

CADRE
SPECIAL
PUBLISCOPIE

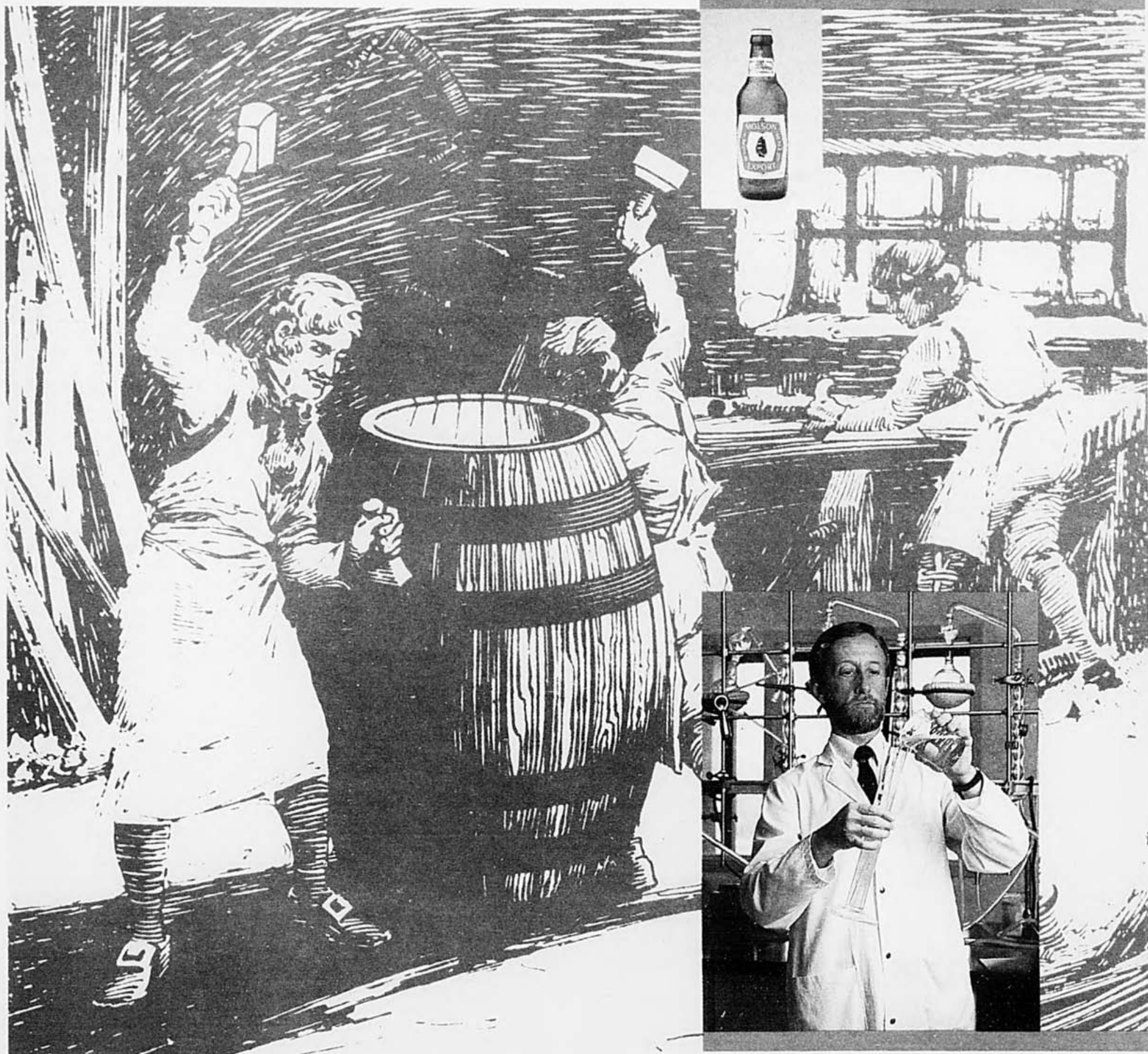
la presse

Publiscope
Montréal
Samedi 7 juin 1986

MOLSON

1786·1986

200 ANS D'EXCELLENCE



DEPUIS SIX GÉNÉRATIONS

Un nom, une entreprise: Molson



M. Éric H. Molson,
vice-président du
conseil
d'administration des
Compagnies Molson
Limitée.



Vu du fleuve, le
complexe de la
brasserie Molson, sur
fond de gratte-ciel.

FÉLICITATIONS
POUR CES NOMBREUSES ANNÉES
D'EXISTENCE
ET MEILLEURS VOEUX POUR L'AVENIR!

EURODRIVE

SOCIÉTÉ EURODRIVE DU CANADA LTÉE — EURODRIVE COMPANY OF CANADA LTD



« **D**e la bonne bière, c'est tout ce que je veux. Une clientèle nombreuse, et les bons bénéfices suivront. » C'est ce qu'un certain John Molson, âgé de 22 ans, écrit à son avocat en juillet 1786. Et même s'il confie à son journal intime que l'ouverture de sa Brasserie constitue ses «début sur la grande scène du monde», il serait surprenant que John Molson ait alors une idée, même vague, de l'ampleur des succès qui suivront.

Deux cents ans plus tard, l'entreprise qu'il a fondée existe toujours. Plus ancienne brasserie d'Amérique, elle est aussi la deuxième plus vieille entreprise du Canada. Cela suffit à étonner, et dépasse sans doute les rêves les plus audacieux de John Molson lui-même. Mais en plus, la brasserie Molson est devenue un véritable géant industriel, diversifié, actif dans plus de 35 pays. Elle a un chiffre d'affaires annuel qui devrait bientôt franchir les deux milliards de dollars. À travers le monde, le nombre d'employés des entreprises Molson est supérieur à la population de Montréal à l'arrivée de John Molson au Canada. Ce dernier serait sans doute satisfait du résultat... S'il arrivait seulement à le croire!

Mais ce qui lui ferait surtout plaisir, c'est la caractéristique la plus extraordinaire des entreprises Molson: après deux siècles de hauts et de bas, de rebondissements et de restructurations, le Groupe est toujours sous contrôle familial. Il n'a jamais cessé de l'être. M. Éric Molson, vice-président du conseil des Compagnies Molson Ltée, est l'arrière-arrière-arrière petit-fils du fondateur.

À l'origine, déjà le marché!

Rien ne prédisposait le jeune John Molson, fils d'un gentleman-farmer du Lincolnshire, à devenir brasseur. Rien, sinon un sens inné des affaires qui s'accompagnait d'un flair indéniable pour déceler la présence d'un marché inexploité.

Débarqué à Montréal en 1782, à l'âge de 18 ans, il ne tarde pas à s'associer à un certain Thomas Loid, qui exploite une petite brasserie à la hauteur du courant

Sainte-Marie, face à l'île Sainte-Hélène, à moins d'un kilomètre des murs de la ville — là où la brasserie Molson de Montréal est toujours située. En très peu de temps, ses «analyses de marché» le persuadent que l'avenir est dans la bière. La quantité de bière importée d'Angleterre est infime et les seules bières locales se révèlent d'une qualité douteuse. Une bière de qualité brassée localement devrait connaître le succès.

C'est donc très rapidement qu'il rachète la part de son associé, avant d'interrompre ses activités pour aller régler la succession de son père en Angleterre. Il en profite pour visiter des brasseries londoniennes, pour acheter du matériel dernier cri et pour se documenter sur l'art du brassage. Il manifeste ainsi un souci de la qualité et de l'efficacité que ses descendants ne démentiront jamais.

1786: les vrais débuts

À son retour d'Angleterre, John Molson entreprend sa première vraie saison de brassage à son propre compte. Comme la fabrication de la bière exige le refroidissement rapide du moût, la saison de brassage ne dure à l'époque qu'environ 20 semaines, pendant lesquelles John Molson produit 80 tonneaux de bière, soit un peu moins de 200 hectolitres.

Toute la production est facilement écoulee, si bien que John Molson doit agrandir l'usine dès l'année suivante. C'est la première d'une longue série d'agrandissements.

Grâce au souci de la qualité de John Molson et à ses talents de vendeur, la Brasserie Molson profite pleinement du développement rapide de Montréal. La production, qui décuple pourtant au cours de la première décennie, a peine à satisfaire à la demande. Sans compter que John Molson élargit continuellement son marché, profitant du perfectionnement progressif de l'infrastructure de transport fluvial, perfectionnement dont il est d'ailleurs l'artisan.

Prospère, en croissance rapide, l'entreprise demeure toutefois une... «PME». Mais une PME innovatrice, pour employer le lan-





gagne moderne des technocrates. Elle commence à livrer de la bière embouteillée dès 1800, publie ses premières publicités — dans l'hebdomadaire *Canadian Courant* — en 1807, tout en profitant des agrandissements successifs pour se doter d'un équipement toujours plus moderne. Le rythme de l'évolution technologique n'est pas celui que l'humanité connaîtra au XXe siècle, mais il y a toujours moyen d'agencer les lieux pour rendre les procédés plus efficaces.

Le premier passage du témoin

L'année 1816 restera toujours une date importante dans l'histoire des Molson et de leur Brasserie. Cette année marque, bien sûr, le trentième anniversaire de la brasserie. Peu d'entreprises atteignent cet âge, quelle que soit l'époque.

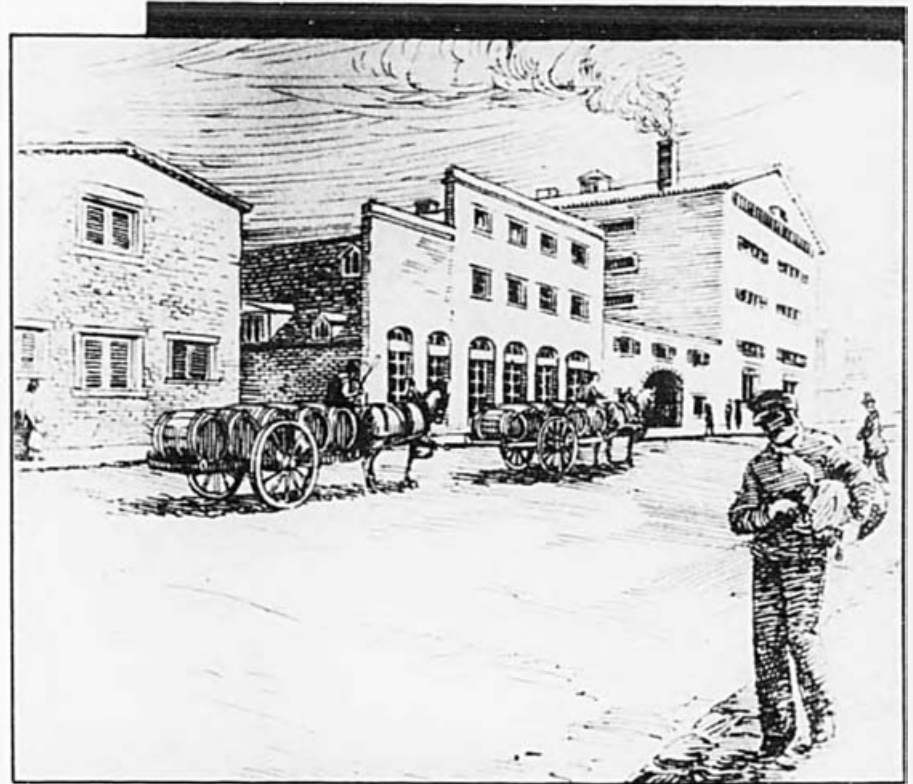
Mais surtout, la Brasserie Molson manifeste cette année-là ses premiers signes réels de pérennité lorsque John Molson s'associe ses fils John Jr, William et Thomas, pour vendre dorénavant la bière John Molson & Fils. Bien que Thomas n'ait que 25 ans, c'est surtout lui qui, à l'avenir, assurera la direction de l'entreprise.

Pendant que son père consacra la majeure partie de son temps à lancer ou à administrer d'autres entreprises, Thomas, excellent maître-brasseur, sera l'âme dirigeante de la Brasserie jusqu'à la toute veille de sa mort, en 1863. Son leadership est toutefois interrompu de 1824 à 1835, période pendant laquelle Thomas lance et exploite sa propre brasserie à Kingston, au Haut-Canada. Pendant cette période, John Jr, puis William, assurent tour à tour la relève, jusqu'à ce que Thomas revienne, à la demande expresse de son père, donner un second souffle à la brasserie qui piétine.

Ces changements à la direction illustrent une attitude qui marquera l'histoire des Molson et de leurs entreprises: jamais le nom ne suffira à obtenir un poste de commande; toujours la compétence et les résultats primeront.

Lorsque Thomas revient à la barre, en 1835 — un an avant le décès de son père — la Brasserie produit un peu plus de 4 500 hectolitres annuellement. Trente ans plus tard, soit trois ans après le décès de Thomas survenu en 1863, les Molson vendent près de 16 400 hectolitres, malgré la

Rue Notre-Dame, au XIXe siècle. La cheminée de la brasserie Molson fume; des voitures tirées par des chevaux font la livraison de tonneaux de bière.



maturation du marché, une concurrence de plus en plus dure, une saison de brassage qui ne dure toujours que vingt semaines et la recrudescence périodique de mouvements pro-tempérance qui militent en faveur de la prohibition. Et, surtout, malgré le fait que les efforts des frères Molson se soient dispersés, notamment dans l'exploitation d'une distillerie.

De plus, si l'on en croit Shirley Woods, auteur de *La saga des Molson*, c'est Thomas «qui mit réellement en place la tradition d'excellente qualité de ce commerce familial».

Une transition difficile vers le XXe siècle

En 1861, Thomas Molson prend sa retraite et confie le flambeau à son fils John H.R., associé depuis 1848. Celui-ci hérite d'une brasserie rénovée: elle a dû être reconstruite après avoir été ravagée par un incendie trois ans plus tôt. Les premières années, encore sous la poussée du règne de Thomas, la brasserie connaît une

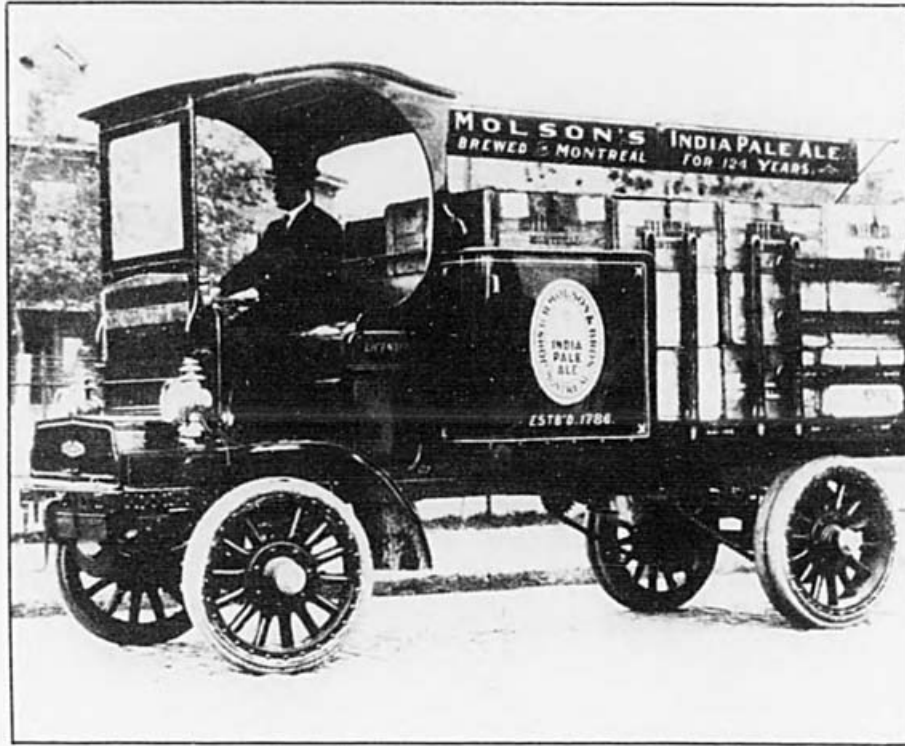


CAHIER SPÉCIAL
MOLSON
Hebdohec
Directeur des cahiers spéciaux
Manon Chevalier
Textes
Daniel Larouche
Photos
Pierre Charbonneau
Graphiste
Linda Wilson
Montage du cahier
LA PRESSE
Représentant publicitaire
Jean-Claude Dumouchel

1786 1796 1806 1816 1826 1836 1846 1856 1866 1876 1886 1896 1906 1916
1926 1936 1946 1956 1966 1976 **1986** 1996 2006 2016
2026 2036 2046 2056 2066 2076 2086 2096 2106 2116 2126 2136 2146 2156 2166 2176 2186 2196 2206 2216 2226 2236 2246 2256 2266 2276 2286 2296 2306 2316 2326 2336 2346 2356 2366 2376 2386 2396 2406 2416 2426 2436 2446 2456 2466 2476 2486 2496 2506 2516 2526 2536 2546 2556 2566 2576

Publicité MacLaren est fière de rendre hommage à la Brasserie Molson pour ses 200 années d'excellence et lui souhaite autant de succès pour

MacLaren
Publicité MacLaren



Au début du siècle, les premiers camions de livraison de la bière Molson à Montréal.



forte croissance. D'autant plus forte que les Molson délaissent la distillerie et concentrent leur activité dans la bière. En 1867, année de la Confédération, les ventes atteignent plus de 37 000 hectolitres. Pendant plusieurs années, la croissance se maintient.

En 1872, les Molson accueillent un nouvel associé, Adam Skaife, qui est à leur service depuis 20 ans. Depuis la courte association de John Molson avec Thomas Loid, en 1784, il s'agit du premier associé qui ne soit pas un Molson. John H.R. tient à alléger sa tâche et à consacrer davantage de temps à d'autres affaires que la Brasserie.

Peu à peu, John H.R. délaisse la Brasserie. Le tout nouveau Canada est secoué par quelques crises économiques. L'ensemble de

ces facteurs fait stagner les ventes de bière, si bien que lors du premier centenaire de la Brasserie Molson, en 1886, les ventes sont à leur niveau de 1867.

Il faut attendre le tournant du siècle pour que la brasserie connaisse une nouvelle fébrilité. John H.R. décède en 1897, son frère John Thomas prend la relève, pendant une brève période, avant de connaître des problèmes de santé. Ce sont les fils de John Thomas, Frederick et surtout Herbert, qui, à compter de 1900, donneront l'impulsion qui permettra à la Brasserie de connaître son second souffle.

Construire une entreprise moderne

Partout, l'entrée dans le XXe siècle change la face du monde des affaires. Si les XVIIIe et XIXe siècles ont été ceux de la révolution industrielle, celui qui s'amorce verra la révolution technologique et changera l'art de faire des affaires.

Au moment où Herbert prend les rênes, la Brasserie John H.R. Molson & Frères est encore arti-



200 ans de collaboration et de prospérité en affaires, ça se fête!





sanale à bien des égards. La saison de brassage est encore courte, la Brasserie est éclairée au gaz, le marketing est peu développé. La livraison se fait en voitures à chevaux, comme du temps de John senior, plus de cent ans auparavant. Si les Molson se sont toujours tenus à la fine pointe de la «technologie» du temps, rien n'a fondamentalement modifié les opérations de la Brasserie. Les améliorations apportées au fil des agrandissements, des rénovations et des reconstructions étaient somme toute marginales. Avec le résultat qu'en 1900, les ventes de bière Molson n'atteignaient pas 24 000 hectolitres, ce qui demeurait bien inférieur aux sommets atteints au cours des années 1860

Herbert saura saisir les occasions et propulsera la Brasserie vers de nouveaux succès.

Dès 1900, les Molson engagent leur premier représentant chargé de faire vendre leur bière à l'extérieur de Montréal. La Brasserie vend depuis longtemps en province, mais sans y mettre d'effort particulier. La mise en marché se fait donc plus énergique.

Cette même année, la Brasserie est électrifiée et l'embouteillage est soumis aux premières étapes de mécanisation. En 1902, on implante un système de réfrigération qui assure le brassage l'année durant. En 1903, une nouvelle marque fait son apparition, qui sera sans conteste l'un des succès du siècle: la Molson Export Ale existe toujours, 83 ans plus tard.

Les résultats ne sont pas longs à se manifester. La production atteint 45 000 hectolitres en 1907, puis 90 000 en 1909. Et les investissements d'ordre technologique s'accroissent. Après le filtrage mécanique en 1905, on introduit l'étiquetage automatique des bouteilles en 1907, puis les camions de livraison en 1910. La chaîne d'embouteillage sera électrifiée et mécanisée encore davantage. L'avance technologique de Molson est telle, raconte-t-on, que le brasseur torontois Eugene O'Keefe lui-même vient effectuer des «visites industrielles» à la Brasserie Molson de Montréal.

