



Contenu

Introduction

À propos de notre empreinte 3

2023 Progrès et faits marquants 4

Peuple

Inclusion et appartenance 7

Impact sur la communauté 8

Bien-être des salariés 9

Célébrez de manière responsable 11

Planète

Action pour le climat 15

Emballages et déchets 17

Résilience de l'eau 19

Agriculture et biodiversité 20

Gouvernance

Gestion du risque d'entreprise et gouvernance 22

Cliquez pour voir

Annexe sur les divulgations

TCFD

SASB

GRI

Pacte mondial des Nations Unies

Résumé de l'impact des ODD des Nations Unies

Déclaration d'assurance

Cliquez pour voir

Molson Coors Données pour l'exercice 2023

CHAMP D'APPLICATION DU RAPPORT

Ce **rapport 2024 sur notre empreinte** résume les progrès réalisés jusqu'en 2023 par rapport à nos objectifs en matière de population et de planète. Il couvre les activités et la performance de Molson Coors Beverage Company (Molson Coors) à l'échelle mondiale dans ses unités commerciales des Amériques et les régions EMEA et APAC (Europe, Moyen-Orient, Afrique et Asie-Pacifique) pour l'exercice financier allant du 1er janvier au 31 décembre 2023. Sauf indication contraire, les données sont présentées au 31 décembre 2023. Voir [l'annexe sur les données](#) pour connaître l'étendue des mesures spécifiques.

Nous nous sommes alignés sur les exigences de plusieurs normes internationalement reconnues : Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), Sustainability Accounting Standards Board (SASB) et la Global Reporting Initiative (GRI), entre autres. Les divulgations relatives à chacune de ces normes se trouvent dans [l'annexe sur les divulgations](#).

Nous rendons également compte chaque année de nos efforts pour soutenir les objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies, qui figurent également dans [l'annexe sur les divulgations](#). Conformément aux normes ISAE 3000 et 3410, SLR Consulting Limited a vérifié les données relatives aux émissions de portée 1 et 2 de l'exercice 2023, ainsi que les émissions de portée 3 provenant du opérations directes, distribution du produit fini et voitures appartenant à l'entreprise. La déclaration d'assurance indépendante peut être trouvée dans [l'annexe sur les divulgations](#).

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

Dans ce rapport, toute utilisation des termes « important », « importance relative », « immatériel », « substantiel », « significatif » et d'autres termes similaires fait référence à des sujets qui reflètent des impacts économiques, environnementaux, sociaux et de gouvernance importants de Molson Coors. Beverage Company ou du système de Molson Coors, ou à des sujets ou des normes désignés comme « importants » ou « substantiels » en vertu des normes du protocole des gaz à effet de serre (GES), des normes du Climate-related Financial Disclosure (TCFD), de la Global Reporting Initiative (GRI) ou du Sustainability Accounting Standards Board (SASB). Ces termes tels qu'ils sont utilisés dans ce rapport, ne sont pas utilisés, ni destinés à être interprétés, tels qu'ils ont été définis ou interprétés conformément aux lois sur les valeurs mobilières ou à toute autre loi des États-Unis ou de toute autre juridiction, ou tels que ces termes sont utilisés dans le contexte des états financiers et de l'information financière.

Le présent rapport contient des « déclarations prévisionnelles » au sens des lois fédérales américaines sur les valeurs mobilières. En général, les mots « croire », « s'attendre à », « avoir l'intention de », « anticiper », « projeter », « travailler », « s'efforcer », « vouloir », « viser » et les expressions similaires identifient des déclarations prospectives, qui ne sont généralement pas de nature historique. Les déclarations prospectives comprennent, sans s'y limiter, celles relatives aux investissements de l'entreprise dans des programmes socio-économiques et leurs impacts, aux émissions de gaz à effet de serre, à la gestion de l'eau et à d'autres efforts environnementaux, aux mesures de réutilisation, de recyclage et de réduction des déchets, à l'agriculture, aux matières premières et à d'autres questions d'approvisionnement, à d'autres cibles, objectifs, engagements et programmes ESG, ainsi qu'à d'autres plans d'affaires, initiatives et objectifs. Bien que l'entreprise estime que les hypothèses sur lesquelles se fondent ses déclarations prospectives sont raisonnables, elle ne peut garantir que ces hypothèses se révéleront exactes. Les facteurs importants susceptibles d'entraîner une différence matérielle entre les résultats réels et les projections et attentes actuelles de l'entreprise sont indiqués dans les documents déposés par l'entreprise auprès de la Securities and Exchange Commission (SEC). Ces facteurs comprennent, entre autres, les risques évoqués dans nos documents déposés auprès de la SEC. Toutes les déclarations prospectives contenues dans ce rapport sont expressément assorties de telles mises en garde et d'une référence aux hypothèses sous-jacentes. Vous ne devez pas vous fier indûment aux déclarations prospectives, qui ne sont valables qu'à la date à laquelle elles sont faites. Nous ne nous engageons pas à mettre à jour les déclarations prospectives, que ce soit à la suite de nouvelles informations, d'événements futurs ou autrement, sauf si la loi applicable l'exige.

À propos de notre empreinte

Notre empreinte englobe l'impact de Molson Coors Beverage Company sur les gens et la planète. Notre ambition est de faire en sorte que notre empreinte contribue à « créer un monde à célébrer ».

Poursuivez votre lecture pour en savoir plus sur les progrès que nous avons réalisés en 2023 et sur les histoires qui donnent vie à nos progrès. N'oubliez pas de consulter notre [annexe sur les divulgations](#) et [l'annexe sur les données](#).

**17**

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

> 83 M

hectolitres vendu

16 500

employés

40+

production de boissons installations

~ 11,7 B

ventes nettes

~ 100

pays où nos produits sont vendus

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

— Grandes brasseries :

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



2023 Progrès et faits marquants





Peuple



29,9 %
personnes de couleur (POC) dans la population active américaine (objectif ambitieux pour 2023 : 32,8 %)



28,6 %
des membres du conseil d'administration sont des femmes

21,4 %
des administrateurs du conseil d'administration sont des personnes de couleur



27,6 %
les femmes dans la main-d'œuvre mondiale



20,5 %
des cadres supérieurs américains sont des personnes de couleur



36,3 %
des cadres supérieurs mondiaux sont des femmes



990,5 M
en dépenses auprès de fournisseurs diversifiés 2021-2023 dans les Amériques (objectif 2021-2023 : 1 milliard de dollars)



> 9,5 M
communauté impact investissement dans les Amériques en 2023







Planète



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



↓ 34,2 %
Réduction des émissions de GES de portée 1+2 par rapport à l'année de référence 2016 (objectif 2025 : 50 %)

↓ 28,0%
Réduction des émissions de GES de portée 1+2+3 par rapport à l'année de référence 2016 (objectif 2025 : 20 %)



0,12 %
déchets mis en décharge (provenant de nos 24 plus grandes installations comptant plus de 75 employés)



99,7 %
des emballages sont réutilisables, recyclables ou compostables (objectif 2025 : 100 %)



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



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



17,6 %
des emballages plastiques destinés aux consommateurs contiennent ≥ 30 % de contenu recyclé (objectif 2025 : 30 %)



3,41 hl/hl
rapport eau/produit (objectif 2025 : 2.8 hl/hl)



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





Un toast à notre passé et un regard sur notre avenir

COORS CÉLÈBRE SON 150E ANNIVERSAIRE



Le 30 septembre, nous nous sommes associés à la ville de Golden, au Colorado, pour inviter tout le monde à partager notre célébration du 150e anniversaire de Coors. En plus des centaines d’employés de Golden Brewery et de leurs familles, nous avons accueilli des partenaires distributeurs et des gagnants de mesures incitatives, des représentants de comptes clés et le public amoureux de Coors pour l’occasion de leur vie.



L’historique Washington Avenue, dans le centre-ville de Golden, a été fermée à la circulation automobile pour la journée et Parfet Park a été transformé en un café en plein air relaxant, avec des jeux, de camions de nourriture et des spectacles en direct. Sur la rue principale, nous avons accueilli la famille Coors et le gouverneur du Colorado pour un toast de la part de Pete, David et Peter Coors.



Parallèlement à la célébration, nous avons fait un don de 50 000 \$ au Foothills Art Center, basé à Golden. Nous voulions agrémenter notre célébration avec un don dans la région de Golden, redonnant ainsi à la communauté qui a soutenu nos efforts au fil des ans.



Dans la soirée, un concert privé mettant en vedette Chase Rice et Brooks & Dunn a eu lieu sur la colline au-dessus de la brasserie. Les employés, les amis et la famille ont porté un toast avec des bouteilles de Coors Banquet brassées directement à Golden. La soirée a été ponctuée par un superbe spectacle de drones mettant en vedette nos marques emblématiques Coors. C’était un événement digne de 150 ans de dévouement et de passion pour la fabrication de la meilleure bière du monde!



ACCÉLÉRER NOTRE SUCCÈS

L’année 2023 a été une année marquante pour la performance commerciale de Molson Coors. Ce succès est le résultat direct de notre plan de revitalisation annoncé à la fin de 2019. En nous appuyant sur le succès des trois dernières années, nous avons présenté à la fin de 2023 le plan d’accélération de Molson Coors. Il ne s’agit pas d’un changement radical dans ce qui a fait le succès de notre entreprise, mais d’un affinement de notre stratégie. Le plan comprend les principes suivants :

1. Augmenter constamment le chiffre d’affaires net de notre principale marque.
2. Accroître de manière agressive la valeur de notre portefeuille, de sorte qu’un tiers de notre portefeuille mondial se situe dans ce niveau de tarification.
3. Évoluer et développer activité au-delà de Beyond Beer, la moitié de notre croissance supérieure à la prime provenant de l’extérieur de la bière.
4. Investissez dans nos capacités, de la chaîne d’approvisionnement au commerce électronique en passant par le numérique et au-delà.
5. Investissez dans nos peuples, nos communautés et notre planète.

Investir dans nos peuples, nos communautés et notre planète est un principe fondamental de nos activités depuis de nombreuses années. Dans ce rapport, vous découvrirez un échantillon de l’excellent travail que nous avons accompli en 2023 dans l’ensemble de nos activités mondiales pour croître de manière durable et équitable.

Nos objectifs initiaux en matière de développement durable ont été fixés en 2017 sur la base de 2016 et doivent être atteints jusqu’en 2025. Bien que la pandémie ait pu retarder certaines de nos initiatives, nous restons concentrés sur ces objectifs tout en faisant progresser nos stratégies et nos engagements jusqu’en 2030 (et au-delà), en commençant par nos engagements climatiques.

Je suis fier des contributions de chaque employé pour nous aider à atteindre nos objectifs en matière de peuples et de planète, car sans leurs efforts, aucune de nos aspirations ne verrait le jour.

À la vôtre,

Gavin Hattersley
Président et directeur général



Peuple

Les gens d'abord est notre valeur la plus importante et nous nous engageons à encourager et à soutenir les gens de Molson Coors et de nos communautés.



Inclusion et appartenance

Notre objectif est de créer une culture où l’inclusion, l’appartenance et les pratiques équitables sont au cœur de qui nous sommes, de la façon dont nous travaillons ensemble à la croissance de notre entreprise.

Nos collaborateurs

Notre objectif est de constituer et de maintenir une main-d’œuvre qualifiée, hautement engagée et inclusive à tous les niveaux de l’organisation pour essayer de garantir que nous reflétons nos communautés et notre base de consommateurs.

Au début de 2020, nous avons fixé des objectifs ambitieux en matière de main-d’œuvre afin d’augmenter, d’ici la fin de l’année 2023, la représentation des femmes dans l’ensemble de l’entreprise et des personnes de couleur (POC) aux États-Unis reflétant le marché, et nos progrès sont mis en évidence ci-dessous. De plus, une rémunération équitable est un élément clé de notre philosophie et de nos principes en matière de rémunération, et nous évaluons et remettons continuellement en question nos processus de rémunération pour nous assurer qu’ils s’alignent à nos engagements. Au Royaume-Uni, nous suivons les progrès en matière de parité hommes-femmes au moyen d’un rapport annuel sur l’écart salarial entre les hommes et les femmes et, en 2023, notre écart salarial médian entre les hommes et les femmes était de 4,68 %, inférieur à notre médiane de 5,34 % en 2022. Nous examinons régulièrement l’équité salariale et les écarts salariaux, à la fois lorsque cela est obligatoire (par exemple, analyses provinciales de l’équité salariale au Canada, rapports sur les écarts salariaux au Royaume-Uni) et là où ils ne le sont pas. À titre d’exemple, une étude tierce réalisée en mai 2023 à travers les États-Unis a montré que les femmes gagnent 100,3 % par rapport à leurs homologues masculins et que les POC gagnent 99,6 % par rapport à leurs homologues non-POC dans des emplois de niveau mondial.

PROGRÈS EN 2023

27,6 %

Les femmes dans la population active mondiale

29,9 %

Personnes de couleur (POC) dans la population active américaine

990,5 M

En dépenses auprès de divers fournisseurs de 2021-2023 dans les Amériques

Notre lieu de travail

Dans le cadre de notre culture des « Les gens d’abord », nous visons à créer et à maintenir un lieu de travail inclusif où les talents, les compétences et les perspectives uniques de tous nos employés sont valorisés et exploités.

