la chaîne d'approvisionnement.

Notre stratégie s'appuie sur un réseau mondial d'experts qui partagent leurs connaissances sur les méthodes efficaces de gestion de l'eau. Nous exploitons certaines de nos brasseries les plus économes en eau dans notre unité d'affaires nord-américaine, et les équipes de ces installations transmettent



Nos actions en

Nous avons restauré environ 2 milliards de litres d'eau dans nos bassins versants à haut risque en Californie, au Colorado et au Texas, pour un total de plus de 9,8 milliards de litres

Nous avons réduit notre ratio eau-bière de 9,78 % depuis 2016, pour un ratio actuel de 3,23 hl/hl, ce qui équivaut à 16 milliards de litres d'eau économisés.

Nos normes de durabilité sont respectées par 99,9 % de nos producteurs d'orge et 36,8 % de

Nous avons amélioré de 10,9 % l'efficacité de l'utilisation de l'eau à l'échelle de notre chaîne



GESTION RESPONSABLE DE L'EAU DANS NOS ACTIVITÉS DIRECTES

NOTRE OBJECTIF

Notre rendement est mesuré par le niveau d'eau utilisé par unité de bière produite. Notre objectif pour 2025 est d'améliorer de 22 % l'efficacité de l'utilisation de l'eau dans nos grandes brasseries pour atteindre un ratio eau-bière de 2,8 hl/hl.

NOTRE STRATÉGIE

Nous cherchons à économiser l'eau en formant notre personnel et en améliorant nos processus. Nous avons mis en œuvre notre programme de chaîne d'approvisionnement de classe mondiale (CACM) dans toutes nos grandes brasseries, ce qui permet à notre personnel de mieux suivre le rendement, d'apporter des améliorations et, ainsi, d'améliorer l'efficacité opérationnelle.

En complément à la CACM, les membres de notre équipe interfonctionnelle et interbrasseries FEWER (réduction du carburant, de l'énergie, de l'eau et des émissions) se réunissent régulièrement pour cerner les secteurs dans lesquels il est possible d'améliorer la gestion de l'eau et examiner les lacunes en matière de rendement. Soutenus par l'équipe de direction de la chaîne d'approvisionnement, les membres de l'équipe FEWER jouent un rôle important dans la diffusion des pratiques exemplaires et des nouvelles pratiques au sein du réseau de Molson Coors. Ils agissent également en tant que défenseurs du développement durable, en aidant les employés à prendre des décisions plus éclairées sur l'utilisation efficace de l'eau et en encourageant chaque membre de la brasserie à économiser cette ressource dans ses activités quotidiennes.

Nous investissons également de manière stratégique dans le développement de systèmes plus efficaces, tels que des systèmes de réutilisation tertiaire de l'eau, afin de réduire la consommation d'eau dans bon nombre de nos brasseries aux États-Unis. Par exemple, dans notre brasserie de Fort Worth,

au Texas, nous nous penchons sur les façons de préserver les réserves d'eau potable et d'accroître la circularité en récupérant et en réutilisant l'eau dans nos processus de brassage.

Ratio eau-bière des grandes brasseries³ en hl/hl

(hectolitres d'eau utilisés par hectolitre de bière produit)

NOS PROGRÈS

En 2020, grâce aux efforts déployés dans l'ensemble de nos activités, nous avons réduit notre consommation d'eau globale de 3 % pour atteindre un ratio eau-bière de 3,23 hl/hl, comparativement à 3,41 hl/hl l'année précédente. Ces progrès ont été réalisés grâce au développement de plusieurs processus et fonctionnalités, dont les suivants :

- Milwaukee (Wisconsin) : nous avons réduit notre consommation d'eau de 8,2 % grâce à l'optimisation des processus de nettoyage en place, notamment en améliorant la conception des tuyaux pour faciliter le nettoyage et en réduisant l'utilisation de détergents pour faciliter le rinçage;
- Fort Worth (Texas) : nous avons optimisé le processus de pasteurisation afin d'utiliser plus efficacement l'eau et l'énergie sans compromettre le rendement de la chaîne d'emballage. En mode d'équilibre énergétique, la machine demeure pleine de contenants, ce qui permet aux produits froids de refroidir les produits chauds et élimine le besoin d'un apport énergétique supplémentaire;
- Bocs, Hongrie : nous avons vu notre efficacité d'utilisation de l'eau s'améliorer de 8 % en 2020, malgré une baisse de 15 % du volume de production de la brasserie de Borsodi. Nous nous sommes aussi concentrés sur l'amélioration des processus de gestion des employés, par exemple en organisant des réunions hebdomadaires pour aborder la question de la consommation des ressources et en assurant un suivi rigoureux des mesures à prendre. En outre, nous avons procédé à plusieurs améliorations progressives des immobilisations de la brasserie, comme l'installation d'un pasteurisateur à plaques pour bouteilles en verre et d'une ligne de canettes. Enfin, un outil de suivi des mesures plus précis a été installé pour mieux comprendre les pertes d'eau et mieux gérer la consommation.



3 Grandes brasseries : Albany, Fort Worth, Golden, Milwaukee, Shenandoah, Trenton, Moncton, St. John's, Montréal, Toronto, Apatin, Bocs, Burton, Haskovo, Ostravar, Ploiesti, Smichov, Tadcaster,

GESTION RESPONSABLE DE L'EAU DANS LES BASSINS VERSANTS DE NOS BRASSERIES

NOTRE OBJECTIF

Nous ne pourrions atteindre et maintenir un approvisionnement en eau mondial durable seuls. C'est pourquoi d'ici 2025, nous souhaitons mettre en place des programmes avec des partenaires locaux pour protéger les bassins versants touchés par un stress hydrique et restaurer plus de 13 milliards de litres d'eau dans les collectivités où se trouvent nos brasseries. Les bassins versants touchés par un stress hydrique sont ceux qui connaissent des difficultés d'approvisionnement en eau.

NOTRE STRATÉGIE

Nous effectuons des évaluations annuelles des risques associés aux bassins versants dans nos principales brasseries afin de concentrer nos interventions dans les zones prioritaires. Chaque année, nous mettons à jour notre processus d'évaluation pour tenir compte des renseignements tirés de l'outil Aqueduct Water Risk Atlas du World Resources Institute (WRI) et de l'outil Water Risk Filter du Fonds mondial pour la nature (WWF). L'intégration de

ces données nous permet d'évaluer plus précisément les enjeux actuels en matière d'eau, ainsi que les scénarios qui pourraient être élaborés en fonction de variables environnementales et socioéconomiques.

La résolution des problèmes liés aux bassins versants est un effort collectif, et nous collaborons avec les organismes gouvernementaux, les organismes à but non lucratif, nos partenaires du secteur et d'autres intervenants locaux afin de nous attaquer à ces enjeux importants. Grâce à ces partenariats, nous sommes en mesure d'élaborer des plans d'action qui reflètent les points de vue des secteurs public et privé, et de proposer une approche complète pour relever les défis propres à chaque bassin versant.

Pour minimiser davantage notre impact, nous participons à des projets de collaboration et à des discussions sur la conservation de l'eau, comme le CEO Water Mandate et la Beverage Industry Environmental Roundtable (BIER, table de ronde sur l'environnement de l'industrie des boissons). Grâce à ces dialogues entre professionnels du secteur, nous pouvons déterminer les risques et les tendances avant la mise en place de nouvelles exigences en matière de réglementation et de conformité; échanger nos pratiques exemplaires; et travailler ensemble pour contribuer à assurer la sécurité et la durabilité des sources d'eau partagées.

NOS PROGRÈS

Nous avons actualisé notre évaluation des risques associés aux bassins versants pour nous concentrer sur les trois bassins les plus vulnérables au stress hydrique, soit ceux de Fort Worth, au Texas, de Golden, au Colorado, et de Ploiesti, en Roumanie. Nous travaillons actuellement à l'établissement

ÉTUDE DE CAS

TEXAS WATER ACTION COLLABORATIVE : UN PARTENARIAT POUR LA PROTECTION DE L'EAU

Le bassin du fleuve Trinity, au Texas, est une source vitale pour environ 13,5 millions de personnes, ainsi que la principale source d'eau pour notre brasserie de Fort Worth. Cependant, avec l'augmentation constante de la population, cette importante source d'eau est soumise à un stress hydrique croissant. Il y a près de dix ans, Molson Coors s'est associée au Tarrant Regional Water District (district régional des eaux de Tarrant) et au Natural Resources Conservation Service (NRCS, service de la conservation des ressources naturelles) pour entamer ce qui allait devenir un engagement à long terme pour la protection du bassin versant du fleuve Trinity.

Depuis 2012, Molson Coors et le NRCS ont versé près de 9 M\$ US en aide financière collective aux agriculteurs et éleveurs du Texas pour améliorer l'approvisionnement en eau. Grâce à ce partenariat, nous avons restauré plus de 30 milliards de litres d'eau dans le bassin versant.

Le 22 mars, Journée mondiale de l'eau, nous avons renforcé notre engagement à protéger le cours supérieur du fleuve Trinity en lançant le groupe collaboratif Texas Water Action Collaborative (TxWAC). Le TxWAC a un objectif clair : déployer des efforts le long du cours supérieur du fleuve Trinity qui auront des effets positifs sur la qualité de l'eau et la quantité disponible. En tant qu'entreprise partenaire, nous nous inspirerons du travail effectué précédemment avec le NRCS pour orienter les futures



PROCHAINES ÉTAPES

Notre objectif est de restaurer 13 milliards de litres d'eau d'ici 2025. Pour ce faire, nous prévoyons de poursuivre notre partenariat avec les collectivités qui entourent nos brasseries. Nous travaillons actuellement à l'établissement de plans de gestion et d'atténuation pour chacun des bassins de nos brasseries touchés par un stress hydrique, et nous misons sur la résilience climatique pour prévenir les problèmes liés à l'eau qui pourraient survenir dans le futur. Grâce à nos efforts, nous espérons améliorer de façon mesurable la quantité, la qualité et la disponibilité de l'eau. Par ces efforts de gestion responsable de l'eau, nous visons également à protéger la biodiversité locale, à accroître la résilience climatique et à appuyer les collectivités locales sur les plans social et économique.

GESTION RESPONSABLE DE L'EAU DANS NOTRE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

NOTRE OBJECTIF

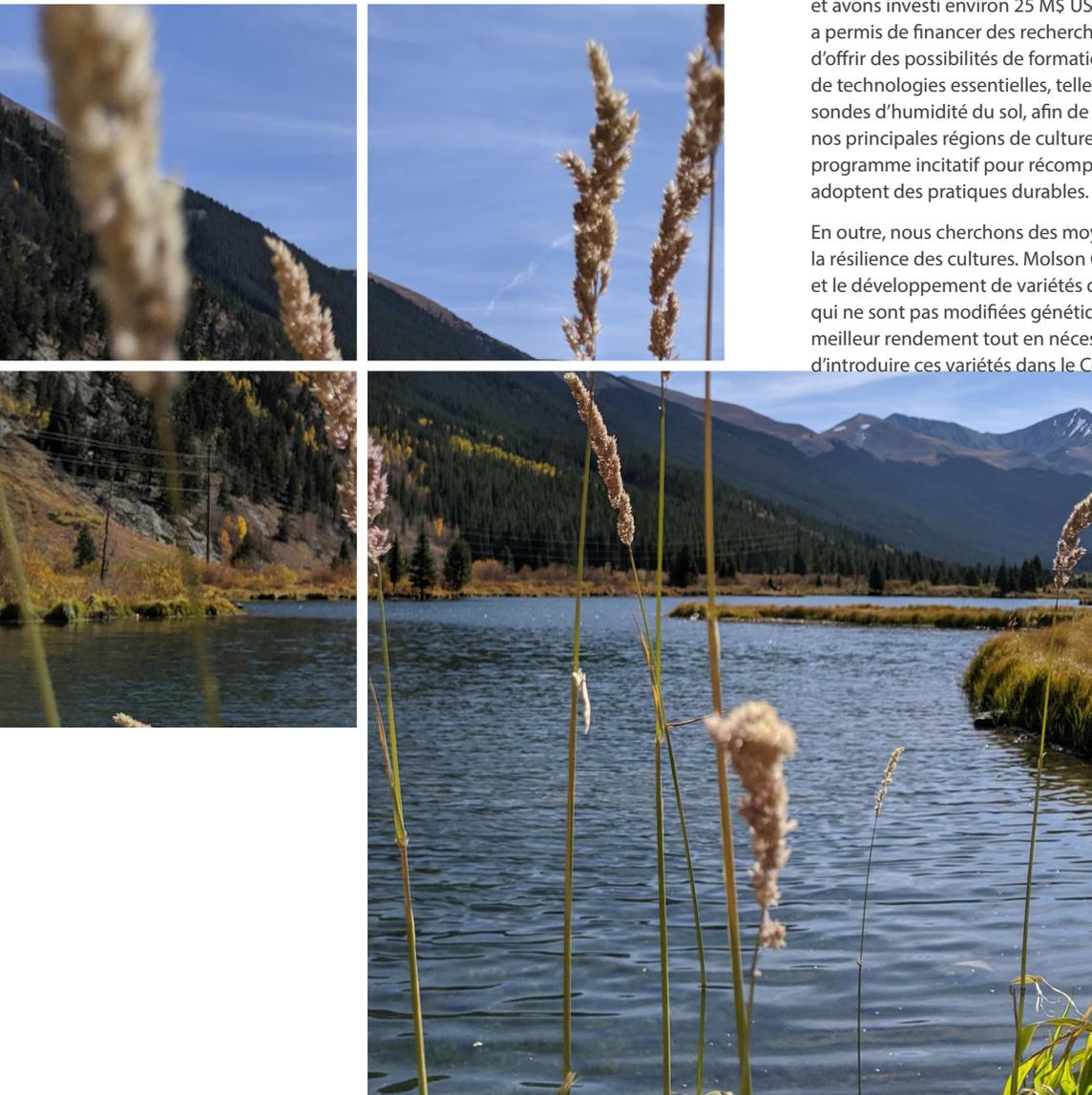
Nous visons une amélioration de 10 % de l'efficacité de l'utilisation de l'eau dans notre chaîne d'approvisionnement agricole. Dans les principaux marchés, nous cherchons également à acheter 100 % de notre orge et de notre houblon auprès de fournisseurs qui cultivent, produisent et livrent des ingrédients dans le respect de nos normes de durabilité.

NOTRE STRATÉGIE

Nous comprenons que la volatilité des conditions météorologiques, exacerbée par les effets des changements climatiques, peut menacer les récoltes futures dans de nombreuses régions d'approvisionnement et avoir des répercussions sur notre succès et notre viabilité en tant qu'entreprise. Aujourd'hui, des zones couvrant 52 % de notre chaîne d'approvisionnement agricole sont touchées par un stress hydrique ou une pénurie d'eau, selon l'Aqueduct Water Risk Atlas du WRI. Pour cette raison, nous voulons travailler avec les agriculteurs afin de renforcer la résilience en intégrant la préservation et la durabilité de l'eau dans leurs pratiques.

Nous voulons aider les producteurs indépendants à protéger leurs cultures et avons investi environ 25 M\$ US à cette fin depuis 2008. Cet investissement a permis de financer des recherches sur les dernières techniques agricoles, d'offrir des possibilités de formation aux producteurs et de financer l'achat de technologies essentielles, telles que des stations météorologiques et des sondes d'humidité du sol, afin de mieux déterminer les besoins en eau dans nos principales régions de culture. Nous avons également mis en place un programme incitatif pour récompenser les producteurs d'orge américains qui adoptent des pratiques durables.