En 1911, nouveau tournant: la Brasserie Molson est incorporée. Assez étrangement, malgré ses 125 ans d'existence, sa person-

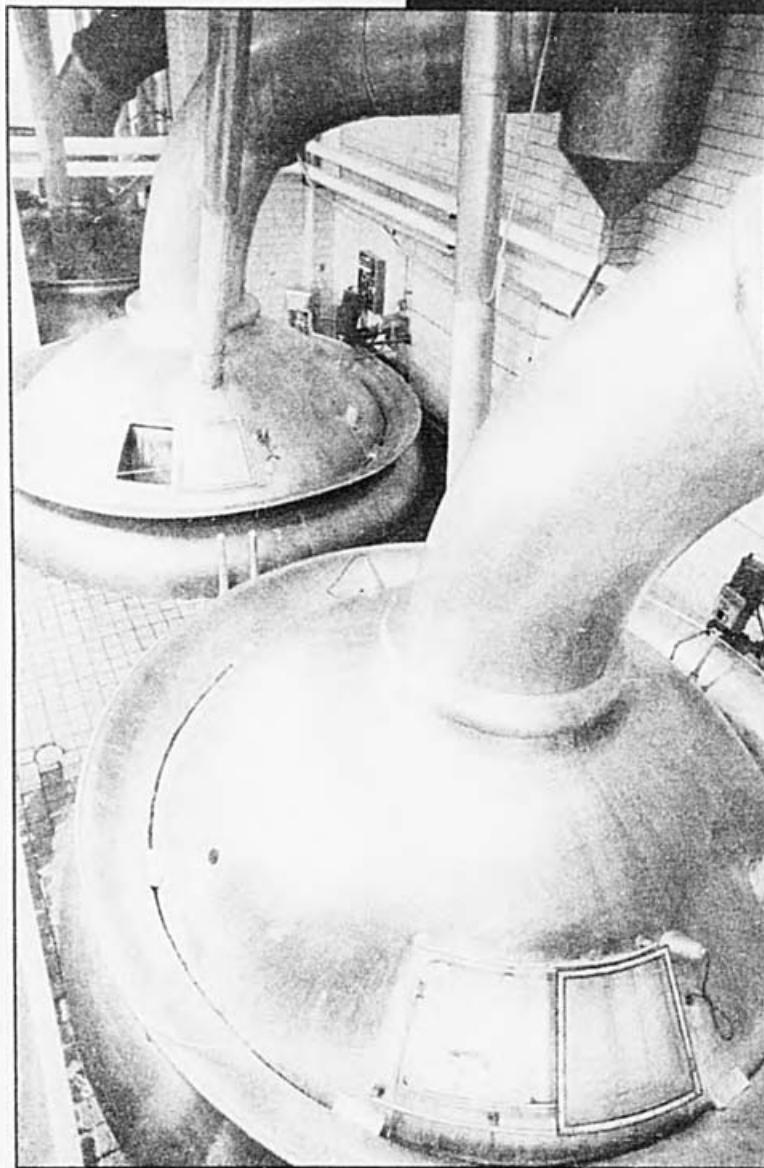
nalité juridique était toujours celle d'un épicier du coin.

Franchir les obstacles

Les décennies 10, 20 et 30 réservent des obstacles sérieux à la brasserie Molson. Certains ont trait à la concurrence, d'autres à des facteurs extérieurs à l'industrie, comme l'opinion populaire ou la situation économique. Si les Molson sont parfois contraints à faire volte-face — peut-être s'agit-il de replis — ils finissent toujours par rebondir.

En 1909, un concurrent des Molson entreprend de convaincre tous les brasseurs du Québec de se regrouper, afin de créer un monopole. Il y parvient presque, en réunissant sous une même organisation cinq brasseries de Québec et toutes les brasseries de Montréal; enfin, presque toutes. Les Molson tiennent mordicus à maintenir l'identité familiale de leur entreprise. Et puis, les monopoles sont mal vus dans la famille. Mais ce refus permet tout de même le regroupement de tous les autres, qui forment les National Breweries Ltd, qui seront plus tard absorbées par Carling-O'Keefe. Il n'y a plus que deux brasseurs à Montréal, et le seul concurrent des Molson est de taille. Mais les Molson savent faire de la bière, ont bonne réputation et sont solidement implantés. Ils sauront résister.

Plus sérieuse est la menace qui se fait jour au début des années 1910: celle de la guerre. Bien qu'ayant lieu outre-mer, la Première Guerre mondiale aura des conséquences chez Molson, comme dans bien d'autres entreprises, d'ailleurs. Ceux qui s'engagent constituent des pertes de précieuses ressources humaines. Mais chez Molson, cet effort devait prendre des proportions



C'est dans ces magnifiques cuves en cuivre que se brassent les bières Molson.

particulières, puisque bien des hommes clés se portèrent volontaires, jusqu'au président Herbert Molson qui s'embarque comme officier en 1915, est sérieusement blessé au combat, mais retourne néanmoins en Europe pour ne revenir à Montréal qu'en 1919. Pendant ce temps, la Brasserie continue de fonctionner tant bien que mal. Rien de bien dramatique, mais rien de bien fulgurant non plus. Effort de guerre oblige.

C'est Frederick qui prend la relève et qui l'assurera jusqu'au retour de Herbert. Lorsque ce dernier revient de guerre, les défis ne lui manquent pas. Depuis quelques années, en effet, un vent de prohibition a soufflé sur l'Amérique. Au Canada, seul le Québec n'a pas voté de loi en ce sens, mais les pressions sur le gouvernement se font de plus en plus lourdes. Il faudra que les brasseurs du Québec exercent un lobby efficace auprès des autorités pour que le Québec échappe au sort des provinces voisines.

Cette menace écartée, la guerre terminée, la croissance reprend de plus belle. Plus de 230 000 hectolitres de bière Molson sont écoulés sur le marché en 1920. Un record. Cela incite les dirigeants à doubler la capacité de la Brasserie. De fait, les années qui suivent sont fastes. La croissance économique est rapide et les immigrants viennent en grand nombre grossir les rangs des consommateurs. Les ventes de Molson doublent presque au cours de la décennie, pour franchir le cap des 400 000 hectolitres en 1929.



Fibretec

Une division de
Dominion Paperboard Products Limited

146 BARR, VILLE ST-LAURENT, QUÉBEC H4T 1Y4 / TÉL. (514) 342-6667

Fournisseurs
de divisions
en papier-fibre

*200 ans.
Faut fêter ça!*



Snap-on

1069 BEGIN, ST. LAURENT, QUÉ. H4R 1V8

BUR. (514) 335-0410

OUTILS SNAP-ON DU CANADA LTEE

FÉLICITATION MOLSON!



Au XXe siècle, la haute technologie a pris le relais de l'artisanat, mais sans minimiser la part purement humaine.



Mais cette croissance est trompeuse. Des études révèlent que la part du marché des Molson s'effrite au profit de leur concurrent, National Breweries. On a alors recours à la firme-conseil en marketing Cockfield Brown, ce qui marque le début d'une association durable de Molson avec les milieux de la publicité.

Les études de Cockfield Brown apprennent aux Molson que les goûts des consommateurs ont changé. Le marché s'est modifié: de plus en plus de femmes, notamment, boivent de la bière. Et le consommateur typique préfère une bière plus légère. La leçon porte. Il ne suffit pas de faire une excellente bière, elle doit tenir compte des goûts changeants

des consommateurs. C'est une leçon qui ne sera jamais oubliée. On modifie donc les produits, pour les rendre plus légers. On introduit de nouvelles marques. Ce changement, accompagné d'une bonne publicité, porte ses fruits.

Puis c'est la crise. Alors que les entreprises tombent comme des mouches, Molson résiste. À la fin de cette difficile décennie, en 1939, Molson emploie 409 personnes.

Vers une entreprise nationale

À la mort de Herbert Molson, en

1938, le contrôle financier de la Brasserie passe aux mains de ses fils Tom et Hartland. Tous deux dans la trentaine, ils pourraient diriger la Brasserie eux-mêmes. Mais soucieux du succès de la Brasserie avant tout, ils jugent que leur cousin Herbert William (Bert), au service de la Brasserie depuis 27 ans, fera un meilleur amiral. Ils lui offrent le poste de président, qu'il conservera jusqu'en 1953. C'est donc Bert qui mène l'entreprise pendant la guerre et qui amorce la formidable expansion qui suivra.

En 1945, Molson offre des actions au grand public et inscrit celles-ci en Bourse. De 1947 à

1953, la capacité de production de la brasserie de la rue Notre-Dame triple, ce qui en fait la plus importante au Canada et lui assure une place parmi les dix plus importantes au monde. Le cap du million d'hectolitres est franchi en 1949... et Molson n'exploite toujours qu'une seule usine.

Mais Bert fera changer cela. Il décide d'implanter une Brasserie Molson à Toronto. Ironie du sort, elle sera construite sur un terrain appartenant à 50 p. cent à... Canadian Breweries, qui brasse notamment O'Keefe! L'acquisition du terrain, faut-il le préciser, s'est faite grâce à un intermédiaire compréhensif.

Bert prend sa retraite en 1953 et c'est Hartland, son successeur, qui complètera «l'invasion Molson» à Toronto. Lorsqu'elle est inaugurée en 1955, la nouvelle Brasserie est la plus moderne au monde.

La stratégie d'expansion poursuivie par Hartland sera différente de celle de son prédécesseur. Plutôt que de construire, il procède par acquisitions. Elles se suivent en cascade au cours des années 50 et au début des années 60. Ainsi, la Brasserie Molson acquiert cinq usines de l'Ouest en 1958, une à Winnipeg en 1960, et une autre à St. John's (Terre-Neuve) en 1962.

Comme le marché de la bière n'est pas inépuisable, Molson entreprend aussi une diversifica-

tion. Les premiers essais sont difficiles. La diversification, c'est comme la brasserie: cela s'apprend sur le terrain, à ses risques et périls. Des acquisitions comme Les Meubles Vilas et Anthes Imperial se révèlent des échecs coûteux. Molson s'en départit donc, pour ne recommencer de telles opérations qu'en 1972 par l'achat de Castor Bricoleur et, en 1978, de Diversy Corporation, compagnie de produits chimiques. Pour s'adapter à cette évolution, la société se restructure en 1973, alors qu'est formé le holding les Compagnies Molson Ltée, dont les brasseries forment maintenant une division.

C'est également au cours des années 70 que la Brasserie Molson décide de mettre plus d'efforts sur le marché américain. Elle exportait depuis le début des années 50, mais sans insister. En se dotant d'une filiale américaine d'importation et de distribution, en 1971, elle attaque le marché avec énergie; et avec succès. Elle est aujourd'hui le deuxième importateur de bière aux États-Unis, derrière Heineken.

Eric Molson, fils de Tom et neveu de Hartland, devient président du Groupe des Brasseries en 1980. Devenu depuis vice-président du conseil d'administration des Compagnies Molson, il est le représentant actif des Molson à la direction de la compagnie, bien que le sénateur Hartland siège toujours au conseil. Ils sont les héritiers de la tradition Molson. ■

Nous sommes très fiers de nous associer à votre bicentenaire. Puissiez-vous connaître autant de succès dans l'avenir.



Compagnie Casco
1, Place du Commerce
Ile des Soeurs
Verdun, Québec
H3E 1A7 (514) 761-5851

LE TROISIÈME SIÈCLE EN MARCHÉ

Étendre la tradition Molson à l'échelle de la planète

On a beau avoir deux cents ans derrière soi, l'avenir n'est pas assuré pour autant. Le succès doit se gagner chaque jour. S'il existe une industrie où le succès demeure toujours fragile, c'est bien celle de la bière!

Le plafonnement de la consommation auquel on assiste depuis quelques années a de lourdes conséquences pour les brasseurs canadiens. Pour croître, chacun doit arracher des parts de marché aux autres. Cette bataille est source de frais très élevés pour tous les brasseurs: effort publicitaire accru, introduction de bouteilles distinctives, multiplication des marques, tout cela a des conséquences financières. Sans jeu de mots, depuis quelques années, ça brasse dans la bière!

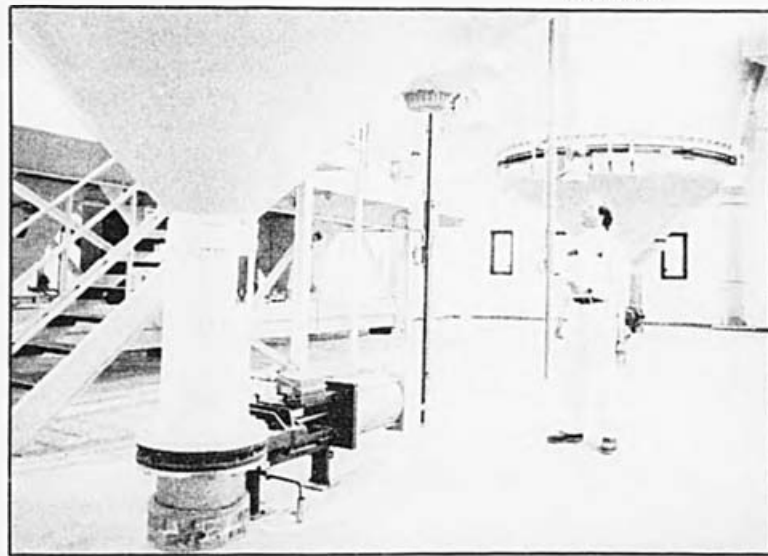
L'obsession de l'efficacité

Comme si ces augmentations de frais ne suffisaient pas, la fiscalité spécifique à la bière a sérieusement augmenté, provoquant des hausses de prix. «La bière devient presque un produit de luxe», commente le président Jacques Allard, de la Brasserie Molson du Québec.

La bière ne demeurera rentable que si sa production est extrême-



M. Jacques Allard, président de la Brasserie Molson du Québec Inc. et vice-président du Groupe des Brasseries Molson du Canada.



M. Daniel Veilleux, dans la salle des moulins.

ment efficace. L'efficacité a toujours été prioritaire chez Molson; elle est devenue une obsession. Ainsi, une nouvelle salle de brassage a récemment été mise en service. Elle est entièrement contrôlée par informatique et quatre personnes suffisent à la faire fonctionner. La mise en barils de la bière en fût a aussi fait l'objet d'investissements qui ont augmenté la productivité.

«Notre objectif est simple, lance M. Jacques Allard. Nous visons à être les plus efficaces des brasseurs canadiens. Comme ça, nous pourrions soutenir la concurrence tout en demeurant rentables.»

Cette obsession de l'efficacité tire aussi son origine des possibilités de libéralisation des échanges avec les États-Unis. Si les brasseurs américains décident d'envahir le marché canadien et que la réglementation leur en donne la possibilité, ils peuvent constituer une sérieuse menace.

ment de façon très efficace compte tenu de leur taille, affirme M. Allard. Mais leur taille est petite, si on la compare aux géants américains.»

Les Canadiens n'ont donc pas accès aux économies d'échelle qui sont le lot des Miller, Coors, Anheuser-Busch, etc. Plusieurs de ces géants desservent l'ensemble du marché américain à partir de une ou deux usines tout simplement monstrueuses. Un exemple? Miller a construit une brasserie toute neuve d'une taille suffisante pour satisfaire la totalité de la demande canadienne de bière... Mais comme les prévisions de ventes des planificateurs de Miller ne se sont pas réalisées, l'usine n'a jamais ouvert ses portes! On se doute bien que si le marché canadien lui était ouvert, Miller se ferait un tantinet «agressif» ici.

«En ce qui concerne la bière tout au moins, la libéralisation des échanges avec les États-Unis devra être précédée de la libéralisation des échanges entre les provinces canadiennes», remarque Jacques Allard. Car plusieurs des brasseries demeurent de taille sous-optimale à cause de cette réglementation des provinces qui exige que la bière vendue dans la province y soit produite.

Si on levait ces contraintes, il ne fait pas de doute que les brasseurs pourraient rationaliser leur exploitation, ne serait-ce que d'éliminer des incongruités comme la desserte de Hull depuis

«Nos brasseries Molson fonction-



«Faute d'un clou, le cheval perdit son fer.
Faute de fer, on perdit le cheval.
Faute de cheval, on perdit le chevalier.
Faute de chevalier, on perdit la bataille.
Et la bataille étant perdue, on perdit le royaume».

George Herbert,
(1593-1633)

Le défaut d'un seul petit roulement, d'une commande à chaîne, ou d'une pièce de machinerie peut entraîner un arrêt de production et laisser l'équipement et le personnel en panne.

MBS Bearing Service Inc., a fondé sa réputation sur

la fiabilité et la qualité, de sorte qu'en cas de panne vous n'avez qu'à communiquer avec la succursale la plus proche - il y en a vingt-deux, situées de Baie Comeau à Mississauga, avec service disponible 24 heures par jour, sept jours par semaine.



MBS
PTL

MBS BEARING SERVICE INC.
500 Hodge, Montréal, Qué. H4N 2A4
Tél.: (514) 748-7701 Téléc.: 05-826824

POWER TRANSMISSION LTÉE.

BAIE COMEAU • TROIS-RIVIERES • SHERBROOKE • TRACY • JOLIETTE • MONTRÉAL EST • LASALLE • AMOS • OTTAWA • CORNWALL • BROCKVILLE • KINGSTON • BELLEVILLE • MISSISSAUGA • TORONTO • PTL: HARTLAND • EDMUNDSTON • ST-HYACINTHE • ST-JEAN-SUR-RICHELIEU • GREENFIELD PARK • PLATTSBURGH •



Montréal, alors qu'on doit approvisionner Ottawa depuis la lointaine Toronto. On pourrait éliminer les plus petites brasseries. Qu'on se rassure toutefois: celle de Montréal n'est pas très près de disparaître, quelles que soient les circonstances!

La réplique: attaquer les marchés étrangers

«À ce stade-ci de son existence, la Brasserie Molson est plus que jamais déterminée à prendre une place encore plus grande sur le marché international, et Montréal jouera un rôle de tout premier plan dans la réalisation de cet objectif.»

C'est en ces termes que le vice-président du conseil des Compagnies Molson Limitée et représentant de la famille Molson, M.

Eric Molson, décrit les grandes orientations de l'entreprise.

De fait, si la libéralisation des échanges a des aspects menaçants, elle offre en revanche des occasions à saisir. Le marché américain représente 25 p. cent de toute la consommation mondiale de bière! Rien d'étonnant à ce que Molson veuille faire «mousser» ce marché.

Molson se tient prêt à toute éventualité, libre-échange ou pas. Déjà le plus important exportateur de bière au Canada et l'un des mieux implantés sur le marché américain parmi tous les brasseurs du monde, Molson entend continuer d'y accroître sa présence.

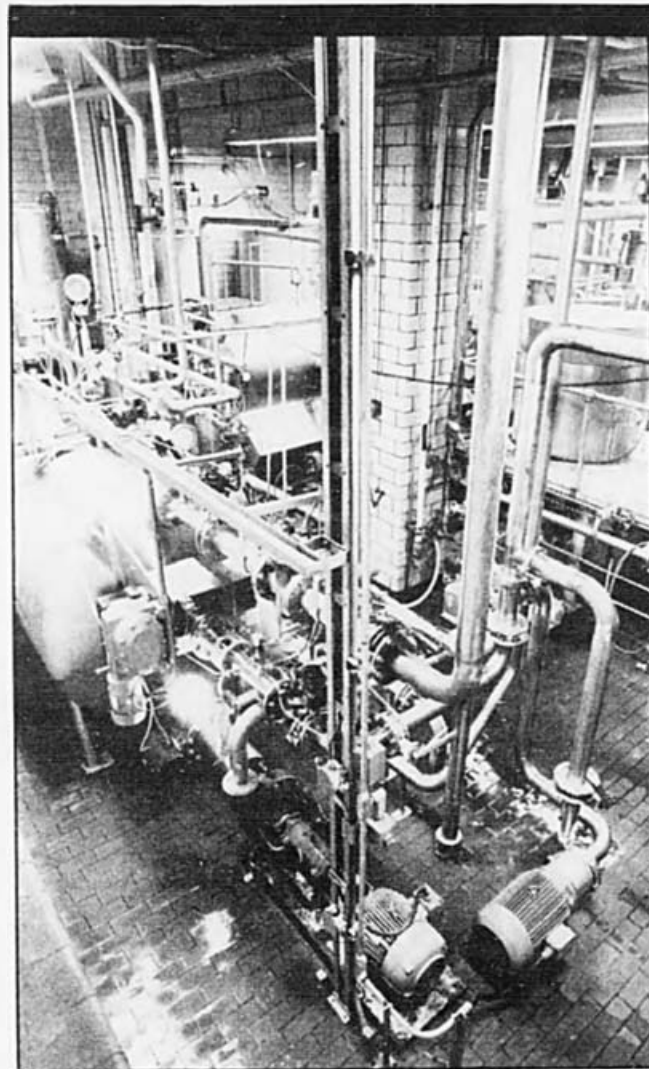
Une association productive

Il y a plusieurs façons possibles

de procéder et Molson n'en a négligé aucune. Mais certaines ont été éliminées. «Il a été question que Molson établisse une brasserie aux États-Unis, ou encore en acquière une déjà établie, rappelle Jacques Allard. Mais on a jugé que ce n'était pas la meilleure stratégie: les investissements à consentir pour concurrencer les géants américains auraient été énormes, et, ne l'oublions pas, le marché américain, comme le nôtre, plafonne.»

La stratégie retenue a donc été pour Molson de se tailler une place de choix dans un créneau précis qui est appelé à croître: celui de la bière haut de gamme. Ce choix s'imposait d'autant plus que leur petite taille empêche les Brasseries Molson d'être concurrentielles face aux grandes mar-

La chambre des filtres à bière.



DE SUCCÈS EN SUCCÈS

Depuis deux siècles, l'esprit de succès qui a toujours animé la brasserie Molson a inspiré les équipes du Canadien et contribué à établir la réputation de l'équipe à travers le circuit.

Je suis fier d'avoir été associé à la famille Molson en tant que joueur de hockey et, aujourd'hui encore, en tant que fournisseur, je suis honoré de voir cette collaboration se poursuivre.

Félicitations Molson. N'accrochez pas vos patins!