Dans les Amériques, nous avons élargi le programme Empathy Experience, une expérience d’apprentissage immersive visant à sensibiliser à l’équité et à l’inclusion en déployant le programme à notre bureau de Toronto.

Pour les activités EMEA et APAC, nous travaillons avec le réseau des employeurs pour l’égalité et l’inclusion pour comparer et suivre les pratiques internes et nous occupons une position de leader au sein du groupe de diversité des Brasseurs d’Europe. Nous travaillons également avec un certain nombre de partenaires en matière de diversité, notamment Black Young Professionals, Women in Engineering, Bridge of Hope Careers et Working Mums, Working Dads, afin d’attirer des candidats plus diversifiés. En 2023, les régions EMEA et APAC ont également lancé un programme intitulé des juniors et des seniors qui travailleront ensemble « Juniors & Seniors Working Together » pour aider à combler les écarts générationnels au sein de notre personnel.

Notre marché

Nous nous efforçons de stimuler une croissance rentable en construisant des marques inclusives grâce à une représentation diversifiée et à une vision authentique des marques, des campagnes et des produits.

Nous nous engageons à travailler avec des fournisseurs aussi diversifiés que nos consommateurs, en donnant aux entreprises détenues par des personnes de couleur, des femmes, des personnes LGBTQ+, des vétérans, des invalides de guerre et des personnes handicapées la possibilité d’être compétitives. En 2023, dans les Amériques, nous avons dépensé plus de 259 millions de dollars auprès de divers fournisseurs de niveau 1 et plus de 81 millions de dollars supplémentaires auprès de divers fournisseurs de niveau 2 (les fournisseurs de niveau 2 fournissent des biens et des services aux fournisseurs de niveau 1). En nous engageant activement auprès des fournisseurs de niveaux 1 et 2, nous renforçons non seulement notre chaîne d’approvisionnement, mais nous construisons également des ponts vers diverses communautés, favorisant l’innovation et créant des partenariats durables. Nous nous sommes lancés dans un parcours ambitieux visant à atteindre 1 milliard de dollars de dépenses diversifiées entre 2021 et 2023 et, grâce à nos efforts dévoués, nous avons pu dépenser plus de 990 millions de dollars auprès d’entreprises diversifiées et inclusives au cours de cette période.

NOS VALEURS FONDAMENTALES

Nos cinq valeurs fondamentales créent un langage commun sur la façon dont les employés de Molson Coors travaillent ensemble pour réaliser notre objectif d’unir les gens pour célébrer tous les moments de la vie et notre ambition de devenir le premier choix de nos employés, de nos consommateurs et de nos clients.

DONNER LA PRIORITÉ AUX GENS

Nous valorisons et respectons les différences et nous pensons que la diversité et l’inclusion sont la clé de la collaboration et d’une culture d’équipe gagnante.

FAIRE PREUVE D’AUDACE ET DE DÉTERMINATION

Nous sommes des innovateurs qui n’ont pas peur d’être directs, d’avancer rapidement et de remettre en question le statu quo.

ASSUMER SES RESPONSABILITÉS

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

APPRENDRE TOUS LES JOURS

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

CÉLÉBRER ENSEMBLE

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

NOS GROUPES DE RESSOURCES POUR LES EMPLOYÉS

Nous pensons que chacun doit se sentir en sécurité et capable de s’exprimer pleinement au travail, c’est pourquoi nous soutenons activement la croissance des membres et des sections des groupes de ressources pour les employés (GRE).

Les GRE des Amériques

- **AAPI** (Américains d’Asie et insulaires du Pacifique « Asian American and Pacific Islanders »)
- **BEV** (Voix des employés noir « Black Employee Voices »)
- **BREW** (Construire des relations et autonomiser les femmes « Building Relationships & Empowering Women »)
- **Disabilities United** (soutien aux personnes souffrant de handicaps visibles et invisibles, ainsi qu’à leurs aidants)
- **EMERGE** (combler le fossé entre les générations)
- **LAGER** (création d’un espace sûr et favorable aux employés LGBTQ+ et à leurs alliés)
- **Famille moderne** (soutenir les employés dans leur rôle de parents, de soignants et de membres de la famille à tous les stades de la vie)
- **NAC** (Conseil des Amérindiens « Native American Council »)
- **¡SALUD!** (Soutenir tous les Latinos dans l’unité et le développement)
- **SILENT** (soutien aux employés sourds et malentendants et à leurs alliés)
- **VALOR** (Alliés vétérans à la tête de la préparation organisationnelle « Veteran Allies Leading Organizational Readiness »)
- **weCAN** (groupe allié pour la diversité, l’équité et l’inclusion basé au Canada)

Notre division des régions EMEA et APAC a créé une structure de gouvernance qui relie la diversité, l’équité et l’inclusion (DEI) à la stratégie de l’entreprise, démontre la responsabilité des cadres supérieurs, donne la parole à divers talents à tous les niveaux de l’organisation et permet la localisation afin de garantir la pertinence. Le conseil DEI EMEA et APAC (présidé par le président-directeur général des régions EA et APAC) définit le cadre stratégique et compte des membres issus de chacun des conseils DEI régionaux : Europe occidentale, Europe centrale et orientale, Exportation et licence.

Les GRE d’Europe occidentale

- **Genre** (sensibilisation, plaidoyer et responsabilisation sur les sujets liés au genre)
- **Nous sommes fiers « WeAreProud »** (éduquer l’entreprise sur les problèmes ayant un impact sur la communauté LGBTQ+)
- **Enable « Permettre »** (soutenir les personnes ayant un handicap (physique ou caché) et influencer les changements positifs pour tout le monde)
- **Génération** (naviguer à travers les différences générationnelles pour embrasser la diversité des expériences des gens)
- **Bien-être « Wellbeing »**(aider les gens à être la meilleure version d’eux-mêmes)
- **Origines** (défendre les cultures et les croyances permettant aux gens d’être eux-mêmes)

Impact sur la communauté

Nous nous efforçons d’être une entreprise citoyenne responsable, de soutenir les organisations locales et d’aider nos voisins. Cela signifie contribuer de manière significative à des causes qui, selon nous, le leadership civique, la justice sociale, l’autonomisation économique et la durabilité environnementale.

Célébrer demain

En 2023, Molson Coors a investi 1,5 million de dollars dans notre initiative [Célébrer demain](#) pour la quatrième année, afin de soutenir 37 institutions et organisations bénéficiaires à travers l’Amérique du Nord, dans le but d’accroître l’accès équitable à l’enseignement supérieure, aux opportunités économiques et à la justice sociale, ainsi que de favoriser l’inclusion et la diversité dans l’industrie brassicole.

Un investissement de 600 000 \$ a permis de financer des bourses d’études à Chicago, à Milwaukee et au Colorado. Un autre montant de 75 000 \$ a été affecté à la création de bourses d’études dans nos communautés brassicoles d’Albany GA et de Trenton OH afin de soutenir les étudiants mal défavorisés qui cherchent à obtenir des diplômes liés à une carrière dans le secteur brassicole. Les fonds restants ont permis de soutenir d’autres organisations et expériences dignes d’intérêt à travers le continent.

Depuis 2020, le programme Célébrer demain « Celebrate Tomorrow » de Molson Coors a fait don de plus de 6 millions de dollars pour soutenir près de 60 organisations aux États-Unis et au Canada, dont beaucoup sont des organisations BIPOC (Noirs, Autochtones et Personnes de couleur).



Nettoyer les communautés

De nombreuses équipes et groupes d’employés de l’entreprise ont participé à des activités de nettoyage et à d’autres activités de bénévolat en septembre – le mois de notre empreinte – et tout au long de l’année.

Les employés du campus de Milwaukee ont participé à un événement dans les parcs Village et Lime Kiln à Menomonee Falls, WI (région du Grand Milwaukee). En partenariat avec [Sweet Water](#), une organisation qui travaille à la restauration des bassins versants dans le sud-est du Wisconsin, plus de 150 bénévoles de Molson Coors ont travaillé au nettoyage des rivières et à l’enlèvement des débris, au pochoir des égouts pluviaux et à la distribution de matériel éducatif sur les eaux pluviales. Trente gallons de déchets et 93 mètres cubes de broussailles et de bûches ont été enlevés.

D’autres événements de nettoyage des voies navigables ont eu lieu sur 14 autres sites aux États-Unis et au Canada où Molson Coors possède des sites corporatifs, des brasseries et des bureaux de vente.

De plus, plus de 200 employés répartis dans 8 pays de Molson Coors d’Europe centrale et orientale se sont engagés dans diverses initiatives communautaires. Ils ont nettoyé, planté, amélioré, peint, cuisiné et bien plus encore dans le but ultime de faire de la planète un meilleur endroit où vivre et de soutenir et d’enrichir les communautés dans lesquelles nous vivons et travaillons, contribuant ainsi à nos efforts mondiaux de développement durable.

Aider les communautés en période de dévastation

En 2023, Molson Coors a soutenu plusieurs communautés qui ont subi les conséquences de catastrophes.

Nous avons apporté notre soutien en réponse aux incendies de forêt sur l’île principale d’Hawaï et à Maui. Coors Banquet a fait don de 25 000 \$ au Maui Strong Fund créé par la Hawaii Community Foundation. Nous avons fait don de 50 000 bidons d’eau pour aider les habitants de l’Arkansas après une série de tornades, et de 150 000 bidons d’eau aux habitants du nord-est de l’Ohio à la suite du déraillement d’un train. Nous avons également soutenu les efforts de secours contre les incendies de forêt en Colombie-Britannique et en Nouvelle-Écosse, en faisant des dons de 10 000 \$ à la Croix-Rouge canadienne dans chaque cas.

Une expérience de carrière immersive pour les étudiants des collèges locaux

En 2023, nous avons achevé notre quatrième programme annuel Destination Innovation, offrant aux étudiants universitaires locaux de découvrir les coulisses de notre entreprise. Les étudiants ont visité la brasserie Milwaukee et le distributeur Beer Capitol de Milwaukee, ont été en contact avec plus de 20 dirigeants des bureaux de Milwaukee et de Chicago, ont découvert notre activité de boissons non alcoolisées et ont été exposés à certaines de nos capacités avancées grâce aux technologies émergentes.

Depuis 2019, plus de 70 étudiants issus de 15 universités ont participé à ce programme.

Promouvoir les carrières en technologie

Inner-City Computer Stars, plus communément appelé [i.c.stars](#), est un programme de formation et de placement de main-d’œuvre technologique à but non lucratif destiné aux jeunes adultes mal défavorisés qui cherchent à percer dans l’industrie technologique, avec des chapitres à Milwaukee, Chicago et Kansas City.

Molson Coors est un commanditaire du programme i.c.stars depuis 2020. En 2023, les participants au programme i.c.stars ont travaillé avec Molson Coors sur un projet technologique lié aux ressources humaines (RH). Plus de 20 employés des services informatique et des RH de Molson Coors ont donné de leur temps tout au long du cycle du programme de 16 semaines. Les employés ont organisé des ateliers techniques, donné des entretiens sur les carrières, examiné des curriculum vitae et mené des simulations d’entretiens.

Molson Coors est devenue la première entreprise à s’engager dans un parrainage annuel d’un programme i.c.stars Milwaukee. En reconnaissance de ce soutien, i.c.stars Milwaukee a nommé Molson Coors en tant que Partenaire corporatif de l’année 2023. Depuis le début du partenariat, huit participants au programme i.c.stars ont bénéficié d’opportunités d’emploi.

L’éducation est un catalyseur

Miller Lite s’est associé à l’HACU (Association hispanique des collèges et universités « Hispanic Association of Colleges and Universities ») pour attribuer 107 500 \$ en bourses d’études universitaires et en opportunités de développement du leadership par le biais du programme ¡Adelante! Institut de leadership. Trente-cinq bourses ont été attribuées à des étudiants inscrits dans des établissements membres de l’HACU en Californie, au Colorado, en Floride, dans l’Illinois, à New York, au Texas, au Wisconsin et à Porto Rico.

Molson Coors s’est associée au Thurgood Marshall College Fund (TMCF) pour parrainer le défi de l’innovation « Innovation Challenge » pour une deuxième année consécutive. Il s’agit d’un défi commercial et d’un concours de présentation de quatre jours qui permet aux étudiants innovants et à l’esprit entrepreneurial des HBCU (collèges et universités historiquement noirs « Historically Black Colleges and Universities ») de partager leurs idées passionnantes pour faire progresser l’innovation dans le secteur des boissons énergisantes sans alcool avec les dirigeants de Molson Coors. En conséquence, les étudiants ont reçu plus de 30 000 \$ en prix et deux étudiants ont accepté des postes dans notre programme de stages pour jeunes talents. Molson Coors a versé plus de 11 millions de dollars sur plus de 35 ans en tant que partenaire fondateur de TMCF.

Nous avons également soutenu le BIPOC et les étudiantes intéressées par la brasserie grâce à des bourses dans des universités canadiennes : l’Université Bishop, l’Université polytechnique Kwantlen et le Collège Niagara.



Bien-être des employés

Nous accordons la priorité à nos collaborateurs en adoptant une approche holistique du bien-être, du développement des talents et de l’expérience des employés.

Nous nous efforçons de créer des environnements où les gens se sentent en confiance. Nous nous engageons à favoriser des lieux de travail ouverts et inclusifs où chacun est traité avec respect, où les différences sont valorisées et où les actions des employés sont conformes à nos normes et à nos valeurs.