En outre, nous cherchons des moyens d'améliorer l'utilisation de l'eau grâce à la résilience des cultures. Molson Coors continue d'investir dans la recherche et le développement de variétés d'orge afin d'en introduire de nouvelles qui ne sont pas modifiées génétiquement (sans OGM) et qui offrent un meilleur rendement tout en nécessitant moins d'eau. Nous avons l'intention d'introduire ces variétés dans le Colorado et l'Idaho au cours des prochaines



NOS PROGRÈS

À ce jour, 99,9 % des producteurs d'orge et 36,8 % des producteurs de houblon reconnaissent officiellement nos normes de durabilité. Pour inciter les producteurs à respecter ces normes, nous avons jusqu'à présent versé environ 4 M\$ US à ceux qui adoptent des pratiques responsables.

En 2020, nous avons introduit une nouvelle variété d'orge de Moravie à Monte Vista, au Colorado. Développée en vue d'augmenter l'efficacité de l'utilisation de l'eau, cette variété est vraisemblablement la première nouvelle orge de brasserie introduite dans ce bassin versant touché par un stress hydrique depuis plus de 15 ans. Dans le cadre de notre programme « Better Barley, Better Beer » (Meilleure orge, meilleure bière), nous travaillons avec nos fournisseurs pour développer des pratiques de culture durables. Citons notamment l'introduction de nouvelles méthodes de suivi et de surveillance de l'utilisation de l'eau. À ce jour, nous avons collaboré avec environ 740 agriculteurs pour réduire l'utilisation d'eau d'environ l'équivalent de 37 milliards de litres depuis 2016.

PROCHAINES ÉTAPES

En 2021, nous prévoyons de lancer un outil de suivi géospatial pour nos producteurs d'orge nord-américains. La technologie du système d'information géographique, développée par Esri, facilitera la production de rapports précis grâce à la géolocalisation et à la cartographie du rendement. En reliant ces données à la situation météorologique, ainsi qu'aux comportements et aux intrants des agriculteurs, nous espérons être en mesure d'aider ces derniers à prendre des décisions éclairées quant à leur exploitation. La technologie d'Esri permettra de cartographier les données sur le terrain en temps réel, mettant en évidence les variations dans les cultures et la qualité des sols. Cela permettra aux agriculteurs de fournir de l'eau et des nutriments uniquement en fonction des besoins, ce qui réduira les coûts de production et minimisera les applications de produits chimiques inutiles. Nous lancerons cet outil dans toutes nos régions de culture au cours de l'année 2021, en collaborant avec les agriculteurs pour produire des rapports propres à chaque emplacement au cours de la prochaine saison.



ÉTUDE DE CAS

AMÉLIORER LES PRATIQUES DE GESTION DE LA SANTÉ DES SOLS

Nous avons établi un partenariat avec le Soil Health Institute afin que nos agronomes encouragent les agriculteurs à adopter des pratiques de gestion de la santé des sols qui contribuent à créer un système agricole régénératif. L'agriculture régénérative s'appuie sur des techniques qui améliorent l'ensemble de l'écosystème d'une exploitation agricole, en stimulant la diversité, en préservant les ressources naturelles et en réduisant les émissions. La qualité des sols est au cœur de cette approche agricole. Des sols en santé sont essentiels pour renforcer la résistance à la sécheresse et améliorer le recyclage des nutriments, la qualité de l'eau et la capacité de séquestration du carbone.

Le programme de formation aidera les agronomes à acquérir des connaissances de base sur la théorie de la santé des sols. Il offrira également une expérience pratique d'évaluation des mesures des sols et d'utilisation de ces données pour formuler des recommandations aux agriculteurs. Le programme sera offert à nos agronomes dès l'été 2021. Il marque le début d'un partenariat avec le Soil Health Institute visant à explorer les façons de tirer parti de notre réseau agricole pour

Empreinte climatique

La prévention des effets irréversibles des changements climatiques exige la prise de mesures audacieuses et immédiates. La hausse des températures à l'échelle mondiale aura des répercussions importantes sur nos activités et sur l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement, y compris sur les agriculteurs qui produisent nos ingrédients. Toutefois, cette ère de changements nous donne également l'occasion d'évoluer vers la résilience, en nous adaptant pour prospérer dans de nouvelles conditions. Nous pensons que Molson Coors a un rôle important à jouer, et nous sommes prêts à mettre à profit nos capacités pour laisser une empreinte climatique positive sur la planète.



Nos actions en

Nous avons réalisé une réduction de 24,1 % des émissions absolues pour l'ensemble de nos activités et de 22,5 % pour notre chaîne de valeur depuis 2016.

NOTRE APPROCHE

Nous adoptons une double approche pour réduire notre empreinte climatique.

Nous nous attaquons à nos émissions de gaz à effet de serre (GES) à la source, en prévenant, en réduisant et en éliminant les émissions dans nos activités et tout le long de la chaîne de valeur.

En outre, nous adaptons notre entreprise pour la protéger contre les répercussions potentielles des changements climatiques. Grâce à des analyses continues de scénarios climatiques, nous mettons constamment à jour nos plans d'atténuation et de gestion des risques d'entreprise afin de rester résilients face à un climat changeant. Il s'agit non seulement de mettre en œuvre des mises au point opérationnelles dans l'ensemble de



DÉCARBONER POUR FREINER LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES

NOTRE OBJECTIF

Nous nous sommes fixé un objectif ambitieux pour 2025 : réduire de 50 % les émissions absolues produites dans le cadre de nos activités directes. Nous visons également une réduction de 20 % des émissions de carbone dans l'ensemble de notre chaîne de valeur dans le même délai.

Ces objectifs ont été vérifiés par l'initiative [Science Based Targets](#) (cibles fondées sur des données scientifiques).

Nous sommes ainsi l'une des rares grandes entreprises à avoir harmonisé leur objectif de réduction des émissions directes avec l'objectif de limiter l'augmentation de la température à 1,5 °C recommandé par le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat.

NOTRE STRATÉGIE

Nous avons défini quatre étapes pour atteindre nos objectifs de réduction des émissions de carbone.

- Améliorer l'efficacité énergétique de 20 %
- Développer nos grandes brasseries pour qu'elles soient autosuffisantes en matière de production de CO₂
- Passer à des carburants plus propres dans la mesure du possible
- Augmenter la part des sources renouvelables dans notre combinaison énergétique

Pour que notre entreprise survive et prospère à long terme, nous devons anticiper l'évolution des circonstances et nous y adapter de manière à protéger nos activités tout en créant des occasions de croissance. Nous avons travaillé avec nos équipes internes des affaires juridiques, des finances et de la gestion du risque d'entreprise pour élaborer et examiner divers scénarios climatiques susceptibles de présenter des risques réglementaires ou physiques pour nos activités, conformément aux recommandations du GIFCC. Cet examen nous aidera à cerner les risques tout le long de notre chaîne de valeur ainsi qu'à élaborer une analyse financière pour les scénarios jugés prioritaires.

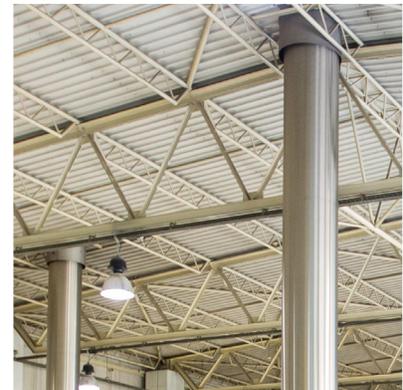
Les risques importants liés au climat sont divulgués dans notre rapport

annuel sur le [formulaire 10-K](#), et notre programme de gestion des risques d'entreprise traite de la manière dont nous gérons nos émissions pour atténuer ces risques à long terme. Un rapport détaillé de notre empreinte carbone sur l'ensemble de la chaîne de valeur est accessible dans nos résultats liés au climat publiés sur le [site Web de CDP](#).

NOS PROGRÈS

Au cours de l'année 2020, nous avons dû maintenir des exigences fixes en matière de consommation minimale d'énergie tout en réagissant à la baisse des volumes de production. Nos brasseries ont réagi rapidement pour composer avec le système de services publics fixes, en donnant au personnel les moyens de trouver des solutions efficaces. Plusieurs établissements ont organisé des réunions hebdomadaires de l'équipe FEWER pour mieux cerner les problèmes et discuter de mesures concrètes pour réduire la consommation locale d'énergie. En conséquence, nous avons pu réaliser des économies importantes dans plusieurs de nos installations :

- Notre brasserie de Toronto a réussi à réduire de 7,9 % sa consommation





En 2020, nous avons utilisé un total de 12,1 milliards de mégajoules (MJ) d'énergie dans l'ensemble de nos établissements opérationnels,

2019	12 583 729 843
2020	12 159 003 848
Amérique du Nord	10 228 595 298
Europe de l'Ouest	629 877 513
Europe centrale et Europe de l'Est	1 214 485 039

Électricité achetée (MJ)

2019	3 716 916 542
2020	3 617 135 182
Amérique du Nord	3 065 242 287
Europe de l'Ouest	194 310 491
Europe centrale et Europe de l'Est	337 902 232

Électricité renouvelable produite par unité d'affaires (MJ)

2019	28 734 232
2020	33 220 803
Amérique du Nord	30 188 667
Europe de l'Ouest	257 202
Europe centrale et Europe de l'Est	2 774 934

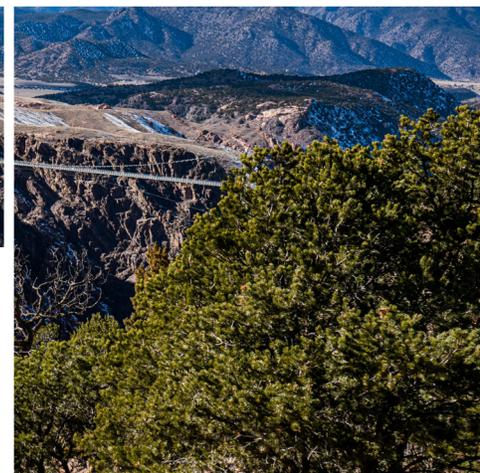
ÉTUDE DE CAS

INVESTIR DANS L'AVENIR DE MOLSON COORS

En octobre 2020, nous avons donné le coup d'envoi d'une réfection majeure et pluriannuelle de notre brasserie historique de Golden, au Colorado, afin d'améliorer considérablement la durabilité, le rendement et la flexibilité du processus de brassage. Cette remise à neuf devrait être finalisée d'ici la fin de l'année 2024.

Elle comprendra l'installation de systèmes de fermentation, de vieillissement et de filtration plus efficaces, ainsi que la modernisation des caves de garde de la brasserie. Cela devrait entraîner des économies importantes sur le plan environnemental, notamment en réduisant d'environ 35 % la production de déchets et de près de 380 millions de litres la consommation d'eau par année. En parallèle, nous souhaitons réduire notre consommation d'énergie de 15 %, contribuant ainsi de façon considérable à notre engagement de réduire les émissions provenant de nos activités directes d'ici 2025.

Nous investissons dans l'avenir de Molson Coors en développant notre brasserie emblématique de Golden pour garantir que l'héritage que laissera l'entreprise soit aussi durable que possible. « Nous sommes une famille du Colorado à part entière, et nous sommes très fiers de la brasserie de Golden », a déclaré Peter J. Coors, directeur du projet « G150 ». En investissant dans la modernisation de la brasserie de



* Les brasseries indiennes de Molson Coors ont été vendues au début de 2021 et ne seront plus incluses dans les rapports à partir de l'année prochaine.

Émissions de portée 1

2019	406 377
2020	398 026
Amérique du Nord	332 346
Europe de l'Ouest	23 776

Émissions de portée 2 (tonnes)

2019	654 938
2020	619 903
Amérique du Nord	545 543
Europe de l'Ouest	18 809

Agriculture	8 %
Matériaux de brassage	9 %
Fabrication	15 %
Matériaux d'emballage	39 %
Logistique	12 %
Refroidissement des produits	17 %
Autre	0 %

Émissions de portée 2

2019	634 136
2020	604 421
Amérique du Nord	542 567
Europe de l'Ouest	12 626

Émissions de portée 3

2019	4 572 093
2020	4 257 376
Amérique du Nord	3 569 401
Europe de l'Ouest	229 892
Europe centrale et Europe de l'Est	436 069

Émissions de GES en 2020 selon la portée

Portée 1	Portée 2 (selon le marché)	Portée 3
----------	----------------------------	----------

PROCHAINES ÉTAPES

Tout au long de l'année 2021, nous travaillerons de manière interfonctionnelle pour élaborer des stratégies de continuité des activités ou d'atténuation des risques à long terme, sur la base des conclusions de notre analyse de scénarios climatiques conforme aux recommandations du GIFCC. Nous transmettrons ces informations à la direction et au conseil d'administration, qui assureront la supervision et la gouvernance appropriées.

Outre l'amélioration de la résilience de l'entreprise, nous souhaitons faire progresser nos efforts pour réduire les émissions dans nos activités directes et notre chaîne de valeur. Pour ce faire, nous prévoyons de continuer à réduire

4 Les émissions de portée 3 comprennent celles générées du puits au réservoir ainsi que celles découlant de la transmission et de la distribution de l'énergie pour alimenter les installations



ÉTUDE DE CAS

ÊTRE ENTIÈREMENT ALIMENTÉS À L'ÉLECTRICITÉ RENOUVELABLE : VIRAGE VERT AU ROYAUME-UNI

Les objectifs audacieux ne peuvent être atteints qu'en prenant des mesures audacieuses, et notre dernière entreprise dans le domaine des énergies renouvelables au Royaume-Uni correspond certainement à cette description. Depuis mars 2021, Molson Coors est la première grande brasserie au Royaume-Uni à fonctionner entièrement à l'électricité renouvelable. Nous avons signé un contrat d'achat d'électricité de dix ans avec le groupe RWE, chef de file mondial en énergie renouvelable, pour alimenter nos activités au Royaume-Uni avec de l'électricité produite par le parc éolien de Tween Bridge, dans le Yorkshire.

Grâce à cet accord historique, RWE nous fournira chaque année 75 gigawattheures d'électricité verte. C'est suffisant pour alimenter nos activités de fabrication, nos bureaux et notre centre de distribution national, ainsi que pour rendre opérationnel notre centre d'appels à Cardiff. En outre, l'accord

Empreinte emballage

Nous croyons au principe selon lequel les déchets sont des ressources à exploiter. Dans la culture du jetable actuelle, la pression s'accroît sur les ressources mondiales, et nous voulons faire partie de la solution en concevant des emballages durables ainsi qu'en réutilisant les matériaux et en les détournant des sites d'enfouissement. En bouclant la boucle de la production de nos emballages, nous pouvons faire les bons choix pour le bien de nos consommateurs et de notre planète.

NOTRE APPROCHE

En recherchant constamment des possibilités nouvelles et existantes d'éliminer les déchets ou d'améliorer la recyclabilité de nos emballages, nous pouvons combler l'écart entre la situation actuelle du secteur d'activité et l'atteinte d'une économie circulaire durable. Nous avons établi quatre



Nos actions en

Environ 99,3 % de tous nos emballages sont réutilisables, recyclables ou compostables.

Environ 6,1 % de nos emballages plastiques destinés aux consommateurs

Nous avons atteint l'objectif zéro déchet envoyé à l'enfouissement dans 17 de

• OUR IMPRINT •
Circular by Nature •



FACILITER L'ÉLIMINATION DES DÉCHETS À TRAVERS LA CONCEPTION

NOTRE OBJECTIF

Pour qu'encore moins de nos emballages ne se retrouve dans les sites d'enfouissement, nous devons les concevoir en tenant compte de leur fin de vie. Nous nous sommes engagés à rendre tous nos emballages réutilisables, recyclables ou compostables d'ici 2025, ce qui facilitera leur récupération après usage.

NOTRE STRATÉGIE

La recherche et le développement sont nécessaires à l'élaboration de solutions qui permettent de réutiliser les matériaux d'emballage. Ainsi, nous continuons à innover et à mettre à l'essai de nouveaux matériaux qui améliorent le potentiel de réutilisation, de recyclage et de compostage de nos emballages. Nous investissons également de plus en plus dans des technologies durables et dans des moyens d'exploiter les déchets dans la fabrication de nos emballages, par exemple en créant des étiquettes de produits à partir de drêches.