Dickie Moore et son équipe

Location Dickie Moore inc. — 675, Montée de Liesse, Saint-Laurent — Tél.: 739-4791





ques américaines. «Nous ne redoutons personne sur le plan de la qualité, explique Jacques Allard, mais nous ne pouvons produire au même prix que les marques populaires à grand débit des Américains.» Dans le marché de la bière haut de gamme, toutefois, les produits Molson peuvent être concurrentiels quant au prix et à la qualité.

«Ce créneau doit représenter 4 ou 5 p. cent de l'ensemble du marché américain. Cela peut sembler peu, mais songeons que ce volume équivaut à 45 p. cent de toute la consommation canadienne. Ce n'est pas négligeable», ajoute M. Allard.

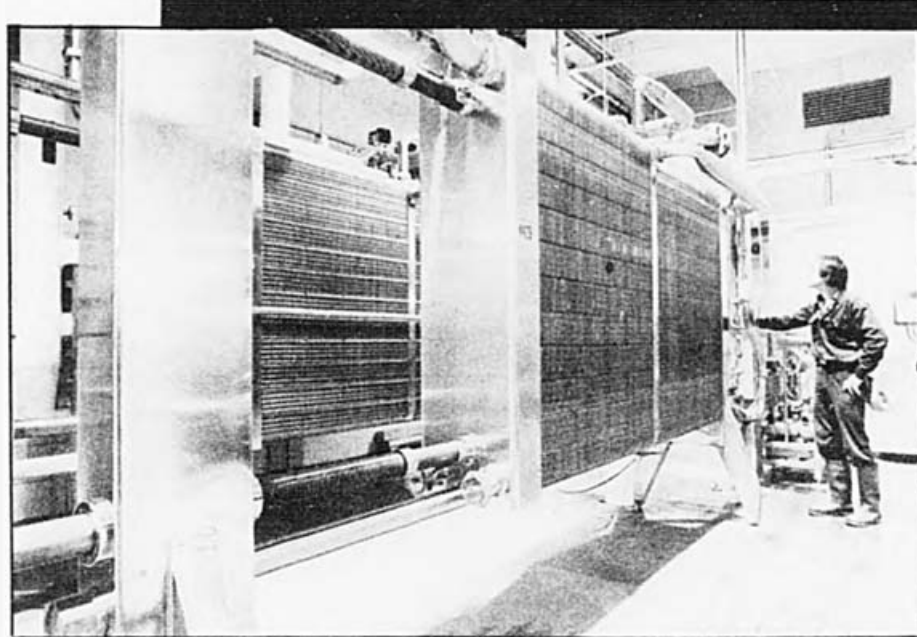
En plus de systématiser son effort d'exportation, Molson a voulu se rapprocher du marché américain en s'associant avec Coors, un des plus importants brasseurs au sud de la frontière.

Contrairement aux autres brasseurs canadiens, Molson n'a pas limité son association au seul achat d'une licence de fabrication. Molson et Coors sont partenaires à parts égales dans une nouvelle société, Master Brewers, qui a mis sur le marché la Master's, bière haut de gamme, ou *Premium beer*, comme on la désigne là-bas. La nouvelle compagnie donne le brassage à contrat à Coors, qui fabrique la Master's dans son usine de Golden, au Colorado. Mais il s'agit d'une recette originale, fruit de la collaboration des experts de Molson, de Coors, et d'une brasserie allemande qui n'a cependant aucun capital-actions dans l'affaire.

«De cette façon, explique Jacques Allard, nous avons un poste d'observation privilégié sur le marché américain. Et nous participons à la fabrication sans que cela nous ait coûté les yeux de la tête.»

Et le monde...

Bien que très important, le marché américain n'est pas le seul. Molson exporte aux Antilles, au Japon, en Grande-Bretagne. Les quantités ne sont pas encore considérables, mais ces exportations témoignent de la qualité Molson, universellement reconnue.



Les appareils à refroidissement rapide de la bière.

«Nous sommes bien sûr à l'affût de toutes les occasions qui peuvent se présenter en Europe ou en Asie, note Jacques Allard. Et rien n'est impossible: construction, acquisition, etc. Mais si quelque chose de significatif devait se développer, ce serait plutôt du côté de l'octroi de licences de fabrication de nos produits à des fabricants de là-bas. C'est, en tout cas, ce qui retient davantage notre attention pour l'instant.»

Molson est déjà très à l'aise sur les marchés internationaux. «Nous sommes habitués à traiter sur les marchés internationaux,

rappelle M. Éric Molson. Non seulement dans l'industrie de la bière, mais aussi par le biais de nos autres entreprises. Diversey, l'un des leaders mondiaux de l'industrie des produits chimiques, est présente dans plus de 100 pays et Le Castor Bricoleur est implanté partout au pays et aux États-Unis.»

La préparation du troisième siècle

Cela dit, Molson ne néglige pas sa «mère-patrie»: le Canada, le Québec et Montréal. «Nous continuerons de faire porter le gros de nos efforts à bien occuper notre territoire et le marché américain. Les diversifications additionnelles ne sont pas à exclure, mais je doute que cela soit dans le secteur des boissons alcoolisées. Le marché des spiritueux est en plus mauvaise posture encore que celui de la bière, qui semble avoir atteint une sorte de plancher. Quant au vin, Molson y a déjà eu des intérêts, notamment en Californie, mais nous avons jugé bon de nous en départir.»

Les prochaines diversifications, le cas échéant, se feront sur une base de stricte rentabilité. Et Éric Molson de conclure: «À l'aube de notre troisième siècle d'existence, nous voulons poursuivre les objectifs de croissance dont John Molson nous a tracé la voie il y a deux cents ans. Le défi de notre génération est de continuer d'étendre à l'échelle de la planète cette tradition d'excellence née à Montréal.»

Félicitations à la Brasserie Molson à l'occasion de son bicentenaire — de la part de ceux dont les étiqueteuses servent à identifier le produit de qualité que vous fabriquez.

Jagenberg, Inc. Casier postal 188
boulevard Freshwater, Enfield CT 06082, U.S.A.

J JAGENBERG

John Molson: un bâtisseur

La notoriété de la bière Molson est telle qu'on a oublié que John Molson et plusieurs de ses descendants ont été présents dans bien d'autres secteurs industriels. Traçant la voie aux magnats contemporains, John Molson était de cette race de visionnaires, d'entrepreneurs qui pratiquaient le «capital de risque» bien avant que l'expression ne soit consacrée.

La chaîne de magasins Le Castor Bricoleur n'est pas la première aventure des Molson dans l'industrie de la construction et du bricolage. Loin de là!

Dès 1797, alors que la Brasserie Molson atteint une sorte de vitesse de croisière, John Molson entreprend sa première diversification: le sciage et la vente du bois de construction, en réaction à la pénurie de matériaux qui prévaut à Montréal. Peu profitable, l'aventure ne dure pas très longtemps. D'autant moins qu'elle a un aspect «service public» qui perd de son actualité lorsque les problèmes d'approvisionnement se résorbent. Mais elle constitue le début d'une diversification qui connaîtra peu d'interruptions au cours des deux cents ans d'histoire des «Entreprises Molson».

Les investissements Molson sont

parfois effectués à titre corporatif, souvent à titre personnel. Bien des descendants Molson, en effet, ont «les affaires dans le sang» et s'intéressent à d'autres secteurs de l'activité économique. À une époque où à une autre, rares seront les secteurs d'activité qui ne susciteront pas l'intérêt d'un Molson du clan. Fait plus remarquable encore, les Molson seront associés à plusieurs «premières», à des innovations, ce qui contraste avec leur réputation de conservatisme.

Après avoir fermé sa scierie en 1805, John Molson, pendant quelques années, consacre tout son temps à la Brasserie. Mais il n'en perçoit pas moins des occasions de faire des investissements profitables, tout en dotant le Québec d'infrastructures et de services qui lui font cruellement défaut.

De la bière... aux voyages

Ainsi, en 1809, il lance le premier bateau à vapeur destiné à établir un lien fluvial régulier entre Montréal et Québec, l'Accommodation. La durée du voyage est ainsi réduite (!) à quelque 70 heures. L'Accommodation est le premier d'une longue série de bateaux Molson qui arpenteront le Saint-Laurent pendant une quarantaine d'années, au cours desquelles on en viendra à parler de la *Molson Line* pour désigner à peu près n'importe quel bateau commercial sur le fleuve. Si l'Accommodation est un échec commercial, il constitue une innovation technologique de taille: il est le deuxi-

me bateau à vapeur commercial au monde. Ses successeurs — près de 25 bateaux — feront des profits. Ces bateaux permettent en outre de transporter la bière Molson efficacement à l'extérieur de Montréal.

Qui dit bateau dit voyageurs. Qui dit voyageurs dit hébergement. John Molson réalise un jour que Montréal est pauvre en matière d'hôtellerie. Il construit donc le Mansion House, en 1821. Situé rue Saint-Paul, à l'emplacement du futur marché Bonsecours, il est le premier hôtel montréalais digne de ce nom. Rasé par le feu en 1821, il sera remplacé par le New Mansion House, aussi connu sous le nom de British American Hotel. Les hôtels de John Molson sont réputés à travers le continent pour leur qualité.

Un théâtre, ça manque aussi à Montréal, pense John Molson. Il construit donc le premier théâtre montréalais, le Théâtre Royal, adjacent à l'hôtel, en 1825. Charles Dickens y jouera. Exploité au rythme du passage des troupes théâtrales, le Royal ne sera jamais un succès financier. Là n'est d'ailleurs pas sa raison d'être. Mais jusqu'à ce qu'il soit détruit par les flammes en 1844, il joue un rôle important dans la vie culturelle de Montréal.

John Molson est aussi étroitement lié à la construction du premier chemin de fer au Canada, celui reliant Laprairie à Saint-Jean-d'Iberville. Il est parmi les pionniers qui obtiennent la charte



Le siège social de la Banque Molson, rue Saint-Jacques à Montréal. Elle fusionna avec la Banque de Montréal en 1925.

Félicitations



Lumen INC.

FOURNITURES ÉLECTRIQUES EN GROS

Siège social: 120 Dubois, ST-EUSTACHE, P.Q. J7P 4W9 472-6360 / 1-800-361-2740

Succursales à: ● SHERBROOKE ● ALMA ● JOLIETTE ● LONGUEUIL ● ST-LAURENT (MTL-OUEST)
● ST-EUSTACHE ● HULL ● QUÉBEC ● ST-JÉRÔME ● ST-LÉONARD (MTL-EST)

Un réseau de distribution toujours grandissant!

Grâce à une demande non satisfaite en Angleterre et à l'incapacité des Écossais d'y répondre entièrement, les Molson réussissent à exporter une large portion de leur production de spiritueux à la mère-patrie — exploit comparable à l'exportation de vins californiens sur les marchés français. Même si leurs méthodes de production de spiritueux sont archaïques, le whisky et le gin seront longtemps beaucoup plus rentables que la bière. La distillerie toutefois fermera ses portes vers 1867, les Molson prévoyant de fortes pressions de la part des ligues de tempérance. La bière n'est pas l'objet d'autant d'opprobre que les «boissons fortes».

La distillerie est transformée en raffinerie de sucre par deux petits-fils de John: John H.R. et Thomas William, qui l'exploiteront quelques années avant de la céder aux Sucres Redpath, en 1871.

John Molson et ses fils s'adonnent aussi à l'investissement immobilier. De fait, John Molson est, à une certaine époque de sa vie, un des plus importants propriétaires fonciers de Montréal.

Les Molson exploitent une fonderie, la Fonderie Sainte-Marie, située juste en face de la Brasserie, où l'on construit notamment plusieurs bateaux à vapeur pour Molson et d'autres transporteurs.

Les Molson exploitent la fonderie jusque vers le milieu du XIXe siècle. Vendue, elle demeurera en exploitation durant encore plus de 50 ans.

...Et les finances

On a souvent dit que les Molson exploitaient leur Brasserie avec le sérieux d'un banquier. C'est que le milieu de la banque ne leur est pas étranger. Dès avant 1800, John Molson prête de petites sommes à des amis et à des gens d'affaires qu'il connaît. Le transport fluvial fournit aux Molson une occasion de transporter de l'argent et d'escompter des billets à Montréal, pour remboursement à Québec.

Dès 1822, cinq ans après la création de la Banque de Montréal, John entre au conseil d'administration de celle-ci. Plus tard, accompagné de ses fils, il y demeurera actif de longues années.

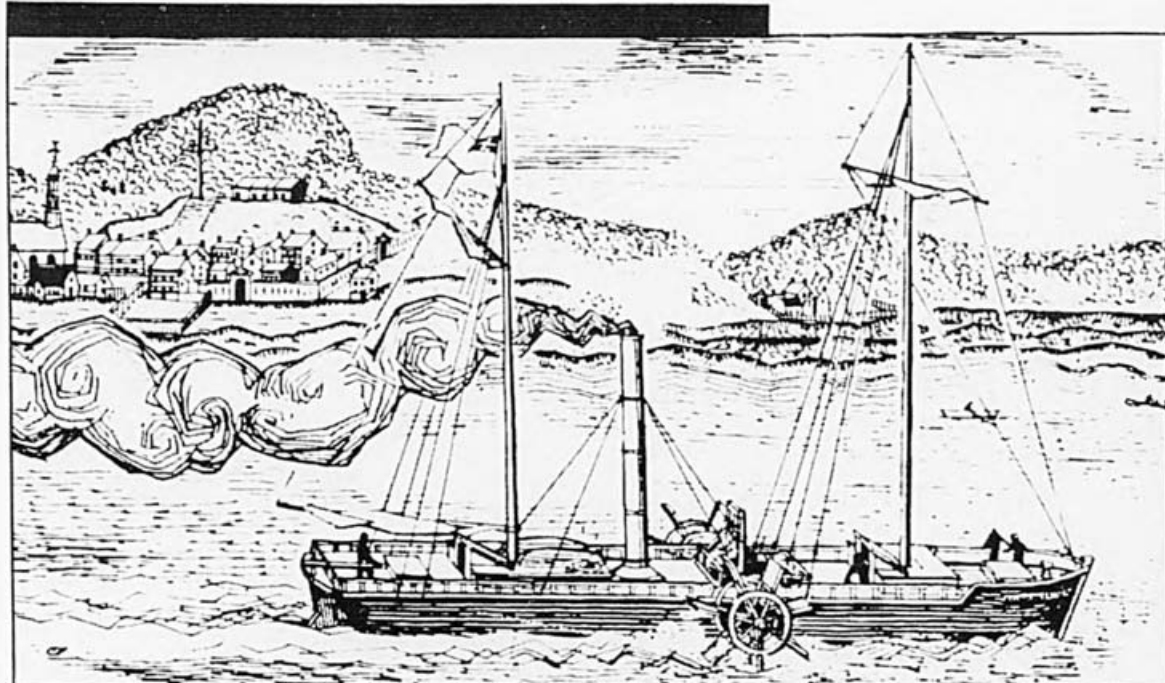
du Champlain & St. Lawrence Railroad et compte parmi les bailleurs de fonds initiaux, à raison de 25 p. cent de l'investissement total. Il décède peu avant l'inauguration de la ligne, en 1836, mais ses fils John et William prennent la relève à titre de président et membre du conseil de la société, respectivement. Déjà, à l'époque, les spéciaux «aller-retour même jour», à un peu plus de sept shillings, sont très en vogue.

En 1837, John jr sera l'un des actionnaires-fondateurs de la nouvelle société Montreal Gas, qui se propose d'éclairer les rues de Montréal au gaz de coke. On peut considérer cette société, qui a grandi à la suite de multiples fusions et acquisitions, comme l'aïeule d'Hydro-Québec. Les Molson peuvent donc être considérés comme des ancêtres... du CN, de Via Rail et d'Hydro-Québec.

Des valeurs plus sûres

Les Molson ont toutefois compris qu'un portefeuille ne peut être composé que d'entreprises à risque élevé, comme le théâtre ou l'hôtellerie, ou à «haute technologie», comme le transport fluvial et ferroviaire. Certains investissements répondent à des besoins plus «standard» à l'époque, notamment la distillerie, l'immobilier et le travail du métal.

Fait peu connu, les Molson ont déjà produit plus de whisky que de bière. Face à un surplus de grain, les Molson décident de fabriquer des boissons qui, mieux que la bière de l'époque, supportent le transport: le whisky et le gin. C'est sur l'insistance du fils Thomas que les Molson, père et fils, commencent à distiller en 1821.



En 1809, John Molson lançait le premier bateau à vapeur destiné à la liaison fluviale entre Montréal et Québec.

RÉFLEXION FAITE, SAVEZ-VOUS COMMENT:

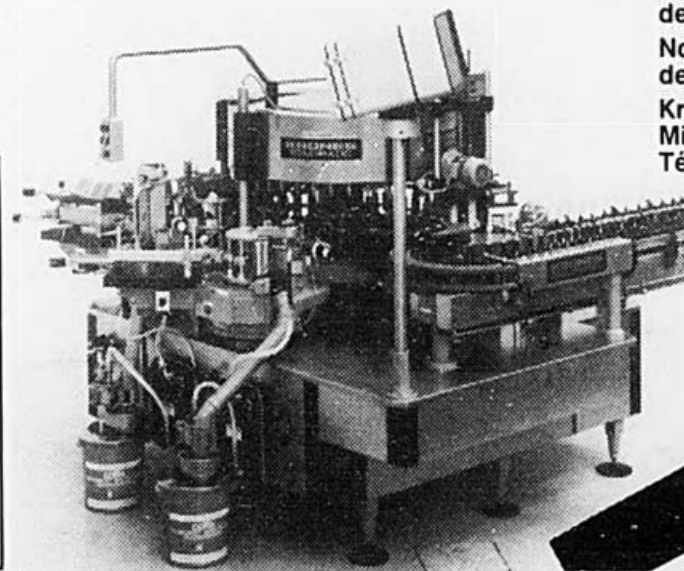
- on remplit les bouteilles de Molson
- les étiquettes y sont soigneusement apposées
- on fixe les capsules sur les bouteilles
- on vérifie les bouteilles une fois qu'elles sont remplies...?

CHEZ KRONES, NOUS LE SAVONS:

Parce que nous sommes au service de Molson depuis plus de 15 ans. Nous voulons les féliciter à l'occasion de leur bicentenaire.

Krones Machinery Co. Ltd.
Mississauga, Ontario
Tél.: (416) 890-1150

- Remplissage de bouteilles
- Capsulage
- Pose d'étiquettes
- Inspection



FÉLICITATIONS À LA BRASSERIE MOLSON
POUR SON BICENTENAIRE



DEPUIS 1903

EMBALLAGES **STANDARD PAPER BOX**
DIVISION DE SPB CANADA INC.

6240 avenue du Parc
Montréal (Québec)
H2V 4H7
(514) 273-0411
Télex 05-24745

Boîtes en carton ondule
Boîtes pliantes
Boîtes rigides
Micro + Litho

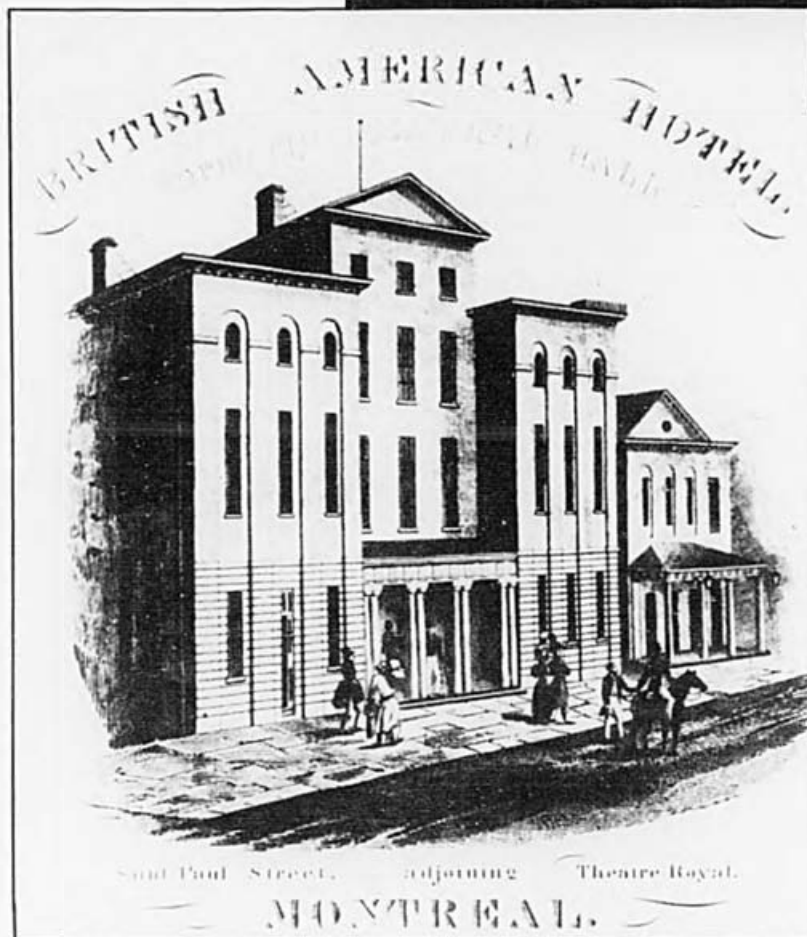


Les Molson deviennent eux-mêmes de vrais «banquiers» en 1837, à l'occasion d'une crise monétaire provoquée par des faillites bancaires aux États-Unis et une grave récession en Angleterre. Ils émettent leurs propres pièces de «monnaie», le plus souvent en reconnaissance de dette aux fermiers qui les approvisionnent en grain, avec promesse de rembourser en monnaie officielle. Ces pièces circulent et sont acceptées en paiement pour les transactions entre tiers, n'impliquant pas les Molson. Il s'agit d'une preuve indéniable de leur réputation de solvabilité à l'époque.