Nos principes en matière d’emploi, qui s’appliquent à toutes les activités et entités dans lesquelles nous détenons une participation majoritaire, s’inspirent des normes internationales reconnues en matière de droits de l’homme, notamment la Déclaration universelle des droits de l’homme, la Déclaration de l’organisation internationale du travail relative aux principes et droits fondamentaux au travail et le Pacte mondial des Nations Unies « UN Global Compact (UNGC) ».

À l’échelle mondiale, l’expérience employé commence par des avantages sociaux complets et une rémunération compétitive mettant l’accent sur le bien-être total. Dans les Amériques, cela comprend notre plateforme Cheers to Your Health, des programmes de bien-être, des cliniques médicales sur place et des centres de remise en forme sur nos campus de Milwaukee WI et Golden CO, ainsi que de solides programmes d’aide aux employés aux États-Unis, au Canada et en Amérique latine qui offrent une variété de ressources pour soutenir nos employés et leurs familles. Dans les régions EMEA et APAC, les avantages sont fournis par le biais d’une catégorie « Votre bien-être » qui met l’accent sur les principaux avantages en matière de bien-être tels que les horaires d’été, les congés familiaux et un calendrier de bien-être avec un programme d’événements comprenant des défis, des conférenciers spécialisés et le soutien continu de champions formés en santé mentale.

Engagement des employés

Nous voulons nous assurer que notre culture favorise l’engagement des employés et la performance de l’entreprise. Notre sondage sur l’expérience des employés, qui comprend à la fois des questions graduées et des questions ouvertes, est l’un des moyens dont nous disposons pour obtenir les commentaires des employés et mesurer nos progrès. Comme le montre le tableau ci-dessous, nous sommes sur la bonne voie, en offrant une expérience positive aux employés tout en leur permettant de s’améliorer en permanence. Par exemple, dans les régions EMEA et APAC, nous avons non seulement enregistré des taux de réponse élevés, mais nous avons également obtenu de meilleurs résultats en matière d’engagement et d’habilitation par rapport aux entreprises les plus performantes, aux entreprises de l’industrie générale et aux entreprise de biens de consommation à rotation rapide.

Expérience des employés

	2022		2023	
	Amériques	EMEA et APAC	Amériques	EMEA et APAC
Taux de participation à l’enquête	59 %	84 %	66 %	86 %
D’après mon expérience d’employé, Molson Coors est un employeur que je recommanderais à mes amis*	+3	+31	+4	+26

* Le Net Promoter Score est compris entre -100 et +100

Santé et sécurité au travail

Nous nous efforçons d’améliorer en permanence nos performances en matière d’environnement, de santé et de sécurité (ESS) grâce à des méthodologies axées sur la culture et le risque qui visent à prévenir les accidents et les maladies sur le lieu de travail et à réduire l’impact de nos activités et de nos produits sur l’environnement. En 2023, le taux mondial d’incidents avec arrêt de travail (une mesure de la gravité des blessures sur le lieu de travail) a été réduit de 9,2 % par rapport à l’année précédente, pour atteindre 0,49. Cependant, notre taux total d’incidents enregistrables « total recordable incident rate (TRIR) » a augmenté par rapport à l’année précédente, passant de 1,34 à 1,41 (notamment les activités dans les régions EMEA et APAC ont atteint un TRIR de seulement 0,41 en 2023.) Pour signaler le changement de culture que nous souhaitons impulser dans les Amériques, nous avons déployé un engagement et une stratégie ESS actualisés que nous appelons « Caring in Action ».

PARTAGER, C’EST PRENDRE SOIN

Nous avons institué un sommet annuel intensif de trois jours en personne pour les professionnels de l’ESS à travers les Amériques, réunissant le personnel de l’entreprise, le personnel de l’ESS des installations et le personnel responsable de divers éléments des programmes de sécurité dans les silos à grains, les brasseries artisanales et d’autres emplacements. Nous réunissons ces leaders en matière de sécurité et d’environnement pour renforcer leurs capacités, apprendre les uns des autres, partager les meilleures pratiques et favoriser la création d’une communauté de soutien pour résoudre les problèmes.

ÉVALUER LES RISQUES ERGONOMIQUES

En 2023, nous avons lancé un programme d’ergonomie qui utilise des outils et des normes reconnus de l’industrie pour évaluer les risques ergonomiques associés à différentes tâches professionnelles et identifier les moyens de réduire ces risques. Ce programme est conçu pour s’assurer que nous réduisons les risques et que nous plaçons les gens dans des emplois qu’ils peuvent accomplir en toute sécurité. Grâce à nos programmes, nous travaillons à améliorer la sensibilisation musculo-squelettique et à renforcer les options pour aider à réduire la tension physique des travailleurs qui effectuent des mouvements répétitifs, soulèvent et déplacent des objets dans le cadre de nos activités.



Un endroit où il fait bon travailler

Nous sommes fiers que nos efforts pour créer une entreprise accueillante, solidaire et inclusive aient été reconnus :

Meilleur employeur (Europe et Royaume-Uni)

Institut des meilleurs employeurs
(11e année consécutive pour le Royaume-Uni)



Prix Égalité 100 (États-Unis)

Fondation de la campagne des droits de l’homme
Indice d’égalité des entreprises



Prix d’excellence HCM

Groupe Brandon Hall
Tap2Lead

Meilleur programme d’apprentissage qui soutient et promeut la diversité, l’équité et l’inclusion (États-Unis) – Argent

Parcours d’intégration de Molson Coors

Meilleur programme d’intégration des nouveaux employés (États-Unis) – Bronze

Programme de leadership des ventes

Meilleur programme de développement du leadership des ventes (États-Unis) – Argent

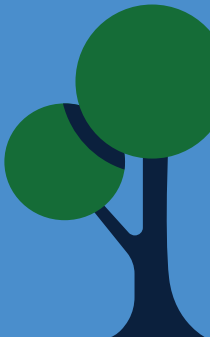


LUTTER CONTRE LA DISCRIMINATION

Molson Coors s’oppose à la discrimination et au harcèlement physique ou verbal fondés sur la race, le sexe, la couleur, l’origine nationale ou sociale, la religion, l’âge, le handicap, l’orientation sexuelle, l’identité de genre ou tout autre statut protégé par la législation en vigueur. Tous les employés de Molson Coors sont tenus de se conformer à notre Code de conduite des affaires et ont accès à notre service d’assistance téléphonique en matière d’éthique et de conformité, où ils peuvent faire part de leurs préoccupations, y compris celles liées aux droits de l’homme.

DÉCLARATION SUR L’ESCLAVAGE MODERNE AU ROYAUME-UNI

Notre Déclaration sur l’esclavage moderne au Royaume-Uni, publiée conformément à la loi britannique sur l’esclavage moderne de 2015, présente certaines mesures prises par Molson Coors et sa filiale britannique pour identifier, prévenir et éliminer les cas d’esclavage moderne dans l’ensemble de notre entreprise et de notre chaîne d’approvisionnement. Nous attendons également de nos fournisseurs qu’ils respectent certaines normes en matière de droits de l’homme, énoncées dans Nos normes pour les partenaires commerciaux et fournisseurs et incluses dans notre contrat standard. L’équipe chargée des achats au Royaume-Uni ainsi que les membres de l’équipe juridique ont suivi la formation sur le code d’éthique de l’entreprise dispensée par le Chartered Institute of Procurement & Supply (CIPS). La formation a porté sur les marchés publics environnementaux, la fraude aux droits de l’homme et la fraude, ainsi que sur les pots-de-vin et la corruption.



Développer notre personnel

APPRENDRE TOUS LES JOURS

Nous cherchons toujours à nous améliorer et à nous aider mutuellement à progresser. C’est pourquoi Apprendre chaque jour est l’une de nos cinq valeurs fondamentales et pourquoi nous avons investi dans la création de *First Choice Learning*, un fournisseur de premier ordre de ressources d’apprentissage et de développement pour notre entreprise et nos employés.

APPRENTISSAGE DE PREMIER CHOIX « FIRST CHOICE LEARNING »

Nous pensons que l'apprentissage se fait sur le lieu de travail par l'expérience, par nos interactions et nos relations avec les autres, et par des ressources formelles telles que les cours et les classes en ligne. *First Choice Learning* accueille des centaines de ressources d'apprentissage et de développement pour répondre aux besoins d'intégration et de développement continu de nos employés. First Choice Learning a également noué des partenariats avec getAbstract et LinkedIn Learning afin de fournir une solution d'apprentissage mobile que les employés peuvent utiliser à la demande pour répondre à leurs besoins spécifiques. Les efforts de programmation supplémentaires mentionnés ici sont créés et soutenus par *First Choice Learning*.

INTÉGRATION

Nous savons qu’il peut être difficile de rejoindre une nouvelle organisation et d’assumer un nouveau rôle. C’est pourquoi nous avons investi de manière significative dans la création de solides programmes d’accueil et d’intégration afin d’aider nos nouveaux employés à mieux comprendre l’entreprise, la culture et leur rôle unique. Notre objectif est de fournir à nos nouveaux employés ce dont ils ont besoin pour être opérationnels et commencer à contribuer à l’ambition de First Choice. En 2023, quatre de nos programmes d’intégration ont été médaillés au programme « Excellence in Human Capital Management » de Brandon Hall.

APPRENTISSAGE FONCTIONNEL

En 2022, nous avons développé et déployé des programmes et des projets commerciaux et de chaîne d’approvisionnement destinés à développer les compétences nécessaires pour créer, produire, commercialiser et vendre des boissons de qualité dans le monde entier. Les domaines d’intervention spécifiques comprenaient le commerce électronique, le marketing numérique, le soutien au développement de nos processus de brassage et l’avancement de notre programme de chaîne d’approvisionnement de classe mondiale. Des cours virtuels et en ligne sont disponibles pour la formation, le développement et la conformité. En outre, les régions EMEA/APAC ont mené une analyse complète des besoins en compétences, ont lancé des programmes de créativité et de communication de marketing et ont commencé le déploiement la l’Académie de gestion des grands comptes « Key Account Management Academy ».

DÉVELOPPEMENT DU LEADERSHIP

Le développement des leaders reste une priorité globale pour l’organisation. Notre approche du leadership est basée sur les principes de l’authenticité et du développement de grands leaders qui sont conscients d’eux-mêmes, inclusifs et qui créent les conditions nécessaires à l’épanouissement de leurs équipes. Nous avons lancé la Molson Coors Leadership Series auprès de plus de 1 000 leaders dans les Amériques, en mettant l’accent sur le développement de l’état d’esprit et des compétences des grands leaders. Notre équipe des régions EMEA/APAC a également investi dans la formation de leaders inclusifs.

PROGRAMMES DE DÉVELOPPEMENT

En tant qu’organisation, nous avons continué à investir dans le développement des talents sous-représentés et des employés à haut potentiel afin de renforcer la pipeline de leadership de l’organisation. Ces programmes utilisent une combinaison d’approches innovantes pour soutenir le développement de nos employés, y compris les simulations, le mentorat, les jeux, les projets d’apprentissage par l’action, l’apprentissage en classe et en ligne, et les efforts de sensibilisation de la communauté.

PROGRAMME DE JEUNES TALENTS

Le programme de jeunes talents a été utilisé pour constituer un vivier de jeunes talents dans l’ensemble de l’entreprise. En 2023, nous avons accueilli plus de 70 stagiaires provenant d’écoles des États-Unis et du Canada dans 17 sites de MCBC pour travailler sur des projets à fort impact dans divers domaines de l’entreprise. Pour une troisième année consécutive, tous les stagiaires se sont réunis à Milwaukee pendant une semaine pour participer à un concours d’innovation comprenant une variété d’ateliers de réflexion sur le conception, des activités de consolidation d’équipe et des événements de réseautage.

AUTRES PROGRAMMES DE DÉVELOPPEMENT

LEADERS ÉMERGENTS (Amériques) : Programme destiné aux leaders à haut potentiel, les nouveaux leaders et ceux qui aspirent à le devenir

LEAD (Amérique) et Global Executive Development Accelerator (EMEA et APAC) : Programme visant à accélérer la préparation des futurs talents de la vice-présidence

Académie des responsables hiérarchiques « Line Manager Academy » (EMEA et APAC) : Programme destiné aux nouveaux supérieurs hiérarchiques pour faciliter la transition de contributeur individuel à gestionnaire de personnel

PACE (Amérique) : Programme de développement conçu pour les femmes basé sur des projets de collaboration transversale et d’apprentissage par l’action

Quest (EMEA et APAC) : Programme de développement des talents pour les futurs leaders

TAP2LEAD (Amérique) : Programme de développement du leadership conçu aux personnes de couleur

Gestion des performances et planification des talents

La gestion des performances transforme les stratégies et les priorités de notre entreprise en un travail efficace de nos employés. Au début de l’année, les employés et les cadres travaillent ensemble pour fixer des objectifs alignés sur les priorités de l’entreprise et reliés à l’ensemble des équipes de direction jusqu’au rôle de chaque individu. Les cadres et les employés se rencontrent régulièrement en tête-à-tête tout au long de l’année pour discuter des performances, du développement et des objectifs de carrière.