En 2019, nous nous sommes joints au [New Plastics Economy Global Commitment](#) (engagement mondial pour une nouvelle économie des plastiques), une initiative menée par la Fondation Ellen MacArthur qui rassemble plus de 450 organisations pour parvenir à une économie circulaire des plastiques dans laquelle cette matière ne devient jamais un déchet. En outre, nous sommes membres fondateurs du U.S. Plastics Pact, qui fait partie

du réseau mondial du pacte sur les plastiques de la Fondation. À ce titre, nous nous sommes engagés à travailler avec les autres organisations participantes afin de concrétiser collectivement notre [vision commune](#).

NOS PROGRÈS

Nous savons que les consommateurs veulent faire des choix durables, mais ils ne savent pas toujours comment faire. Nous voulons leur donner un coup de pouce. C'est pourquoi, en participant au service canadien de livraison de bière The Beer Store, nous encourageons l'adoption des bouteilles consignées, dont l'intensité carbonique est près de cinq fois inférieure à celle des bouteilles à usage unique.

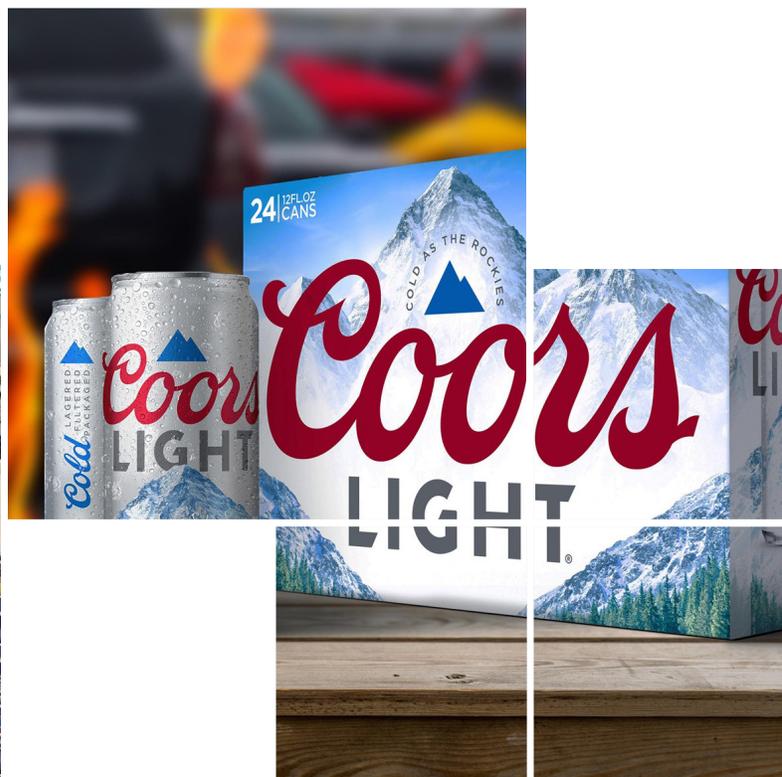
Depuis 2019, nous avons retiré plus de 700 tonnes de plastique à usage unique de nos installations au Royaume-Uni. Plus récemment, nous avons effectué une transition complète pour remplacer les anneaux en plastique et les emballages en plastique à usage unique par du carton pour toutes nos grandes marques, y compris Carling et Coors.

En collaboration avec le fournisseur de solutions à base de papier Graphic Packaging International, nous avons mis au point une solution durable pour remplacer nos anneaux en plastique : un emballage en carton en une seule pièce. Un mécanisme de verrouillage sûr permet de maintenir les canettes en place sans adhésif. Le nouvel emballage est fabriqué à partir de fibres de bois renouvelables provenant de sources certifiées et contient jusqu'à 17 % de carton recyclé, ainsi que des fibres vierges pour maintenir la résistance et la stabilité. En menant à bien cette transformation, nous mettons sur le marché les mêmes boissons bien connues dans un nouvel emballage entièrement recyclable.

Grâce à notre engagement continu à concevoir des emballages favorisant l'élimination des déchets, à la fin de l'année 2020, 99,3 % de tous nos emballages étaient réutilisables, recyclables ou compostables.

PROCHAINES ÉTAPES

Nous sommes fiers des progrès accomplis à ce jour, mais il reste du travail à faire pour atteindre nos objectifs en matière d'emballage à l'échelle mondiale. Nous travaillons avec les équipes locales chargées de l'emballage et de



UTILISER PLUS DE MATIÈRES RECYCLÉES

NOTRE OBJECTIF

Même si nous concevons des produits recyclables, nous cherchons également à augmenter la quantité de matières recyclées dans nos emballages, ce qui renforce notre engagement en faveur d'une économie circulaire. D'ici 2025, nous voulons incorporer au moins 30 % de matières recyclées dans tous les emballages plastiques destinés aux consommateurs.

NOTRE STRATÉGIE

L'emballage étant essentiel pour conserver l'innocuité et la fraîcheur de nos boissons pour les consommateurs, nous devons veiller à ce que toute nouvelle conception concilie durabilité environnementale et qualité du produit. Nous trouvons et testons constamment de nouvelles options d'emballage de haute qualité qui contiennent davantage de matières recyclées. Cela s'applique à nos emballages primaires et secondaires, des bouteilles en PET aux pellicules plastiques, afin de garantir une protection durable et optimale de nos produits.

Dans notre dernière évaluation du cycle de vie du carbone, les matériaux

d'emballage représentaient près de 40 % de notre empreinte carbone. En plus de l'allègement de nos emballages et de l'exploitation des énergies renouvelables, l'augmentation de la quantité de matières recyclées utilisée dans nos emballages nous aide également à minimiser leurs émissions.

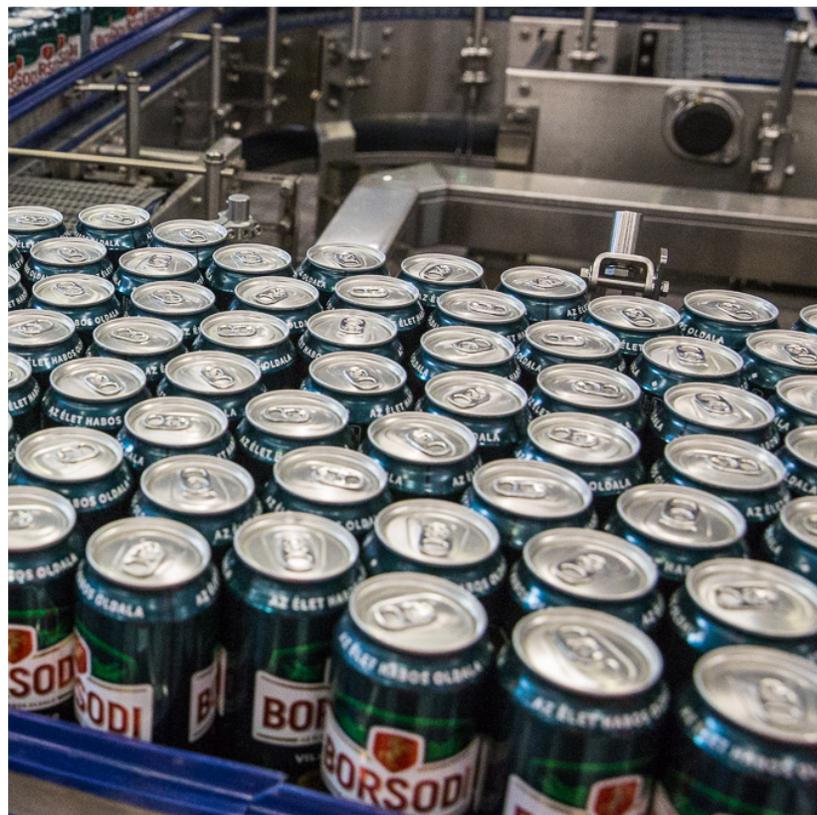
NOS PROGRÈS

À la fin de l'année 2020, 6,1 % de nos emballages plastiques destinés aux consommateurs contenaient au moins 30 % de matières recyclées. En République tchèque, nos bouteilles en PET préformé contiennent 30 % de PET recyclé depuis juin 2020. De plus, nous sommes devenus la première entreprise au Canada à mettre à l'essai des anneaux d'emballage contenant plus de 50 % de plastique recyclé. Nous mettrons également à l'essai les anneaux d'emballage RingCycles aux États-Unis à la fin de 2021 et commencerons à les introduire sur le marché en 2022.

Au Royaume-Uni, nous avons misé sur notre partenariat de longue date avec l'entreprise d'embouteillage Encirc pour mettre à l'essai de nouvelles bouteilles à faibles émissions de carbone pour notre marque Staropramen. Pendant l'essai, 2 millions de bouteilles en verre ont été fabriquées avec jusqu'à 100 % de verre recyclé ou usagé. Comme ces bouteilles ont été produites en utilisant des biocarburants renouvelables et durables, leur empreinte carbone individuelle a été réduite jusqu'à 90 %. Après le succès de l'essai, nos bouteilles à faibles émissions de carbone ont été distribuées dans les magasins du Royaume-Uni.

PROCHAINES ÉTAPES

Après avoir supprimé les emballages et les anneaux en plastique à usage



DÉTOURNER LES DÉCHETS DES SITES D'ENFOUISSEMENT

NOTRE OBJECTIF

Pour minimiser la production de déchets, même si nous concevons des emballages plus durables pour nos consommateurs, nous devons également concentrer nos efforts à l'interne pour réduire les déchets que nous produisons dans le cadre de nos activités.

DONNER UNE SECONDE VIE À NOS DÉCHETS

Notre programme de CACM soutient les travaux visant à réduire les pertes de production et à éliminer les déchets d'exploitation grâce à une meilleure analyse. Nos équipes chargées de l'environnement, de la santé et de la sécurité ont établi des objectifs pour chaque établissement afin de détourner les déchets des sites d'enfouissement.

Nous surveillons les flux de déchets pour trouver des moyens de donner une seconde vie aux matériaux usagés. La drêche de brasserie est particulièrement intéressante à ce chapitre, et la majorité est destinée aux fermes locales pour être utilisée dans l'alimentation animale. La levure excédentaire est quant à elle vendue et transformée en tartinades pour la consommation humaine et pour l'alimentation des animaux de compagnie.

ATTEINDRE LE ZÉRO DÉCHET

À la fin de 2020, 17 de nos principales installations de brassage et de fabrication avaient atteint ou maintenu l'objectif zéro déchet envoyé à l'enfouissement. Parmi ces installations, huit se trouvent aux États-Unis, huit en Europe et une au Canada.

Nous sommes fiers que, malgré les défis de 2020, notre brasserie de

Efficacité de l'utilisation des ressources (en tonnes) par région pour 2020

	Total	États-Unis	Canada	Europe	Inde
Enfouissement	869	148	354	367	0
Valorisation énergétique des déchets solides	9325	1537	4916	2872	0
Compost et amendement du sol	68 238	64 047	342	2710	1139
Déchets recyclés	63 998	36 410	12 352	14 189	1047
Matières réutilisées totales	807 253	460 572	45 136	296 519	5026
Déchets solides totaux	949 683	562 714	63 100	316 657	7212



NOS ENGAGEMENTS FONDAMENTAUX

Chez Molson Coors, notre façon de faire est tout aussi importante que nos actions. Tout en maintenant notre engagement à produire des boissons extraordinaires, nous nous consacrons également à une gouvernance d'entreprise efficace, en agissant en toute transparence et de manière à soutenir nos employés et à promouvoir une consommation responsable de nos produits.

Les éléments constitutifs de notre stratégie commerciale et de notre stratégie en matière de développement durable correspondent à nos trois engagements fondamentaux : la responsabilité en matière d'alcool, les facteurs sociaux et les facteurs de gouvernance. Être une entreprise éthique et responsable signifie de respecter ces engagements. C'est pourquoi, chez Molson Coors, nous créons une culture dans laquelle chacun peut prendre la responsabilité de ses actions, être audacieux et décisif dans son travail et célébrer les réussites avec

Engagement

Responsabilité en matière d'alcool

Facteurs sociaux

Facteurs de gouvernance

Champ d'application

Formation des employés sur la responsabilité en matière d'alcool; marketing responsable; programmes de responsabilité;

Investissement communautaire; développement et engagement des employés; santé, sécurité et bien-être; droits de la personne; et chaîne d'approvisionnement

Éthique et conformité; lutte contre les pots-de-vin et la corruption; suivi du développement durable; rémunération; gestion des risques d'entreprise; transparence des



Responsabilité en matière d'alcool

Promouvoir la consommation responsable

Nous voulons que les consommateurs dégustent nos boissons de manière responsable, en faisant des choix éclairés pour célébrer tous les moments de la vie. Nous savons que nous



Nos actions en

En 2020, nous n'avons eu aucun incident important de non-conformité concernant les codes de marketing ou d'étiquetage sectoriels et réglementaires applicables ayant

devons montrer l'exemple, et c'est pour cette raison que nous travaillons en étroite collaboration avec nos employés et les membres de notre équipe afin qu'ils promeuvent la consommation responsable de nos produits.

DONNER L'EXEMPLE POUR LA RESPONSABILITÉ EN MATIÈRE D'ALCOOL

Nous demandons à chaque employé de suivre une formation sur la responsabilité en matière d'alcool. Elle vise notamment à renseigner les employés sur les effets de l'alcool sur le corps humain, ainsi que sur les façons

de reconnaître l'excès d'alcool chez une personne et d'intervenir lorsque c'est nécessaire.

Cette formation, qui a été lancée à l'échelle de l'entreprise en 2018, est offerte aux employés chaque année et mise à jour périodiquement pour refléter l'évolution des recommandations en la matière. Tous les nouveaux employés sont également tenus de lire et de respecter la politique mondiale des employés en matière d'alcool à leur entrée en poste. Une fois équipés de ces connaissances, nos employés sont encouragés à devenir des champions de la responsabilité en matière d'alcool, au travail comme à la maison.

ASSURER UN MARKETING



RESPONSABLE

Nos employés du secteur commercial doivent se familiariser avec notre politique mondiale sur la responsabilité commerciale. Cette politique fournit des recommandations détaillées sur le développement, l'emballage, la commercialisation et la vente responsables de nos produits.

En plus de mettre en œuvre nos propres normes de conformité en matière de marketing et notre politique mondiale des employés en matière d'alcool, nous nous efforçons de veiller à ce que toutes nos activités de publicité et de marketing respectent les normes de l'entreprise, du secteur et du gouvernement applicables. Les mesures que nous avons mises en place pour garantir notre conformité sont décrites ci-dessous.



COMITÉ DE CONFORMITÉ DU MARKETING



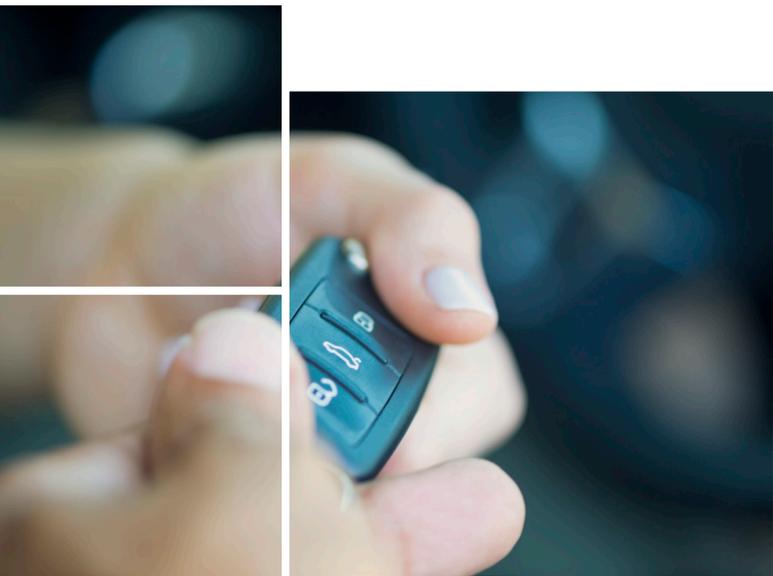
Nos comités régionaux de conformité du marketing travaillent avec notre équipe juridique et les équipes du volet commercial pour réglementer notre publicité et cibler le marketing de l'alcool aux consommateurs ayant l'âge légal de boire. Nos messages publicitaires devraient toujours être conformes aux lois, véridiques et honnêtes, en plus de cadrer avec les normes culturelles en vigueur en matière de bon goût et de responsabilité sociale.