C'est toutefois en 1854 que John jr et Thomas Molson, après avoir essayé plusieurs refus, profitent d'un assouplissement de la loi et obtiennent leur charte de banque. La Banque Molson est née. Elle

prospérera et croîtra, ayant des succursales jusqu'à Calgary, jusqu'à sa fusion à la Banque de Montréal en 1925. William, puis son neveu John H.R., puis le neveu de celui-ci, Frederick, en assumeront tout à tour la présidence.

La Banque Molson sera la dernière grande entreprise non brassicole des Molson pour plusieurs années. Bien sûr, des membres de la famille auront leurs propres entreprises, notamment une maison de courtage en valeurs mobilières, mais les liens avec la Brasserie se feront de plus en plus ténus. À l'exception du Canadien de Montréal, acquis par Hartland Molson en 1957, il faudra attendre les années 60 avant d'assister à un véritable redéploiement des avoirs Molson. Mais ça, c'est une autre histoire... ■



Le British American Hotel a succédé au premier hôtel montréalais digne de ce nom, le Mansion House, rue Saint-Paul, construit par John Molson en 1821.

200 ANS DE SUCCÈS!

En souhaitant à Molson un avenir aussi prometteur, nous exprimons notre fierté de mettre notre énergie au service de son succès.

 **Gaz
Métropolitain**

PARTENAIRES D'AVENIR

L'ORGANISATION MOLSON

Un heureux mélange de tradition et d'innovation

à quelque chose de très réel malgré la taille de la compagnie.

Cette «réalité familiale» se vérifie sans doute davantage dans le Groupe des Brasseries, qui demeure le secteur d'activité principal, en termes de volume d'affaires, mais aussi, on s'en doute, en termes d'attachement des employés. En termes de notoriété aussi.

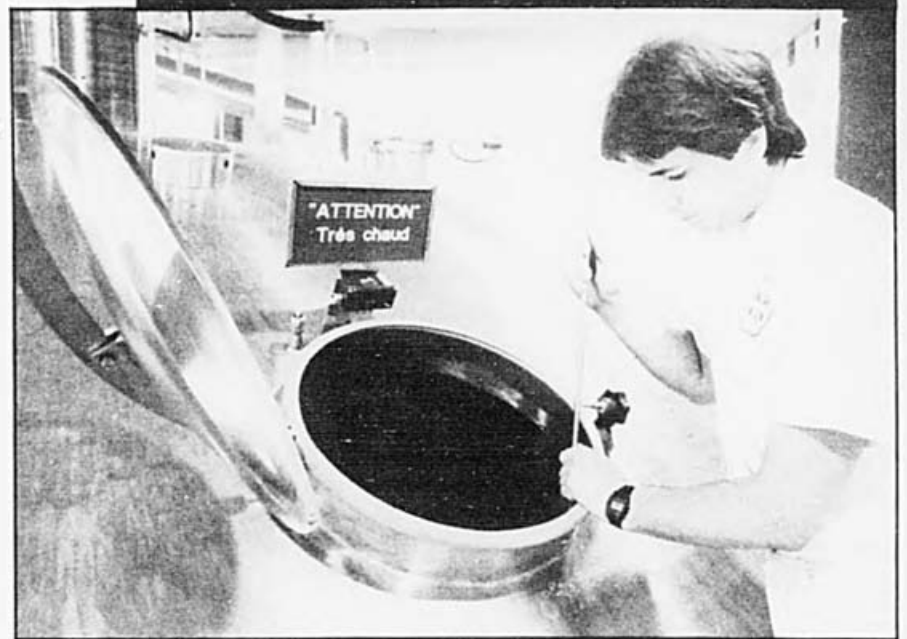
Trois grands groupes

Les activités de Molson se répartissent dans trois grands groupes: le Groupe des Brasseries, le Groupe des Produits chimiques et le Groupe des Ventes au détail. Une nouvelle société s'est ajoutée à ces trois grandes divisions en 1985: Grayrock Capital Ltée.

Le Groupe des Produits chimiques, la plus multinationale des divisions de Molson, est chapeauté par la société Diversy. Cette société torontoise, acquise en 1978, existe depuis 1937. Elle fabrique des composés chimiques, comme des bactéricides, des produits de nettoyage, des lubrifiants, etc. Elle les vend à une clientèle industrielle, commerciale et institutionnelle, ce qui explique sa faible notoriété. Ses ventes de 1985 ont dépassé le demi-milliard de dollars. Elle exploite des usines dans plus de 35 pays, sur tous les continents.

Le Groupe des Ventes au détail est essentiellement formé de la chaîne de magasins Le Castor Bricoleur. Cette société a été

M. Sylvain Meloche fait le test d'iode dans un nouveau brassage.



L'organisation Molson a quelque chose d'étonnant... Dynamique, résolument tournée vers l'avenir, cherchant toujours à être à la fine pointe en matière de technologie, elle conserve néanmoins de profondes racines et un attachement sans équivoque à ses traditions. Son principal produit, la bière, est en soi parmi les plus traditionnels au monde, mais il est maintenant fabriqué selon les normes de la haute technologie.

L'organisation Molson, c'est aussi une multinationale diversifiée, qui possède des installations dans 35 pays, qui vend dans plus de 100 pays à travers le monde. Près de 30 p. cent de ses revenus bruts proviennent de l'extérieur du Canada.

C'est une société qui compte près de 9000 actionnaires. Mais cette multinationale conserve des côtés «PME», résultat de ses origines artisanales. Même si la structure corporative des Compagnies Molson se compare à celle de tout conglomérat, par ses divisions, ses filiales, etc., l'expression «la grande famille Molson» revient continuellement sur le tapis. Et chez Molson, on sent que la formule n'est pas creuse, mais correspond encore

créée en Saskatchewan en 1907 et Molson en a fait l'acquisition en 1972. D'un océan à l'autre, plus de 160 magasins portent la bannière Le Castor Bricoleur. Ils sont soit l'entière propriété de Molson, soit franchisés, soit détenus en copropriété par la société et un «demi-franchisé». Leurs ventes de 1985 ont frisé les 300 millions de dollars. Le Castor Bricoleur est une des plus importantes chaînes canadiennes sur le marché des matériaux de construction et d'articles de rénovation et de bricolage.

Grayrock Capital Ltée est une nouvelle société de capital de risque, créée en 1985. Sa vocation est de trouver de bonnes occa-

sions d'investissement, caractérisées par d'excellentes perspectives de profit, mais aussi par des niveaux de risque très élevés. C'est, en quelque sorte, le prolongement institutionnalisé de la tradition typiquement Molson d'investir dans des projets séduisants et prometteurs. Si les aïeux Molson osaient s'aventurer dans des secteurs aussi révolutionnaires que le transport fluvial et ferroviaire ou la distribution du gaz, Grayrock est particulièrement active dans des secteurs comme les télécommunications et la biotechnologie, les secteurs de pointe d'aujourd'hui.

Molson: toujours la bière!

Mais Molson, c'est encore et toujours la bière, et ce depuis deux siècles. Avec plus d'un milliard de dollars de ventes, le Groupe des Brasseries représente près de 60 p. cent du chiffre d'affaires consolidé des Compagnies Molson.

En 1985, les neuf usines de brassage Molson, réparties dans sept provinces, ont produit pas moins de 6,5 millions d'hectolitres de bière: l'équivalent de deux mil-

HOMMAGES DE



Crown
cork & seal
canada inc.

Pour souligner vos réalisations
passées et à venir

10000, RUE MEILLEUR, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3L 3J7 • (514) 389-5961



liards de petites bouteilles, dont près de 20 p. cent ont été exportées. Cela fait de Molson la plus importante chaîne de brasseries au Canada. Pour produire les 26 marques Molson, nationales ou régionales, 4000 employés conjuguent leurs efforts. À Montréal seulement, quelque 1000 employés brassent, embouteillent et livrent les neuf marques mises sur le marché au Québec.

Une province, une brasserie

Molson n'a pas une compagnie de bière. Elle en a sept, toutes situées dans des provinces différentes. Pour des raisons dont l'origine demeure obscure, la majorité des provinces canadiennes exigent que les bières mises sur leur marché soient produites par une société ayant pignon sur rue dans la province même. C'est ainsi que Terre-Neuve, le Québec, l'Ontario, le Manitoba, la Saskatchewan, l'Alberta, la Colombie-Britannique abritent toutes une brasserie Molson, société distincte de ses soeurs.

Trois autres sociétés complètent le Groupe des Brasseries. Les Brasseries Molson internationales sont chargées d'exporter les bières Molson. Martlet Importing, filiale située dans l'État de New York, a pour mission d'importer la bière Molson aux États-Unis. Enfin, le Canadien de Montréal relève administrativement du Groupe des Brasseries.

La saveur internationale

Molson est le plus important ex-



M. Claude Poissant examine du houblon à la pesée.

porteur de bière au Canada. Elle exporte plus, en fait, que ses deux principales concurrentes réunies. L'exportation se fait principalement aux États-Unis, où les marques Molson occupent le deuxième rang parmi les quelque 300 bières importées. Les marques qui franchissent la frontière américaine sont la Molson Export, la Golden, la Canadienne, la Molson Légère et la Brador. Les consommateurs de 43 États ont accès à une ou à plusieurs de ces marques.

On trouve aussi de la bière Molson au Royaume-Uni, aux Antilles et au Japon.

Les bières embouteillées pour exportation sont produites à Montréal, Toronto et Vancouver. Ces trois brasseries se partagent le marché américain selon leur proximité de la clientèle visée. Selon M. Jacques Allard, président de la Brasserie Molson du Québec Inc. et vice-président du Groupe des Brasseries Molson du Canada, entre 15 et 20 p. cent de la production de la brasserie de Montréal est destinée à l'exportation. «C'est dire, explique-t-il, qu'on peut imputer aux exportations environ 200 emplois.»

Internationales, les Brasseries

Molson le sont aussi par la mise sur le marché de marques étrangères. On sait la vogue qu'ont prises les bières brassées localement et vendues sous étiquette étrangère grâce à des accords de licence. Molson a signé de tels accords avec Löwenbräu, de Munich, et avec Coors, de Golden au Colorado. Faut-il le préciser, le coût de ces ententes est un secret bien gardé.

Ces bières sont véritablement des copies conformes des originales. «Les fabricants qui nous octroient des licences sont très jaloux de leur réputation et nous devons nous conformer rigoureusement à leurs spécifications, tant en ce qui concerne le procédé de production que la recette, mentionne M. Allard. Par exemple, dans le cas de Löwenbräu, chacune de nos brasseries doit se qualifier individuellement et subir régulièrement l'inspection de représentants de la société allemande.» Seuls le degré d'alcool et le degré d'amertume sont légèrement modifiés, avec l'accord du fabricant étranger, pour adapter la bière aux normes juridiques du pays et au goût des consommateurs locaux.

Fait peu connu, l'association de Molson avec Coors dépasse le simple accord de licence. Les deux sociétés se sont associées à parts égales pour fabriquer une nouvelle bière haut de gamme aux États-Unis: la Masters. Mise en marché par une société créée à cette fin, elle est brassée à contrat par Coors, au Colorado.

Au service d'une multinationale... familiale

M. Jacques Allard est un des rares dirigeants du Groupe des Brasseries qui ne soit pas lui-même un produit de l'organisation. Molson est en effet reconnue pour sa façon «d'élever» ses propres cadres supérieurs, en les faisant commencer au bas de l'échelle. De tout temps, l'apprentissage sur le tas a été une condition quasi essentielle à la promotion, qu'on s'appelle Tremblay... ou Molson.

Le cas du vice-président du conseil actuel, M. Eric H. Molson, est typique à cet égard. Chimiste, maître-brasseur qualifié, il a fait des études en économie. Il n'en a pas moins fait ses classes comme apprenti-brasseur et a dû gravir les échelons un à un.

Sans être tout à fait unique, le cas de Jacques Allard est donc un peu particulier. Il est entré à la Brasserie Molson du Québec comme vice-président Marketing en 1977, avant d'être promu président en 1979. Auparavant, il avait occupé divers postes en vente et mise en marché chez Proctor & Gamble. Grâce à cette expérience, M. Allard peut parler en connaissance de cause des particularités de l'industrie brassicole en général, et de Molson en particulier.

«Avant mon arrivée chez Molson, je croyais bien que la mise en marché des produits de consommation était à peu près identique, quels que soient les produits. Alors, me disais-je, de la bière ou autre chose...» De plus, Jacques Allard avait l'impression que, sans être facile, vendre de la bière était relativement simple, puisque, au-delà des différences de marques, Molson n'offre en définitive qu'un seul produit: la bière.

Félicitations



vos succès nous inspirent et nous motivent à toujours faire mieux.

TÉL.: 376-0121
TÉLÉX: 05-826614



ERWIL LTEE

8651, 9e AVENUE, MONTRÉAL, QUÉBEC H1Z 3A1

Une Compagnie Canadienne



→
internationales, les Brasseries Molson le sont aussi par la mise sur le marché de marques étrangères, dont la Coors.



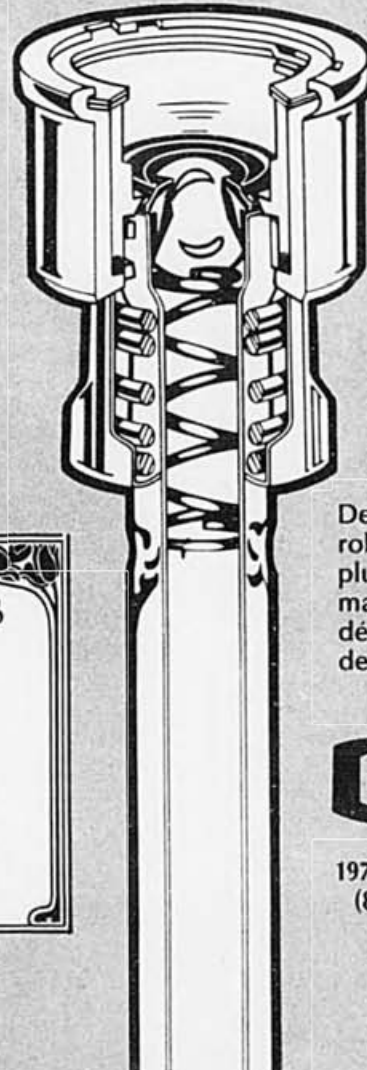
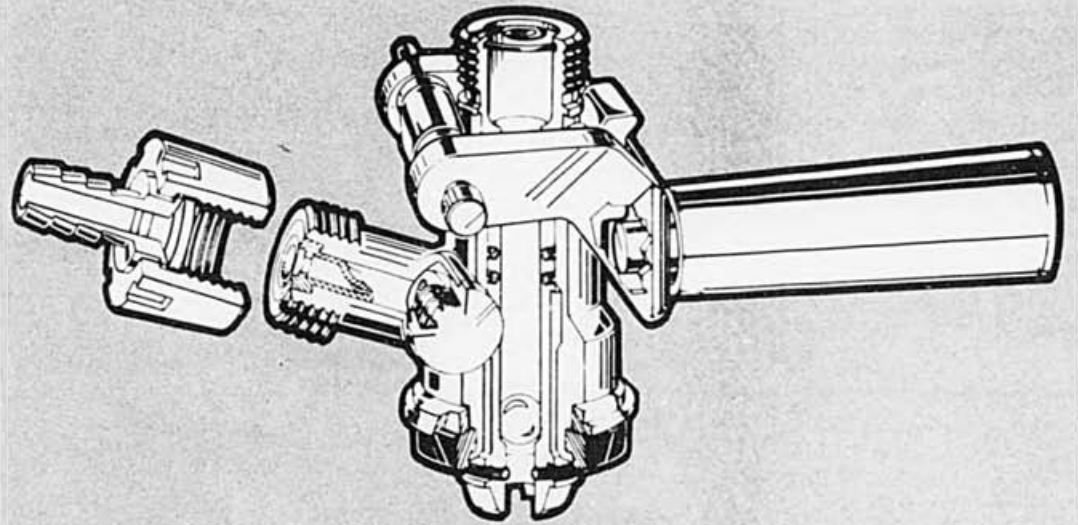
«J'ai dû me raviser rapidement, rappelle-t-il. C'est extrêmement complexe. C'est aussi un secteur d'activité qui a ses caractéristiques propres. La réglementation est très sévère, qu'elle ait trait aux normes de qualité à respecter ou aux contraintes qui touchent le contenu et la forme de la publicité.» Ainsi, on peut vanter les mérites relatifs d'une bière, aucune publicité ne doit faire la promotion de la consommation de bière comme telle. Il est interdit d'avancer, par exemple, que la consommation raisonnable de bière a tel ou tel effet positif.

brasseurs avec les milieux du spectacle et du sport renforce cette notoriété institutionnelle.

Au Québec, la notoriété de Molson est encore plus forte que celle des autres brasseurs. Parce que Molson est la plus ancienne des brasseries, la seule qui soit d'origine québécoise et, n'oublions pas, la brasserie du Canadien de Montréal. Être président de la Brasserie Molson du Québec, c'est donc remplir un rôle très... public.

Jacques Allard n'est que le quatrième titulaire de ce poste à ne pas s'appeler Molson. «Quand on a la responsabilité de la brasserie Molson, on prend un peu le manteau des ancêtres qui ont dirigé la compagnie. On hérite donc d'une longue tradition, on en perçoit les exigences. Et bien que les Molson n'interviennent jamais dans la gestion de l'exploitation, on doit toujours garder à l'esprit que le produit qu'on vend porte leur nom de famille.»

Jacques Allard a aussi constaté que les brasseurs doivent composer avec une notoriété qui dépasse celle de bien d'autres industries. «Peu de gens connaissent General Foods, par exemple, même s'ils mangent du Jell-O plusieurs fois par semaine.» Alors que chez Molson, le nom du produit est le nom de la compagnie. L'association des



Pourquoi ne pas utiliser le système complet?

Il est fort probable que les clapets à l'intérieur de vos fûts ont été conçus et fabriqués par Draft Systems. Ne croyez-vous pas qu'il serait souhaitable que vous y ajoutiez le robinet prévu pour compléter le système?

De par sa conception, notre robinet est le plus pratique et le plus durable qui soit sur le marché. Nul besoin d'outil pour démonter le robinet au moment de l'entretien.



Draft Systems, Inc.

19791, Bahama St., Northridge, CA 91324
(818) 882-8012 TWX: 910-494-4592
DRAFT SYS NTGE

→
Toutes nos félicitations à MOLSON à l'occasion de son bicentenaire



DOW CHEMICAL CANADA INC.
DIVISION DES EMBALLAGES SOUPLES

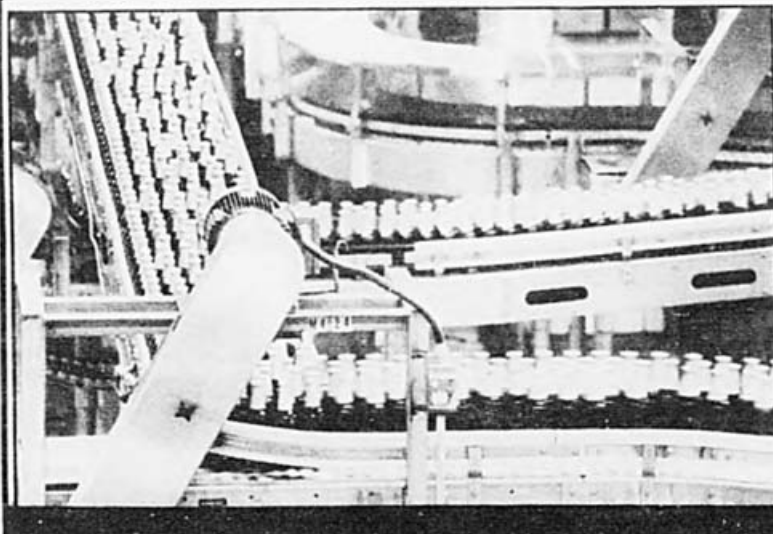
Quelques chiffres et dates

Une compagnie très québécoise

Pendant 169 de ses 200 années d'existence, la brasserie Molson n'eut aucune installation hors du Québec. Et bien qu'elle soit maintenant multinationale, elle est encore très québécoise. Ses racines sont ici. «La brasserie de la rue Notre-Dame, c'est un peu la maison paternelle de toute l'organisation Molson, affirme Jacques Allard. Aussi, le Québec occupe encore une place très spéciale dans toute la Compagnie.» Nulle part ailleurs la brasserie Molson ne fit autant partie intégrante du paysage qu'au Québec.

Québécoise, familiale, multinationale, diversifiée: Molson, c'est tout ça à la fois. Mais au Québec, c'est encore plus. C'est une institution.

L'embouteillage. À Montréal seulement, neuf marques sont embouteillées et mises sur le marché du Québec.



Les Brasseries Molson du Canada Ltée emploient environ 4000 personnes dans sept provinces canadiennes.

30 p.cent des revenus bruts des Brasseries Molson du Canada sont consacrés à la taxe d'accise.

En 1986, un seul brassin de bière Molson représente environ quatre fois la production annuelle de John Molson en 1786.

À la brasserie Molson, l'usage des bouteilles pour commercialiser la bière remonte à 1800.

En 1786, John Molson offrait déjà un choix de quatre «étiquettes» à sa clientèle: la Bière forte (*Strong Ale*), la Bière douce (*Mild Ale*), la Bière de table (*Table Beer*) et la... Petite bière (*Small Beer*).