Les employés établissent également des plans de développement personnel qui définissent leurs aspirations en matière d’évolution de carrière. Sur la base de ces plans, les employés peuvent rechercher des opportunités pour exploiter leurs points forts et se préparer à évoluer vers des rôles plus complexes et plus stimulants. En outre, les évaluations à 360° peuvent être utilisées dans le cadre d’opportunités de développement afin de recueillir des commentaires sur les comportements d’un employé de la part de son supérieur, de ses collègues, de ses subordonnés directs et de ses partenaires externes.



2023 EN CHIFFRES
(pour notre main-d’œuvre mondiale)

332 622

heures d’apprentissage enregistrées (21,5 heures par employé à temps plein en moyenne)

132 626

heures consacrées à la chaîne d’approvisionnement et aux questions commerciales

30 627

heures consacrées à l’intégration des nouveaux employés

35 430

heures consacrées aux programmes de développement du leadership

1 990

sessions dirigées par un instructeur

18 067

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



Célébrez de manière responsable

Alors que nous créons un monde à célébrer, nous voulons le faire de manière responsable, et cela implique de s’assurer que nous aidons les consommateurs à apprécier nos boissons de manière sûre et raisonnable. Nous adoptons une approche multidimensionnelle de la responsabilité en matière d’alcool.

Nous impliquons nos employés et leur fournissons des outils pour qu’ils deviennent des ambassadeurs de la responsabilité.

Tous les employés apprennent à profiter de nos marques de manière responsable et sont formés chaque année. Nous partageons des informations sur notre [politique en matière d’alcool](#), les effets de l’alcool et la reconnaissance des facultés affaiblies, ainsi qu’une base d’informations pour la défense des intérêts.

Nous adhérons aux normes relatives aux pratiques de marketing responsable et ciblons nos messages sur les adultes ayant l’âge légal de consommer de l’alcool.

Nos employés commerciaux et nos agences partenaires reçoivent une formation sur notre politique interne de responsabilité commerciale mondiale. En outre, les comités régionaux de conformité du marketing réglementent la publicité pour s’assurer que les messages publicitaires sont légaux, véridiques, conformes aux normes de bon goût et de responsabilité sociale, et qu’ils sont réservés aux consommateurs en âge légal de consommer de l’alcool. Molson Coors s’efforce de se conformer à tous les codes de marketing et d’étiquetage de l’industrie et de la réglementation, tels que le Beer Institute Advertising/Marketing Code and Buying Guidelines (Code de publicité et de marketing et directives d’achat).

Nous nous associons à l’International Alliance for Responsible Drinking (IARD) pour réduire la consommation nocive d’alcool.

Nous sommes l’un des membres fondateurs de [IARD](#), une organisation à but non lucratif créée pour promouvoir la compréhension de la consommation responsable d’alcool.. En tant que participant actif, nous soutenons le dialogue sur les politiques mondiales en matière d’alcool, nous fixons des normes de commercialisation pour protéger les mineurs et nous collaborons à des initiatives visant à lutter contre la consommation nocive d’alcool.

Nous soutenons les programmes axés sur la prévention des dommages liés à l’alcool.

Dans les pays où nous avons des activités de production, nous investissons dans des programmes visant à réduire la consommation d’alcool chez les mineurs, la conduite en état d’ivresse et la consommation épisodique excessive d’alcool. Aux États-Unis, nous utilisons la marque CELEBRATE RESPONSIBLY® sur nos produits.

Nous proposons davantage d’options sans alcool afin de favoriser le choix des consommateurs.

En plus de nos offres à faible teneur en alcool, nous élargissons notre portefeuille avec des produits sans alcool au goût exquis, afin que les consommateurs aient des choix alternatifs lors des occasions où l’alcool est traditionnellement consommé.

Lutte contre la consommation nocive d’alcool

ÉTATS-UNIS

Dans le cadre d’un partenariat permanent avec International Town and Gown Association ([ITGA](#)), nous soutenons l’initiative 2025, qui vise à réduire les dommages liés à l’alcool lors des fêtes organisées en dehors du campus. En outre, nous finançons le Great Plays Grant Program pour les collèges et les universités qui ont signé des contrats de marketing sportif avec Molson Coors. Les écoles peuvent demander une subvention d’un an pour soutenir leurs efforts de prévention visant à réduire la

consommation d’alcool chez les mineurs, la consommation excessive d’alcool, la conduite sous l’emprise de l’alcool et d’autres méfaits de l’alcool, y compris la violence sexuelle. Au fil des années, nous avons soutenu 164 subventions universitaires avec un financement de plus de 2 millions de dollars. En 2023, nous avons soutenu 13 écoles. Les fonds soutiennent des initiatives telles que celles de l’Université d’États de l’Arizona « Arizona State University (ASU) » et de l’Université de Virginie occidentale « West Virginia University (WVU) ».

UNIVERSITÉ D’ÉTAT DE L’ARIZONA (ASU)

L’ASU a utilisé la subvention Great Plays pour élargir son programme d’éducation par les pairs afin d’inclure le programme d’athlétisme intercollégial de l’université, Sun Devil Athletics (SDA).

Les pairs éducateurs participent aux séances d’orientation des nouveaux athlètes. Ils fournissent des données pour dissiper l’idée fausse selon laquelle une consommation d’alcool fréquente et excessive est la norme sur le campus, décrivent comment la consommation d’alcool peut compromettre les performances sportives et examinent comment vérifier avec les pairs qui boivent et comment intervenir lorsqu’une personne risque d’être intoxiquée par l’alcool.

Les sessions de formation spécifiques aux équipes développent ce contenu tout en passant en revue les lois et ordonnances liées à l’alcool.

Le personnel professionnel de SDA a également reçu une formation sur la façon de reconnaître un élève en difficulté, de l’approcher et, si nécessaire, de mener une brève intervention.

UNIVERSITÉ DE VIRGINIE OCCIDENTALE (WVU)

WVU a utilisé sa subvention « Great Plays » pour inciter les étudiants de premier cycle à participer à son programme « ScreenU Alcohol » à l’occasion 21e anniversaire. ScreenU Alcohol est un bref dépistage anonyme en ligne géré par le Centre d’enseignement supérieur pour la prévention et le rétablissement de l’abus d’alcool et de drogues. Après avoir reçu des commentaires basés sur leurs réponses à l’enquête, les étudiants sont encouragés à réfléchir à leur comportement en matière de consommation d’alcool et aux avantages de réduire leur consommation d’alcool. ScreenU Alcohol fournit également des informations et des ressources appropriées sur le campus si les étudiants ont des questions ou souhaitent obtenir de l’aide. Les enquêtes fournissent également des données sur la consommation d’alcool des étudiants qui peuvent être utilisées pour éclairer la planification future des programmes.

TRAJETS GRATUITS

L’année 2023 a été une année chargée pour notre programme Free Rides aux États-Unis, offrant des trajets gratuits dans les transports locaux pour 13 célébrations majeures, dont la Saint-Patrick, le Kentucky Derby Day, la Major League Baseball World Series et la Saint-Sylvestre, sur neuf marchés. En outre, nous avons tiré parti d’alliances pour promouvoir la responsabilité en matière d’alcool en offrant des trajets gratuits en bus pour certains matchs d’ouverture de la saison de la Ligue nationale de football.

COALITION D’ÉQUIPE

Depuis plus de 20 ans, nous sommes membres de la Coalition TEAM, une collaboration entre les sports, l’industrie et les entités publiques pour des pratiques responsables en matière de consommation d’alcool dans les principaux lieux de sport et de divertissement. La coalition a joué un rôle déterminant dans la formation des serveurs de boissons alcoolisées et dans la création de programmes destinés aux consommateurs qui encouragent un comportement responsable de la part des supporters.



CELEBRATE RESPONSIBLY®



Lutte contre la consommation nocive d’alcool

BULGARIE

La campagne « L’alcool est un mauvais conducteur » a célébré son 15e anniversaire en 2023. Il s’agit de la campagne la plus ancienne menée en Bulgarie en faveur d’une consommation responsable, un comportement responsable sur la route et la sécurité routière. La campagne a introduit un réseau élargi de partenaires et développé une plateforme en ligne contenant des informations utiles pour les conducteurs et les usagers de la route. La campagne 2023 a été lancée à l’occasion d’un événement organisé par le médias et les partenaires au cours duquel on a présenté les résultats d’une enquête nationale concernant les attitudes des conducteurs à l’égard de l’alcool au volant. La campagne s’est associée à la communauté des motocyclistes en Bulgarie et un défilé a été organisé dans le centre-ville de la capitale avec plus de 50 motocyclistes, ce qui a permis de mieux faire connaître la campagne et ses messages.

BOSNIE ET HERZEGOVINE

La campagne Réfléchissez « Think » a été lancée en Bosnie-Herzégovine pour informer le public sur les dangers et les conséquences de la conduite sous influence. La campagne a été réalisée à travers une série de témoignages publiés sur le principal site médiatique bosniaque Klix.ba, où les gens ont fait part de leurs expériences et de la façon dont leur vie a changé après des accidents de la route. Les articles ont atteint une large audience de plus de 10 000 vues sur le site Klix.ba et le double sur Facebook.

CANADA

Nous avons continué à soutenir Arrive Alive, une organisation qui s’est engagée à jouer un rôle moteur et à collaborer avec les communautés pour identifier, mettre en œuvre et soutenir des initiatives efficaces visant à éradiquer la conduite en état d’ébriété.

CROATIE

Dans sa 15e année, la campagne Réfléchissez a continué à sensibiliser le public à la consommation responsable. Le campagne est divisée en deux volets de communication : Réfléchissez – Ne buvez pas et ne conduisez pas met en garde contre les conséquences de la conduite sous influence (avec facultés affaiblies), tandis que Réfléchissez – Sachez quand vous arrêter sensibilise les jeunes adultes aux risques de la consommation d’alcool. La campagne a collaboré avec des personnalités médiatiques et des influenceurs populaires et, pour atteindre ses publics cibles, en partenariat avec la plateforme médiatique de premier plan JoomBoos. Ses activités étaient toutes numériques, y compris des quiz dans des articles aux côtés d’Instagram et des histoires avec des influenceurs populaires. La campagne a enregistré plus de 185 000 vues des bobines et 60 000 vues des histoires. En 2023, elle a reçu des médailles d’argent et de bronze du Native Advertising Institute.

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

La sensibilisation à la vente d’alcool aux mineurs et à la conduite en état d’ivresse figure également à l’ordre du jour de la République tchèque. La brasserie Pivovary Staropramen a participé à des projets Stay Cool et « Quand je conduis, je bois de la bière sans alcool » en coordination avec l’association des brasseurs et d’autres producteurs de bière en République tchèque.

HONGRIE

La brasserie Borsodi a produit une vidéo sur la consommation responsable en 2023. Elle a été diffusé en continu lors de festivals soutenus par la brasserie, sensibilisant plus de 200 000 personnes à l’importance du sujet. La brasserie a également créé un dossier d’information sur la communication sur l’alcool destiné à ses collègues afin de résumer et de leur apprendre à représenter une consommation responsable d’alcool et une communication sur l’alcool dans leur travail et leur vie quotidienne. Le personnel de Borsodi a également participé à un podcast de communication responsable sur l’alcool produit par l’organisme hongrois d’autorégulation de la publicité.

MONTÉNÉGRO

« Tire le frein à main! » était le message officiel marquant le 15e anniversaire de la campagne « Celui qui conduit c’est celui qui ne boit pas » de la brasserie Trebjesa. Nous avons fait don de cinq alcootests et collaboré avec la police de la circulation pour distribuer 1 400 cadeaux promotionnels. La brasserie s’est également associée à Lake Fest en subventionnant une partie du prix du billet de bus de la ville au festival. Pour la première fois, nous avons mené une campagne Instagram où les publications d’amis et d’influenceurs ont été vues près de 30 000 fois.

RÉPUBLIQUE D’IRLANDE

Nous sommes un bailleur de fonds de Drinkaware Ireland. L’organisation caritative nationale d’éducation à l’alcool propose une série de programmes communautaires visant à lutter contre la consommation nocive d’alcool par le biais d’ateliers, de séminaires en ligne et d’événements publics, en mettant particulièrement l’accent sur la sensibilisation des parents et des lieux de travail à la question de l’alcool.

ROUMANIE

Bergenbier Non-Alcohol a lancé une nouvelle campagne, « SlowMo Behind the Wheel — Drinking Slows You Down », plaidant pour une consommation responsable afin de sensibiliser et d’éduquer les conducteurs sur l’importance d’avoir des réactions inaltérées au volant. En partenariat avec un ancien champion roumain de rallye, la campagne a créé des spots publicitaires commençant au ralenti puis revenant à la vitesse normale pour démontrer l’importance des réflexes. La campagne a connu un énorme succès, touchant une audience de près de 3 millions de personnes en ligne et à la radio.

SERBIE

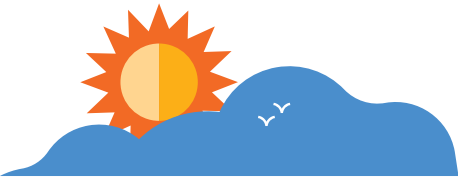
Depuis 17 ans, la Brasserie Apatin fait campagne pour une consommation responsable d’alcool. La campagne « Quand je conduis, je ne bois pas – Je rentre chez moi en toute sécurité » a été lancée fin août 2023. Elle a attiré l’attention du public de manière créative et a encouragé la conduite sûre et la responsabilité en matière d’alcool. La campagne a été soutenue par l’administration de la police de la circulation du ministère de l’intérieur et l’agence serbe de sécurité routière. La campagne créative de cette année a touché des millions de personnes et a été reconnue comme la meilleure travail de création numérique lors du Festival des communications intégrées KAKTUS 2023. Des prix d’or ont été décernés pour l’attitude envers les clients, la responsabilité sociale et la campagne intégrée, ainsi qu’un prix d’argent pour la présence sur les réseaux sociaux.

