

Helen Antoniou, *Back to Beer ... and Hockey: The Story of Eric Molson*. Montréal, PQ, Kingston, ON: [McGill-Queen's University Press](#), 2018. xiii + 451 p., Illustrations, index. Chiffon; ISBN: 9780773552876, 34,95 \$ CA.

À l'exception peut-être de la Compagnie de la Baie d'Hudson, aucune marque canadienne n'est plus emblématique que Molson. Le HBC, bien sûr, est beaucoup plus ancien. Et de nombreux commerçants de fourrures célèbres, comme Alexander Mackenzie, Sir George Simpson et Lord Strathcona (Donald Smith) sont bien connus des gens passionnés par l'histoire des affaires. Cependant, aucun de ces commerçants n'avait son nom sur l'étain, comme on dit, ce qui rend la famille Molson si fascinante.

Leur histoire, cependant, n'a pas attiré beaucoup d'attention dans la littérature traditionnelle. Il y a eu quelques livres en cours de route, notamment Shirley E. Woods Jr., *The Molson Saga* (1983) et Merrill Denison, *The Barley and the Stream: The Molson Story*, (1955). Mais ces livres sont considérablement dépassés. Et ils laissent les étudiants en commerce d'aujourd'hui assoiffés de plus, en grande partie parce que la famille Molson elle-même continue d'influencer les affaires commerciales nationales et mondiales.

Amener les lecteurs dans les coulisses, c'est là que *Retour à la bière... et au hockey: l'histoire d'Eric Molson* brille vraiment. Écrit par la belle-fille de Molson, Helen Antoniou, le récit tisse l'histoire de sa vie au fil des décennies avec les propres interactions d'Antoniou avec lui au cours du temps où elle écrivait ce livre. C'est une histoire fascinante de l'homme, de la famille et de l'entreprise, dans cet ordre. Et loin de s'éloigner de toute inquiétude d'être trop proche de son sujet, Antoniou s'appuie sur son rôle immédiat de manière à donner vie à cette histoire. Les lecteurs sont amenés dans les salles de la famille et du conseil où cela s'est produit.

Descendant de sixième génération du fondateur John Molson, Eric était destiné à être dans le secteur de la bière. Mais à l'âge adulte, il n'aspirait pas à occuper des postes de direction. Au contraire, il était fasciné par l'essence même de la bière elle-même. Il a écrit sa thèse de Princeton sur les souches de levure à la fin des années 1950. Et, étant pleinement à l'aise au milieu des alambics et des bouteilles, Molson avait espéré faire sa carrière en tant que maître brasseur.

Mais cela ne devait pas être. En 1963, il quitta la salle de brassage pour se renseigner «sur les relations et les stratégies du monde des affaires sous l'oncle Hartland» (p 53). (Le sénateur Hartland de Montarville Molson était président de Molson.) Au cours des années suivantes, Eric a épousé Jane Mitchell, ils ont fondé une famille et Molson a continué à se consacrer à l'industrie de la bière lors de son ascension régulière vers la salle de conférence.

Comme le décrit Antoniou, Molson est un homme intrinsèquement timide et il a clairement eu du mal à prendre de nombreuses décisions difficiles en cours de route. Les stratégies d'entreprise ont été exécutées puis abandonnées, et les PDG - comme le coloré Mickey Cohen - sont allés et venus. C'était une histoire similaire avec la dynamique familiale. Les batailles en salle de conférence entre les membres de la famille - notamment entre Eric et son cousin Ian - animent une grande partie des dernières parties du livre, avec la gouvernance, les structures d'actions à deux classes et la diversification sont autant de causes de tensions importantes.

Pourtant, Molson et la brasserie qu'il dirigeait ont prospéré et continuent de le faire. La décision de fusionner en 2005 avec une autre famille de bière, les Coors, a placé l'entreprise fermement et

durablement sur la scène mondiale dans un secteur en rapide évolution. L'engagement profond de la famille envers une gestion responsable à long terme, un thème clé de ce livre, sous-tend une grande partie de leur succès continu. Incarné depuis des générations, cet engagement a été écrit en 2002 par Molson et son fils aîné Andrew sous la forme des sept principes de la famille Molson, dont deux sont de «promouvoir et d'encourager les normes les plus élevées d'intégrité et de comportement éthique dans toute la société» et «faire savoir à la direction que le népotisme ou le favoritisme ne seront pas tolérés». (p.295-297)

La seconde moitié du titre du livre, le hockey, est dépeinte à travers les relations de longue date de la famille Molson avec une autre marque emblématique, les Canadiens de Montréal. En 1957, Hartland Molson et son frère Tom, le père d'Éric, ont acheté le Tricolore et l'aréna du Forum, et pendant des années, la propriété d'un club de hockey a été la marque de fabrique de la marque Molson. Leur propriété du Tricolore n'était cependant pas constante. Ils ont vendu la franchise sacrée à quelques reprises, mais l'ont ensuite rachetée en 2009 grâce à un accord entre les trois fils d'Éric. Comme pour la bière, le hockey est dans le sang de Molson.

Ce n'est pas un livre académique et il ne prétend pas non plus l'être. Les lecteurs à la recherche de détails détaillés sur l'histoire du secteur brassicole canadien ou sur les facteurs qui façonnent l'évolution des affaires transfrontalières devraient chercher ailleurs. Mais quiconque s'intéresse à l'histoire des affaires canadiennes se connectera et appréciera l'histoire trépidante d'un homme dont le nom est sur l'étain. Molson est une marque canadienne réputée, et ce livre aide à illustrer pourquoi elle est aussi si durable.

**Steven Bright**  
**Oakville, Ontario**