La plus ancienne des marques Molson actuelles remonte à 1903. Il s'agit de la Molson Export.

Les Brasseries Molson du Canada Ltée vendent l'équivalent de deux milliards de bouteilles de bière par an.

Si 1986 marque le 200e anniversaire de la brasserie Molson, cette année marque aussi le 75e anniversaire de son incorporation.

Bon 73000e
Molson

200 ans, c'est 73 000 jours de bonne compagnie.
Le succès des grandes industries repose sur la recherche quotidienne de l'excellence.



Notre seule ambition, c'est d'être les meilleurs!



Toutes nos félicitations
Chrysler

Chrysler

MOLSON ET SON MILIEU

**La vie
culturelle**

bien à Place des Arts qu'au Forum. La présence du brasseur, bien acceptée, peut être signalée davantage. Depuis quelques années, elle l'est. Ce qui était philanthropie est devenu promotion. Mais la contribution n'est pas moins utile, ni moins appréciée, pour autant.

Un apport diversifié

L'apport de Molson à la vie artistique prend plusieurs formes: commandite, prix, concours financier de tout type.

Molson finance cinq prix récompensant la qualité culturelle et artistique. Le prix Jean-Marie Gauvreau-Molson récompense annuellement le meilleur artisan au Salon des métiers d'art de Montréal. Le prix L.E. Ouimet-Molson est attribué au meilleur long métrage québécois de l'année. Le meilleur livre reçoit le prix Molson de l'Académie canadienne-française. Le chroniqueur sportif jugé le meilleur reçoit le prix Molson de journalisme en loisir et sport. Enfin, le prix Molson des Arts, de \$50 000, décerné en collaboration avec le Conseil canadien des arts, couronne le travail d'un artiste canadien. Ce dernier prix n'est pas financé par les Compagnies Molson, mais bien par la famille elle-même.

Côté commandites, Molson ne chôme pas non plus. Elle est associée au Festival de jazz de Montréal, dont la réputation a rapidement franchi les frontières. Elle appuie financièrement, également, le Festival *Juste pour rire*, dont la notoriété ne cesse de grandir. Elle commandite les Concerts Brador, les spectacles Molson Music.

En outre, Molson appuie une foule de manifestations à caractère local ou régional. Et on sait le nombre de festivals qui ont lieu chaque année au Québec. ■

Il y a longtemps que Molson est associée à la vie artistique québécoise. Au XIXe siècle déjà, John Molson n'avait-il pas créé le Théâtre Royal, longtemps seule vraie salle de spectacle de la ville? On y présentait des spectacles et du théâtre en anglais et en français.

Aujourd'hui encore, Molson est présente dans les arts. Bien que cet aspect des activités de la Brasserie date de bien des années, c'est la notion même de promotion qui est plus récente.

«En fait, pendant longtemps, la présence de Molson dans le domaine des arts a relevé de la philanthropie plus que de la promotion, explique M. Roger Samson, vice-président, Ventes. L'industrie brassicole n'était pas considérée comme particulièrement «noble» dans les milieux artistiques. Si Molson contribuait à quelque événement, cette contribution devait demeurer extrêmement discrète. Nous n'avions cependant pas d'objection à fonctionner de cette façon.»

Mais le monde change. La bière est sortie des tavernes et précède volontiers le repas dans un restaurant chic. On en boit aussi

M. Roger Samson,
vice-président,
ventes, de la
Brasserie Molson du
Québec.



Le prix Jean-Marie Gauvreau-Molson récompense annuellement le meilleur artisan au Salon des métiers d'art de Montréal.



Liquid Carbonic Inc. est fière de s'être associée, à titre de fournisseur, à l'équipe dynamique de la Brasserie Molson et en profite pour lui souhaiter ses plus sincères félicitations à l'occasion de son 200^e anniversaire.

SPECIAL
COUPE STANLEY

Une heureuse surprise



Jean Béliveau, membre du conseil d'administration, Les Compagnies Molson Ltée.

La Brasserie Molson pouvait-elle souhaiter situation plus heureuse qu'une coupe Stanley gagnée par le Canadien pour souligner ses 200 ans d'existence?

L'explosion de joie qui a suivi cette conquête, il y a 15 jours, le succès de la parade, qui a attiré près d'un million de personnes dans les rues du centre-ville, l'importance accordée à l'événement par les médias, tous ces faits rejaillissent inévitablement sur le nom prestigieux de Molson, associé à l'équipe tricolore depuis une soixantaine d'années.

Comment réagit devant ce succès colossal un homme tel que Jean Béliveau, qui est également vice-président aux affaires publiques chez le Canadien, 10 fois membre d'une équipe gagnante de la coupe Stanley comme joueur, 6 fois comme administrateur?

« Cette victoire constitue une surprise sans l'ombre d'un doute, admet-il. Pourtant, j'avais répondu au début des éliminatoires, à un chroniqueur de hockey de New York qui me téléphone régulièrement pour connaître mes impressions: Si tout tombe en place, nos chances d'atteindre la finale et même de gagner la coupe sont très bonnes. »

« Par "si tout tombe en place", poursuit Béliveau, j'entendais un gardien de but qui devient "hot", comme ce fut souvent le cas par le passé chez le Canadien avec Ken Dryden, Rogatien Vachon et Jacques Plante: j'entendais des jeunes joueurs qui produisent et j'entendais une offensive qui éclate. À la défensive, je ne me faisais aucun souci pour les sept ou huit gaillards particulièrement efficaces sur lesquels nous pouvions compter. Mais je ne croyais pas si bien dire pour autant! »

Les joueurs du Canadien ont été couronnés de lauriers après avoir gravi un sentier ardu, après avoir déployé des efforts constants et avoir fait montre d'un courage inlassable.

Faut-il rappeler que sans connaître une mauvaise saison, le Ca-

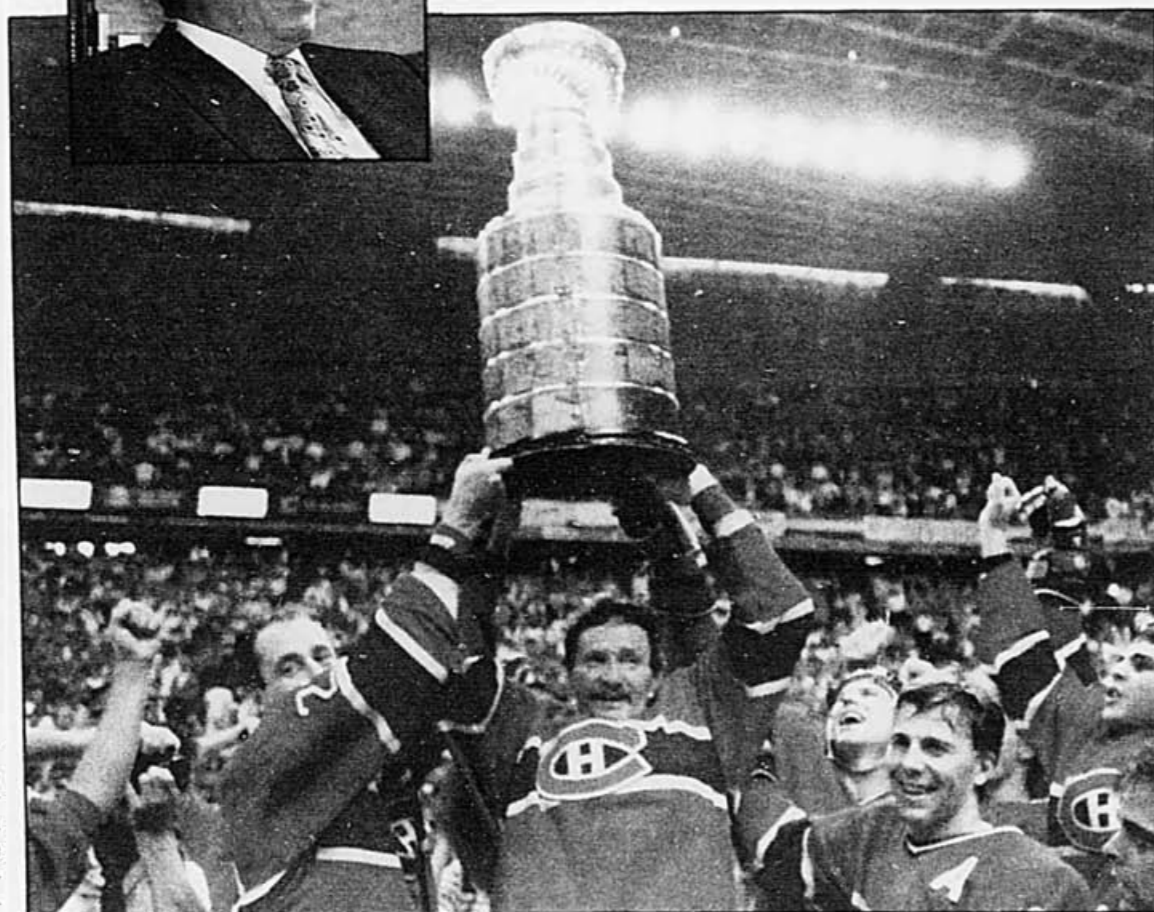


Photo Denis Brodeur

nadien avait essuyé plus que sa part de déboires?

« Oui, assure Béliveau. Le Canadien a connu au cours de la saison des hauts et des bas. Il a été excellent. Formidable, dit-il. Il n'a pas connu une seule mauvaise partie. Que dis-je? Il n'a pas connu une seule mauvaise période. Il est encore trop tôt pour comparer ce jeune homme aux grands gardiens de l'histoire: Durnan, Plante, Hall ou Sawchuk. Quand nous parlons de Roy, nous parlons d'éliminatoires, non d'une carrière. Mais Roy s'exerçait sur lui, il tenait son bout. Et en fin de compte, c'est lui qui a eu raison. »

« C'est pourquoi je suis particulièrement heureux pour Ronald Corey, le président, pour Serge et encore plus pour l'entraîneur Jean Perron, parce que pour lui, la pression a été particulièrement forte du début de la saison au

dernier match des éliminatoires. » Passant les joueurs en revue, Béliveau s'est attardé sur la performance du gardien Patrick Roy. « Il a été excellent. Formidable, dit-il. Il n'a pas connu une seule mauvaise partie. Que dis-je? Il n'a pas connu une seule mauvaise période. Il est encore trop tôt pour comparer ce jeune homme aux grands gardiens de l'histoire: Durnan, Plante, Hall ou Sawchuk. Quand nous parlons de Roy, nous parlons d'éliminatoires, non d'une carrière. Mais Roy s'exerçait sur lui, il tenait son bout. Et en fin de compte, c'est lui qui a eu raison. »

« Il y a aussi Lemieux, qui a marqué les bons buts aux bons moments, et Skrudland, appuyés par les vétérans Carboneau, Gainey et Robinson. Lalor et Green se sont révélés très réqu-

liés à mes yeux. Faut-il les nommer tous? »

Appelé à comparer l'édition 1985-86 du Canadien à celles dont il a longtemps fait partie, Jean Béliveau a répondu: « Les époques sont bien différentes. Aujourd'hui, le jeu est rapide, mais on accroche tellement qu'il n'est pas facile à une vedette de s'imposer. De mon temps, le Canadien était extrêmement fort à l'offensive. À la ligne bleue, un Doug Harvey ne demande pas de longues explications et le palmarès d'un Jacques Plante parle de lui-même. Pour moi, le bon joueur est celui qui s'adapte aux différents styles des différentes époques. Je ne dis pas qu'une équipe de mon temps aurait battu l'édition du Canadien de 1985-86, mais je dis qu'elle lui aurait fait une belle lutte. »

MOLSON ET SON MILIEU

Les sports: une alliance naturelle

Quoi de plus naturel que d'associer bière et sport? lance M. Roger Samson, vice-président, ventes, de la Brasserie Molson du Québec. La bière est une boisson qu'on associe volontiers au loisir; et le sport demeure sans doute le loisir majeur des Nord-Américains, qu'il s'agisse de sport de participation ou de sport-spectacle.

L'association de la brasserie Molson au monde du sport ne tient pas qu'à des préoccupations de marketing. Depuis longtemps, la quasi-totalité des membres de la famille Molson adorent le sport en général, quoiqu'on puisse bien sûr déceler un léger penchant pour le hockey. Et dans un nombre étonnant de cas, cet amour du sport ne s'est pas limité au rôle de spectateur: plusieurs Molson ont excellé dans le sport amateur, particulièrement aux niveaux collégial et universitaire. Hockey, football, tennis et athlétisme ont vu des Molson glaner honneurs et médailles.

De toute l'histoire de la famille Molson, c'est sans doute Percival qui a accompli les plus importants exploits athlétiques. Arrière petit-fils de John senior, né en 1880, «Percy» pratiquait, et de fort belle façon, le football, le golf, le tennis, le hockey et l'athlétisme. À l'Université McGill, il fut choisi athlète par excellence trois ans de suite. Au début du siècle, il courait le 100 verges en 10 secondes, et il a été champion des États-Unis au 440 verges.

Excellent joueur de football, il a été élu au Temple de la Renommée du football canadien en 1967, à titre posthume. Il mourut en effet prématurément, tué au combat en 1917. Il laissait toutefois à son *alma mater*, l'Université McGill, une somme suffisante pour défrayer la construction d'un stade de qualité, toujours connu sous le nom de stade Molson, qui fut inauguré en 1919.

Le Canadien de Montréal

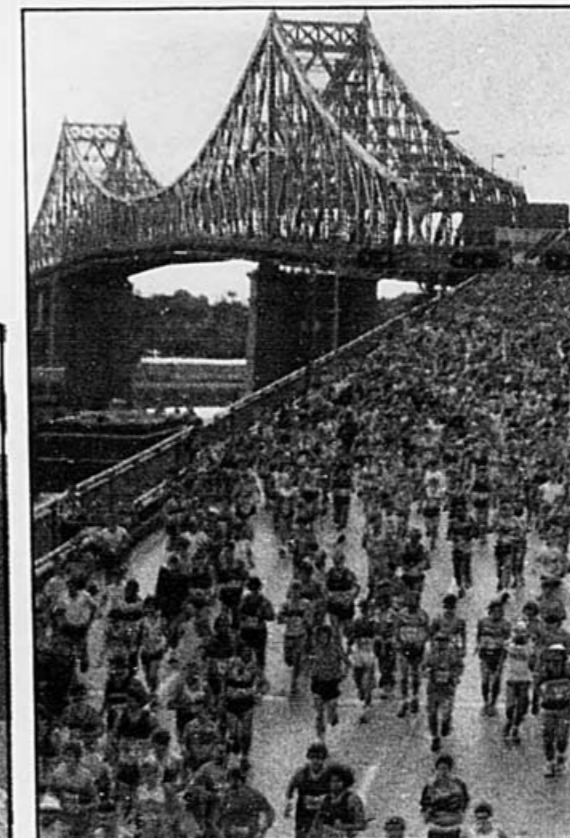
Il y a déjà plus de 60 ans qu'un lien existe entre les Molson et le



La course Molson-Indy à Sanair.



Le Supermotocross au Parc olympique.



Le Marathon international de Montréal.

Canadien de Montréal. C'est en 1924 que cinq membres de la famille Molson achetèrent à titre personnel des actions de la toute nouvelle Canadian Arena Company, qui allait construire le Forum de Montréal et acquérir le Canadien, qui existait depuis 1910. C'est ainsi que les trois frères Walter, Herbert et Kenneth Molson, avec leur cousin Frederick W. et son fils Bert, devinrent actionnaires du Canadien de Montréal. Et c'est depuis cette époque que la famille Molson a ses sièges réservés derrière le banc du Canadien.

Le lien Molson-Canadien est toutefois devenu plus tangible lorsque les fils de Herbert, le sénateur Hartland Molson et son frère Tom, de la cinquième génération, firent l'acquisition de la Canadian Arena — et du Canadien — en 1957.

Cette transaction avait un aspect au moins aussi sentimental que strictement commercial. Même si le sénateur Donat Raymond, propriétaire du Canadien, a reçu un bon prix des Molson à l'époque — on parle de deux millions de dollars — cette somme ne constituait pas la meilleure offre. Mais il semble que Donat Raymond ait tenu à ce que le Canadien reste en mains québécoises et, surtout, sous la garde de personnes qui saisissaient bien toute la valeur symbolique de l'équipe. À un point tel que le sénateur Raymond aurait suscité lui-même la présentation d'une offre par les Molson, afin de pouvoir donner la réplique aux acheteurs éventuels de l'Ontario et des États-Unis.

De fait, les Molson se percevaient volontiers comme fiduciaires de l'équipe plus que comme propriétaires. Peu après la transaction, Hartland Molson, qui avait lui-même été un très respectable hockeyeur sur la scène amateur, déclarait: « En réalité, le Canadien n'est pas à nous. Les gens de Montréal, et même du Québec tout entier, en sont les véritables propriétaires. Il s'agit de bien plus qu'une organisation sportive professionnelle. C'est une institution, un mode de vie. » Et il ne s'agissait pas d'une phrase creuse, mais d'une affirmation «typiquement Molson».

Hartland et Tom revendirent l'équipe à trois frères Molson, fils de leur cousin John Henry. En 1966, en effet, le Canadien de Montréal passait aux mains de

David, Billy et Peter Molson. Ils allaient en conserver le contrôle jusqu'au 30 décembre 1971, alors que le Canadien passait dans le giron de la famille Bronfman.

Mais il s'est agi d'un incident temporaire... Le Canadien fut racheté en 1976, par la Brasserie cette fois, au coût d'une vingtaine de millions. Dix fois plus que le prix de vente de 1957.

Plus que le hockey

Le hockey, toutefois, n'est pas le seul sport au monde. Il y en a bien d'autres et, au Canada, les goûts en cette matière se sont remarquablement diversifiés depuis quelques années. Le ski, le football, la course automobile et un nombre croissant de disciplines olympiques gagnent en popularité.

Et il y a le baseball... Peu de gens savent que les Canadiens de Vancouver, cette équipe de la Ligue du Pacifique, appartiennent aux Brasseries Molson.

Il arrive parfois à Molson de jouer un rôle de précurseur et de se faire le promoteur d'un sport méconnu, comme cela a été le cas dans l'aventure du Manic de Montréal. On n'a qu'à se rappeler le rôle de M. Roger Samson, maintenant vice-président, ventes, chez Molson, à titre de directeur général de cette équipe de soccer. Même si celle-ci a connu les difficultés qui furent celles de toute la défunte Ligue nord-américaine de soccer, il est indéniable que Molson a contribué à populariser le soccer au Québec et partout au Canada.

Molson s'associe également, dans ses efforts de promotion, à des manifestations comme le programme de ski Molstar, en Colombie-Britannique, en Alberta et en Ontario; la Coupe du monde de ski; la course automobile de formule Indy au Canada; et le football canadien, via des ententes de commandite et de promotion avec les Tiger Cats de Hamilton et les Rough Riders de la Saskatchewan.

Les Brasseries Molson ont également décidé d'apporter leur appui à l'effort olympique canadien, en vue de mieux préparer nos athlètes aux Jeux de Calgary, en 1988. Onze équipes nationales se partageront les 7,8 millions de dollars souscrits par Molson pour les années 1986 à 1988. En bénéficieront les équipes de luge, de ski acrobatique, de biathlon, du combiné nordique, de patinage de vitesse, de bobsleigh, de saut à ski et des quatre disciplines de ski alpin.

Au Québec, Molson donne un coup de pouce à d'autres manifestations importantes. La boxe, le tennis, la coupe Excellence bénéficient des efforts de promotion de Molson. Et le Supermotocross, qui se tient chaque année



Parmi les grandes manifestations sportives que commandite la Brasserie Molson, il y a bien sûr les régates de Valleyfield.

au Stade olympique, est rapidement devenu un événement très attendu de tous les amateurs de sports motorisés.

Le sport pour tout le monde

«Notre participation au sport-spectacle, en plus d'en rendre les manifestations accessibles à une foule de gens, contribue sans doute à maintenir ou même à accroître la notoriété de nos produits», de dire Roger Samson.

Mais le programme sportif de Molson ne serait pas complet si elle ne participait à une foule de projets locaux ou régionaux, qu'il s'agisse de festivals, d'organisa-

tions sportives amateurs, de tournois divers, etc.

Roger Samson ajoute: «Par là, nous voulons prolonger notre présence dans le milieu. Par notre appui aux sports de participation, nous comptons cultiver une perception positive chez le consommateur actuel ou éventuel. Si cela se traduit par des ventes, tant mieux.» Dans le cas contraire, la participation de Molson n'est certes pas perdue pour tout le monde.

Parmi toutes les contributions de Molson aux sports de participation, la plus notoire est certes celle qui a trait au Marathon international de Montréal. La domination des coureurs d'élite, la présence de la télévision et les dizaines de milliers de spectateurs qui s'entassent le long de son parcours peuvent en inciter plus d'un à classer le Marathon parmi les sports-spectacles. Mais demandez seulement aux quidams qui trottaient pendant trois, quatre heures ou plus: eux, ils participent!

S'il fallait faire le compte de toutes les autres manifestations populaires et des organismes sportifs de participation qui reçoivent un appui de la brasserie Molson,

il faudrait rédiger une liste de dizaines de ligues de balle-molle et de hockey, d'autant de tournois de soccer mineur et d'autres sports. Tout cela fait partie de la stratégie de Molson de s'assurer une présence constante auprès de ses publics, tout en faisant bénéficier ceux-ci de ses ressources.