ROYAUME-UNI

Nous sommes l’un des bailleurs de fonds de Drinkaware au Royaume-Uni. Drinkaware a fourni des informations et des conseils à plus de cinq millions d’utilisateurs du site Web. D’autres canaux numériques de Drinkaware comprennent l’application MyDrinkaware, conçue pour aider les gens à gérer leur consommation d’alcool, et un agent conversationnel (chatbot) primé utilisant la technologie de l’IA pour aider à fournir des informations et des conseils personnalisés.



2023 Actions de l’Alliance internationale pour la consommation d’alcool responsable (IARD)



CRÉATION D’UNE COALITION MONDIALE POUR LES NORMES

Les membres de l’IARD, des détaillants de premier plan, des organisations commerciales, des plateformes de commerce électronique et numériques et des associations de publicité ont uni leurs forces dans le cadre d’une collaboration sans précédent pour accélérer davantage la réduction de la consommation nocive d’alcool et ont formé la coalition révolutionnaire Coalition mondiale des normes « Global Standards Coalition ».

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

- Prévenir davantage les ventes à des personnes mineures ou en état d’ébriété.
- Limiter le marketing et la publicité auprès des mineurs.
- Fournir une formation et des conseils qui permettent au personnel de refuser la vente, le service et la livraison d’alcool si nécessaire.
- Respecter les choix de ceux qui choisissent de ne pas boire d’alcool.
- Élever les normes de l’industrie pour réduire l’utilisation nocive d’alcool.

PROGRÈS VERS NOS ENGAGEMENTS

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

En collaboration avec nos partenaires du secteur, nous avons mis en place des mesures de protection sur nos canaux de marketing en ligne visant à garantir que notre marketing s’adresse uniquement aux adultes qui peuvent légalement acheter nos produits. [Les résultats de l’audit 2023](#) indiquent que notre secteur fait de bons progrès vers l’atteinte de notre objectif de 95 % de notre publicité en ligne affichant ces mesure de protection.

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

PLUS DE CHOIX POUR CEUX QUI CHOISSENT DE NE PAS BOIRE D’ALCOOL

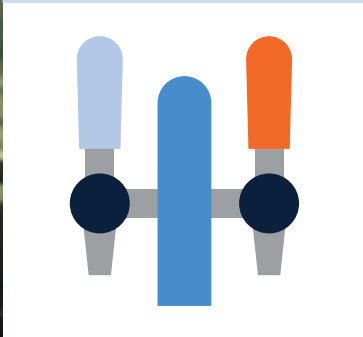


FAMILLE DE PRODUITS SANS ALCOOL MOLSON COORS

- EMEA et APAC**
- Bergenbier sans alcool
 - Mélanges de bière Borsodi 0,0
 - Cobra Zero
 - Cool
 - Doom Bar Zero
 - Fresh
 - Hydrae
 - Kamentiza NA 0,0
 - Cidre à la fraise et au citron vert
 - Staropramen 0.0
- North America**
- Blue Moon sans alcool
 - Coors Edge
 - Golden Wing Barley Milk
 - Peroni 0,0 %
 - Zoia

PRÉSENTATION DE BLUE MOON BLANCHE BELGE SANS ALCOOL

Une bière de blé sans alcool équilibrée et rafraîchissante de style belge, équilibrée et rafraîchissante, élaborée avec de l’écorce d’orange et de la coriandre (<0,5 % ABV).





Planète

Qu'il s'agisse d'adapter les opérations pour une plus grande efficacité, de fixer des objectifs climatiques nets zéro ou de réimaginer nos emballages pour une économie circulaire, nous tirons parti de nos capacités pour atteindre nos objectifs environnementaux.



Action pour le climat

Réduire les émissions de gaz à effet de serre dans l'ensemble de notre chaîne de valeur afin d'atteindre notre objectif de carboneutralité d'ici au moins 2050.

Nos objectifs

En 2017, nous avons fixé des objectifs de réduction de nos émissions de gaz à effet de serre (GES). Nous avons défini notre prochaine série d'objectifs climatiques, en nous appuyant sur les objectifs précédemment fixés. Sur la base d'une évaluation complète de nos sources d'émissions et des futurs leviers disponibles et potentiels pour réduire ces émissions, nous avons soumis en 2023 à l'initiative Science Based Targets (SBTi) des objectifs de réduction nette des émissions de GES à court et à long terme, qui ont été validés par le SBTi en novembre 2023.

Nos progrès jusqu'en 2023 sont indiqués ci-dessous et le tableau de droite résume nos objectifs jusqu'en 2025 et au-delà.

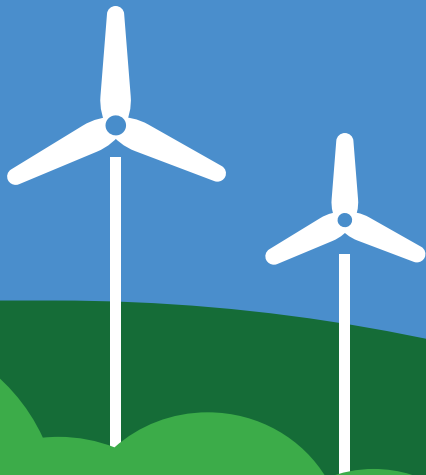
PROGRÈS JUSQU'EN 2023

↓ 34,2%

Émissions de portée 1+2
(2023 par rapport à l'année de référence 2016)

↓ 28,0%

Émissions de portée 1+2+3
(2023 par rapport à l'année de référence 2016)



NOS ENGAGEMENTS (PAR RAPPORT À LA BASE DE RÉFÉRENCE DE 2016)

2025 ↓50 % ↓20 %
Portée 1+2 Portée 1+2+3

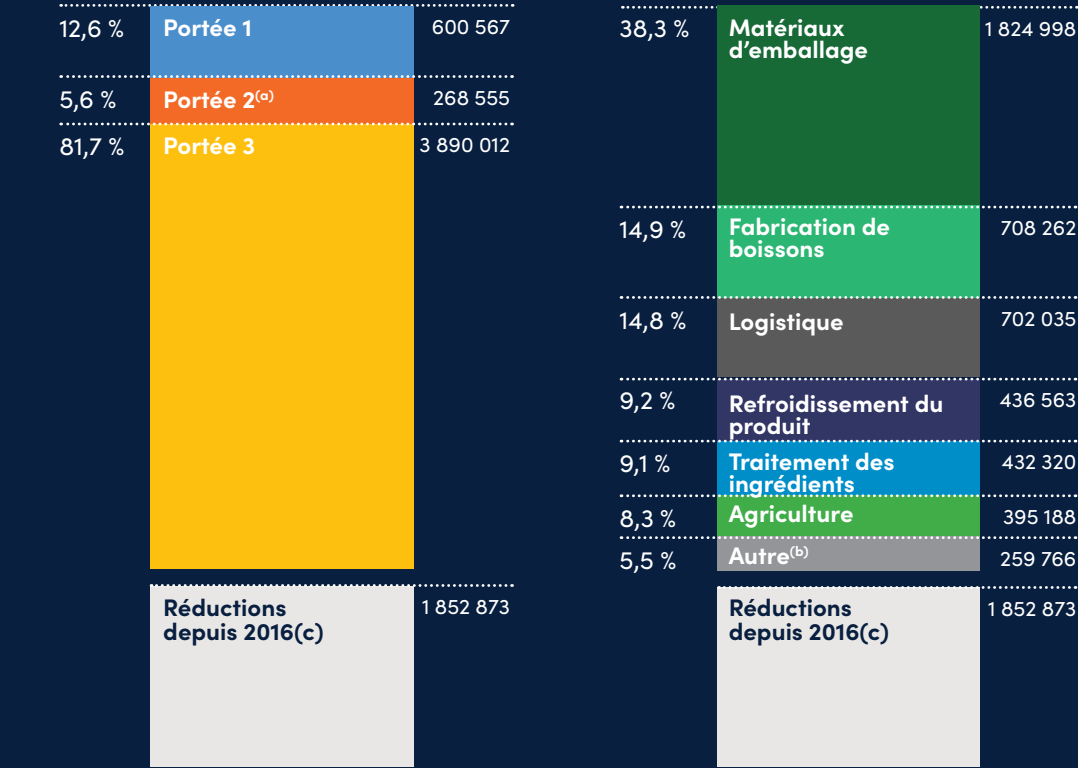
2030
NET-ZÉRO
À COURT TERME ↓65 % ↓40 %
Portée 1+2 Portée 3

2050
NET-ZÉRO
À LONG TERME Atteindre le zéro net(↓90 %) pour la portée 1+2 d'ici 2040 ↓90 %
Portée 1+2+3

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

L'Europe occidentale prévoit d'atteindre l'objectif de zéro émissions nettes de portée 1+2 pour tous les sites d'ici à 2035.

NOTRE PROFIL D'ÉMISSIONS DE GES EN 2023 (tCO₂e)



a) Portée 2 selon la méthode basée sur le marché (b) Voir les détails dans l'annexe sur les données (c) En 2023, nous avons légèrement ajusté la référence de 2016, sur la base de l'examen des limites effectué pour préparer nos objectifs de zéro émission nette à court et à long terme pour soumission au SBTi.

COMMENT NOUS RÉDUISONS LES ÉMISSIONS

Il existe plusieurs leviers pour réduire nos émissions de portée 1, 2 et 3. L'électricité renouvelable a toujours été un élément important de notre plan visant à réduire nos émissions de GES de portée 2. Notre stratégie a évolué pour se concentrer sur des projets sur le même réseau, en collaboration avec nos fournisseurs de services publics et nos développeurs de projets. Les retards dans notre capacité à faire avancer ces projets signifient que d'autres projets importants ne seront mis en service qu'après 2025, ce qui aura un impact sur notre capacité à atteindre la réduction de 50 % jusqu'en 2025.

PORTÉE 1



- Améliorer l'autosuffisance en CO₂
- Optimiser la consommation d'eau chaude (nettoyage)
- Améliorer l'efficacité énergétique (utiliser moins de gaz naturel)

PORTÉE 2



- Produire de l'électricité renouvelable
- Améliorer l'efficacité énergétique (consommer moins d'électricité)
- Améliorer l'équipement et l'éclairage

PORTÉE 3



- Augmenter le contenu recyclé
- Améliorer l'efficacité des transports
- Réduire les impacts agricoles

Évaluer les risques liés au climat

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

- **Risques physiques aigus :** Des conditions météorologiques extrêmes ou des catastrophes naturelles entraînant des répercussions à court terme sur les entreprises, des perturbations de la chaîne d’approvisionnement et des coûts de rétablissement ou d’adaptation
- **Risques physiques chroniques :** Impacts prolongés des changements climatiques à évolution lente (par exemple, sécheresse persistante) entraînant une réduction de la production, des actifs immobilisés et/ou des pénuries de produits de base essentiels
- **Risques liés à la transition réglementaire :** Des réglementations et des exigences nouvelles ou plus strictes en matière de climat (par exemple, l’obligation de déclarer et de réduire les émissions de gaz à effet de serre), et/ou des systèmes de tarification, de taxation et d’échange de droits d’émission de carbone
- **Risques liés à la transition du marché :** Modification de la valeur du marché et de la marque en raison de la perception que l’entreprise présente un risque d’investissement plus élevé et/ou qu’elle a la réputation de ne pas passer à une économie à faibles émissions de carbone

Ces risques ont été intégrés dans notre processus de gestion des risques de l’entreprise (ERM), qui classe les risques à l’aide d’une matrice de gravité et de probabilité. Des informations supplémentaires concernant les risques importants auxquels notre entreprise est confrontée figurent dans notre rapport annuel sur le formulaire 10-K et dans nos rapports trimestriels sur le formulaire 10-Q. De plus amples informations sont disponibles dans notre rapport CDP sur le changement climatique. Voir également l’[annexe sur les divulgations](#).

BRASSERIE DE FORT WORTH AU T\$EXAS
ALIMENTÉE EN ÉLECTRICITÉ RENOUVELABLE

En 2022, nous avons signé un accord à long terme avec EDF Energy Services pour l’approvisionnement en électricité 100 % renouvelable nette de la brasserie de Fort Worth au Texas. L’énergie renouvelable provient principalement du projet de parc éolien de King Creek, situé dans les comtés voisins de Haskell et Throckmortondans, le centre-nord du Texas. L’accord d’approvisionnement net garantit qu’à partir de 2023, les crédits d’énergie renouvelable certifiés (REC) couvrant 100 % de la consommation de la brasserie sont retirés en notre nom.

En 2023, nous avons jeté les bases pour permettre à nos opérations dans le Wisconsin d’utiliser 100 % d’électricité renouvelable en 2024 grâce aux programmes des compagnies d’électricité. Les besoins en électricité des brasseries de Milwaukee et de 10th Street, de Watertown Hops Company et des bureaux de l’entreprise seront couverts par le programme Solar Pathway de We Energies et alimentés par le parc solaire Badger Hollow II récemment construit. La brasserie Leinenkugel Chippewa Falls participera au programme Xcel Renewable*Connect.