POLITIQUE MONDIALE SUR LA RESPONSABILITÉ COMMERCIALE

Nos employés du secteur commercial et nos agences partenaires suivent une formation au sujet de la politique sur la responsabilité commerciale, laquelle précise notre engagement à développer, à emballer, à commercialiser et à vendre nos produits d'une manière responsable.

CIBLER LE BON PUBLIC

Nos campagnes de publicité et de marketing s'adressent uniquement aux adultes qui ont atteint l'âge légal pour consommer de l'alcool ou 18 ans, selon l'âge le plus élevé des deux. En collaborant avec les équipes juridiques de nos unités d'affaires, nous souhaitons nous assurer



Responsabilité en matière d'alcool

Soutenir les choix éclairés des consommateurs

L'élaboration de programmes efficaces est l'un des principaux moyens que nous utilisons pour continuer à promouvoir la consommation responsable et à lutter contre la consommation nocive d'alcool. En outre, nous développons toujours notre gamme de boissons sans alcool ou à faible teneur en alcool afin d'offrir plus de choix aux consommateurs pour célébrer de manière responsable.

LUTTER CONTRE LA CONSOMMATION NOCIVE D'ALCOOL SOUS TOUTES SES FORMES

Nous nous engageons à prom



ÉTUDE DE CAS

ENCOURAGER DES CHOIX INTELLIGENTS PARTOUT EN EUROPE

En Croatie, notre campagne « Think! » (Pensez-y!) sensibilise le public à la consommation responsable d'alcool et à la prévention de la consommation nocive d'alcool, en particulier chez les mineurs. En 2020, la campagne véhiculait deux messages : « lorsque l'on boit, on ne conduit pas » et « il faut savoir quand s'arrêter ». Ces messages ont été transmis à travers une série d'articles publiés par le média Telegram.

Dans un pays voisin, la Serbie, nous avons poursuivi notre campagne « When I Drink, I Don't Drive » (Quand je bois, je ne conduis pas). Ce message a été diffusé par l'intermédiaire d'une campagne de relations publiques et de publicité extérieure et numérique, tandis que 500 000 alcootests ont été donnés à la direction de la police de la circulation du ministère de l'Intérieur. Les employés de Molson Coors ont également contribué à mobiliser les consommateurs lors de la Journée mondiale de la bière responsable, en offrant des prix à ceux qui remplissaient un questionnaire en ligne sur la sensibilisation à la conduite en état d'ébriété.

Une initiative similaire est menée chaque année au Monténégro où, en 2020, nous avons lancé une campagne d'affichage pour rappeler au public de ne pas conduire après avoir bu pendant la période des Fêtes et du Nouvel An. De plus, 2000 désodorisants pour voitures portant le message « Don't Drink and Drive » (Ne conduisez pas après avoir bu) ont été distribués et nous avons fait don de cinq alcootests à la direction de la police pour l'aider à lutter contre ce problème. En adoptant une approche double pour lutter contre la conduite en état d'ébriété, soit par des



Nos actions en

Nous avons présenté ou renouvelé des programmes visant à promouvoir la consommation responsable et

Nous avons offert des boissons de qualité sans alcool ou à faible teneur en alcool aux consommateurs dans

ÉTUDE DE CAS

SENSIBILISER À LA CONDUITE EN ÉTAT D'ÉBRIÉTÉ EN LIGNE

Depuis plus de dix ans, notre initiative « Alcohol Is a Bad Driver » (L'alcool est un mauvais conducteur) contribue à sensibiliser la population de la Bulgarie aux dangers de la conduite en état d'ébriété. En 2020, dans un contexte de réglementation imposant la distanciation sociale, nous avons dû faire preuve de créativité afin de continuer à transmettre ce message important. C'est ainsi que l'initiative a été entièrement mise en ligne pour la première fois depuis sa création il y a plus de dix ans.

Au cœur de nos efforts, une chanson a été spécialement écrite pour la campagne par un groupe local. Intitulée « The Key is You », elle souligne l'importance de ne pas conduire après avoir consommé de l'alcool. Elle est restée plus de quatre semaines dans le classement des 20 chansons les plus écoutées de la Radio nationale bulgare, tandis que son vidéoclip a été vu plus de 120 000 fois, ce qui montre l'efficacité de la musique pour véhiculer un message de consommation responsable.

Bien que le lancement de notre programme annuel ait été un peu différent cette année, nous sommes fiers de l'équipe bulgare, qui a dû s'adapter rapidement à une nouvelle façon de communiquer ce message important au grand public. La campagne de 2020 a généré plus de trois millions d'impressions, le message étant plus pertinent que jamais pendant la pandémie. Après le succès de ce lancement numérique, notre équipe continuera à faire évoluer la manière dont



OFFRIR DES BOISSONS POUR SATISFAIRE TOUS LES GOÛTS

Nous élargissons notre gamme de boissons à faible teneur en alcool ou sans alcool, proposant ainsi aux consommateurs un plus grand choix, quelle que soit leur préférence, tout en continuant à offrir l'expérience familière de nos marques traditionnelles. Ce cheminement a commencé en 2018 lorsque nous avons lancé Clearly Kombucha, notre première boisson non alcoolisée. En 2019, nous avons lancé au Canada notre gamme d'eaux pétillantes non alcoolisées infusées au houblon : Vyne.



ÉTUDE DE CAS

OFFRIR DES BOISSONS ÉNERGISANTES NATURELLES POUR LES GENS QUI VIVENT TOUS LES JOURS À FOND

En 2021, Molson Coors a conclu un nouveau partenariat intéressant avec un groupe de leaders soucieux de leur santé, dont l'acteur et ancien lutteur Dwayne « The Rock » Johnson, pour créer la prochaine génération de boissons énergisantes : ZOA.

Celle-ci représente nos premiers pas dans le monde des boissons énergisantes et elle contient une sélection équilibrée de superaliments, d'acides aminés et de vitamines provenant de sources naturelles. Sans alcool et avec de la caféine naturelle dérivée du thé vert et de grains de café verts, la boisson offre aux consommateurs un regain d'énergie qui allie goût délicieux et alimentation saine. Elle a été conçue pour plaire à tous les goûts et est offerte en cinq saveurs ainsi qu'en versions sans sucre et à 100 calories.

ZOA correspond parfaitement à nos ambitions pour le secteur des boissons non alcoolisées, qui est d'offrir aux consommateurs du monde entier des boissons saines. Nous avons travaillé avec les partenaires de ZOA pour créer une boisson conçue pour les gens qui vivent tous les jours à fond et qui convient à tous, des athlètes de classe mondiale aux employés de bureau.

Nous pensons que ZOA, de même que notre partenariat avec Dwayne et son équipe, représente une offre unique dans la catégorie des boissons énergisantes. « Nous nous sommes engagés à nous transformer en une entreprise de boissons, et l'ajout de ZOA est un nouvel exemple de la force de notre conviction », a déclaré Pete Marino, président, Croissance des secteurs émergents, chez Molson Coors. L'introduction de ZOA

En 2020, nous avons renforcé notre partenariat avec L.A. Libations et lancé une nouvelle gamme d'eaux pétillantes probiotiques : HUZAH! Ces eaux pétillantes agréables à boire sont remplies d'arômes naturels et de probiotiques pour favoriser la santé intestinale. À faible teneur en calories et en sucre, elles sont offertes aux consommateurs en trois saveurs : framboise

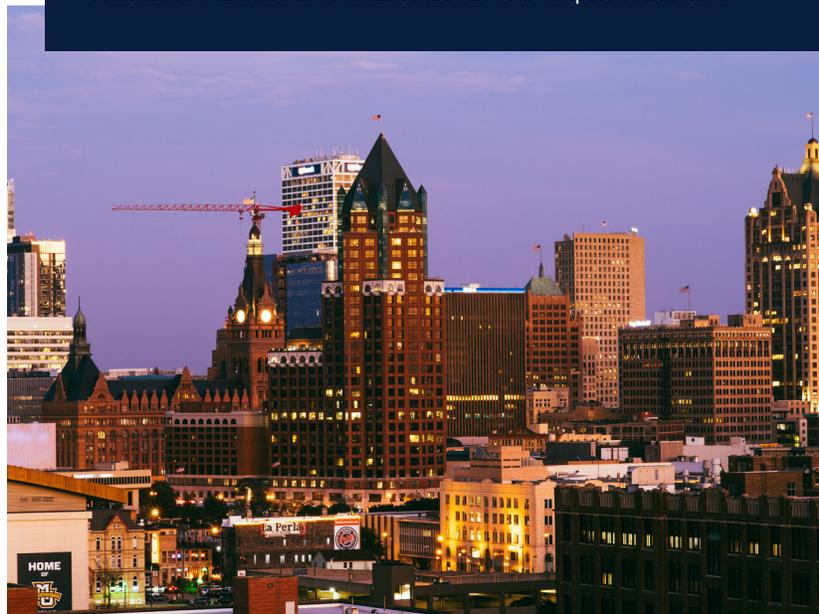
ÉTUDE DE CAS

DONNER AUX TÉMOINS LES MOYENS D'AGIR

En 2011, nous avons lancé notre programme de subventions universitaires Great Plays aux États-Unis afin d'offrir aux universités un soutien financier pour prévenir la consommation nocive d'alcool chez les étudiants. En 2020, nous avons accordé une subvention de 10 000 \$ US à l'Université Marquette, au Wisconsin, afin d'accélérer la transformation numérique de son programme à succès Red Watch Band.

Ce programme axé sur le rôle des témoins offre aux étudiants une formation importante pour reconnaître les symptômes d'une intoxication aiguë chez leurs camarades de classe et réagir en conséquence. De nombreux étudiants sur les campus universitaires subissent la pression de leurs pairs pour consommer de l'alcool de façon dangereuse. Au cours d'une séance d'une heure, les étudiants apprennent à reconnaître les effets de l'alcool, les signes indiquant qu'une personne a besoin d'aide, ainsi que la façon efficace d'intervenir et le moment idéal pour le faire.

Tout au long de l'année 2020, l'Université Marquette a entamé le processus de mise en ligne complète du programme Red Watch Band afin d'offrir aux étudiants un accès en tout temps aux renseignements nécessaires sur la consommation nocive d'alcool. En outre, la création d'une application mobile permettra aux étudiants actuels et anciens ainsi qu'au personnel de tester leur niveau d'affaiblissement des facultés après quelques verres. En tant qu'acteurs clés de l'industrie mondiale des boissons, nous souhaitons exploiter les ressources dont nous disposons pour aider les étudiants et les autres membres de la communauté universitaire à réduire à la source les comportements liés à



Responsabilité en matière d'alcool

Plaider en faveur du progrès sociétal

Nous voulons que les gens savourent nos produits de manière responsable, c'est pourquoi nous faisons la promotion de programmes efficaces et ciblés qui visent à lutter contre la consommation nocive d'alcool dans tous nos marchés. Toutefois, être responsable, c'est aussi communiquer des renseignements sur les produits afin de permettre aux consommateurs de prendre des décisions éclairées sur la consommation d'alcool. Nous avons élaboré des lignes directrices rigoureuses et entretenu des partenariats efficaces au sein du secteur pour nous assurer que nous en tenons compte dans toutes nos décisions de marketing.

S'ASSOCIER POUR PRÉVENIR LA CONSOMMATION NOCIVE D'ALCOOL

Nous pensons que la collaboration est essentielle pour réduire la consommation nocive d'alcool, c'est pourquoi nous contribuons à des partenariats clés au sein de l'industrie afin de faire partie de la solution. À titre d'exemple, nous sommes partenaires de la Worldwide Brewing Alliance. Nous sommes également un membre fondateur de l'International Alliance for Responsible Drinking (IARD), une organisation à but non lucratif qui vise à promouvoir une culture axée sur la responsabilité et la réduction de la consommation nocive d'alcool. Grâce à cette participation, nous soutenons le dialogue sur les politiques mondiales en matière d'alcool, nous établissons des normes de marketing et de vente pour protéger les mineurs et nous collaborons à la mise en œuvre d'initiatives visant à lutter contre la consommation nocive d'alcool. Nous sommes fiers de travailler avec l'IARD ainsi que les principaux détaillants en ligne et plateformes de commerce



Nos actions en

Nous avons fourni des renseignements sur la valeur nutritive, la teneur en alcool et les ingrédients pour plus de 285 de nos produits.

électronique sur des normes mondiales concernant la vente en ligne et la livraison d'alcool. Cette initiative internationale vise à répondre aux exigences croissantes des consommateurs en matière de commodité tout en renforçant les normes de responsabilité dont l'objectif est d'empêcher la vente aux mineurs et de réduire la consommation nocive d'alcool.

ÉTABLIR UN PLAN D'ACTION MONDIAL

En février 2020, l'Organisation mondiale de la santé (OMS) a appelé les pays à agir rapidement afin de réduire la consommation nocive d'alcool dans le monde. En tant que membres de l'IARD, nous soutenons activement les objectifs internationaux visant une telle réduction et nous cherchons à contribuer au travail de l'OMS axé sur l'élaboration d'un plan d'action pour ce faire. En effet, en décembre 2020, les entreprises membres de l'IARD se sont engagées à renforcer davantage les efforts existants pour réduire la consommation nocive d'alcool, y compris les actions visant à renforcer les règles de marketing, ainsi qu'à mettre en œuvre des mesures plus strictes pour réduire les comportements dangereux comme les beuveries express et la conduite en état d'ébriété.

RÉDUIRE DAVANTAGE L'ACCÈS DES MINEURS À L'ALCOOL

Si le taux de consommation d'alcool chez les mineurs est en baisse dans plusieurs pays, cette tendance n'est pas universelle. Nous pensons qu'une entreprise responsable ne doit commercialiser et vendre ses produits alcoolisés qu'aux personnes ayant l'âge légal d'en consommer. En devenant membres de l'IARD, nous nous sommes engagés à mettre en place des messages ou des symboles liés à la restriction d'âge sur toutes les étiquettes de nos produits, conformément aux lois et aux règlements locaux. Cette mesure s'applique aussi aux variantes sans alcool des marques de boissons alcoolisées.

Dans un monde de plus en plus numérique, nous mettons également en œuvre des mesures visant à empêcher les mineurs de voir de la publicité en ligne axée sur l'alcool et nous travaillons avec les détaillants pour mettre en place des normes pour la vente en ligne et la livraison d'alcool. En décembre 2020, Google a annoncé des nouveautés apportées à ses options



PRÉVENIR LA CONSOMMATION D'ALCOOL PAR DES MINEURS GRÂCE À LA VÉRIFICATION NUMÉRIQUE DE L'IDENTITÉ

Notre engagement à l'égard de la responsabilité en matière d'alcool consiste en partie à veiller à ce que les produits alcoolisés ne soient vendus qu'aux personnes ayant l'âge légal d'en consommer. Pour ce faire, nous avons récemment confirmé notre participation à des essais pilotes de la nouvelle technologie TruAge™ dans des dépanneurs aux États-Unis.