«Le plus souvent, notre contribution est strictement financière, explique Roger Samson. C'est d'ailleurs ce que les gens attendent plus que toute autre chose. Mais il peut arriver que nous fournissions des éléments d'infrastructure, comme des véhicules, ou encore que nous donnions accès à du temps d'antenne aux bonnes heures d'écoute.»

Il remarque en effet que les bons créneaux radio ou télé sont non seulement très chers, mais souvent retenus très longtemps d'avance par des annonceurs importants. «Quand bien même le Marathon de Montréal aurait tout l'argent du monde, il ne pourrait acheter du temps de publicité en marge, disons, des reportages sur l'état de la circulation, dont la cote d'écoute est très élevée. Nous sommes en mesure d'incorporer son message à notre propre publicité dans le cadre de ces émissions. Ça vaut beaucoup plus que de l'argent.»

Le profond attachement de Molson au sport va donc bien au-delà du strict intérêt commercial. Instrument de promotion, sans aucun doute, le rapprochement Molson-sport a aussi un côté philanthropique: il permet à des manifestations sportives de rejoindre tous les foyers par le truchement de la télévision ou même simplement d'avoir lieu, ce qui, souvent, serait presque impossible autrement. Et cet intérêt prend racine dans l'attachement que la famille elle-même manifeste pour les sports depuis de longues années.

1786 1787 1788 1789 1790 1791 1792 1793
 1794 1795 1796 1797 1798 1799 1800 1801
 1802 1803 1804 1805 1806 1807 1808 1809
 1810 1811 1812 1813 1814 1815 1816 1817 1818
 1819 1820 1821 1822 1823 1824 1825 1826
 1827 1828 1829 1830 1831 1832 1833 1834
 1835 1836 1837 1838 1839 1840 1841 1842
 1843 1844 1845 1846 1847 1848 1849 1850
 1851 1852 1853 1854 1855 1856 1857 1858
 1859 1860 1861 1862 1863 1864 1865 1866
 1867 1868 1869 1870 1871 1872 1873 1874
 1875 1876 1877 1878 1879 1880 1881 1882
 1883 1884 1885 1886 1887 1888 1889 1890
 1891 1892 1893 1894 1895 1896 1897 1898
 1899 1900 1901 1902 1903 1904 1905 1906
 1907 1908 1909 1910 1911 1912 1913 1914
 1915 1916 1917 1918 1919 1920 1921 1922
 1923 1924 1925 1926 1927 1928 1929 1930
 1931 1932 1933 1934 1935 1936 1937 1938
 1939 1940 1941 1942 1943 1944 1945 1946
 1947 1948 1949 1950 1951 1952 1953 1954
 1955 1956 1957 1958 1959 1960 1961 1962
 1963 1964 1965 1966 1967 1968 1969 1970
 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978
 1979 1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986

200 SALUTS

de la part de

**Les Emballages Bevco – une association
 entre American Can Canada Inc.
 et la Canadian Reynolds Metals Company.**




H&K Rosista Process Inc.

Tous nos compliments
 pour deux siècles
 de
RÉUSSITE MÉRITÉE

●

51 Millwick Drive, Unit 1
 Weston, Ontario M9L 1Y4
 Tél.: (416) 746-3771
 Téléfax: (416) 745-9919

MOLSON ET SON MILIEU

La philanthropie

John Molson, la philanthropie fait partie intégrante de la vie de la famille. Qu'il s'agisse de dons à des fins particulières, de dotations de fonds à des fins générales, ou de dévouement pur et simple. On parle encore des heures que Mary Molson, l'épouse de John Dinham Molson, consacra à diriger bénévolement le Khaki Club de Montréal. Ce club, affilié à la Croix-Rouge, s'occupa des anciens combattants de 1914 à 1920. L'attention qu'elle portait à ses ouailles valut d'ailleurs à Mary Molson le surnom de «Mère Molson», que ses pensionnaires lui attribuèrent spontanément.

Molson continue de partager avec son milieu, et par plusieurs canaux. D'une part, la Brasserie contribue à toutes sortes d'oeuvres, de Centraide à la Maison Jean Lapointe, en passant par la Magnétothèque, le Centre Immaculée-Conception, le Musée des beaux-arts ou, à Québec, le Musée du séminaire.

Mais au-delà des dons corporatifs, la famille tient à encourager les oeuvres de son choix. La Fondation Molson, créée en 1958 à l'initiative de Hartland Molson, a pour fonction de canaliser l'effort philanthropique de la famille, qui s'ajoute aux dons des sociétés Molson. Stephen, le frère d'Eric, est le secrétaire de cette Fondation depuis 1971 et y consacre la majeure partie de son temps.

Avant tout, la discrétion

Chacune des compagnies Molson distribue un budget de philanthropie, dont un comité des dons fait l'allocation. Si l'on considère en plus qu'un Stephen Molson se consacre, dans l'ombre, à distribuer les contributions de la fondation familiale depuis une quinzaine d'années, on peut



La Brasserie Molson contribue à beaucoup d'oeuvres, dont la Magnétothèque, où l'on enregistre des livres sur bandes magnétiques à l'intention des aveugles.

en déduire que les montants en jeu sont loin d'être négligeables.

Bien malin, toutefois, celui qui réussira à mettre des chiffres là-dessus. Pour mériter son nom, la philanthropie se doit d'être discrète, effacée même.

M. Roger Samson, pour sa part, a une petite idée là-dessus. Il siège au comité des dons de la Brasserie Molson du Québec Ltée. «Je vois passer les deman-

des, je vois passer les chèques, dit-il. Je connais les sommes qui sont en jeu. Mais je sais aussi à quel point la tradition Molson se refuse à toute fanfare à ce sujet. Et je ne saurais dire ni l'ampleur, ni la nature précise des activités de la fondation. Les Molson sont ainsi faits, et je crois bien qu'ils ont raison: la philanthropie, moins on en parle, mieux c'est.»

Le vice-président du conseil d'administration des Compagnies Molson Ltée, M. Eric Molson, est également membre du conseil d'administration de la Fondation de l'Hôpital général de Montréal.

Il n'y a là rien de bien extraordinaire. Après tout, combien de chefs d'entreprise, d'héritiers de fortune familiale ou d'autres leaders des sociétés occidentales ne contribuent-ils pas de leur temps et de leurs deniers aux oeuvres sociales?

Le plus étonnant, toutefois, c'est de constater que Eric Molson est de la sixième génération consécutive à s'occuper de cet hôpital; que son aïeul John senior comptait parmi les fondateurs de l'Hôpital général, en 1819. Il fut non seulement un des bailleurs de fonds d'origine, mais il se dévoua sans compter pour que le projet d'un hôpital public montréalais soit mené à bien. Et depuis 167 ans, la fidélité de la famille Molson à cette oeuvre ne s'est jamais démentie.

Plusieurs sources, plusieurs formes

Depuis les premiers succès de



Félicitations

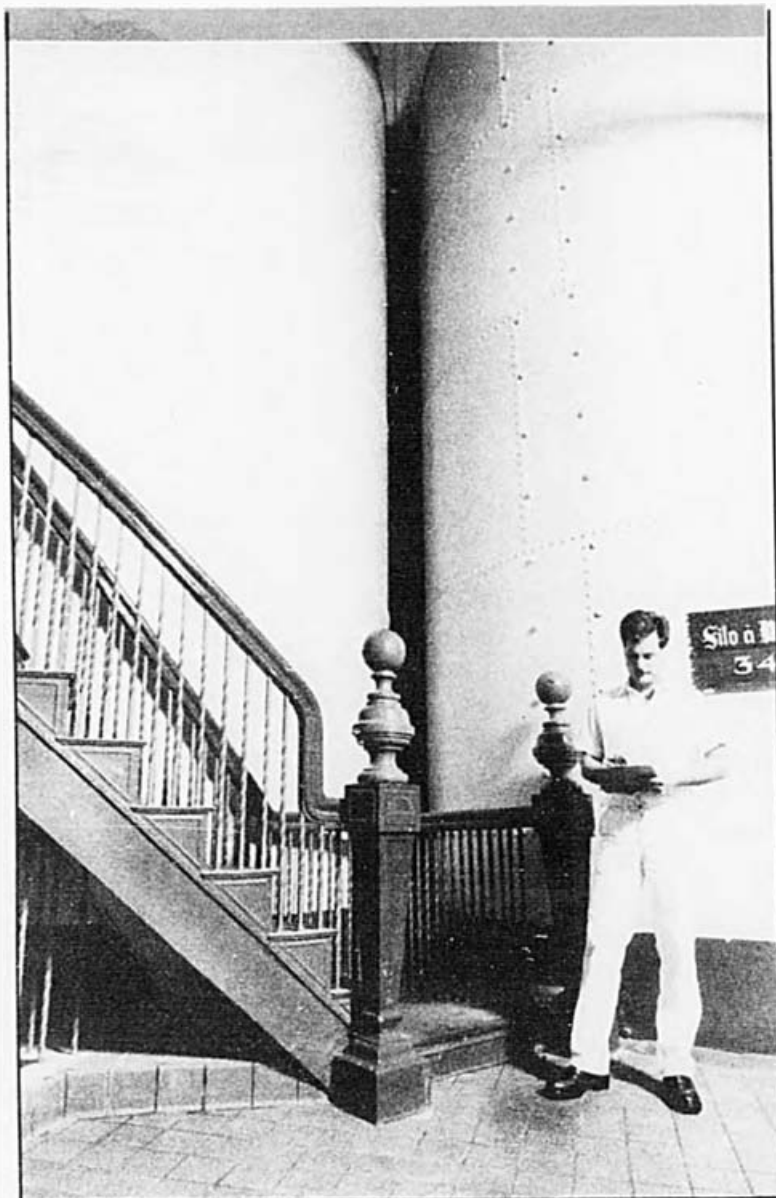
La bière: un art millénaire

Une liqueur noble et fière», disait déjà Jules César en parlant de la bière.

L'origine de cette boisson se perd dans la nuit des temps. Comme le pain, la bière est un simple mélange de grain, de levure et d'eau. Comme le pain, on a longtemps utilisé les phénomènes chimiques qui permettent sa fabrication sans vraiment les comprendre. Et comme le pain, la bière constitue un des aliments les plus anciens et les plus répandus au monde.

En fait, il n'est pas impossible que le brassage de la bière ait été découvert avant la panification. On sait que les Babyloniens, vers 3000 av. J.-C., brassaient déjà de la bière. On sait également que les Grecs, les Romains, les Égyptiens en buvaient déjà. On a découvert des reliefs égyptiens qui décrivent tout le processus de brassage. Plus tard, la bière fut aussi une boisson appréciée chez les Vikings, les Bretons et les Gaulois.

«Bièr», en français, est un mot qui date du début du XVe siècle et qui tirerait son origine du mot hollandais *bier*, qui signifie: breuvage. Ce qui donne à penser



Préposé aux silos à malt, M. Roger Mirette fait son tour d'inspection.

qu'en Hollande, tout au moins, la bière a longtemps été considérée comme la boisson par excellence. «Beer», en anglais, serait le dérivé du vieil anglais *bere*, qui désignait l'orge, à la même époque.

Les moines et le houblon

De fait, on peut considérer la bière comme un «vin d'orge». Mais brassée uniquement avec l'orge, ou une autre céréale, comme le froment, elle a un goût fade et neutre et se conserve peu de temps. Aussi, durant des siècles, les brasseurs ont-ils eu recours à toutes sortes d'artifices pour assaisonner la bière et lui donner un goût caractéristique, tout en tentant de la clarifier et d'en prolonger la vie utile: coriandre, romarin, laurier et autres aromates ont tour à tour été utilisés.

Bien qu'on ne sache pas clairement à quand remontent les premières utilisations du houblon dans la fabrication de la bière, il est certain que des moines l'avaient introduit dans leur technique de brassage dès avant le IXe siècle, en Allemagne.

Le houblon fit une entrée difficile dans l'industrie de la bière au Moyen Âge. Le... «lobby» des autres épices lui fit la vie dure. Ce n'est que progressivement que son usage se répandit en Allemagne, puis en Flandres, pour atteindre la France et, finalement, vers le XVe siècle, l'Angleterre. Aujourd'hui le houblon est l'aromate à peu près universellement utilisé. C'est lui qui donne à la bière son goût particulier et sa clarté, tout en en prolongeant la vie.

Une réglementation précoce

Partout dans le monde la bière

est rigoureusement réglementée, soit dans sa fabrication, soit dans sa consommation et dans sa mise en marché. Dans certaines régions, comme en Bavière, la bière a la même valeur culturelle que le vin en France. Les autorités ont voulu s'assurer que la réputation de leurs bières régionales ne serait pas ternie. Par exemple, dès le XIIIe siècle, le roi Wenceslas de Bohême — aujourd'hui partie de la Tchécoslovaquie — punissait de mort quiconque exportait des boutures de houblon local, particulièrement reconnu pour sa qualité. Difficile de trouver des mesures protectionnistes plus radicales. Ce n'était donc pas précisément le libre-échange.

En 1516, Guillaume IV de Bavière promulguait sa «Loi de la pureté» réglementant le brassage. Cette loi est encore scrupuleusement observée dans toute l'Allemagne de l'Ouest. Au XVIe siècle, avant même la découverte du Canada, la bière était déjà une industrie d'importance capitale en Allemagne.

Les Britanniques ont découvert la bière bien après les Européens du continent. Mais en la découvrant, ils ont inventé un autre type de bière, par la mise au point d'un nouveau procédé de fermentation, demeuré plutôt local.

Alors que presque toute la bière du monde est de la lager, l'anglaise est de la ale. Mais on trouve de la «ale» au Canada, surtout dans l'Est du pays. «Au Canada, explique M. Roger Samson, vice-président, ventes de la Brasserie Molson du Québec Ltée, les goûts sont très régionaux. Ils s'expliquent par l'origine ethnique des premiers brasseurs. Dans l'Est, les premiers brasseurs ont été anglais, ce qui donne la préférence à la ale. Dans l'Ouest, les premiers brasseurs venaient d'Allemagne ou d'Europe de l'Est, où la bière est plutôt de type lager.» Cela dit, la lager gagne en popularité au Québec, étant passée de 5 p. cent du marché à environ 30 p. cent en quelques années.

Mais lager ou ale, forte ou légère, blonde, brune ou rousse, la bière demeure un produit apprécié à travers le monde. Depuis au moins cinq mille ans.

MEILLEURS VOEUX
À L'OCCASION DE
VOTRE BICENTENAIRE



HYDRAULIQUE ET PNEUMATIQUE

5775, Métropolitain est
Montréal, Québec H1P 1X3
Tél.: (514) 326-9150
Télex: 055-62171, loc. 499



Fabrique de Brosses MANN Ltée

Moe Mann et Hilary Mann

380 DESLAURIERS, SUITE 200, VILLE ST-LAURENT,
QUÉBEC H4N 1V8 • TEL. (514) 333-8530

LES BIÈRES MOLSON

Le fruit d'un riche héritage

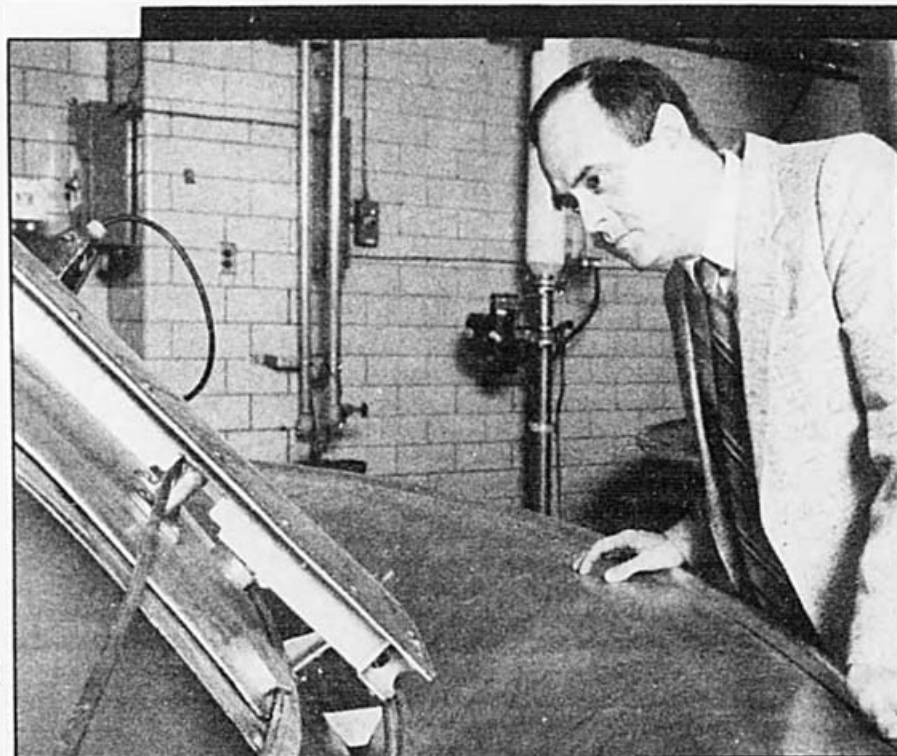
Art, science et industrie

De fait, le procédé de brassage, chez Molson, est hautement automatisé. Les quantités, les températures, le synchronisme des opérations, la durée des étapes, tout ça est contrôlé par ordinateur. Le service du brassage de Molson, à Montréal, compte plus de cent personnes. Grâce à l'automatisation, cette équipe produit quelques millions d'hectolitres par an.

L'art se perdrait-il? Oui et non. «L'amélioration des connaissances a bien sûr réduit l'aspect artisanal et instinctif associé au brassage de la bière, note Michel Brisebois. Mais il subsiste des domaines où l'expérience et l'instinct comptent.» C'est le cas, notamment, de l'action des diverses levures.

Michel Brisebois est toutefois d'avis que la bière brassée scientifiquement à l'échelle industrielle est meilleure que la bière artisanale d'antan. Bien sûr, un brassin donné n'a plus sa «personnalité» propre. «Mais c'est justement l'avantage qu'on retire de l'évolution qui a eu lieu au cours des années, remarque Michel Brisebois. On obtient non seulement la qualité, mais on l'obtient de façon uniforme. L'acheteur de Molson Export sait à quoi s'attendre et c'est ce qu'il obtient, bouteille après bouteille, tout comme le buveur de Golden ou de Laurentide.» Alors, avis aux nostalgiques.

M. Michel Brisebois, maître-brasseur chez Molson, se définit plus volontiers comme gestionnaire que comme... alchimiste.



On imagine facilement le maître-brasseur. C'est un vieil alchimiste, dont le regard mystérieux révèle qu'il sait des choses connues de lui seul. Il utilise des recettes anciennes, que lui a transmises son prédécesseur pendant son apprentissage. Son nez et ses papilles gustatives guident son instinct, et c'est grâce à lui qu'une brasserie produit une bonne bière.

Eh bien, pas tout à fait... Chez Molson, le maître-brasseur, M. Michel Brisebois, se définit plus volontiers comme un gestionnaire que comme un alchimiste. À l'emploi de Molson depuis 14 ans, il a une formation d'ingénieur... en mécanique. Il a occupé des postes dans tous les secteurs de la production, dans diverses Brasseries Molson au Canada, avant de devenir maître-brasseur.

«Ce n'est plus comme avant», dit-il, mais sans aucune nostalgie. Il ajoute: «C'est une grande brasserie et nous faisons les choses en grand. Le progrès des connaissances scientifiques a fait que nous comprenons mieux le procédé de brassage. Ce qui relevait de l'instinct relève maintenant du savoir. Nous ne sommes plus au temps des recettes secrètes.»

Mais c'est toujours de la bière...

Procédé mieux compris qu'avant, hautement automatisé, le brassage de la bière a pourtant très peu changé depuis l'introduction du houblon, il y a plus de mille ans. La bière, c'est toujours la bière et les procédés de base sont essentiellement les mêmes.

La bière, c'est du grain, de l'eau et de la levure. Le houblon n'y est

ajouté que pour lui donner plus de saveur et de limpidité. C'est lui qui lui donne son goût plus ou moins piquant, son degré d'amertume.