ÉLECTRICITÉ 100 % RENOUVELABLE AU
ROYAUME-UNI

Depuis 2022, nos opérations au Royaume-Uni font l’objet d’un contrat d’achat d’électricité qui garantit que les certificats de garantie d’origine de l’électricité renouvelable (REGO) de la Molson Coors Beverage Company du parc éolien de Tween Bridge couvrent 100 % de notre consommation d’électricité.



L’ÉLECTRICITÉ RENOUVELABLE EN EUROPE
CENTRALE

Depuis 2022, nous nous approvisionnons en électricité renouvelable pour nos activités en Bulgarie, Croatie, Roumanie et Serbie. Nous avons également élargi notre portefeuille d’énergies renouvelables avec des centrales solaires à Haskovo (Bulgarie) et Apatin (Serbie). Une centrale solaire à Bócs (Hongrie) est en construction et devrait être opérationnelle d’ici fin 2024.

En 2023, notre brasserie Haskovo en Bulgarie a officiellement ouvert son parc solaire avec plus de 4 000 panneaux solaires installés sur le toit sur une superficie de plus de 13 000 mètres carrés. Il s’agit du premier parc solaire de ce type pour Molson Coors Europe. D’ici la fin de l’année 2023, le parc solaire couvrirait environ 30 % de l’énergie nécessaire au fonctionnement de la brasserie. Les 70 % restants de l’énergie nécessaire à la fabrication du produit proviennent d’un fournisseur et sont 100 % renouvelables.

RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DE CARBONE
DANS LES INSTALLATIONS NORD-AMÉRICAINES

En 2023, nos installations de Milwaukee, Fraser Valley et Shenandoah ont enregistré des réductions d’émissions de GES de 3,0 %, 2,8 % et 1,5 %, respectivement, par rapport à 2022.

En ce qui concerne l’autosuffisance en CO₂, les installations de Longueuil, Milwaukee et Shenandoah ont connu des améliorations de 63 %, 9,2 % et 7,7 %, respectivement, par rapport à 2022.

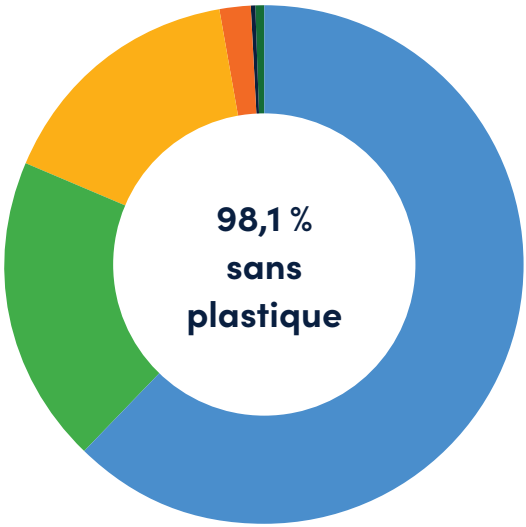
Ces réductions ont été obtenues grâce à des efforts tels que la mise en place d’une équipe interfonctionnelle d’élimination des pertes et l’inclusion des taux d’énergie et d’émissions de GES dans le cadre des réunions d’orientation quotidiennes et hebdomadaires. Nous avons également modernisé les équipements, amélioré la fiabilité des systèmes existants tels que le système de récupération de chaleur Flu-Ace sur nos systèmes à l’azote et apporté des modifications aux processus pour utiliser moins d’énergie et de CO₂.



Emballage

Nous nous efforçons de garantir que les emballages sont recyclables, réutilisables ou compostables et qu’ils contiennent au moins 30 % de contenu recyclé (pour le plastique destiné au consommateur).

UTILISATION MONDIALE DE MATÉRIAUX D’EMBALLAGE EN 2023 (% en poids)



- Verre 62,5 %
- Métal 19,2 %
- Sur papier 15,8%
- Matières plastiques 1,9 %
- Bois 0,5%
- Étiquettes 0,3 %



CRÉER CAPACITÉS INTÉGRÉES D’EMBALLAGE DE VARIÉTÉS ET D’ENTREPOSAGE

Offrir du choix à nos clients et consommateurs a été un élément essentiel de notre succès continu au fil des années. L’une des configurations d’emballage qui permet d’offrir ce choix est l’emballage varié. Avec ces emballages, nos consommateurs ont le choix entre 3 à 4 saveurs différentes d’un produit similaire dans une caisse. Ce processus de reconditionnement des variétés se déroulait traditionnellement en dehors de nos opérations directes, mais en 2023, nous avons pu commencer à utiliser notre propre ligne d’emballage des variétés, située près de notre brasserie de Fort Worth au Texas. Cette intégration nous permettra d’utiliser moins de matériaux d’emballage et de réduire les kilomètres parcourus pour notre produit. Ce projet d’agrandissement s’est accompagné du déploiement d’un nouvel entrepôt pour stocker nos produits finis afin de soutenir les efforts d’emballage de variétés.



ÉLIMINATION DES ANNEAUX EN PLASTIQUE AU ROYAUME-UNI ET AU CANADA

Nos activités au Royaume-Uni ont achevé l’élimination des anneaux en plastique pour les canettes en 2023. Dans les Amériques, nous avons poursuivi la transition pluriannuelle vers l’élimination des anneaux en plastique pour les canettes, qui a commencé en 2022. En 2023, nous avons entièrement converti et optimisé notre réseau de brasseries canadien pour passer aux emballages en fibre et éliminer les anneaux en plastique dans nos opérations canadiennes. Les activités brassicoles américaines ont commencé leur conversion en 2024, avec pour objectif d’achever la transition en 2025.



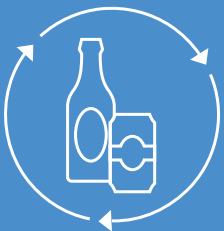
LES OPÉRATIONS AMÉRICAINES COMMENCENT À RÉDUIRE LA PRODUCTION DE BOUTEILLES EN PET.

Sur notre marché américain, nous avons pris la décision de retirer les bouteilles en PET utilisées pour les boissons à base de bière et de transférer ce volume de production vers des bouteilles en verre de taille similaire afin de toujours satisfaire la demande des consommateurs.



EMEA ET APAC AUGMENTE LE CONTENU RECYCLÉ

Nous progressons rapidement pour commercialiser des bouteilles en PET contenant du contenu recyclé post-consommation d’ici 2025. Cette initiative aura un impact sur toutes les bouteilles en PET dans nos pays de l’UE, où nous prévoyons d’atteindre 25 % d’inclusion de PCR d’ici 2025 et 30 % d’ici 2030.



Réduction des déchets

Travailler à l’élimination totale des déchets dans nos 24 principales installations de brassage et de fabrication.

17 de 24

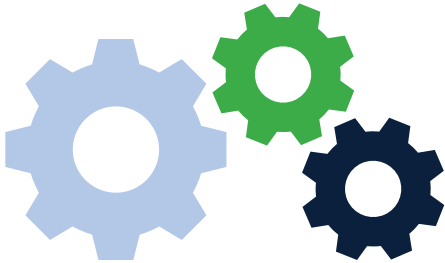
des installations ont maintenu le statut zéro déchet mis en décharge (installations comptant plus de 75 employés)

0,12 %

total des déchets mis en décharge (sur l’ensemble des 24 installations)

ÉDUIQUER LES CONSOMMATEURS SUR LE RECYCLAGE

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



AMÉLIORER LE TRAITEMENT DES EMBALLAGES EN RÉDUISANT LES DÉCHETS DE CANETTES AUX ÉTATS-UNIS

Dans les environnements de production d’emballages traditionnels, les canettes de boissons vides sont généralement inversées et transportées à l’envers pour plusieurs raisons, notamment pour garantir qu’aucun corps étranger ne puisse pénétrer dans le conteneur non rempli. Ce processus d’inversion peut conduire à des canettes endommagées en raison de la manipulation supplémentaire nécessaire pour remettre les canettes à la verticale afin d’être remplies et scellées. Alors que la plupart de nos brasseries nord-américaines ont pu contourner cette étape, cette année, nous avons également pu convertir les brasseries restantes au transport vertical.



UTILISATION DES MATÉRIAUX RECYCLÉS APRÈS CONSOMMATION POUR LES Gobelets de boissons aux États-Unis

Nos boissons sont consommées sous différents formats, depuis la canette ou la bouteille jusqu’à la consommation indirecte via un fût. Dans les grands stades, il est plus efficace d’expédier des fûts, puis de distribuer notre boisson dans un gobelet réutilisable ou jetable. Dans ces scénarios, nous avons commencé à utiliser des gobelets en PET recyclables, et désormais ces gobelets sont composés à 50 % de PET recyclé post-consommation.



LES ÉTATS-UNIS VONT PILOTER DES PROGRAMMES POUR AUGMENTER LE CALCIN

Lors du processus de réception, de transport et de remplissage des bouteilles de boissons en verre, certaines bouteilles peuvent se briser et devenir impropres à l’utilisation. Dans ces cas-là, nous collectons les bris de verre (ou calcin) et les envoyons aux recycleurs locaux. Cette année, nous avons piloté un programme dans notre brasserie de Shenandoah pour renvoyer le calcin directement au fournisseur de verre afin de supprimer les étapes de manipulation inutiles. Nous continuerons de surveiller ce programme et d’évaluer sa viabilité en vue d’une expansion. Nous travaillons également en partenariat avec Glass to Glass et la ville de Golden pour augmenter la collecte de bouteilles de boissons en verre.



AUGMENTATION DES MATÉRIAUX RECYCLÉS APRÈS CONSOMMATION DANS LES PLASTIQUES NON DESTINÉS AU CONSOMMATEUR

Nous avons pour mission d’augmenter la quantité de matériaux recyclés après consommation dans nos emballages en plastique. L’utilisation de moins de matières vierges contribue à réduire la quantité de gaz à effet de serre émis au sein de notre réseau de fournisseurs en raison de la réduction de l’énergie nécessaire pour convertir les matières premières en un emballage utilisable. Nous avons considérablement amélioré notre utilisation des matériaux recyclés après consommation dans nos emballages en plastique destinés au consommateur, mais en 2023, nous avons commencé à ajouter des matériaux recyclés après consommation dans nos films rétractables non destinés au consommateur, utilisés pour faciliter le transport et la distribution de nos produits.



Résilience de l’eau

Utiliser l’eau avec prudence et soutenir la gestion de l’eau dans les bassins hydrographiques soumis à de fortes pressions où nous opérons.

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

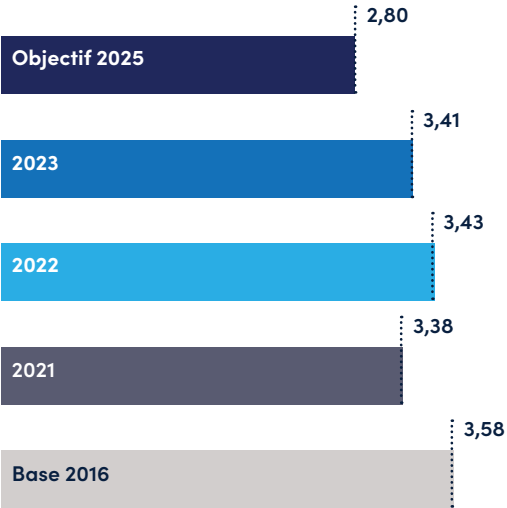
Efficacité de l’eau dans nos opérations

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

En 2023, plusieurs de nos grandes brasseries à travers le monde ont réussi à réduire leur consommation d’eau.

Pour la deuxième année consécutive, notre **brasserie de Trenton OH** a enregistré notre meilleur rapport eau/produit, atteignant 2,56 hl/hl. Le succès continu est attribué à une culture de durabilité adoptée par l’équipe de direction de la brasserie et ancrée dans les méthodes de travail de la chaîne d’approvisionnement de classe mondiale de l’usine. Chaque département ou zone a la responsabilité de surveiller quotidiennement ses mesures d’utilisation, de réagir, de détecter et de corriger en cas de dérapage. La communication entre les équipes et les départements et la remontée des informations lorsqu’un soutien supplémentaire est nécessaire ont contribué à maintenir et à renforcer davantage les améliorations. Le personnel de la brasserie profite de manière proactive des opportunités de conservation et de réduction des ressources en fonction des plans de production.

RAPPORT EAU/PRODUIT (hl/hl)



La meilleure d’Europe, notre **brasserie de Zagreb, en Croatia** a atteint un ratio eau/produit de 2,83 hl/hl en 2023 grâce à une combinaison d’améliorations liées aux personnes et aux processus et d’investissements en capital au cours des dernières années. Une grande quantité d’eau est utilisée pour le nettoyage et le rinçage des réservoirs et des conduites dans les brasseries. Le site s’est donc concentré sur le développement de nouvelles procédures d’économie d’eau pour plusieurs opérations de nettoyage en place et, dans certains cas, sur l’automatisation améliorée par l’ajout de capteurs et la modification de la logique de programmation. La brasserie a amélioré ses équipements et modernisé plusieurs zones et profite désormais de plusieurs opportunités pour récupérer et réutiliser l’eau. Quelques exemples incluent l’installation d’un compresseur refroidi par air pour remplacer une unité refroidie par eau inefficace et le remplacement de l’ancienne tuyauterie de distribution d’eau de ville qui fuyait. La ligne de fûts a été modernisée avec de nouveaux équipements de nettoyage et de remplissage et une nouvelle ligne de canettes a également contribué à un fonctionnement plus efficace. Les gains d’efficacité sont continuellement améliorés par une équipe de brasserie qui a accordé une attention particulière à la sensibilisation et à l’attention des employés à une consommation contrôlée et raisonnable des sources d’énergie et d’eau.