Annoncé par la NACS, l'association commerciale mondiale de la vente au détail de carburant et dans les dépanneurs, ce nouveau système numérique représente une percée dans la vérification de l'âge aux points de vente. Téléchargée sur le téléphone du consommateur, l'application TruAge™ offre un moyen rapide et facile de vérifier son âge et son identité, sans demander de carte d'identité, lors de l'achat d'articles soumis à des restrictions d'âge. Outre les achats en magasin, l'outil peut être utilisé pour confirmer les achats en ligne, les livraisons à domicile et le ramassage à l'auto.

Molson Coors est la première grande entreprise mondiale de bière à soutenir cette solution innovante. En faisant équipe avec TruAge™, nous poursuivons nos efforts pour lutter contre la consommation d'alcool chez les mineurs, en

explorant la façon dont la vérification numérique peut aider à éloigner les boissons alcoolisées des mineurs.



ÉTUDE DE CAS

SIMULER LE CONTEXTE NUMÉRIQUE DE LA PUBLICITÉ

De plus en plus, les consommateurs se tournent vers les espaces en ligne pour obtenir des renseignements, ce qui signifie que, pour de nombreuses entreprises, la publicité numérique est un outil précieux pour atteindre un public large. Pour nous assurer que nous faisons la promotion de nos produits de la manière la plus responsable possible, nous devons d'abord comprendre le public exposé à notre marketing.

En 2020, l'IARD et la Fédération mondiale des annonceurs ont fait appel aux services de Nielsen, une entreprise d'analyse de données, pour mieux comprendre les activités publicitaires sur 12 marchés.

Bien que le suivi ne montre pas l'exposition réelle aux publicités, car il utilise des avatars et non des personnes réelles, il peut donner une idée du contenu auquel les jeunes sont potentiellement exposés. Les avatars ne correspondent pas à des âges précis, ils simulent plutôt le comportement de navigation de personnes appartenant à différentes tranches d'âge (enfants, adolescents, adultes, et un profil neutre ou témoin). Ces avatars ont visité 100 sites Web et vidéos YouTube pendant 32 jours afin qu'il soit possible de faire le suivi de l'exposition en temps réel à la publicité.

Résultats principaux

1. En septembre 2020, 564 252 publicités ont été vues sur les 12 marchés, toutes catégories de produits confondues, par les quatre avatars de Nielsen (adulte, adolescent, enfant et neutre).
2. Nielsen a constaté que 0,11 % de toutes les publicités en ligne concernent des boissons alcoolisées.
3. Nielsen estime qu'un mineur doit visiter un site moyen 1086 fois avant de voir une publicité sur l'alcool.

Facteurs sociaux

Aider les collectivités pendant cette année difficile

Nous nous efforçons de faire de Molson Coors une entreprise citoyenne responsable agissant comme un bon voisin et ayant une présence active dans les collectivités où elle exerce ses activités. Pendant la pandémie de coronavirus, notre rôle au sein de celles-ci a changé, mais il n'a pas diminué. Les réalités du confinement et de la quarantaine nous ont donné une nouvelle occasion d'être là pour nos voisins et de les soutenir au moment où ils en ont grand besoin.

La pandémie a toujours une incidence sur les collectivités du monde entier et elle constitue l'une des plus grandes difficultés que beaucoup de gens ont dû surmonter au cours de leur vie. Les entreprises ont le devoir de soutenir les collectivités qui se remettent sur pied, et c'est une responsabilité

que Molson Coors s'engage à assumer. Nous avons été en mesure d'apporter un soutien important à nos employés, à nos collectivités et à nos partenaires, en jouant notre rôle pour atténuer les dommages causés par la pandémie et préparer le terrain pour la reprise.

SE SOUTENIR MUTUELLEMENT DANS LES MOMENTS DIFFICILES

Nous faisons partie de nos collectivités locales et elles font partie de notre identité. C'est pourquoi nous sommes déterminés à les soutenir dans les moments difficiles. En tant qu'entreprise, nous soutenons toute une série d'organismes qui encouragent le leadership civique, la responsabilité en matière d'alcool, l'autonomisation économique et la durabilité afin de bâtir des collectivités résilientes et prospères.

Ce soutien a été d'autant plus important en 2020. Il a fallu trouver de nouvelles façons de nous impliquer et nous avons relevé le défi, en faisant du bénévolat virtuel et en faisant des dons à plus d'organismes que jamais auparavant. Du secteur hôtelier à celui de la santé, nous avons fait don d'articles allant du désinfectant pour les mains aux masques en passant par les repas, afin de répondre aux





ÉTATS-UNIS ET CANADA

Aux États-Unis et au Canada, nous nous sommes associés à des banques alimentaires⁶ pour faire don de près de trois millions de repas. Les dons ont été répartis dans dix régions, ce qui a permis d'alléger la pression sans précédent exercée sur les banques alimentaires et de fournir de la nourriture aux

SERBIE

Notre brasserie d'Apatin, en Serbie, a fait don de 70 000 \$ US au fonds d'assurance maladie de la République pour l'achat de matériel médical pendant la pandémie. Nous avons également fait don de caisses de bières sans alcool Molson Coors d'une valeur de 10 000 € (12 000 \$ US) à une collecte d'aliments, au profit de 10 000 ménages dans 20 villes et



ROUMANIE

Nous avons participé à l'achat et à la distribution de colis alimentaires d'une valeur totale de 5000 € (6000 \$ US) à des personnes vulnérables et âgées. Nous avons distribué à 220 familles des colis contenant chacun l'équivalent de deux semaines de nourriture. Nous nous sommes également associés à la Croix-Rouge pour faire don d'équipements de protection individuelle (EPI) et d'autres

ÉTUDE DE CAS

AIDER À LA RECONSTRUCTION DE ZAGREB

En mars 2020, Zagreb, la capitale de la Croatie, a été frappée par un séisme de magnitude 5,5 qui a rendu 1900 maisons inhabitables et causé des dommages estimés à 86 milliards de kunas (13,3 G\$ US).

Nous avons réagi rapidement en lançant la campagne « Good People » (Bonnes personnes) pour remercier les héros parmi nous : le personnel médical, les pompiers et les bénévoles. Nous avons fait don d'un million de kunas (un peu plus de 155 000 \$ US) aux organismes de première ligne ci-dessous.

- Croatian Mountain Rescue Service (HGSS) : nous avons aidé à la construction d'un centre de formation et à l'achat d'équipements de sauvetage essentiels.
- Blue Phone : nous avons appuyé la plus ancienne ligne de soutien psychologique de Croatie pour qu'elle reste opérationnelle, la numérisation des services et l'impression d'un livre intitulé « Words Make Miracles » (Les mots font des miracles) pour le distribuer.
- Fond 5.5 : l'organisme a apporté un soutien financier aux citoyens socialement vulnérables après le séisme. Molson Coors a contribué au financement de réparations vitales dans 20 maisons.
- Center for the Homeless : en collaboration avec le Croatian Homeless Network, nous avons fait don d'équipements au centre pour l'aider à se préparer et à s'adapter aux conditions hivernales.

Nous avons également réuni une équipe de plus de 200 bénévoles qui ont offert leur temps et leur expertise pour aider Zagreb à se reconstruire.

La campagne « Good People » (Bonnes personnes) a donné lieu à plus que de simples dons. Nous nous sommes associés à un artiste et à 150 citoyens croates pour produire la chanson « Heroes » (Héros). Nous avons organisé une exposition de portraits de bénévoles à Zagreb et commandé des peintures murales de gratitude dans les trois plus



CANADA

Lors de la Journée internationale des infirmières, nous avons remercié 20 000 travailleurs de première ligne au Canada pour leur dévouement constant tout au long de la pandémie. En collaboration avec six hôpitaux, nous avons fait don de 500 000 \$ CA (400 000 \$ US) en codes de cartes-cadeaux pour l'application de livraison

Nous avons également fait un don de 250 000 \$ CA (200 000 \$ US) à Centraide du Grand Montréal pour aider les membres de la collectivité qui ont du mal à joindre les deux bouts. Ce montant correspondait à celui d'un

MONTÉNÉGR

Notre équipe du Monténégro a fait don de 15 000 € (18 000 \$ US) au Centre clinique du Monténégro à Podgorica pour soutenir la lutte contre le coronavirus. Ce don comprenait notamment quatre pompes à perfusion, qui sont essentielles pour contrôler l'administration de liquides et de

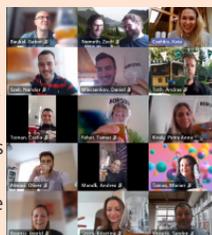


BULGARIE

Notre équipe de la brasserie Pivovarnitza Kamenitza s'est associée à la Croix-Rouge et à la municipalité de Plovdiv pour cuisiner dans une cuisine communautaire locale pendant le confinement. Le projet de cuisine communautaire Pivovarnitza s'est poursuivi même après la réouverture des restaurants, et nos employés ont consacré plus de 100 heures de bénévolat pour aider les plus démunis. Le programme a aidé plus de

HONGRIE

L'adaptation à la fermeture des écoles a été particulièrement difficile pour les enfants défavorisés n'ayant pas accès à un ordinateur à la maison. Pour faciliter le passage à l'apprentissage numérique, nous avons fait don de plusieurs tablettes, d'une valeur collective de plus de 1000 \$ US, par l'intermédiaire de l'Église réformée de Hongrie qui fournit une aide aux



Facteurs sociaux

Favoriser le perfectionnement de notre personnel

Chez Molson Coors, nous cherchons toujours des façons de nous améliorer et de nous aider à progresser les uns les autres, c'est pourquoi apprendre tous les jours est l'une de nos cinq valeurs fondamentales. Nous considérons le développement de carrière comme une pierre angulaire de l'engagement des employés. Que ce soit par l'intermédiaire de l'expérience acquise sur le lieu de travail, de notre programme de développement des talents ou de nos ressources de formation, nous voulons que nos employés aient toutes les chances possibles d'atteindre leur plein potentiel.

ENCOURAGER LA CROISSANCE PERSONNELLE

Nous encourageons nos employés à développer leur carrière et à apprendre tous les jours chez Molson Coors parce que nous croyons que l'épanouissement de nos employés va de pair avec celui de notre entreprise. Notre objectif consiste à aider les employés à révéler leur potentiel afin d'exceller dans leur poste actuel et d'explorer de nouvelles possibilités stimulantes.

Dans cette optique, nous avons lancé une nouvelle expérience de planification des talents au début de l'année 2021. Ce processus est conçu pour nous aider à comprendre les ambitions de nos employés et à trouver les possibilités de croissance qui correspondent à leurs besoins et à ceux de Molson Coors. Pour ce faire, des rencontres individuelles de qualité sont organisées entre les employés et leur gestionnaire. Elles sont axées sur le développement professionnel, la création et le suivi de plans de développement personnel, ainsi que la promotion de la formation continue.

Des ressources comme notre centre d'apprentissage Premier choix, nos programmes de formation en personne et en ligne, ainsi que l'apprentissage expérientiel, permettent à nos employés d'acquérir des compétences et d'apprendre des autres.

En 2020 et en 2021, nous avons priorisé l'aide apportée à nos dirigeants et à nos gestionnaires pour qu'ils améliorent leurs compétences en matière de leadership. L'un de nos programmes phares, Vivre le leadership, permet

de sensibiliser tous les chefs d'équipe à l'importance d'un leadership authentique et de les former sur la manière d'adopter un état d'esprit axé sur la croissance.

Grâce à lui, les participants peuvent :



ÉVALUER LA PERFORMANCE ET LES PROGRÈS

Alors que nous nous efforçons de renforcer notre culture et de créer une expérience positive pour les employés, il est important que ces derniers se fixent des objectifs significatifs harmonisés avec les priorités de l'entreprise. Le fait d'avoir les bons objectifs permet à chaque employé de comprendre ce qu'il doit faire, pourquoi son travail est important et comment il contribue à notre succès global.

La performance des employés est évaluée à la fin de l'année en fonction de la réalisation de leurs objectifs personnels et de la mesure dans laquelle ils incarnent les valeurs de l'entreprise pour les atteindre. En 2020, nous avons modifié la pondération de ces mesures, qui était de 60 % pour les objectifs et

ÉTUDE DE CAS

OFFRIR DU MENTORAT POUR S'ENTRAIDER ET PROGRESSER

Les employés de Molson Coors possèdent des compétences et des connaissances vastes et diverses, et nous voulons exploiter cette expertise pour qu'ils s'aident à progresser les uns les autres. En Roumanie, nous avons récemment lancé un programme de mentorat pour jumeler les employés souhaitant acquérir de nouvelles compétences à des collègues expérimentés capables de les encadrer.

Le jumelage des mentors et des mentorés suit un processus à l'aveugle, c'est-à-dire que les paires sont formées sans tenir compte de l'échelon, de l'âge, du sexe ou du poste. Cette façon de faire permet une collaboration accrue entre les équipes, et crée ainsi des réseaux forts et diversifiés au sein de notre entreprise. Élaboré à l'origine en Roumanie, un programme similaire a maintenant été introduit dans la région de l'Europe, du Moyen-Orient et de l'Afrique ainsi que celle de l'Asie-Pacifique. Il offre aux employés l'occasion d'acquérir des connaissances précieuses auprès d'autres collègues, qu'ils travaillent ou non dans le même établissement.

Nous pensons que la réussite de nos employés contribue



Facteurs sociaux

Motiver nos employés

Notre objectif est de créer une expérience positive pour tous les employés en puisant dans nos valeurs – en particulier, celle de privilégier les gens. Nous continuons à nous appuyer sur les bases que nous avons établies en 2020, et nous renforçons notre culture en créant un milieu de travail diversifié et inclusif. Nous favorisons un état d'esprit axé sur la croissance, nous accueillons les nouvelles idées audacieuses et nous continuerons à suivre et à mesurer l'expérience des employés afin d'accroître la satisfaction, l'engagement et le rendement de l'entreprise.

COMPRENDRE CE QUI COMPTE

Chez Molson Coors, nous utilisons un modèle d'écoute continue pour nous assurer de comprendre ce que les employés ressentent et ce qu'ils pensent tout au long de l'année. Cette approche nous permet de communiquer régulièrement avec eux et de réagir avec agilité aux occasions susceptibles d'avoir une incidence positive sur eux et l'entreprise.

Nous continuons à prendre le pouls des employés par l'intermédiaire d'un sondage trimestriel sur l'expérience des employés en Amérique du Nord et de sondages semestriels en Europe. Le sondage porte sur notre culture, nos valeurs, nos initiatives en matière de diversité, d'équité et d'inclusion, le bien-être, le leadership et bien plus encore.

Engagement des employés

En 2020, le principal objectif de notre entreprise était de transformer notre culture. Afin de mesurer nos progrès, nous avons mis en œuvre une série de sondages trimestriels pour nous aider à mieux comprendre l'expérience des employés de Molson Coors, notamment en ce qui a trait à notre culture, à nos valeurs, à nos initiatives de diversité et d'inclusion, et à notre leadership à ces égards. Plus précisément, afin de mesurer l'expérience des employés, nous leur demandons d'évaluer l'affirmation suivante sur une échelle de 10 points : « D'après mon expérience d'employé, Molson Coors est un employeur que je recommanderais à mes amis. »

La note pour l'expérience des employés compare le nombre de personnes qui recommanderait Molson Coors comme employeur par rapport au nombre de personnes qui ne le feraient pas. L'échelle de la note varie de -100 à +100 et toute note supérieure à 0 est considérée comme positive. Cette méthodologie s'appuie sur la formule utilisée pour évaluer la note de promotion nette et diffère de la façon dont nous effectuons auparavant les sondages et le suivi relatifs à l'engagement des employés. Nous continuerons à faire rapport sur notre note annuelle pour l'expérience des employés et nous nous efforcerons de faire de Molson Coors une entreprise dont nous sommes tous fiers de faire partie.