Bien qu'on utilise parfois du froment, du maïs ou du riz, c'est l'orge qui est le grain le plus utilisé dans la fabrication de la bière. Cette orge doit d'abord être maltée. C'est le maltage qui rend soluble l'amidon présent dans

«Le groupe **STARBER INTERNATIONAL** est heureux de souligner le bicentenaire de la **BRASSERIE MOLSON**»

TRANSITAIRES INTERNATIONAUX
COURTIERS EN DOUANE

- CONSEILLERS EN DOUANE
- FRET AÉRIEN ET CONSOLIDATION
- PROJETS EXPORT
- EMBALLAGE POUR EXPORTATION
- SERVICE DE CONTENEURS
- ASSURANCE TRANSPORTS

Représentation internationale



**St-Arnaud
Bergevin
Limitée**

COURTAGE
Blackpool LTEE LTD
BROKERAGE

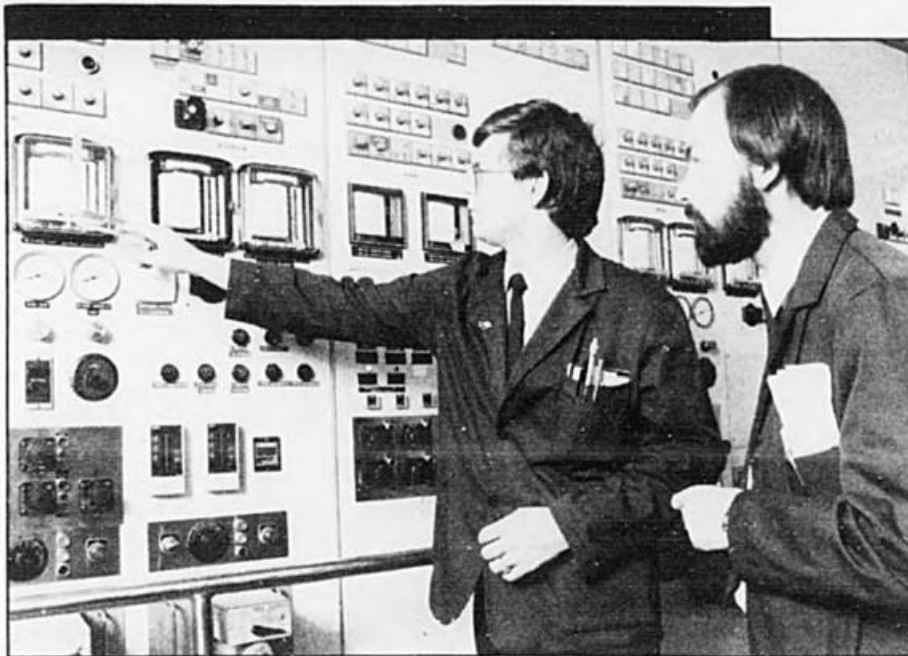
A. TRÉPANIÉ & FILS LTÉE

Montréal: 410, ST-NICOLAS, MONTRÉAL, CANADA H2Y 2P5
TÉL.: (514) 285-1500 • TÉLEX 05-25176
1-800-361-5147 • FAX (514) 845-1581

Québec: 1990, BOUL. CHAREST OUEST, BUREAU 208
STE-FOY (QUÉBEC) G1N 4K8
TÉL.: (418) 687-4711 • FAX (418) 687-2976

Toronto: AIR CARGO BUILDING "E"
PEARSON INTL. AIRPORT TORONTO AMF L5P 1B2
TÉL.: (416) 677-6735 • TÉLEX 06-968774 • FAX (416) 677-2689

MONTRÉAL • AÉROPORT INTERNATIONAL DE MONTRÉAL (DORVAL) • AÉROPORT INTERNATIONAL DE MONTRÉAL (MIRABEL) • AÉROPORT DE QUÉBEC • LACOLLE • PHILIPSBURG • QUÉBEC • SEPT-ÎLES • ST-JÉRÔME • ST-JEAN (QUÉ.) • LES SAULES • STANHOPE • TORONTO • AÉROPORT INTERNATIONAL PEARSON • WINDSOR • OAKVILLE • FORT ERIE • MIDCONTINENT TRUCK TERMINAL



MM. Claude Poissant, à droite, contremaître, et Pierre Dominique, apprenti-contremaître, à la salle de contrôle du vieux brassage.

l'orge, ce qui est absolument nécessaire au processus de brassage. Le maltage est une germination contrôlée, qu'on obtient en immergeant l'orge dans l'eau pendant quelques jours.

Le malt obtenu est ensuite nettoyé et moulu, puis versé dans la cuve matière et mélangé à de l'eau chaude, en proportions telles que le résultat a une consistance qui rappelle le gruau: c'est le brassin. L'eau utilisée est traitée afin de lui assurer une pureté quasi absolue. Après quelques heures, pendant lesquelles la température est minutieusement contrôlée, on filtre le brassin pour éliminer les enveloppes de grain, qui ne sont plus nécessaires. Le liquide qui en résulte est le moût, qui sert de point de départ à la fabrication de la bière.

Le moût est introduit dans la cuve de brassage et porté à ébullition. La durée de cette opération varie selon le type de bière. L'intensité de l'ébullition doit être soumise, elle aussi, à un contrôle rigoureux. C'est lors de cette étape qu'on ajoute le houblon au moût. Le type de houblon utilisé, sa quantité et même le moment de son addition au mélange contribuent à donner à une marque de bière son caractère propre.

Après le brassage, le houblon épuisé est éliminé et le liquide refroidi. On le transfère dans la cuve de fermentation où on lui ajoute la levure. C'est la fermentation qui produira l'alcool de la bière.

Ale ou lager?

Toutes les variantes de bière appartiennent à l'un ou l'autre des deux grands types: ale et lager.

Ale et lager se distinguent par le processus de fermentation. Le processus de fermentation haute, qui donne la ale, est le plus ancien. La fermentation basse, qui donne la lager, a été mise au point au XVI^e siècle.

Pour obtenir de la ale, on utilise des levures qui ont la propriété de monter à la surface pendant la fermentation, d'où le nom de fermentation haute. Cette fermentation se produit à des températures variant de 15°C à 20°C, selon la marque de bière. Pour obtenir des lagers, on utilise une levure qui se dépose au fond du mélange pendant la fermentation. Celle-ci s'effectue à des températures plus basses, soit entre 9°C et 15°C, et dure plus longtemps que la fermentation des ales.

Une partie de la levure est ensuite éliminée et la bière, refroidie rapidement presque au point de congélation, est conduite au ré-

servoir de garde primaire, où la fermentation se poursuit à un rythme moindre et où s'amorce la maturation de la bière. Lorsque le liquide est stabilisé et la fermentation terminée, il est filtré et transféré dans les cuves de garde secondaire, toujours à des températures froides et scrupuleusement contrôlées. Après une nouvelle filtration, la bière est conduite dans des cuves d'attente, et de là vers l'embouteillage, la mise en fût ou en canettes.

La bière embouteillée ou mise en canettes est pasteurisée. Le contenant est soumis à un jet d'eau chaude, à environ 65°C, pendant une vingtaine de minutes. La pasteurisation donne une plus grande stabilité biologique, ce qui prolonge la vie de la bière. La bière en fût n'est pas pasteurisée. L'opération serait inutile puisque



Nous désirons féliciter LA BRASSERIE MOLSON pour ses 200 ans de service exceptionnel.

Nous sommes fiers d'être associés à ce nom prestigieux en tant que fournisseur important de La Brasserie Molson du Canada Ltée.

Le groupe Belkin Inc.:
Les Industries Somerville Belkin Ltée
Papiers Belkin
Belkin Corrugated Division



Laboratoires Miles, Ltée
77 Belfield Road
Etobicoke, Ontario
M9W 1G6

**Fournisseur des
produits
de marque Siebel**

*200 ans.
Faut fêter ça!*

M. Guy Belleau,
chimiste,
procède à une
analyse.



«l'espérance de vie» de la bière en fût n'est pas très longue...

Le souci de la qualité

Molson fait preuve d'un souci de la qualité qui frise l'obsession. Toutes les étapes de la production sont soumises à des contrôles rigoureux, que facilite l'introduction de l'informatique, qui règle les températures, les dosages et les durées. Mais des hommes s'assurent que les machines exécutent bien les bons automatismes.

À chaque étape, des échantillons du liquide sont prélevés et analysés dans les laboratoires de la brasserie. Ils sont également soumis aux papilles critiques d'un comité d'experts, ce qui ajoute l'appréciation humaine à la

froide analyse des instruments de laboratoire.

La bière terminée est testée une dernière fois. On vérifie particulièrement sa teneur en gaz carbonique, sa couleur, sa capacité de mousser et sa stabilité biologique. Toutes ces opérations aident le maître-brasseur dans sa recherche d'une qualité élevée et constante.

Que la bière soit le fruit d'un art ou d'une science, peu importe après tout. Ce qui compte, c'est qu'elle soit belle et bonne. Parce qu'elle applique les techniques les plus modernes à un procédé vieux comme le monde, Molson arrive à ses excellents résultats et contribue à affermir la réputation déjà enviable de la bière canadienne aux quatre coins du monde. ■



À l'occasion du bicentenaire de la brasserie Molson

la

Société d'Aluminium Reynolds (Canada) Limitée
souligne l'événement en souhaitant un autre siècle
de prospérité à votre compagnie

Siège social

CAP-DE-LA-MADELEINE, QUÉBEC

Bureaux de vente

HALIFAX — MONTRÉAL — OTTAWA — TORONTO — WINNIPEG —
CALGARY — EDMONTON — VANCOUVER

TRAVAILLER CHEZ MOLSON

Témoins d'une tranche d'histoire

frugalité sans compromis. La prestation hebdomadaire moyenne, en 1950, s'établit à \$14.

Moins de 20 p. cent des travailleurs canadiens sont syndiqués. La sécurité d'emploi et de revenu? Peu connue. Le travail est abondant, mais les mises à pied sont fréquentes, au gré des ralentissements d'activité, saisonniers ou autres, de telle ou telle compagnie. On passe donc régulièrement du temps à aller voir s'il y a du travail, ce jour-là, en espérant que oui.

Quant aux avantages sociaux, ils sont le plus souvent un concept... pour les autres.

C'était le lot, par exemple, de M. Russel Cartier, qui vient à peine de prendre sa retraite de la Brasserie Molson. En 1951, à 26 ans, il était débardeur au port de Montréal, après avoir exercé 36 métiers depuis l'âge de 15 ans.

«Ça ne payait pas mal, se rappelle-t-il, mais le travail n'était pas régulier. On pouvait trimer comme des fous pendant trois ou quatre jours, puis après, ça arrêtait pendant un temps. Les grosses paies étaient suivies de petites, on ne savait jamais...»

Or M. Cartier venait de se marier. Le port de Montréal, c'était bien beau pour un célibataire, mais ça ne permettait pas beaucoup au nouveau ménage de «budgéter».

«La réputation de Molson comme employeur était bonne, raconte-t-il. Les mises à pied étaient inexis-



Trois générations de Jobin: André, à gauche, son fils Sylvain et sa petite-fille Marie-Anne.



M. Guy Harvey, à l'embouteillage, voit à ce que tous les contenants soient parfaits.

Chez Molson, les employés comptant 30, 35 ou 40 ans de service ne sont pas rares. Et les familles qui en sont à leur deuxième génération d'emploi chez Molson ne sont pas exceptionnelles: on en a compté plus d'une centaine au Canada, et on soupçonne qu'il y en a d'autres. Surtout si on tient compte des employés dont un parent ou un grand-parent a travaillé pour une des sociétés acquises par Molson au fil des ans.

Ces personnes, ces familles ont été les témoins de la formidable évolution qui a marqué l'histoire de la Brasserie Molson au cours du dernier siècle. Et la durée de leur association avec Molson en dit long sur les mérites que ces personnes ont trouvés à Molson l'employeur.

Sécurité et conditions de travail

Reportons-nous à il y a environ 35 ans. Au Canada, le salaire industriel moyen oscille autour de \$40 par semaine. L'économie est dans son boom d'après-guerre et les chômeurs sont rares; environ 3 p. cent de la main-d'oeuvre est sans emploi. Heureusement d'ailleurs, car l'assurance-chômage, qui date de 1941, oblige à une

tantes. On savait que, une fois entré chez Molson, on avait un travail régulier et bien payé. C'était donc difficile d'y entrer. Mais la brasserie n'était pas très loin du port. J'y allais régulièrement et demandais s'il y avait de l'embauche. Il faut croire que je leur ai assez cassé les pieds... ils ont fini par m'engager et j'y suis resté 35 ans!»



CANADA MALTAGE CIE LIMITÉE

Adresse Postale:
C.P. 159, Station "A"
Montréal, Québec H3C 1C5

Située à:
205, rue Riverside
(près de la rue Mill)
Montréal, Québec



**NOS MEILLEURS VOEUX DE PROSPÉRITÉ
À L'AUBE DE VOTRE 3^e CENTENAIRE**

→
autre, on raccordait des boyaux aux bouilloires ou aux réservoirs, selon le cas. Ça tenait son homme occupé...

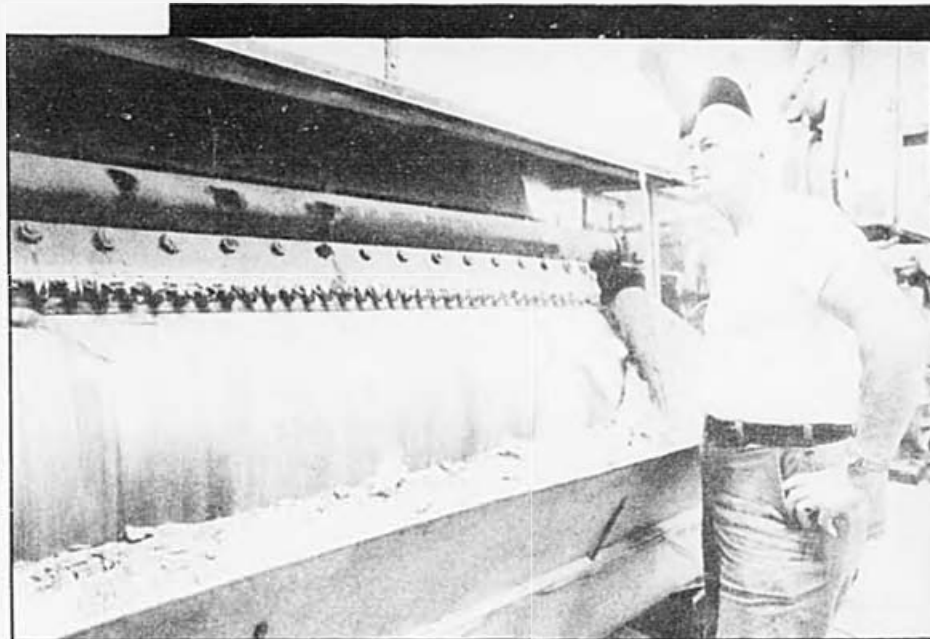
Puis, au cours des années 60, la mécanisation a fait son apparition. «On pourrait dire que la Brasserie est devenue semi-automatique, dit M. Charpentier. Par exemple, les boyaux ont été remplacés par tout un réseau de tuyaux rigides, raccordés en permanence; on a remplacé les pompes du temps par de nouvelles, plus puissantes. Tout ça permettait d'accélérer les transferts de liquide, donc de la production.»

Mais c'est depuis deux ou trois ans qu'on assiste à une vraie révolution. «Aujourd'hui tout est automatique, dit M. Charpentier. Presque tout le contrôle du procédé se fait depuis un écran cathodique. Le travail est devenu beaucoup moins physique, mais beaucoup plus technique qu'auparavant. Mais ça, c'est le problème des jeunes qui nous remplacent petit à petit. Le brassage s'est fait par une équipe à peu près inchangée pendant plus de 20 ans. Maintenant c'est à une autre génération de prendre la relève.»

De génération en génération

La relève par la génération suivante, André et Sylvain Jobin peuvent en parler en connaissance de cause. Ils sont respectivement de la troisième et de la quatrième génération de Jobin à travailler dans la même brasserie. Le père d'André, Lucien, et son père avant lui, Georges, ont aussi été à l'emploi de la Brasserie Molson. Georges Jobin a travaillé chez Molson pendant 17 ans, et

M. Russel Cartier, qui vient de prendre sa retraite, a travaillé 35 ans chez Molson.



C'est également pour la sécurité que M. Paul-Émile Charpentier est entré à la Brasserie, à peu près à la même époque. Boulanger qualifié, il a même accepté une diminution de salaire — de \$50 à \$43 par semaine — pour entrer chez Molson. «Mais il n'y a pas que le salaire, insiste-t-il. Ici, j'avais une foule d'avantages sociaux qu'on trouvait rarement ailleurs, comme le fonds de pension, les congés-maladie, la sécurité d'emploi, des bonis, etc. Molson était reconnue comme un employeur bien en avance sur tous les autres à l'époque. Je pense bien que mon choix n'a pas été mauvais: la boulangerie où je travaillais n'existe plus depuis longtemps!»

Vivre le changement

Paul-Émile Charpentier, pâtisier-boulangier de son état, avait postulé un emploi à la cafétéria de la Brasserie. Mais dès son entrée, il a été affecté au secteur brassage. Il ne l'a jamais quitté depuis. Il y a oeuvré dans presque tous les départements. S'il sortait des cuisines, il avait au moins l'avantage de rester dans la levure...

«J'ai vécu trois époque distinctes ici, constate-t-il. A mon arrivée, je joignais les rangs de la relève, le sang neuf qui allait rapidement remplacer les équipes en place depuis plusieurs années. Tout se faisait à la main. On pesait les ingrédients sur des balances, à l'oeil, pour chaque brassin. On surveillait les températures avec des thermomètres qu'on introduisait périodiquement dans les mélanges, on surveillait la pression à l'oeil également. On faisait les ajustements requis avec des marnettes.»

Et les transferts de liquide se faisaient aussi manuellement. Chaque fois qu'un brassin passait d'une étape du brassage à une

Lucien... pendant 43 ans! Bien qu'André ne soit pas rigoureusement sûr de la date exacte, l'association Jobin-Molson doit remonter aux environs de 1910. Deux guerres mondiales, quelques récessions graves et moins graves, et la crise des années 30: rien de tout cela n'a brisé le lien d'emploi entre la Brasserie et la famille.

André a exercé d'autres emplois avant d'aboutir, en 1957, à l'embouteillage et à la livraison chez Molson. Car on n'hérite pas d'un emploi chez Molson. Selon M. Jacques Allard, président de la Brasserie Molson du Québec, la politique d'emploi de la société insiste d'abord et avant tout sur la capacité d'accomplir un travail. Mais avoir de la famille à l'intérieur facilite cependant le contact initial. Quiconque a déjà cherché

un emploi sait qu'il importe de savoir à qui s'adresser dans une entreprise.

«Mais ce n'est pas mon père qui m'a mis en contact avec Molson, se souvient André Jobin en riant. C'est l'oncle de ma femme, qui m'a présenté à son patron! Mon père ne parlait pas beaucoup et ce genre de démarche l'aurait gêné!»

Sylvain, le fils d'André, est entré à la livraison comme employé temporaire en 1983, après un séjour à l'armée. Il compte bien devenir permanent sous peu. Et quand il regarde sa fille de quelques mois, il n'écarte pas la possibilité d'une cinquième génération dans une vingtaine d'années...

Ni André, ni Sylvain ne regrettent d'avoir suivi les traces de leurs prédécesseurs. «Avant d'entrer chez Molson, se rappelle André, j'avais exercé plusieurs métiers où je travaillais dur, pour une quarantaine de dollars par semaine. En 1957, chez Molson, mon salaire de départ était de \$57 par semaine et, moins de deux ans après, il frisait les \$100. Ma décision avait été bonne, non? Sans compter les assurances-salaire, les soins dentaires et tout ça...»

«Aujourd'hui, le travail n'est pas très dur, si on le compare à ce qu'il était quand j'ai commencé, insiste M. Russel Cartier. Je ne sais pas si les gars d'aujourd'hui sont moins forts que dans le temps, lance-t-il en riant, mais les sacs de levure sont plus petits!»

Compliments de

 **Molub-Alloy®/Tribol®**

LUBRIFIANTS MÉTALLIQUES LTÉE
MEMBRE DU GROUPE 

FOURNISSEUR DE LUBRIFIANTS
HAUTES PERFORMANCES

C.P. 1714, SUCC. SAINT-LAURENT
SAINT-LAURENT, QC H4L 4Z3 (514) 332-1833

FÉLICITATIONS


MOLSON

POUR VOTRE

BICENTENAIRE

S. ALBERT

HUILE À FOURNAISE • BRÛLEURS À L'HUILE

 5763, BOUL. SAINT-LAURENT, MONTRÉAL (QUÉBEC) H1T 1T2 (514) 273-6361

Des messages signés Molson

La musique à la radio. Le Théâtre lyrique Molson présente ce soir «Andalousie». Ne vous précipitez pas sur votre appareil: c'était en 1961.

LE THÉÂTRE LYRIQUE Molson

CE SOIR "ANDALOUSIE"

avec RUDY HIRIGOYEN et MARTHE LAPOINTE

POSTE CBF

lundi, 10 octobre de 9 h. à 10 h. (heure avancée)

NOS SOLDATS DE L'INDUSTRIE

Jamais aucune guerre n'a exigé un pareil effort industriel, jamais la part de l'ouvrier dans la guerre ne fut aussi grande. Pareillement nécessaires à la victoire, l'industrie et l'armée ont lutté ensemble. Nous reproduisons aujourd'hui le portrait de M. Ludger Pilote, chef ouvrier dans l'usine d'aluminium d'Arvida. Au début de la guerre, malgré ses quarante ans d'âge et sa nombreuse famille, M. Pilote voulut prendre une part active à la lutte. Il s'entraîna, et, étant en parfaite santé, fut aussitôt engagé. Mais les autorités, à cause de ses vingt-cinq ans d'expérience, jugèrent qu'il valait mieux le laisser continuer à fabriquer l'aluminium nécessaire à notre aviation alors naissante. En la personne de M. Pilote, nous rendons hommage à tous les ouvriers du Canada qui — par leur ardeur au travail, leur persévérance et leur habileté — ont permis à nos armées de s'engager sur le chemin de la victoire.

PUBLIÉ EN HOMMAGE AUX OUVRIERS CANADIENS PAR LA BRASSERIE MOLSON

Hommage aux «soldats de l'industrie». Annonce publiée dans LA PRESSE le 21 octobre 1944, pour souligner l'effort de guerre.

Les premières publicités signées Molson furent publiées en 1807. La brasserie avait 21 ans — l'âge de la maturité à l'époque. Depuis, ses messages débordent largement le seul champ de la publicité: ils accompagnent la vie des Québécois dans tous les ordres de la vie. Dans notre seule histoire récente, Molson s'est associée à des entreprises collectives, a soutenu l'effort de guerre dans les années quarante, a rendu hommage aux grands ouvrages qui ont marqué le bond en avant du Québec dans les années soixante, a collaboré à des événements culturels et appuyé des oeuvres sociales. Comme quoi la publicité peut être un peu plus que de la publicité: un miroir qui nous renvoie notre image.