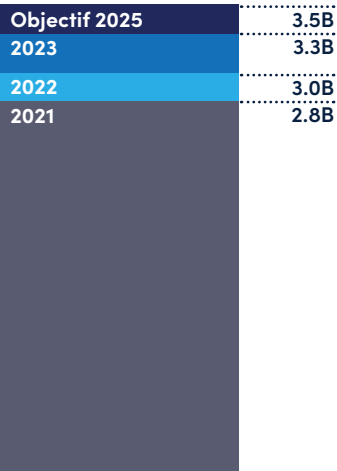
La **brasserie de Longueuil, au Québec, au Canada**, a également réalisé d’importantes économies d’eau en réduisant sa consommation de plus de 27 % en 2023. Le site a utilisé des techniques uniformes de résolution de problèmes et des analyses d’arbres de pertes pour identifier et résoudre les défis en matière de durabilité.

La résilience pour nos bassins versants

Dans les communautés de nos brasseries dont les bassins versants sont soumis à de fortes pressions, nous avons adopté une approche axée sur le leadership et le rapprochement des partenaires afin de préserver la sécurité de l’eau et de sauvegarder les ressources en eau pour les utilisateurs et les générations futures. Cela signifie qu’il faut comprendre les caractéristiques uniques de chaque bassin hydrographique et travailler avec les parties prenantes locales pour trouver des solutions qui améliorent la qualité et la quantité et relèvent d’autres défis. Nous nous concentrons principalement sur les bassins versants du Texas et du Colorado.

Depuis 2021, nous avons travaillé avec d’autres parties prenantes pour former le [Texas Water Action Collaborative \(TxWAC\)](#), qui permet aux entreprises et aux bailleurs de fonds d’investir dans des projets de conservation ayant un impact positif sur les sources d’eau du Texas.

RESTAURATION DES BASSINS VERSANTS 2014–2023 (cumulatif depuis 2014, gallon d’eau)



TEXAS

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

COLORADO

Les incendies de forêt entraînent une dégradation et peuvent contribuer à la sédimentation des réservoirs d’eau. Depuis 2016, nous nous sommes associés à The Nature Conservancy et à d’autres organismes pour améliorer les forêts les plus vulnérables aux incendies de forêt. Au cours des sept dernières années, nos efforts ont permis de restaurer 48 millions de gallons d’eau dans le bassin versant de l’Upper South Platte au Colorado.

CANADA

Nous faisons passer la gestion de l’eau à un niveau supérieur en utilisant le pouvoir de nos marques pour faire le bien avec [Changer le cours des choses](#) avec Coors Seltzer. Coors Seltzer a contribué à restaurer l’eau du Canada grâce à un portefeuille de projets allant de la Colombie-Britannique à la Nouvelle-Écosse. En 2023, nous avons soutenu des projets en Colombie-Britannique et en Ontario et avons contribué à restaurer près de 700 millions de litres d’eau tout au long de la durée de ce partenariat. Le volume d’eau prévu sur toute la durée de vie restauré grâce à l’ensemble de notre partenariat avec Changer le cours des choses est de 8,4 milliards de litres.

Agriculture et biodiversité

Adopter une approche de gestion responsable de l’agriculture et de la biodiversité.

Notre programme d’orge américain

Notre programme Molson Coors Barley aux États-Unis améliore l’orge de brasserie depuis 78 ans. Nous développons des cultivars d’orge irrigués pour l’Idaho, le Montana, le Colorado, le Wyoming et le sud de l’Alberta, ainsi que des cultivars d’orge des terres arides pour le Montana. Nos environnements de production et notre génétique uniques nous permettent de développer certains des cultivars d’orge les plus productifs de l’hémisphère nord.

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

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

En 2023, nous avons travaillé avec 704 agriculteurs qui ont planté six de nos cultivars. Dans les régions où nous cultivons notre orge, la rotation des cultures est assez diversifiée et comprend la betterave sucrière, les haricots secs, la luzerne, le blé, les pommes de terre, le maïs ou la jachère.



PRATIQUES AGRICOLES DURABLES

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

- Diversité dans la rotation des cultures, y compris les cultures de couverture
- Travail du sol réduit ou minimal
- Suivi de l’utilisation de l’eau
- Conversion de l’irrigation par submersion en irrigation par pivot, par ligne de roue ou par goutte-à-goutte souterrain
- Les gouttes d’eau pulvérisées à basse altitude sont déposées à partir des pivots
- Échantillonnage du sol
- Échantillonnage de tissus foliaires
- Compostage des déchets à la ferme
- Incorporation de la paille d’orge dans le sol
- Zones tampons pour l’érosion éolienne
- Semoir pneumatique
- Utilisation de machines permettant d’économiser du carburant

Certains agriculteurs participent à l’[Environmental Quality Incentives Program \(EQIP\)](#), le programme phare du Service de conservation des ressources naturelles des États-Unis qui aide les agriculteurs à intégrer la conservation dans les terres cultivées.



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

Les agronomes de notre US Barley Program sont en contact direct avec les agriculteurs tout au long de la saison de croissance et les agriculteurs rendent compte de leurs pratiques agronomiques et de leurs intrants dans un système développé par Esri.

Pour 2025, nous nous sommes fixé comme objectif de produire de l’orge aux États-Unis avec 10 % d’eau en moins (par rapport à l’année de référence 2016). En 2023, nous avons utilisé la plus petite quantité d’eau par tonne métrique d’orge depuis 2016. C’est le résultat combiné de la performance des cultivars, du travail direct avec nos agriculteurs et de la disponibilité de l’eau pendant la saison de croissance.



\$32 M

investis depuis 2009 pour soutenir des initiatives en faveur de l’agriculture durable et des mesures d’incitation pour les producteurs d’orge américains

388 m³

eau/tonne métrique d’orge récoltée dans les Amériques en 2023 (objectif 2025 : ≤ 436,5 m3 d’eau/tonne métrique d’orge)



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

PLUS DE BARILS DE BIÈRE PAR ACRE D’ORGE

Chaque année, nous examinons environ 20 000 lignées d’orge pour en identifier cinq à dix qui montrent une amélioration de la majorité des caractères pour lesquels nous sélectionnons.

En 2023, nous avons continué à évaluer la productivité de nos cultivars d’orge produits commercialement et des lignées d’orge expérimentales les plus récentes de l’Idaho et du Colorado dans des conditions de stress hydrique. Les nouveaux cultivars d’orge ont démontré une meilleure capacité à résister à des conditions d’eau réduites en produisant des rendements plus élevés et une qualité de malt améliorée, par rapport à nos cultivars d’orge commerciaux actuels.

Dans des conditions de stress hydrique, les nouvelles lignées d’orge expérimentales ont produit 15 % de grains en plus, 3 points de pourcentage d’extrait de malt en plus et plus de 100 barils de bière en plus par acre, par rapport à notre cultivar commercial Moravian actuel. Par exemple, lors d’un essai réalisé en Idaho, une nouvelle lignée d’orge a produit 448 BBL/acre (116 BBL/acre de plus que le cultivar commercial Moravian actuel).

JOURNÉES AUX CHAMPS D’ORGE

Au cours de l’été 2023, notre équipe chargée de l’orge et les dirigeants de l’entreprise ont rencontré des agriculteurs et leurs familles pour les Journées des champs d’orge à Burley ID, Choteau MT et Enchant AB. Les journées de l’orge sont une occasion annuelle de manifester notre reconnaissance et de célébrer les résultats d’une autre bonne récolte.

GROUPE DE PRODUCTEURS MOLSON COORS AU ROYAUME-UNI

Au Royaume-Uni, notre groupe Molson Coors Growers a célébré son 15e anniversaire en 2023. Molson Coors et les agriculteurs du Growers Group partagent des conseils, des données et des connaissances pour aider les producteurs à prendre des mesures pour améliorer la durabilité de leurs pratiques agricoles tout en garantissant un approvisionnement régulier en orge de brasserie de qualité supérieure.





Gouvernance

Une structure et des processus de gouvernance solides permettent à Notre empreinte de poursuivre son chemin en s'efforçant de créer un monde à célébrer.



Notre empreinte et la gouvernance d’entreprise

Notre conseil d’administration est responsable de la supervision de la stratégie et des initiatives de nos mentions légales et a délégué certains domaines de supervision à ses comités. Le conseil d’administration supervise également notre programme de gestion des risques d’entreprise (GRE). Plusieurs domaines se classent en bonne place à la fois. Plusieurs domaines, tels que le changement climatique et la responsabilité en matière d’alcool, figurent en bonne place dans notre évaluation des principaux risques et opportunités de la GRE, ainsi que dans notre évaluation de l’importance relative du développement durable. L’équipe de direction supervise la gestion de la stratégie « Notre empreinte » et de ses initiatives « Peuple et Planète ».

Depuis 2022, une partie du plan d’incitation à court terme pour l’équipe de direction de Molson Coors est liée au niveau de réalisation par rapport à cinq objectifs clés :

- représentation des sexes (effectif global)
- représentation des personnes de couleur (main-d’œuvre américaine)
- taux d’incidents enregistrables total de l’entreprise
- émissions globales provenant des opérations directes
- rapport eau/produit mondial de 21 grandes brasseries



CONSEIL D’ADMINISTRATION DE MOLSON COORS

- Supervise et surveille le programme global Peuple et Planète de l’entreprise.
- Examine certaines questions de citoyenneté d’entreprise, de responsabilité sociale et de politique publique importantes pour l’entreprise.
- Examine certaines politiques, certains programmes et certaines informations publiques de l’entreprise sur les questions liées au Peuple et Planète
- Examine les rapports des comités sur les questions liées au Peuple et Planète.
- Supervise, contrôle et révise annuellement le programme GRE de l’entreprise.

COMITÉ D’AUDIT

- Reçoit des rapports réguliers de l’entreprise sur les programmes, les politiques et les pratiques de Peuple et Planète, ainsi que sur les performances correspondantes.
- Supervise l’assurance des données du rapport Notre empreinte de l’entreprise et les contrôles liés aux questions de divulgation.
- Supervise et surveille les efforts de gestion des risques de l’entreprise, y compris les questions relatives aux personnes et à la planète.
- Examine le programme d’éthique et de conformité de l’entreprise et les rapports sur les questions importantes, ainsi que les réponses et le suivi de l’entreprise.

COMITÉ DES RÉMUNÉRATIONS ET DES RESSOURCES HUMAINES

- Supervise et contrôle les politiques et stratégies de l’entreprise relatives à certaines initiatives de gestion du capital humain, y compris la diversité, l’équité et l’inclusion (DEI), l’apprentissage et le développement, et la succession de l’équipe de direction.
- Examine et surveille les tendances liées à l’alignement des questions de rémunération des dirigeants sur la stratégie et les initiatives Peuple et Planète..
- Reçoit régulièrement des rapports de l’entreprise concernant la conception de son plan d’incitation et ses performances par rapport aux programmes d’incitation à court et à long terme.

COMMISSION DES FINANCES

- Supervise et contrôle les achats d’énergie renouvelable de l’entreprise et la gestion des risques qui y sont liés
- Examine les rapports de l’entreprise concernant ses efforts en matière de diversité des fournisseurs
- Supervise les stratégies fiscales de l’entreprise et la structure de l’entité juridique

COMITÉ DE GOUVERNANCE

- Suivre les meilleures pratiques, les tendances, les développements et les questions relatives aux pratiques et aux politiques de gouvernance d’entreprise de l’entreprise
- Supervise et évalue la composition du conseil d’administration, y compris la diversité des compétences, de l’expérience et des opinions, ainsi que la diversité des sexes, de la race ou de l’origine ethnique, de la nationalité ou du pays d’origine et d’autres facteurs
- Supervise les contributions politiques de l’entreprise et du comité d’action politique, et reçoit des rapports annuels sur les activités politiques de l’entreprise

ÉQUIPE DE DIRECTION DE MOLSON COORS

- Guide notre stratégie Notre empreinte
- Les dirigeants gèrent et atténuent les risques identifiés dans le cadre du processus de GRE
- Surveille les objectifs, les réalisations et les progrès de Peuple et Planète, assure le soutien nécessaire aux initiatives, surveille les tendances et les sujets sociaux et environnementaux mondiaux et fournit des orientations pertinentes pour l’entreprise afin de traiter ces questions

ÉQUIPES CHARGÉES DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

- Le vice-président chargé du développement durable et de l’environnement, santé et sécurité (ESS) dirige les efforts en matière de personnes et de planète dans toute l’organisation par l’intermédiaire de l’équipe chargée de développement durable de l’entreprise et de la collaboration interfonctionnelle.
- De nombreuses équipes, départements et individus au sein de l’entreprise contribuent au développement et à l’exécution de nos initiatives Peuple et Planète.