2020	Amérique du Nord	Europe
Taux annuel de participation au sondage	54 %	82 %

* Indique la probabilité que les individus recommandent Molson Coors comme milieu de travail. La note de promotion nette varie de -100 à +100; plus elle est élevée, plus la part d'employés satisfaits de leur expérience l'est aussi.



Nos actions en

Nous avons continué à offrir une expérience positive aux employés en créant une culture visant à privilégier les gens et en incarnant nos valeurs. En 2020, nous avons obtenu une note de +6 pour l'expérience des employés, ce qui signifie que nos

CULTIVER UN MILIEU DE TRAVAIL STIMULANT

Nous voulons que les gens aiment travailler pour Molson Coors, c'est pourquoi nous sommes toujours à la recherche de moyens d'améliorer l'expérience des employés. Si cette ambition n'est pas motivée par le désir

MEILLEUR EMPLOYEUR CANADA

Forbes



MEILLEUR EMPLOYEUR ROYAUME-UNI

(Primé huit fois)

Top Employers Institute



MEILLEUR MILIEU DE TRAVAIL ÉTATS-UNIS

(18^e prix consécutif)

Indice d'égalité en entreprise de la Human Rights Campaign



CERTIFICAT D'ENTREPRISE FAVORABLE À LA FAMILLE SERBIE

TMS



MEILLEUR EMPLOYEUR CROATIE

Certificat d'employeur partenaire



PRIX OR – ATTEINTE DE L'EXCELLENCE POUR LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL CROATIE ET ROYAUME-UNI

Mind



Facteurs sociaux

Promouvoir le bien-être des employés

Le bien-être ne se limite pas au bien-être physique : il englobe la santé émotionnelle, mentale et financière, ainsi que le bien-être social, soit le fait de tisser des liens avec les autres. Nous comprenons que si des difficultés se font ressentir dans l'un de ces domaines, elles peuvent avoir des répercussions sur les autres domaines. Nous proposons plusieurs ressources et programmes de soutien pour aider nos employés à améliorer leur bien-être afin qu'ils puissent s'épanouir au travail et dans leur vie personnelle.

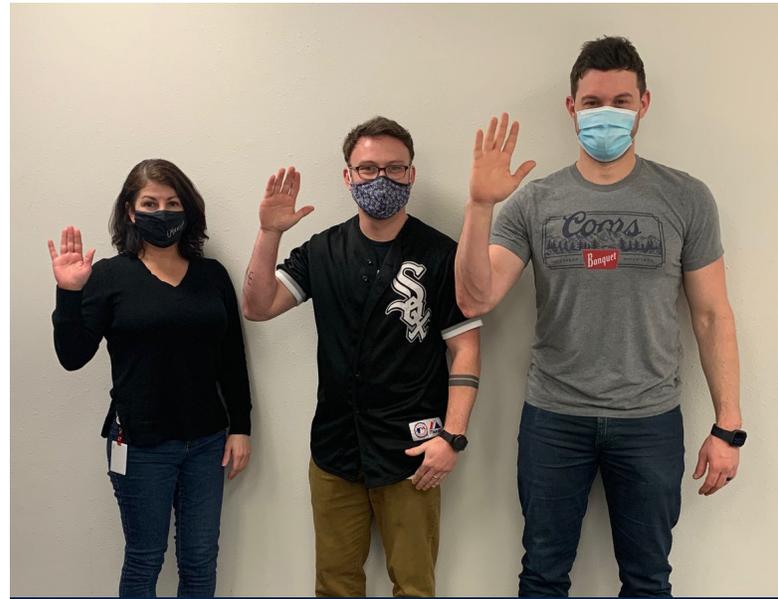
PROMOUVOIR UN MODE DE VIE SAIN

Nous encourageons les modes de vie sains dans l'ensemble de notre entreprise mondiale en offrant des régimes d'assurance maladie, ainsi que des programmes axés sur le bien-être et l'équilibre entre le travail et la vie personnelle qui sont adaptés aux besoins et à la culture des employés selon le lieu de travail. En Amérique du Nord, les employés peuvent participer à notre programme de bien-être via une nouvelle expérience dans une application qui a été relancée en 2021 et qui encourage l'adoption d'habitudes et d'un mode de vie sains. Chez Molson Coors, toutes les unités d'affaires se conforment aux lois applicables sur les congés de maternité minimaux requis et, dans de nombreux pays, nous allons plus loin en offrant des horaires de travail flexibles et des congés prolongés aux nouveaux parents.

PRIORISER LA SANTÉ MENTALE

La nécessité du télétravail et de la distanciation sociale a changé la dynamique du milieu de travail et les gens peuvent ressentir toute une gamme d'émotions. C'est pourquoi nous fournissons des ressources, comme l'accès à des soins de santé virtuels, un soutien à distance pour la mise en forme et le bien-être, et un programme d'aide aux employés (PAE) gratuit et accessible en tout temps pour faire face au stress, à l'isolement et à l'anxiété. De cette façon, nous soutenons la santé physique et mentale ainsi que le bien-être de nos employés partout dans le monde.

Dans notre unité d'affaires en Europe, nous gérons une collection de ressources pour promouvoir le bien-être des employés. Des infolettres trimestrielles sont distribuées en plusieurs langues et traitent de divers sujets, notamment de la gestion du stress, du maintien d'un équilibre sain entre le travail et la vie personnelle, et de l'importance de bien dormir. Des webinaires sont proposés par l'intermédiaire de notre fournisseur de PAE pour compléter



ÉTUDE DE CAS

ASSURER LA SÉCURITÉ EN CONTEXTE DE PANDÉMIE

Tout au long de 2020, nous avons tous dû faire face aux répercussions de la pandémie de coronavirus. Chez Molson Coors, nous avons travaillé dur pour nous assurer que tout le monde se sente en sécurité et soutenu. Nous avons pris des mesures visant à préserver la santé physique et mentale de nos employés.

Le télétravail a été proposé dans le monde entier à la plupart des employés de bureau et des entrepreneurs. Nous avons également mis en œuvre des mesures strictes dans nos installations de brassage et de distribution afin de garantir la sécurité et la santé des employés devant travailler sur place. Il s'agit notamment de nettoyages en profondeur, de la disponibilité accrue d'EPI, de la pratique de la distanciation sociale, de la vérification de la température et de protocoles supplémentaires pour assurer la sécurité de tous.

En Europe, nous avons mis en place une série de mesures pour montrer aux travailleurs de nos brasseries et aux équipes hors site à quel point nous apprécions leur dévouement constant tout au long de la pandémie. Les employés qui avaient été mis à pied se sont vu offrir une formation sur les protocoles clés, y compris des renseignements sur la manière de prioriser leur bien-être personnel. Nous avons mis en place des tests d'immunochromatographie pour nos équipes de brasserie afin d'identifier rapidement toute personne susceptible d'être un porteur



Facteurs sociaux

Garantir la santé et la sécurité sur le lieu de travail

Nous savons que la santé et le bien-être de nos employés sont essentiels à leur performance. Notre objectif est de fournir des conditions de travail sécuritaires et saines pour prévenir les blessures au travail et promouvoir un sentiment de responsabilité envers la santé de nos employés, la société et l'environnement.

ADOPTER UNE CULTURE AXÉE SUR LA RESPONSABILITÉ EN MATIÈRE DE SÉCURITÉ

Notre politique relative à l'environnement, à la santé et à la sécurité (EHS) guide notre approche de gestion de la santé et de la sécurité. Selon cette politique, nous élaborons nos programmes de sécurité afin de promouvoir un sentiment de responsabilité à l'égard de la sécurité personnelle et de celle des collègues à tous les niveaux de l'entreprise. Nous déterminons et contrôlons de manière proactive les risques liés à l'EHS et nous nous engageons à améliorer continuellement notre capacité à prévenir les blessures et les maladies en milieu de travail. Nous utilisons le taux d'arrêt de travail de nos employés et de nos entrepreneurs comme mesure de notre performance en matière d'EHS et nous nous efforçons de le réduire. En 2020, la pandémie de coronavirus nous a obligés à créer de nouvelles méthodes de travail et, dans certains cas, a rendu le travail plus difficile, ce qui a pu entraîner une augmentation des accidents. Les autres maladies professionnelles avec arrêt de travail et la réduction de 15 % du nombre d'heures travaillées en raison des confinements dans de nombreux pays ont contribué à l'augmentation du taux d'arrêt de travail global⁷.

	2018	2019	2020
Taux d'arrêt de travail ⁷	0,38	0,40	0,83



Nos actions en

Nous avons connu une augmentation de 80 % du taux d'arrêt de travail depuis 2016. Cette augmentation souligne la nécessité de continuer à se concentrer et à

Préserver les droits de la personne

Nous nous sommes engagés à offrir un milieu de travail ouvert et respectueux des droits de la personne, un milieu où les employés sont valorisés, encouragés et inspirés à donner le meilleur d'eux-mêmes.

Nos [principes en matière d'emploi](#), qui s'appliquent à l'ensemble de nos activités et des unités d'affaires où nous détenons une participation majoritaire, sont conçus et pensés en fonction des normes internationales en matière de droits de la personne, notamment la Déclaration universelle des droits de l'homme, la Déclaration relative aux principes et droits fondamentaux au travail de l'Organisation internationale du Travail et le Pacte mondial des Nations Unies. Notre déclaration relative à l'esclavage moderne publiée conformément à la loi britannique sur l'esclavage moderne (Modern Slavery Act 2015), qui indique certaines mesures prises par Molson Coors et sa filiale britannique, Molson Coors Brewing Company (UK) Limited, peut être consultée sur le site molsoncoors.com.

Nous nous attendons également à ce que nos fournisseurs répondent à certaines attentes en matière de droits de la personne. Celles-ci sont énoncées dans nos [normes pour les activités commerciales et les fournisseurs](#) et sont comprises dans les contrats applicables.

Nous voulons créer des milieux de travail où les employés participent, se sentent libres de remettre en question les attentes de manière respectueuse et donnent le meilleur d'eux-mêmes chaque jour. Il va sans dire que nous nous engageons également à concevoir des lieux de travail sécuritaires et confortables dans lesquels les gens sont traités avec respect, les différences sont valorisées et les actions des employés sont conformes à nos normes et à nos valeurs.

Nous visons toujours à offrir des milieux de travail dépourvus de discrimination ou de harcèlement physique ou verbal fondés sur la race, le sexe, la couleur de la peau, l'origine nationale ou sociale, la religion, l'âge, le handicap, l'orientation sexuelle ou tout autre statut protégé par les lois applicables.

Tous les employés de Molson Coors sont tenus de se conformer à notre Code



7 Le taux d'arrêt de travail est calculé en multipliant le nombre de blessures et de maladies avec arrêt

Facteurs sociaux

Maintenir une chaîne d'approvisionnement éthique

Nos fournisseurs font partie intégrante de notre démarche en matière de développement durable. Nous travaillons continuellement avec eux pour nous assurer qu'ils intègrent le respect des droits de la personne dans leur travail, tout en préservant nos valeurs.

ÉTABLIR LA NORME EN MATIÈRE DE RESPONSABILITÉ

Nous attendons de chaque fournisseur avec lequel nous nous associons qu'il respecte des normes minimales de conformité, telles qu'elles sont définies dans notre [politique sur les normes à l'intention des fournisseurs](#). Ces exigences comprennent nos attentes en matière de durabilité environnementale, d'équité en emploi, de responsabilité communautaire, de pratiques commerciales éthiques, de droits de la personne et de normes commerciales rigoureuses. Nous considérons ces éléments comme essentiels pour une chaîne d'approvisionnement éthique.

CERNER LES RISQUES DE MANIÈRE PROACTIVE

En tant que l'un des plus grands brasseurs au monde disposant d'un vaste réseau d'approvisionnement mondial, nous voulons nous assurer que tous les fournisseurs avec lesquels nous travaillons s'engagent à travailler de manière éthique et durable. C'est pourquoi nous avons mis au point un processus en quatre étapes pour examiner, cerner et surveiller les problèmes potentiels, comme ceux liés aux droits des travailleurs, à l'environnement, à la santé et à la sécurité ainsi qu'à l'éthique professionnelle.

Nous surveillons le rendement de nos fournisseurs à l'aide du service de suivi [Supplier Ethical Data Exchange \(Sedex\)](#). Dans le cadre de notre processus de diligence raisonnable, nous examinons chaque année notre base d'approvisionnement pour cerner nos principaux fournisseurs, qui sont ensuite invités à remplir un questionnaire d'auto-évaluation Sedex pour évaluer leurs risques.

Si des risques ou des sujets de préoccupation apparaissent, nous collaborons avec le fournisseur pour y faire face et élaborer des plans correctifs.

ADOPTER DES PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT DURABLES

Nous pensons que l'approvisionnement durable fait partie intégrante de la bonne façon de faire des affaires. Nous adoptons des normes de pratiques exemplaires qui nous permettent d'établir un équilibre entre le développement économique, le développement social et la protection de l'environnement, d'une part, et les besoins commerciaux de notre entreprise, d'autre part, sur le plan de la qualité, de la fiabilité, de l'innovation et de la valeur.

Nous surveillons activement la réglementation concernant les ingrédients issus d'organismes génétiquement modifiés (OGM) sur tous nos marchés



Nos actions en

Nous avons fait participer 75 % des principaux fournisseurs à une évaluation des risques indépendante.



ÉTAPE 1 SÉLECTION

Chaque année, nous déterminons les fournisseurs principaux de notre chaîne d'approvisionnement. Cette sélection est axée sur plusieurs facteurs, notamment



ÉTAPE 2 COLLECTE DE RENSEIGNEMENTS

Les fournisseurs principaux sont invités à remplir un questionnaire d'auto-évaluation Sedex afin de fournir des renseignements supplémentaires sur tout risque dans les domaines des normes d'emploi et des droits de la personne, des pratiques d'affaires éthiques et de la conformité réglementaire, de la préparation à la continuité des activités et des indicateurs



ÉTAPE 3 PERFECTIONNEMENT DES FOURNISSEURS

Nous travaillons avec nos fournisseurs pour répondre à toute préoccupation et fournir des conseils pour favoriser leur amélioration continue selon nos normes. Pour ce faire, nous tenons des discussions actives avec eux, nous créons et gérons des plans correctifs, au



ÉTAPE 4 AUDIT

Tout fournisseur considéré comme représentant le risque le plus élevé à la suite du questionnaire d'auto-évaluation doit se soumettre à un audit par un tiers. Une fois l'audit réalisé et les résultats consignés, un plan d'action est établi pour corriger la situation. Il vise à garantir que les attentes minimales sont satisfaites et que les risques sont gérés. Si nous ne pouvons parvenir à un accord avec le fournisseur, nous envisagerons de

Facteurs de gouvernance

Faire preuve d'éthique et d'intégrité

Il est important pour nous d'agir avec intégrité dans toutes nos sphères d'activité.

NOTRE CODE DE CONDUITE PROFESSIONNELLE

Au cœur de notre culture éthique se trouve notre [Code de conduite professionnelle](#). Il est à la base de notre programme d'éthique et de conformité qui comprend des politiques, des formations, des communications, des procédures de suivi et d'audit sur une série de sujets, notamment les suivants :

- Exactitude des livres et des registres;
- Responsabilité en matière d'alcool;
- Lutte contre les pots-de-vin et la corruption;
- Lutte contre la discrimination et le harcèlement;
- Concurrence;
- Conflits d'intérêts;
- Confidentialité des données;
- Cadeaux et activités de représentation;
- Délits d'initiés;
- Médias sociaux;
- Signalements.

Tous nos employés sont tenus de respecter le code, qui est disponible en 12 langues⁸. La formation relative au code est obligatoire, et les nouveaux employés doivent la suivre dans le cadre de leur intégration. En outre, une formation de mise à jour des connaissances est offerte tous les deux ans aux employés. Nous demandons également aux employés de confirmer qu'ils

ont lu le code et qu'ils s'y conformeront. Tout conflit d'intérêts potentiel doit être divulgué au moyen d'un formulaire de divulgation des conflits d'intérêts en ligne pour approbation et pour garantir la consignation de chaque divulgation. Nous nous attendons également à ce que les employés qui ont des inquiétudes quant à d'éventuelles violations du code en fassent part à l'aide des moyens de communication appropriés.