BLAIKLOCK

L'homme sur les lieux

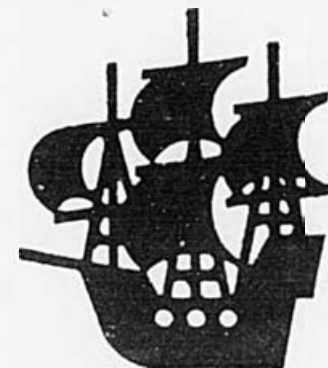


BLAIKLOCK INC.

COURTIERS EN DOUANES
 CONSEILLERS EN DOUANES
 TRANSITAIRES INTERNATIONAUX

MONTRÉAL: Tél: (514) 842-5231
 TORONTO: Tél.: (416) 593-1327
 VANCOUVER: Tél.: (604) 687-7491

Télex: 055-60969
 Télex: 065-24318
 Télex: 04-55239



DEPUIS 1876

NOTRE PROVINCE EN PLEIN ESSOR

FORCE HYDRAULIQUE INCALCULABLE

POUR NOTRE EXPANSION INDUSTRIELLE

Aujourd'hui que toutes les industries de l'Amérique du Nord sont légitimement en quête de sources d'énergie hydraulique, la province de Québec en a autant qu'il lui en faut — contre une réserve d'un million d'hectares de C.V.

Déjà, nos exploitations hydroélectriques, comme de notre province, surpassent toutes les autres, ont fait des progrès fulgurants, grâce auxquels elle est maintenant au nombre des premières manufacturières les plus importantes du monde. Pourquoi, nous n'avons développé jusqu'à présent que les barrages à turbines à axe vertical, et dans le vaste Nord-Québec septentrional, d'autres sont découvertes presque de tous côtés.

Nos rapides, nos chutes et nos cours d'eau comptent parmi les plus grandes richesses. Ils représentent une abondance de puissance hydraulique — un fonds de sources existant non démentiable — de nouvelles industries pour la province — et pour les provinces du Québec, des centaines de milliers de jobs plus nombreux.

POUR QUI VEUT UNE BELLE CARRIÈRE...
 tout carrière est comparable à une profession. Vous pouvez profiter des progrès d'un indubitable progrès. Il se multiplie tous les jours. Et dans la province de Québec, les occasions de succès existent dans tous les domaines de l'activité économique.

JACQUES LAURIER

DE TOUTE SAUTERIE À UNE STÈNE PÉRIODE PAR



POUR DÉVELOPPER LE BIEN-ÊTRE
 DÉVELOPPEMENT DE LA PROVINCE DE QUÉBEC

Début des années cinquante, c'est le boom économique. Molson souligne dans ce message le potentiel extraordinaire de nos richesses naturelles.

Le barrage de la Manicouagan



Visages et images du Québec moderne



DIVISION DES AMÉNAGEMENTS

La Manic, symbole du bond en avant du Québec des années soixante. Molson s'associe, dans la série « Visages et images du Québec moderne », à une nouvelle fierté collective.

Vous vous souvenez de « La vie a ses bons moments »? Slogan qui collait bien à la populaire émission télévisée La Poule aux oeufs d'or. Début des années soixante.

ROGER BAULU (animateur) et HENRI BERGERON (annonceur) assistés de CECILE LABEL et LIETTE BOURASSA continuent de présenter, au nom de MOLSON, le programme de TV le plus populaire dans le Québec: **La Poule aux Oeufs d'Or**



Montrant que « La vie a ses bons moments » ce programme questionnaire, qui passe au réseau français de la TV le lundi soir à 8h 30, continue de mieux faire connaître la bière **MOLSON** LA BIÈRE D'ORZ NOUS



En reconnaissance de votre 200^e anniversaire



LA COMPAGNIE CONSUMERS GLASS LIMITÉE

FÉLICITATIONS À



MOLSON

pour

1786-1986

200 ans d'excellence

1786-1986



DOMGLAS INC.



MacMillan
Bathurst Inc.



TWINPAK

CB PAK INC.

Salut!

Petit lexique de la bière

plus rarement, par la nature même des ingrédients.

Voici donc quelques définitions utiles, qui ne donnent qu'un aperçu d'un vocabulaire et d'une variété aussi riches que l'histoire de la bière elle-même.

Ale. Terme générique qui désigne toutes les bières à fermentation haute, soit celles qui utilisent une levure qui a tendance à monter à la surface au cours de la fermentation.

Lager. Terme générique qui désigne toutes les bières à fermentation basse, qui utilisent des levures qui se déposent au cours du processus de fermentation. Leur goût est généralement plus doux que celui des ales.

Bière brune, bière blonde. On obtient une bière brune en grillant le malt avant le brassage. Une bière blonde ou dorée ne comporte pas de torréfaction.

Bitter Ale. Bière servie à la pression en Angleterre, très houblonnée, ce qui lui donne un goût particulièrement amer.

Gueuze-Lambic. Bière de froment à «fermentation spontanée», originaire de la région bruxelloise, en Belgique.

Légère. Indépendamment du type, bière à teneur en alcool plus faible que la moyenne; généralement entre 2,5 et 4 p. cent.

Liqueur de malt. Bière au goût particulièrement fruité, la liqueur de malt a une teneur en alcool relativement élevée, soit entre 5,6 et 6,5 p. cent.

Münchener. Bière de fermentation basse d'un brun foncé, dont le type a été créé à Munich.

Pilsener. Bière de fermentation basse, très légèrement dorée, à saveur bien houblonnée. Tire son nom de la brasserie d'origine de ce type de bière, à Pilsen, en Tchécoslovaquie.

Porter. Bière brassée avec de l'orge torréfiée, non maltée. De saveur, d'arôme et de couleur très prononcés, elle est généralement fortement houblonnée.

Trappiste. Bière de type ale, très forte et refermentée après embouteillage, produite exclusivement dans six abbayes, dont cinq en Belgique et une aux Pays-Bas.

Stout. Bière brune de fermentation haute, originaire d'Irlande, au goût le plus souvent amer. ■

Saviez-vous que...

La bière la plus forte au monde est la Kulminator, brassée en Bavière. Elle contient 13,2 p. cent d'alcool, comparativement à 5 p. cent pour la majorité des bières canadiennes. Pour arriver à une telle concentration, on doit la réfrigérer suffisamment pour en extraire de l'eau sous forme de glace.

■ Douzième quant à sa consommation de bière par tête, le Canada ne s'en classe pas moins parmi les dix plus importants producteurs au monde.

■ Lorsque les premiers Blancs ont mis pied en Amérique du Nord, les Amérindiens brassaient déjà leur propre version de la bière, obtenue en laissant fermenter du maïs dans un pot d'eau.

■ À elle seule, la Bavière compte près de 1 000 brasseries.

■ L'utilisation du thermomètre dans la fabrication de la bière re-

monterait à la fin du XVIIIe siècle. Auparavant les brasseurs plongeaient leur coude dans le brassin pour en apprécier la température.

■ On raconte que David, roi des Hébreux, était brasseur...

■ Au Moyen Âge, le ratage d'un brassin était attribué à l'action des «sorcières de la bière».

■ La fameuse **Oktoberfest**, qui a lieu annuellement à Munich, rappelle l'époque où l'on ne brassait que pendant la saison froide. À Munich, on avait coutume de brasser, en mars, une bière plus forte en alcool qui se conservait jusqu'à la fin de l'été. C'est cette **Märzenbier** que l'on consommait en grande pompe vers octobre, au moment où la nouvelle saison de brassage s'amorçait. Bien que les progrès en réfrigération aient éliminé la nécessité de brasser une telle bière, des brasseries munichoises brassent toujours leur **Märzenbier**, consommée lors des festivités d'octobre.

■ Oktoberfest est également une marque Molson en Ontario.

«**N**ous sommes fiers de célébrer
les 200 ans d'excellence de Molson»

Relations publiques nationales

Beauregard, Hutchinson, McCoy, Capistran, Lamarre et Associés, Inc.

1786: un monde en ébullition

shington ne deviendra président que trois ans après la fondation de la Brasserie Molson.

Malgré ses pertes aux mains des Américains, la Grande-Bretagne s'en tire mieux que la France. En plus de ses guerres avec l'Angleterre, notamment aux côtés des Américains, le roi Louis XVI doit faire face à la montée du mécontentement de son peuple, stimulé par la bourgeoisie marchande et financière. Car au moment où les premières bières Molson sont servies à Montréal, la France est toujours une monarchie. Ce n'est que trois ans plus tard que les révolutionnaires prendront la Bastille et que les représentants du peuple auront accès au pouvoir.

Ailleurs en Europe, la géographie politique est loin de ressembler à ce qu'elle sera deux cents ans plus tard. Si l'Espagne, le Portugal et la France ont déjà des frontières qui évolueront peu par la suite, l'Italie et l'Allemagne sont encore loin de leur unité. Plusieurs royaumes se partagent la botte méditerranéenne, alors que le territoire germanique est, lui aussi, fortement morcelé.

Relativement prospère, à la toute veille de sa révolution industrielle, l'Angleterre, qui a implanté la démocratie en douceur au fil des ans, échappe mieux que la plupart des nations occidentales aux troubles internes. À 27 ans, William Pitt le jeune, le fils de l'autre, n'en est pas moins Premier ministre depuis déjà trois ans. Avantage supplémentaire du régime politique britannique, il rend moins dramatique le fait que le roi George III, atteint d'une étran-

ge maladie, sombre peu à peu dans la démence.

Un monde à peupler

En 1786, le monde entier compte un peu plus de 800 millions d'habitants, fortement concentrés en Orient: l'Inde et la Chine sont déjà des géants démographiques, alors que l'Europe approche les 200 millions d'habitants. La France domine avec quelque 25 millions d'habitants, alors que l'Angleterre (sans compter le reste des îles britanniques) en abrite moins de huit millions.

Avec une population inférieure à 10 millions, l'Amérique du Nord est vraiment le territoire des grands espaces. Quant à l'Australie et à la Nouvelle-Zélande, leur colonisation ne débutera que deux ans plus tard. Qui sait? Si John Molson avait été un peu plus jeune, peut-être les bières qui portent son nom seraient-elles brassées aux antipodes... Le premier brassin australien, après tout, a été réussi en 1794.

Le «village» de Montréal

De ces quelques millions de gens éparpillés le long du Saint-Laurent et sur la côte de l'Atlantique, moins de 150 000 habitent le Québec, la plupart en milieu rural. La métropole de la province est la ville de Québec. Montréal, avec environ 8000 habitants, amorce sa croissance. Et ce, malgré que l'économie du Canada, à l'instar de celle de l'Europe, ne soit pas particulièrement vigoureuse. Pas de crise sérieuse, mais pas d'ex-



En 1786, les Etats-Unis fêtent le dixième anniversaire de leur Révolution.

pansion majeure non plus. En fait, lorsque John Molson s'installe à Montréal, le pays entre dans une courte période de reprise hésitante, après avoir connu une faible récession.

En 1786, il y a à peine plus d'un quart de siècle que Montréal est tombée aux mains des Anglais. Les Canadiens, comme on appelle les «Québécois» d'alors, s'accommodent assez bien de la domination anglaise, d'autant moins apparente que la population anglophone du Québec est encore très réduite. En juillet 1786, la colonie est dirigée par le lieutenant-



Mille sept cent quatre-vingt-six. John Molson n'a pas choisi une année particulièrement tranquille — en existe-t-il? — pour venir se lancer en affaires au Canada. Si les transformations qui marquent Montréal sont de nature pacifique, ailleurs elles se font dans la violence.

Entre deux révolutions

En 1786, les États-Unis fêtent leur dixième anniversaire. Il y a en effet dix ans que les pères de la nation ont signé leur Déclaration d'indépendance. Mais en fait il n'y a que trois ans que la guerre avec l'Angleterre a pris fin à l'avantage des Américains, dont les Britanniques ont finalement reconnu la souveraineté par le Traité de Versailles (1783). C'est lors de ce traité que le Canada a perdu une large portion de son territoire, que Londres cédait à Washington: l'Ohio, tout le sud des Grands Lacs et la majeure portion du bassin du Mississippi passaient ainsi aux mains de la jeune république. Celle-ci n'adoptera d'ailleurs sa constitution que l'année suivante. George Wa-

Monsieur Molson aurait approuvé...

Monsieur Molson insistait toujours pour obtenir les plus excellents ingrédients pour sa bière. Pendant 200 ans, ce principe pour satisfaire la clientèle a joué un rôle important dans la tradition familiale Molson et dans le succès des brasseries Molson.

Chez Domtar, nous offrons nos meilleurs souhaits pour 100 ans encore de succès et nous rendons hommage à la philosophie de Monsieur Molson

“Les bons produits méritent les emballages Domtar”

Emballages Domtar
5200, rue Molson
Montréal (Québec) H1Y 3B5
(514) 848-5200

DOMTAR



John Molson, le premier de la lignée au Canada, avait 22 ans quand il a fondé sa brasserie en 1786, rue Notre-Dame à Montréal.

→
gouverneur, qui attend d'être relevé par le nouveau gouverneur Carleton, Lord Dorchester. Ce n'est que cinq ans plus tard, alors que la future Ontario commencera à se peupler vraiment, qu'une distinction s'établira entre le Haut et le Bas-Canada.

Montréal est tout entière contenue dans ses murs. Elle occupe l'espace maintenant délimité par les rues McGill, Berri, Saint-Antoine et le fleuve Saint-Laurent. Sept portes, ménagées à même la muraille haute de 5,50 mètres, permettent d'y entrer ou d'en sortir. De là on peut aller dans les fermes qui s'étendent de part et d'autre du chemin Saint-Laurent, ou même, en contournant le mont Royal par le chemin de la Côte-Sainte-Catherine, jusqu'au village de la Côte-des-Neiges.

On peut choisir de se déplacer sur l'eau, par la rivière Saint-Pierre vers l'ouest — remplacée par le canal de Lachine — ou par le ruisseau Saint-Martin — remplacé par... le boulevard Dorchester.

En ville, les services publics sont relativement bien développés. Un réseau d'égouts à ciel ouvert permet d'écouler les eaux usées. Quant à l'eau potable, on peut l'acheter du porteur d'eau lors de ses rondes régulières. Des voitures à cheval assurent le transport, arpentant les rues de terre, qui deviennent difficilement praticables au printemps. On doit alors se résoudre à marcher sur les trottoirs de bois que la municipalité — pas encore incorporée — a aménagés.

Autour des remparts, des faubourgs commencent peu à peu à émerger, dont le faubourg Sainte-Marie, un peu à l'est, dans le prolongement de la rue Saint-Paul, artère principale de la ville. C'est près de ce faubourg, à environ 800 mètres à l'est des murs de Montréal, que John Molson établit sa brasserie. C'était en 1786. ■



*es voisins certes
mais surtout
des partenaires*



**Société
Radio-Canada**

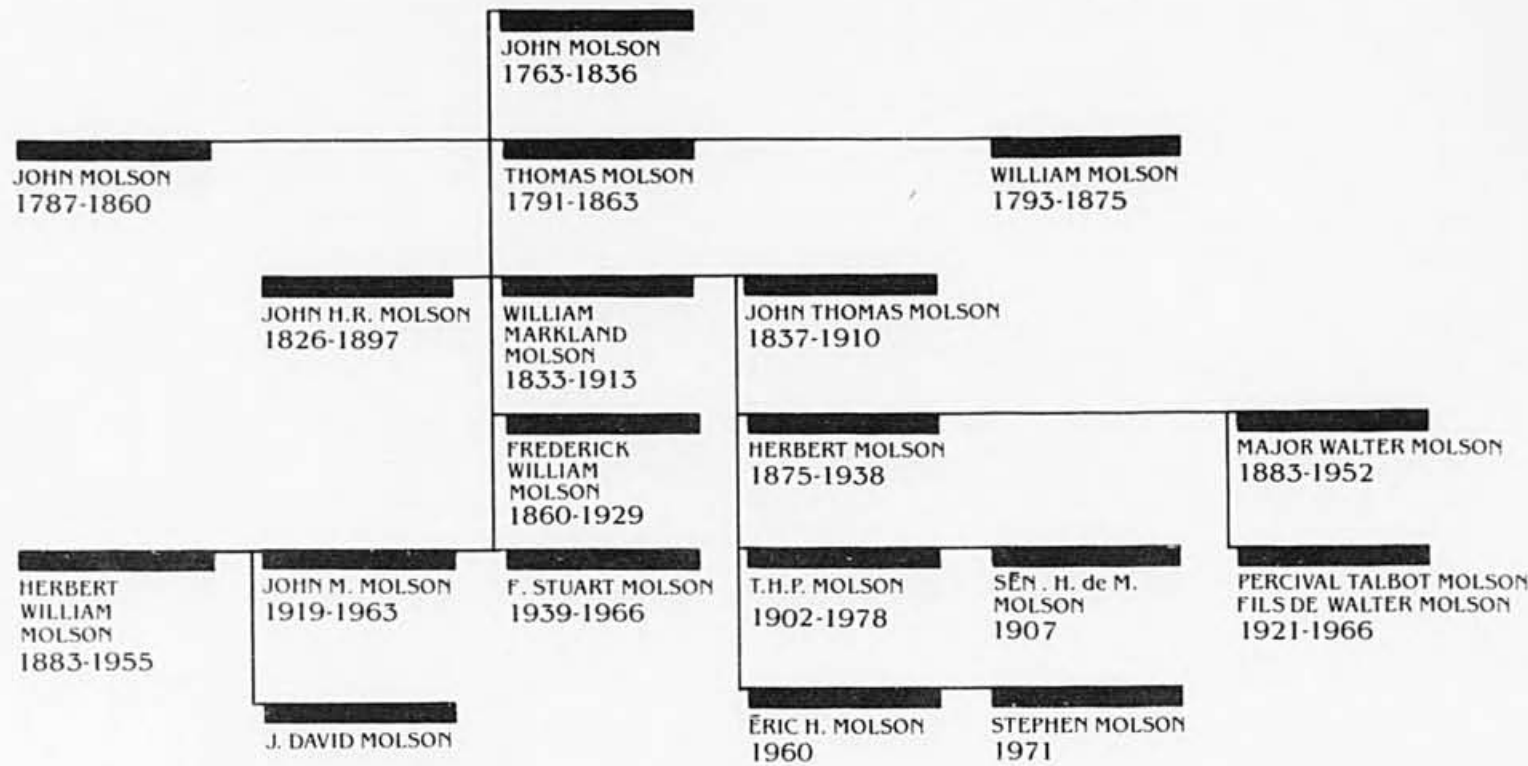
Histoires de famille

Au moins 25 descendants de John Molson ont participé directement à l'une ou à l'autre des deux Guerres mondiales — tous comme volontaires.

— Le sénateur Hartland de M. Molson, arrière-arrière-petit-fils de John Molson, qui a longtemps dirigé les destinées de la Brasserie et du Canadien de Montréal, était un excellent pilote de chasse au cours de la Deuxième Guerre mondiale. Il a affectué 63 missions.

— J. David Molson, qui a déjà présidé aux destinées du Canadien de Montréal, a joué au hockey pour l'équipe nationale de... Belgique, en 1948.

— Percival Talbot Molson (1921-1966), arrière-petit-fils de John, a connu une fructueuse carrière diplomatique. Il a notamment été chef de cabinet de Lester B. Pearson, alors que celui-ci était Secrétaire d'État aux Affaires extérieures. ■



AVEC LES COMPLIMENTS DE

THOMAS O'CONNELL INC.

**PLOMBERIE, CHAUFFAGE, TUYAUTERIE INDUSTRIELLE
1169, RUE OTTAWA
MONTRÉAL, P.Q.**

AU SERVICE DE L'INDUSTRIE DEPUIS 1895



La qualité fait marque.

Bravo Molson pour ces deux cents ans d'excellence qui ont fait leur marque.



LA QUALITÉ PASSE AVANT TOUT.



LES CANADIENS
SONT LÀ.
PLUS QUE VOUS
NE L'AVEZ
PROBABLEMENT
JAMAIS IMAGINÉ.

Il y a maintenant deux cents ans, John Molson fondait ce qui est devenu la plus ancienne brasserie d'Amérique du Nord.

Résolument et fièrement, du «pied du courant» à Montréal, la brasserie Molson commençait un mouvement irrésistible. Mais tout cela, vous le savez probablement déjà.

Saviez-vous cependant, qu'aujourd'hui, *Les Brasseries Molson* font partie de ce que l'on appelle Les Compagnies Molson Limitée? Cette corporation joue un rôle de première importance au plan international. Elle est la propriété de Canadiens; elle est dirigée par des Canadiens. Ses produits et services sont connus à travers le monde. Les bières Molson sont vendues aux États-Unis ainsi qu'en Europe et dans les Antilles.

La Corporation Diversey fabrique quelque 3 000 produits de nettoyage et d'hygiène pour de nombreuses entreprises commerciales dans plus de 100 pays.

Le Castor Bricoleur est le chef de file en quincaillerie, en rénovation et dans les matériaux de construction au pays.

Ohlmeyer Communications, *Grayrock Capital* et le *Club de Hockey Canadien*, voilà autant de compagnies Molson.

Une équipe de hockey?

Bien sûr. Car cette équipe des Canadiens est vraiment l'un de nos plus beaux fleurons. C'est l'image même des gens d'ici et des compagnies Molson.

Une équipe guidée par la fierté, le courage et le désir indéfectible d'excellence.

**LES
COMPAGNIES
MOLSON**

PARTENAIRES DANS L'AVENIR DU CANADA DEPUIS 200 ANS