Gestion du risque d’entreprise (ERM)

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

Molson Coors divulgue certains risques commerciaux dans les documents qu’elle dépose auprès de la Securities & Exchange Commission (SEC) des États-Unis, qui comprennent des risques liés, entre autres, aux préoccupations concernant le changement climatique, la disponibilité d’une eau de qualité, les impacts des emballages et aux risques liés au personnel et à la culture. Voir notre [2023 Formulaire 10-K](#) et nos autres documents déposés auprès de la SEC pour une analyse de certains risques auxquels notre entreprise est confrontée.

Code de conduite de Molson Coors

Nous sommes guidés par notre code de conduite des affaires, un document qui s’applique à l’ensemble de l’entreprise et qui est disponible en 11 langues pour chacun des pays dans lesquels nous opérons. Le code est à la base de notre programme d’éthique et de conformité et informe les politiques, la formation, la communication, les procédures de contrôle et d’audit. Les employés sont tenus de lire le code et de confirmer qu’ils s’y conforment, une formation obligatoire étant intégrée au processus d’intégration des nouveaux employés. Une formation de remise à niveau est dispensée tous les deux ans.



Lire notre
code de conduite

**INFORMATIONS NUTRITIONNELLES
SUR LES PRODUITS**

Nous comprenons que les consommateurs souhaitent prendre des décisions éclairées en matière de boissons, et nous voulons soutenir ces décisions par des informations transparentes. Nous nous efforçons de fournir aux consommateurs des informations nutritionnelles et des ingrédients pour 100 % de nos produits, soit sur l’emballage, soit sur les sites web des marques concernées. En outre, les informations sur les produits sont désormais disponibles dans la langue locale de 31 pays à l’adresse suivante Informations nutritionnelles.

**LIGNE D’ASSISTANCE EN MATIÈRE
D’ÉTHIQUE ET DE CONFORMITÉ**

Nous pensons que les employés doivent se sentir habilités à faire part de leurs préoccupations, c’est pourquoi nous leur offrons l’accès à un service d’assistance téléphonique 24 heures sur 24 pour les questions d’éthique et de conformité. Géré par un prestataire tiers, le service d’assistance téléphonique permet aux employés, aux partenaires commerciaux et aux autres parties prenantes de poser des questions ou de faire part de leurs préoccupations en toute confiance et/ou dans l’anonymat. Les utilisateurs peuvent contacter le service d’assistance par téléphone ou par internet et dans leur langue maternelle. Toutes les préoccupations soulevées sont examinées par notre bureau d’éthique et de conformité. La loi et la politique de l’entreprise interdisent toute mesure de rétorsion à l’encontre d’une personne qui soulève une préoccupation en toute bonne foi.

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

Molson Coors ne tolère pas les pots-de-vin et la corruption de la part de ses employés ou de toute personne agissant au nom de l’entreprise. Nous exigeons de tous nos employés et partenaires commerciaux qu’ils adhèrent à des pratiques commerciales éthiques et transparentes. Les employés sont formés à notre politique mondiale de lutte contre la corruption dans le cadre d’un programme spécifique, et des outils en ligne sont disponibles pour signaler les problèmes. Les procédures de diligence raisonnable et les clauses contractuelles standard expliquent notre processus aux partenaires commerciaux. Nous effectuons également des audits internes et externes pour contrôler le respect de ces exigences. Les cadeaux et les divertissements sont enregistrés et font l’objet d’une approbation préalable via un registre de cadeaux et de divertissements en ligne, conformément aux politiques locales.



NOTRE APPROCHE DE LA FISCALITÉ RESPONSABLE

En 2023, nos activités mondiales ont généré une contribution fiscale totale de plus de 3,1 milliards de dollars. Les impôts que nous percevons et payons dans le monde entier en temps voulu ne sont qu’un élément de la façon dont Molson Coors opère de manière responsable.

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

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



PRINCIPES FISCAUX DE MOLSON COORS

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

**Faire passer les gens en premier :
Transparence**

Nous croyons au maintien de relations transparentes et d’une communication ouverte et honnête sur les questions fiscales avec les gouvernements et les autorités fiscales, les investisseurs, les employés et nos consommateurs.

**Faire preuve d’audace et de
détermination : C’est l’activité
de l’entreprise qui détermine les
décisions, pas la fiscalité**

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

**Assumez vos responsabilités :
Conformité**

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

**Apprendre chaque jour : Gestion
des risques**

Nous croyons en l’identification, la gestion et l’atténuation de nos risques fiscaux par le biais de politiques, de processus, de systèmes et de contrôles internes établis.

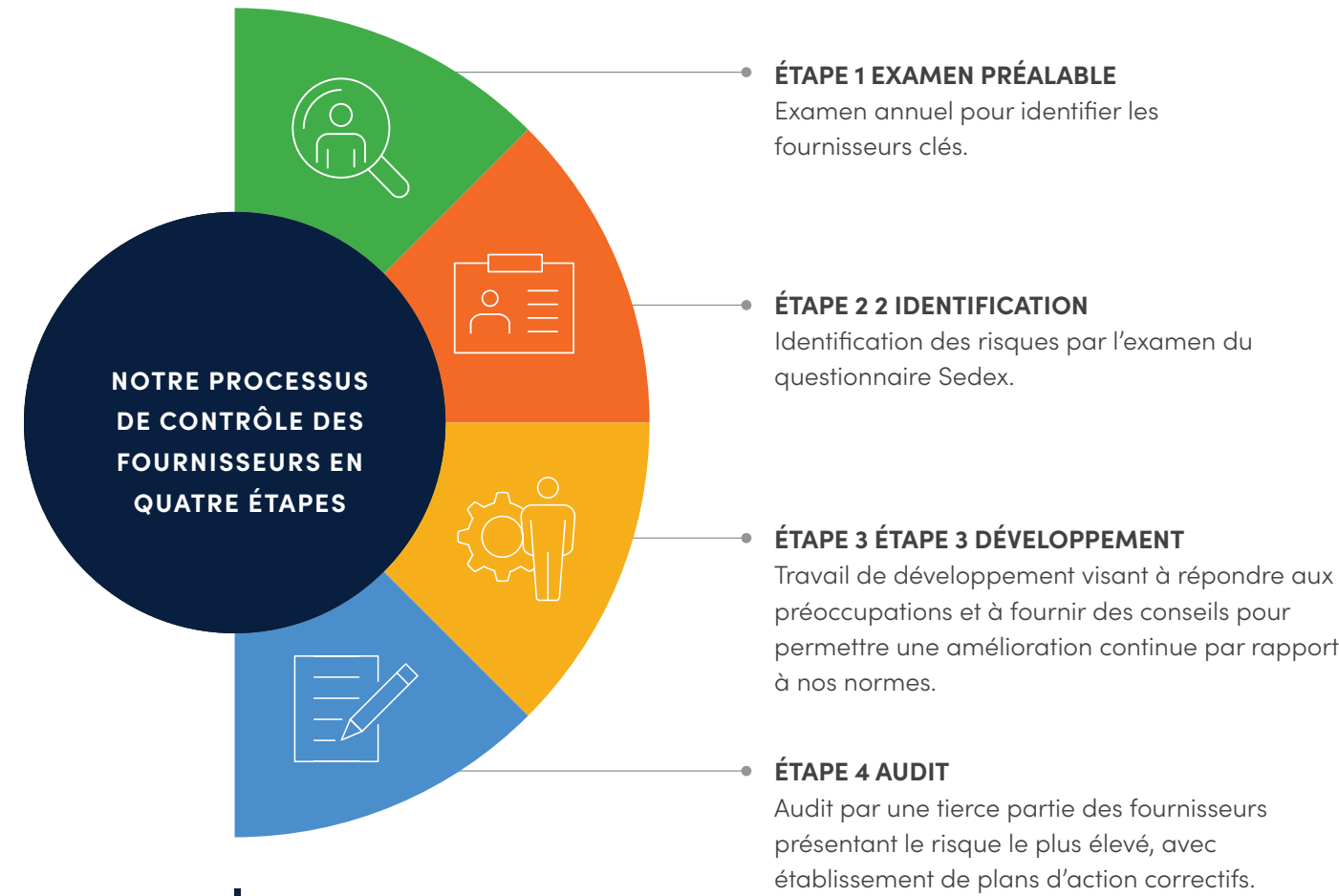
**Célébrons ensemble : Soutenir les
système fiscaux**

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

Chaîne d’approvisionnement responsable

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

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



Garantir des contributions politiques responsables

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

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

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

Nous suivons des protocoles internes rigoureux, des politiques juridiques et des contrôles externes pour nous assurer que les contributions politiques sont effectuées et déclarées en conformité avec les lois et réglementations fédérales, étatiques et locales. La valeur des contributions au niveau de l’État est généralement accessible au public sur le site web de l’État concerné, sous la forme d’informations figurant dans les rapports sur le financement des campagnes électorales exigés par cette juridiction.

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

271 707 \$ 6 335 \$

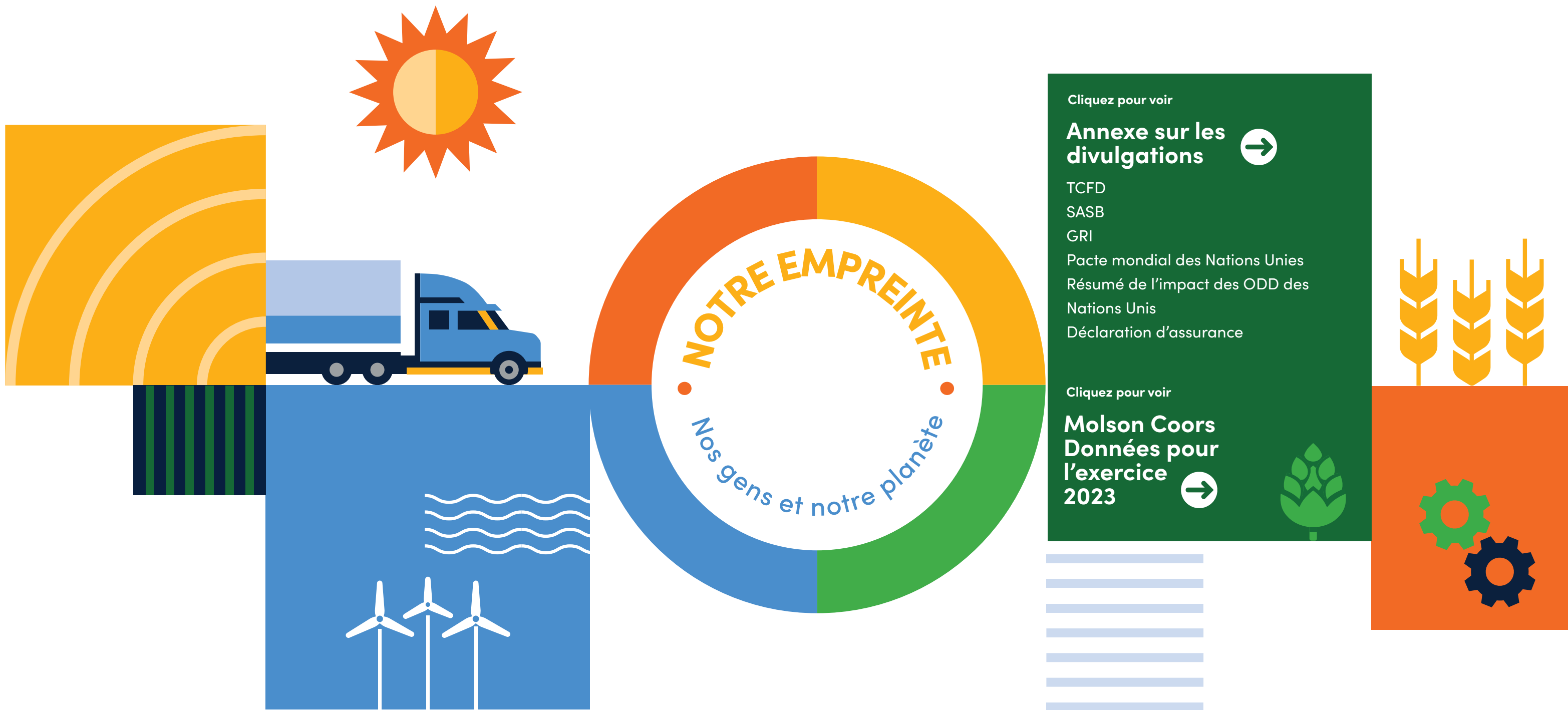
Contributions totales des États-Unis pour 2023 aux candidats à des postes locaux, étatiques et fédéraux, à des entités politiques et à des initiatives de vote.

Total 2023 des contributions politiques des entreprises dans certaines provinces canadiennes où la loi l’autorise (8 550 CAD)

POLITIQUE DE CONTRIBUTION POLITIQUE

Cette politique décrit les politiques, les procédures et la philosophie de Molson Coors en matière de contributions et d’activités politiques. La politique réaffirme les critères généraux qui guident les décisions concernant les contributions politiques (autorisées par la loi) des entités financées par les employés, les contributions des entreprises, ainsi que d’autres efforts de lobbying et de plaidoyer. Il affirme que tout engagement politique, y compris les contributions, ne sera pas influencé par les préférences politiques d’un administrateur, d’un dirigeant ou d’un employé.





À propos des illustrations :

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

À propos de la conception :

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