LUTTE CONTRE LES POTS-DE-VIN ET LA CORRUPTION

Molson Coors n'approuve pas les pots-de-vin et la corruption de la part des employés ou de toute personne agissant au nom de l'entreprise. Nous demandons à tous nos employés et partenaires d'affaires de respecter en tout temps des pratiques commerciales éthiques et transparentes. Grâce à notre programme de lutte contre les pots-de-vin et la corruption, les employés reçoivent une formation sur notre politique et son fonctionnement. Dans le cadre de cette démarche, des outils en ligne sont également accessibles pour aider les employés à signaler les cas potentiels de pots-de-vin et de corruption. Les cadeaux et les activités de représentation peuvent devoir être consignés et faire l'objet d'une approbation préalable via un registre en ligne à cette fin, conformément aux politiques locales. Nous aidons nos partenaires d'affaires à comprendre notre approche pour faire des affaires de la bonne façon en respectant les procédures de diligence raisonnable et les clauses contractuelles standard. Nous réalisons également des audits, tant à l'interne qu'à l'externe, pour faire le suivi de la conformité.

LIGNE D'AIDE SUR L'ÉTHIQUE ET LA



⁸ Le code est publié dans les langues suivantes : le bulgare, le croate, le tchèque, l'anglais, le français, le hongrois, l'italien, le japonais, le monténégrin, le

Facteurs de gouvernance

Coordonner nos efforts de développement durable

Notre empreinte est au cœur de notre culture d'entreprise et des valeurs que nous nous efforçons de défendre. Une structure de gouvernance solide garantit que nous progressons dans la réalisation de nos objectifs et que nous le faisons de manière responsable et transparente.

Le conseil d'administration de Molson Coors est chargé de coordonner nos efforts de développement durable, y compris le rendement relatif à Notre empreinte, et d'en faire la divulgation. Comme indiqué dans la charte du comité d'audit du conseil d'administration, le comité d'audit aide le conseil d'administration à superviser notre responsabilité d'entreprise, notre politique en matière d'alcool et nos efforts de développement durable, ainsi que les rendements correspondants. En ce qui concerne les questions de développement durable, le conseil d'administration et le comité d'audit examinent régulièrement les résultats par rapport à nos objectifs de 2025, les tendances en matière de développement durable et les opinions des intervenants. Notre conseil d'administration est chargé de superviser notre programme de gestion des risques d'entreprise, y compris les possibilités et les risques liés aux changements climatiques.

Nous avons mis en place le Conseil de leadership en durabilité en 2018. Il réunit les dirigeants de diverses équipes de nos unités d'affaires afin d'assurer une supervision complète des sujets liés au développement durable dans l'ensemble de notre entreprise mondiale. Depuis, nous avons fait évoluer le groupe en sous-comités afin de nous concentrer sur plusieurs enjeux émergents liés aux facteurs ESG. Nous disposons actuellement de sous-comités distincts en matière de développement durable, comme le conseil des risques liés à l'emballage, le conseil des affaires corporatives et le conseil du carbone et de l'eau, qui se réunissent fréquemment pour aborder les sujets et les problèmes actuels.

Les enjeux liés aux changements climatiques, y compris les phénomènes météorologiques extrêmes, l'évolution des conditions météorologiques et d'autres événements qui pourraient être causés ou exacerbés par les changements climatiques, sont une composante essentielle de notre



Aligner la rémunération sur les facteurs ESG

Pour établir une culture axée sur la responsabilité, nous devons agir avec intégrité, en honorant nos engagements et en intégrant la responsabilité dans toutes nos activités. Nous nous engageons entre autres à atteindre les objectifs Notre empreinte 2025 pour nos employés et notre planète.

Les objectifs de performance de 2021 du chef de la direction comprennent la supervision des facteurs ESG. Plusieurs membres de l'équipe de direction sont également responsables de la réalisation de différents aspects des objectifs Notre empreinte 2025, soit les chefs de la direction, Chaîne d'approvisionnement, Affaires gouvernementales et juridiques, et Ressources humaines et diversité, ainsi que leurs équipes fonctionnelles.

Le rendement relatif à Notre empreinte est renforcé par notre CACM, qui contribue à améliorer l'efficacité et à réduire les pertes dans des domaines comme la santé et la sécurité ainsi que la durabilité environnementale.

Chaque brasserie impliquée dans la CACM est responsable de l'amélioration des paramètres suivants :

- Ratio d'utilisation de l'énergie (MJ/hl);
- Ratio d'utilisation de l'eau (hl/hl);
- Taux total d'incidents.

Facteurs de gouvernance **Gérer les risques d'entreprise**

La gestion des risques d'entreprise consiste en la culture, les capacités et les processus utilisés par Molson Coors pour atténuer les risques ainsi que créer et préserver la valeur.

ADOPTER UNE APPROCHE INTÉGRÉE

Nous gérons les risques d'entreprise au sein de Molson Coors au moyen d'un cadre structuré qui guide les évaluations de notre exposition aux risques. Le processus d'évaluation est supervisé par le vice-président, Exploitation juridique, qui consolide les évaluations de gestion des risques d'entreprise des personnes responsables de la supervision de la gestion des risques au niveau de la direction et à l'échelle régionale. Une analyse utilisant le processus de gestion des risques d'entreprise est effectuée tous les six mois afin de déterminer les risques émergents pour lesquels nous pouvons élaborer des plans d'atténuation. Les résultats sont ensuite communiqués à l'équipe de direction, au comité d'audit et au conseil d'administration.

ÉVALUER ET ANALYSER LES RISQUES

Molson Coors utilise une combinaison d'entrevues, d'analyses comparatives et d'analyses externes pour effectuer les premières évaluations qualitatives. Les interactions entre les risques sont évaluées pour déterminer les risques les plus élevés, et les évaluations sont peaufinées avec le chef de la direction, le chef de la direction financière et le chef de la direction, Affaires gouvernementales et juridiques. Notre système de gestion des risques d'entreprise, qui repose sur le cadre intitulé « Enterprise Risk Management – Integrating with Strategy and Performance » (Gestion des risques d'entreprise – Intégration à la stratégie et au rendement) du Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, favorise une approche collaborative et intégrale impliquant la gestion des risques d'entreprise, la stratégie, la continuité des activités et l'audit interne.

Molson Coors a établi des échelles pour évaluer les risques d'entreprise sur le plan de l'incidence, de la probabilité, de la vélocité et du contrôle.

- Incidence : mesure dans laquelle un risque peut toucher l'entreprise
- Probabilité : possibilité qu'un risque donné se produise
- Vélocité : vitesse à laquelle le risque pourrait évoluer et la situation se détériorer
- Contrôle : degré de contrôle exercé par l'entreprise sur le risque

Les risques sont classés en fonction de leurs notes combinées de probabilité et d'incidence, et regroupés sous les catégories suivantes : niveau 1, niveau 2, niveau 3 et liste de surveillance. Les risques très élevés sont désignés comme des risques de niveau 1, ce qui signifie qu'ils seront signalés et surveillés par l'équipe de direction, le comité d'audit et le conseil d'administration. Les risques figurant sur la liste de surveillance sont nouveaux, montrent une tendance à la hausse par rapport aux périodes de rapport précédentes ou présentent une incertitude accrue. Pour chaque risque d'entreprise, on attribue un responsable principal de l'équipe de direction, qui coordonne les efforts d'atténuation et rend compte des progrès.

DIVULGATIONS

Molson Coors divulgue ses divers risques d'entreprise sur le formulaire 10-K. Il s'agit notamment de risques liés aux facteurs ESG, comme les préoccupations relatives aux changements climatiques, la disponibilité d'une eau de qualité, la pandémie de coronavirus et les risques liés aux employés ou à la culture.



Facteurs de gouvernance

Veiller à l'application d'une politique publique responsable

Chez Molson Coors, nous nous engageons activement dans l'environnement politique pour informer les décideurs publics sur les enjeux et les pratiques qui concernent notre entreprise et notre secteur d'activité. Nous encourageons également la promotion et la consommation responsables de nos produits. Le comité de gouvernance de notre conseil d'administration supervise les actions commerciales et politiques, y compris les contributions politiques des comités, et il reçoit les rapports annuels sur les contributions politiques.

En février 2021, notre conseil d'administration a adopté une politique améliorée sur les contributions politiques, décrivant les politiques, les procédures et la philosophie de Molson Coors concernant les contributions et les activités politiques. La politique actualisée réaffirme les critères généraux qui guident les décisions concernant les contributions politiques des entités financées par les employés, les contributions d'entreprise permises par la loi, ainsi que d'autres efforts de lobbying et de défense des intérêts. Elle réaffirme également le fait que les dépenses politiques ne doivent pas être influencées par les préférences politiques d'un administrateur, d'un dirigeant ou d'un employé.

Dans le cadre de ces activités, Molson Coors mène ses affaires de manière éthique et en conformité avec les lois applicables. Nos règles d'affaires stipulent que seuls les employés désignés par l'entreprise peuvent s'engager dans des activités de politique publique au nom de Molson Coors, et qu'ils doivent se conformer aux exigences particulières de leurs territoires respectifs relativement à l'enregistrement, à l'éthique et à la divulgation. En outre, notre Code de conduite professionnelle fournit des conseils sur les contributions politiques des employés.

Aux États-Unis, les contributions politiques soutiennent les candidats, les partis et les comités politiques aux niveaux fédéral et des États, en fonction d'un ensemble de critères axés sur un programme favorable aux entreprises. En 2020, nos contributions à des candidats se présentant aux élections d'État, à des entités politiques d'État ainsi qu'à des initiatives populaires ont totalisé environ 371 875 \$ US. Nous suivons des protocoles internes, des politiques juridiques et des contrôles externes rigoureux pour garantir que toutes les contributions politiques sont effectuées et déclarées dans le strict respect des lois et des règlements fédéraux, étatiques et locaux appropriés. Les montants des contributions versées aux candidats ou aux partis au niveau de l'État sont généralement accessibles au public sur le site Web de l'État concerné, dans le cadre des rapports sur le financement des campagnes exigés par le gouvernement.

Molson Coors gère également un comité d'action politique, qui a versé des contributions aux candidats totalisant environ 63 500 \$ US en 2020, grâce aux contributions volontaires d'une catégorie restreinte d'employés admissibles. Ce comité est enregistré auprès de la Commission électorale

fédérale (FEC) et dépose des rapports mensuels auprès de celle-ci ou comme le prévoit la loi fédérale. Ces rapports sont accessibles au public au www.fec.gov et fournissent une liste détaillée des recettes et des dépenses du comité d'action politique de Molson Coors, y compris les contributions aux candidats, aux comités de partis et à toute autre organisation.

Le total de nos dons politiques au Canada s'est élevé à environ 2000 \$ CA en 2020. Pour de plus amples détails, veuillez consulter les sites Web des provinces concernées.

Élaborer une stratégie fiscale transparente

Les impôts que nous payons en tant qu'entreprise responsable peuvent représenter une part importante de notre contribution économique aux régions dans lesquelles nous exerçons nos activités. La gestion de nos activités fiscales est régie par des principes arrimés à nos pratiques mondiales en matière d'activités commerciales, de durabilité et de gouvernance, et par un engagement en faveur de la conformité fiscale et de la transparence.

Nous tenons compte de l'efficacité fiscale pour chaque activité commerciale que nous entreprenons afin d'accroître la valeur pour les actionnaires et de répondre aux attentes de nos consommateurs et de nos employés. Nous gérons de manière proactive le risque fiscal et entretenons des relations fondées sur la transparence, la coopération et le respect avec les



INDEX

Global Reporting Initiative (GRI), Sustainable Accounting Standards Board (SASB), Groupe de travail sur la divulgation de l'information financière relative aux changements climatiques (GIFCC)



Index du contenu lié à la GRI

Ce rapport a été préparé selon les normes de rapport sur le développement durable de la GRI. Pour une explication détaillée des indicateurs, consultez le site Web de la GRI : <https://www.globalreporting.org/standards/>.

ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX D'INFORMATION

DESCRIPTION DE L'INDICATEUR		EMPLACEMENT ET REMARQUES
PROFIL DE L'ORGANISATION		
102-1	Nom de l'organisation	Rapport sur les facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) [p. 3]
102-2	Activités, marques, produits et services principaux	Rapport sur les facteurs ESG (p. 5) et rapport annuel de 2020 sur le formulaire 10-K
102-3	Lieu géographique du siège social	Rapport annuel de 2020 sur le formulaire 10-K
102-4	Nombre de pays où l'entreprise exerce ses activités et pays où ses activités sont importantes ou pertinentes pour les enjeux de développement durable	Rapport sur les facteurs ESG (p. 5) et rapport annuel de 2020 sur le formulaire 10-K
102-5	Capital et forme juridique	Rapport annuel de 2020 sur le formulaire 10-K
102-6	Marchés desservis	Rapport annuel de 2020 sur le formulaire 10-K
102-7	Taille de l'organisation	Rapport annuel de 2020 sur le formulaire 10-K
102-8	Employés par contrat de travail et par sexe	Rapport sur les facteurs ESG (p. 13)
102-9	Description de la chaîne d'approvisionnement	Notre chaîne d'approvisionnement commence dans les champs d'orge et de houblon où nos producteurs puisent nos ingrédients de brassage d'origine agricole. Nos emballages, comme les bouteilles et les canettes, représentent également une grande partie de notre empreinte carbone. C'est pourquoi nous travaillons en étroite collaboration avec nos fournisseurs d'emballages pour réduire leurs émissions de carbone. Nous travaillons également avec des fournisseurs de services de transport pour améliorer l'efficacité de notre réseau de transport et de logistique.
102-10	Modifications significatives de la taille de l'organisation, de sa structure ou de sa propriété	Rapport annuel de 2020 sur le formulaire 10-K
102-11	Si et dans quelle mesure l'organisation applique le principe de précaution ou l'approche préventive	Rapport sur les facteurs ESG (p. 16 à 30)
102-12	Initiatives externes	Rapport sur les facteurs ESG (p. 3)
102-13	Adhésion à des associations	Rapport sur les facteurs ESG (p. 3) et rapport sur l'incidence des objectifs de développement durable (ODD) [p. 11]
STRATÉGIE		
102-14	Déclaration du chef de la direction	Rapport sur les facteurs ESG (p. 4)
ÉTHIQUE ET INTÉGRITÉ		
102-16	Valeurs, principes, normes et règles de conduite de l'organisation, comme les codes de conduite et d'éthique	Rapport sur les facteurs ESG (p. 43) et Code de conduite professionnelle
GOVERNANCE		
102-18	Structure de gouvernance	Rapport sur les facteurs ESG (p. 44) et site Web d'entreprise de Molson Coors
102-20	Responsabilité de la direction en lien avec les enjeux économiques, environnementaux et sociaux	Rapport sur les facteurs ESG (p. 44) et site Web d'entreprise de Molson Coors
102-21	Consultation des parties prenantes au sujet des enjeux économiques, environnementaux et sociaux	Rapport sur les facteurs ESG (p. 8) et site Web d'entreprise de Molson Coors
G4-37	Rapport sur les mécanismes internes et externes pour demander des conseils sur la conduite éthique et légale ainsi que sur les questions liées à l'intégrité de l'organisation, comme les lignes d'aide ou de conseil	Rapport sur les facteurs ESG (p. 46)
IMPLICATION DES PARTIES PRENANTES		
102-40	Groupes de parties prenantes impliquées dans l'organisation	Rapport sur les facteurs ESG (p. 8) et site Web d'entreprise de Molson Coors
102-41	Pourcentage d'employés couverts par des conventions collectives	Rapport sur les facteurs ESG (p. 38)
102-42	Identification et sélection des parties prenantes	Rapport sur les facteurs ESG (p. 8) et site Web d'entreprise de Molson Coors
102-43	Approches d'implication des parties prenantes, notamment la fréquence d'implication par type et par groupe de parties prenantes	Rapport sur les facteurs ESG (p. 8) et site Web d'entreprise de Molson Coors

DESCRIPTION DE L'INDICATEUR		EMPLACEMENT ET REMARQUES
102-44	Préoccupations majeures soulevées lors de l'implication des parties prenantes et réponse de l'organisation	Site Web d'entreprise de Molson Coors
PRATIQUES DE RAPPORT		
102-45	Entités incluses dans les états financiers consolidés et mention d'une éventuelle entité incluse qui ne figure pas dans le rapport	Rapport sur les facteurs ESG (p. 3) et rapport annuel de 2018 sur le formulaire 10-K
102-47	Enjeux pertinents identifiés	Site Web d'entreprise de Molson Coors
102-48	Effet des réaffirmations	S.O.
102-49	Modifications significatives par rapport à la période de rapport précédente	Rapport Notre empreinte (p. 2) et rapport sur les facteurs ESG (p. 3)
PROFIL DE RAPPORT		
102-50	Période de rapport	Rapport sur les facteurs ESG (p. 3)
102-51	Rapport le plus récent	Rapport sur les facteurs ESG (p. 3)
102-52	Cycle de rapport	Rapport sur les facteurs ESG (p. 3)
102-53	Point de contact pour le rapport sur le développement durable	Pour toute question ou tout commentaire, veuillez envoyer un courriel à corporate_responsibility@molsoncoors.com .

DESCRIPTION DE L'INDICATEUR		EMPLACEMENT ET REMARQUES
ÉCONOMIQUES		
Performance économique		
201-1	Valeur économique directe générée et distribuée	Rapport annuel de 2020 sur le formulaire 10-K
201-2	Implications financières et autres risques et opportunités pour les activités de l'organisation dus aux changements climatiques	Rapport de 2018 au CDP
LUTTE CONTRE LA CORRUPTION		
205-2	Communication et formation relatives aux politiques et procédures de lutte contre la corruption	Rapport sur les facteurs ESG (p. 43)
ENVIRONNEMENTAUX		
Énergie		
302-1	Consommation énergétique au sein de l'organisation	Rapport sur les facteurs ESG (p. 24)
302-3	Intensité énergétique	Rapport sur les facteurs ESG (p. 24)
302-4	Réduction de la consommation énergétique	Rapport sur les facteurs ESG (p. 24)
Eau		
303-1	Prélèvement d'eau total par source	Rapport sur les facteurs ESG (p. 18)
Émissions		
305-1	Émissions directes de gaz à effet de serre (GES), portée 1	Rapport sur les facteurs ESG (p. 25)
305-2	Émissions indirectes de GES liées à l'énergie, portée 2	Rapport sur les facteurs ESG (p. 25)
305-3	Autres émissions indirectes de GES, portée 3	Rapport sur les facteurs ESG (p. 25)
305-4	Intensité des émissions de GES	Rapport sur les facteurs ESG (p. 25)
305-5	Réduction des émissions de GES	Rapport sur les facteurs ESG (p. 25)
Effluents et déchets		
306-2	Poids total des déchets par type et méthode d'élimination	Rapport sur les facteurs ESG (p. 29)
Conformité environnementale		

DESCRIPTION DE L'INDICATEUR		EMPLACEMENT ET REMARQUES
307-1	Valeur monétaire des amendes significatives et nombre total de sanctions non monétaires pour non-conformité aux lois et aux règlements environnementaux	Notre définition d'une violation établit qu'une violation se produit lorsqu'un organisme autorisé (p. ex., un organisme gouvernemental ou un organisme de réglementation indépendant commercial ou non) détermine qu'une loi, un règlement, un code, ou autre, concernant des enjeux environnementaux ou écologiques a été enfreint et que l'amende ou la pénalité est supérieure à 10 000 \$ US. En 2020, nous avons reçu une amende supérieure à 10 000 \$ US pour une violation technique en 2019 relativement aux exigences du programme américain de prévention des rejets accidentels. Bien que nous n'ayons pas connu d'incidents environnementaux importants en 2020, le nombre d'incidents en 2019 est passé d'un à deux.
SOCIAUX		
Emploi		
401-1	Nombre total et taux de recrutement de nouveaux employés et taux de roulement du personnel par groupe d'âge, sexe et région	Roulement total dans le rapport sur les facteurs ESG (p. 39)
Santé et sécurité au travail		
403-2	Types d'accidents de travail et taux d'accidents de travail, de maladies professionnelles, de journées d'arrêt de travail et d'absentéisme, et nombre total de décès liés au travail, par région et par sexe	Taux d'arrêt de travail déclaré dans le rapport sur les facteurs ESG (p. 41) Nous avons perdu tragiquement six employés à la brasserie de Milwaukee, dans le Wisconsin, et un entrepreneur à la brasserie de Golden, dans le Colorado. La pandémie de COVID-19 a également entraîné une augmentation des maladies professionnelles avec arrêt de travail, ce qui a conduit à un taux d'arrêt de travail élevé.
Formation et éducation		
404-1	Nombre moyen d'heures de formation par an et par employé, selon le sexe et la catégorie professionnelle	Nombre moyen d'heures de formation dans le rapport sur les facteurs ESG (p. 38)
404-2	Programmes de mise à niveau des compétences et de formation continue qui favorisent le maintien de l'employabilité des employés et les aident à gérer la fin de leur carrière	Rapport sur les facteurs ESG (p. 38)
Diversité et égalité des chances		
405-1	Composition des organes de gouvernance et répartition des employés par catégorie d'employés en fonction du sexe, du groupe d'âge, de l'appartenance à une minorité et d'autres indicateurs de diversité	Rapport sur les facteurs ESG (p. 13)
Communautés locales		
413-1	Pourcentage d'opérations pour lesquelles des programmes d'implication de la communauté locale, des évaluations des impacts et des programmes de développement ont été mis en œuvre	La totalité de nos grandes brasseries et de nos bureaux ont mis en œuvre des initiatives d'engagement communautaire. Rapport sur les facteurs ESG (p. 36)
Politiques publiques		
415-1	Valeur totale des contributions politiques par pays	Rapport sur les facteurs ESG (p. 46)
Santé et sécurité des consommateurs		
416-1	Pourcentage des catégories de produits et de services significatives pour lesquelles les impacts sur la santé et la sécurité sont évalués en vue de leur amélioration	Pour tous nos produits, nous abordons les questions de responsabilité en matière d'alcool et de conduite en état d'ébriété auprès d'un public ayant dépassé l'âge légal pour consommer de l'alcool. Vous trouverez de plus amples renseignements dans notre rapport sur les facteurs ESG (p. 31 à 35).
Étiquetage des produits et des services		
417-1	Type d'information sur les produits et les services exigé selon les procédures de l'organisation en matière d'information et d'étiquetage des produits et des services, et pourcentage de catégories significatives de produits et de services soumises à ces exigences	Rapport Notre empreinte (p. 32)

Communication sur les progrès réalisés

PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

Le Pacte mondial des Nations unies et le CEO Water Mandate correspondent à notre engagement mondial en faveur du développement durable. Nous continuons à soutenir les dix principes du Pacte mondial des Nations unies et les six éléments fondamentaux du CEO Water Mandate, et nous nous engageons à les intégrer dans notre stratégie et notre culture d'entreprise, ainsi que nos activités quotidiennes.

Le tableau ci-dessous indique l'emplacement dans nos rapports publics où se trouvent des descriptions des mesures concrètes que nous avons prises pour mettre

DESCRIPTION DE L'INDICATEUR		EMPLACEMENT ET REMARQUES
PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES		
Domaine d'intérêt	Principe	Renseignements supplémentaires
Droits de la personne	Principe 1 : Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de la personne.	Rapport sur les facteurs ESG (p. 41); principes en matière d'emploi; et déclaration relative à la loi britannique sur l'esclavage moderne
	Principe 2 : Les entreprises sont invitées à veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits de la personne.	
	Principe 3 : Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective.	
Travail	Principe 4 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire.	Rapport sur les facteurs ESG (p. 41); principes en matière d'emploi; et déclaration relative à la loi britannique sur l'esclavage moderne
	Principe 5 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'abolition effective du travail des enfants.	
	Principe 6 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession.	

CEO WATER MANDATE	
Engagement	Renseignements supplémentaires
Activités directes	Rapport sur les facteurs ESG (p. 17) et rapport sur l'incidence des ODD (p. 7)
Gestion de la chaîne d'approvisionnement et des bassins versants	Rapport sur les facteurs ESG (p. 19) et rapport sur l'incidence des ODD (p. 7)
Mesures collectives	Rapport sur les facteurs ESG (p. 19) et rapport sur l'incidence des ODD (p. 7)
Engagement communautaire	Rapport sur l'incidence des ODD (p. 7)
Politiques publiques	Rapport sur les facteurs ESG (p. 46) et rapport sur l'incidence des ODD (p. 7)

Divulgations de 2021

MESURE COMPTABLE	UNITÉ DE MESURE	EMPLACEMENT
GESTION DE L'ÉNERGIE		
Énergie totale consommée, pourcentage d'électricité du réseau, pourcentage d'énergies renouvelables	Gigajoules (GJ), pourcentage (%)	Rapport sur les facteurs ESG (p. 24)
GESTION DE L'EAU		
1) Eau totale prélevée et 2) eau totale consommée, pourcentage de chaque mesure dans les régions où le stress hydrique de référence est élevé ou extrêmement élevé	Mètres cubes (m ³), pourcentage (%)	Rapport sur les facteurs ESG (p. 18)
Discussion sur les risques liés à la gestion de l'eau et description des stratégies et des pratiques de gestion visant à atténuer ces risques	S.O.	Rapport sur les facteurs ESG (p. 17 à 21)
CONSOMMATION ET MARKETING RESPONSABLES		
Nombre d'impressions publicitaires, pourcentage réalisé sur des personnes ayant l'âge légal de consommer de l'alcool	Nombre, pourcentage (%)	Rapport sur les facteurs ESG (p. 31)
Avis de violation reçus pour non-conformité avec les codes de marketing ou d'étiquetage sectoriels et réglementaires	Nombre	Rapport sur les facteurs ESG (p. 31)
Montant des amendes et des règlements prévus par la loi ou un organisme de réglementation associés aux pratiques d'étiquetage ou de marketing	Dollars américains (\$ US)	Rapport sur les facteurs ESG (p. 31)
Description des efforts déployés pour promouvoir la consommation responsable d'alcool	S.O.	Rapport sur les facteurs ESG (p. 31 à 35)
GESTION DU CYCLE DE VIE DES EMBALLAGES		
1) Poids total de l'emballage, 2) pourcentage de matériaux recyclés ou renouvelables et 3) pourcentage de matériaux recyclables ou compostables	Tonnes métriques (t), pourcentage (%)	Rapport sur les facteurs ESG (p. 27)
Description des stratégies visant à réduire les répercussions environnementales des emballages tout au long de leur cycle de vie	S.O.	Rapport sur les facteurs ESG (p. 26 à 27)
RÉPERCUSSIONS ENVIRONNEMENTALES ET SOCIALES DES CHAÎNES D'APPROVISIONNEMENT EN INGRÉDIENTS		
Pourcentage d'ingrédients des boissons provenant de régions où le stress hydrique de référence est élevé ou extrêmement élevé	Pourcentage (%) par dépense	Rapport sur les facteurs ESG (p. 18)
Conformité de l'audit sur la responsabilité sociale et environnementale des fournisseurs 1) Taux de non-conformités majeures et taux de mesures correctives associées 2) Taux de non-conformités mineures et taux de mesures correctives associées	Taux	Rapport sur les facteurs ESG (p. 42)

Divulgations de 2021

SUJET ET DIVULGATION	EMPLACEMENT
GOVERNANCE	
A. Description de la supervision exercée par le conseil d'administration sur les possibilités et les risques liés au climat	Rapport sur les facteurs ESG (p. 44)
B. Description du rôle de la direction dans l'évaluation et la gestion des risques et des possibilités	Rapport sur les facteurs ESG (p. 44)
STRATÉGIE	
A. Description des possibilités et des risques liés au climat que l'entreprise a déterminés à court, moyen et long terme	Rapport au CDP sur les risques et les possibilités
B. Description de l'incidence des possibilités et des risques liés au climat sur les activités, la stratégie et la planification financière de l'entreprise	Rapport au CDP sur les risques et les possibilités
C. Description de la résilience de la stratégie de l'entreprise, en tenant compte de différents scénarios liés au climat, y compris un scénario avec une hausse de la température de 2 °C ou moins	Rapport au CDP sur les risques et les possibilités
GESTION DES RISQUES	
A. Description des processus de l'entreprise pour déterminer et évaluer les risques liés au climat	Partie sur la gestion des risques d'entreprise du rapport sur les facteurs ESG (p. 45)
B. Description des processus de l'entreprise pour gérer les risques liés au climat	Partie sur la gestion des risques d'entreprise du rapport sur les facteurs ESG (p. 45) et rapport au CDP
C. Description de l'intégration des processus de détermination, d'évaluation et de gestion des risques liés au climat dans la gestion globale des risques de l'entreprise	Partie sur la gestion des risques d'entreprise du rapport sur les facteurs ESG (p. 45) et rapport au CDP
MESURES ET OBJECTIFS	
A. Publication des mesures utilisées par l'entreprise pour évaluer les possibilités et les risques liés au climat, conformément à sa stratégie et à son processus de gestion des risques	Rapport sur les facteurs ESG (p. 23 à 25 et p. 44)



Le présent rapport contient des déclarations qui constituent des « énoncés prospectifs » au sens des lois fédérales sur les valeurs mobilières aux États-Unis. En règle générale, des termes comme « croire », « prévoir », « avoir l'intention de », « estimer », « s'attendre », « anticiper », « projeter », « viser » et autres expressions similaires, ainsi que l'utilisation du futur, dénotent des énoncés prospectifs qui n'ont habituellement pas de portée historique. Les énoncés prospectifs comprennent les déclarations qui se rapportent aux investissements de l'entreprise dans des programmes socioéconomiques, la gestion de l'eau et d'autres efforts de protection de l'environnement, des initiatives de réutilisation et de recyclage ainsi que l'approvisionnement en matières premières. Bien que l'entreprise soit d'avis que les hypothèses sur lesquelles ces énoncés prospectifs sont fondés sont raisonnables, elle ne peut garantir d'aucune façon leur exactitude. Les facteurs importants qui pourraient occasionner des écarts significatifs entre les résultats réels de l'entreprise, ses projections actuelles et ses attentes sont indiqués dans les documents de l'entreprise déposés auprès de la Securities and Exchange Commission (« SEC ») [Commission des valeurs mobilières]. Ces facteurs comprennent, sans s'y limiter : l'impact de la pandémie de coronavirus, la santé de l'industrie de la bière et des boissons, ainsi que celle de nos marques au sein de nos marchés; les conditions économiques dans nos marchés; le rendement de la bourse et du marché des produits de base; le rendement des récoltes; la demande des consommateurs; la situation économique mondiale; la modification de lois et de règlements; l'avènement de nouvelles technologies; le prix et la disponibilité des ressources, des matières premières, des produits de base et du matériel d'emballage; les événements de force majeure; la perte ou la fermeture d'une grande brasserie ou d'une autre installation importante; la modification de notre système de chaîne d'approvisionnement; notre capacité à mettre en œuvre nos initiatives stratégiques; la réussite de nos coentreprises; les risques liés aux activités dans des marchés en développement et émergents; l'impact des changements climatiques, et la disponibilité et la qualité de l'eau; la capacité d'attirer, d'embaucher et de retenir du personnel qualifié; le rendement financier et