

POLITIQUE DE COMMUNICATION

OBJECTIF

1. La présente politique a pour objectif de définir les normes, les procédures et les attentes de Triathlon Canada (« TriCan ») en matière de communication afin de protéger la marque, la réputation et les parties prenantes de TriCan.

ÉNONCÉ DE POLITIQUE

2. TriCan s'engage à promouvoir un environnement sportif et professionnel favorisant une communication responsable et respectueuse de la part de chacun et entre tous.

CHAMP D'APPLICATION DE LA PRÉSENTE POLITIQUE

3. La présente politique s'applique à tous les participants de TriCan. Elle s'applique au comportement des participants lorsqu'ils agissent en tant que représentants de TriCan et/ou en tant que particuliers participant à un débat ou abordant un sujet lié à TriCan dans un forum public.
4. La présente politique régit toutes les communications et interactions sur tous les supports, y compris, mais sans s'y limiter, toutes les formes de réseaux sociaux, les communications en ligne (blogs, sites web, etc.), les vidéos, les interviews et les commentaires.
5. La présente politique ne s'applique pas aux communications de crise, qui sont régies par *la politique de gestion de crise* de TriCan.

DÉFINITIONS

6. Les termes suivants ont la signification suivante dans la présente politique :
 - a. **PDG** – désigne le président-directeur général employé par TriCan ;
 - b. **Responsable de la communication** – désigne le responsable de la communication employé par TriCan ;
 - c. **Participant** – désigne toutes les catégories de membres et de personnes inscrites telles que définies dans les statuts de TriCan, ainsi que toutes les personnes employées par TriCan, sous contrat avec TriCan ou participant à des activités avec TriCan, y compris, sans s'y limiter, les employés, les prestataires, les athlètes (y compris les titulaires d'une licence journalière), les entraîneurs, les moniteurs, les officiels, les bénévoles, les administrateurs, les membres de comités, les parents ou tuteurs, les spectateurs, les administrateurs ou dirigeants ;
 - d. **Réseaux sociaux** – désigne l'ensemble des outils ou plateformes numériques actuels et futurs permettant aux utilisateurs de créer, de partager ou d'interagir avec du contenu, ou de communiquer avec d'autres personnes publiquement ou au sein de groupes définis ;
 - e. **Demandes des médias** – désigne toute demande émanant de journalistes, d'organes de presse ou de créateurs de contenu visant à obtenir des informations, des interviews, des commentaires ou un accès à des fins de diffusion publique ;
 - f. **TriCan** – désigne Triathlon Canada ; et
 - g. **Les réseaux sociaux de TriCan** : désigne les comptes actuels et futurs sur les réseaux sociaux détenus et gérés par TriCan.

DEMANDES DES MÉDIAS

7. Toutes les demandes et questions des médias, y compris celles concernant les interviews d'athlètes, doivent être adressées au responsable de la communication, qui se chargera de les traiter.
8. Le responsable de la communication transmettra la demande au porte-parole approprié en fonction de la nature de celle-ci.

9. Il est reconnu et entendu que les athlètes et les entraîneurs seront invités à participer à des activités médiatiques immédiatement après les courses, dans les zones réservées aux médias. Toutes les autres demandes doivent être adressées au responsable de la communication afin de faciliter la gestion du temps des entraîneurs et des athlètes, tout en protégeant la personne interviewée et la marque TriCan.

PORTE-PAROLE

10. Le principal porte-parole de TriCan est le PDG.
11. Selon la situation, d'autres porte-parole peuvent être sollicités par le responsable de la communication, en concertation avec le PDG. Il peut s'agir, entre autres, des personnes suivantes :
- a. le président du conseil d'administration et/ou les administrateurs (sujets politiques, gouvernance, questions relatives au PDG) ;
 - b. le directeur de la haute performance ;
 - c. les entraîneurs ; ou
 - d. des athlètes à titre individuel.
12. Le président du conseil d'administration de TriCan sera mis en copie et associé à toutes les demandes des médias à caractère politique, portant sur des sujets liés à la gouvernance ou concernant le PDG.

CODE DE CONDUITE

13. TriCan prône un niveau élevé de conduite dans toutes les formes de communication et ne tolère aucun message qui :
- a. peuvent constituer du harcèlement, de la discrimination, des brimades ou de la violence, ou enfreignent de quelque manière que ce soit les politiques de TriCan ;
 - b. sont blessants, malveillants, dégradants ou autrement offensants envers une ou plusieurs personnes ;
 - c. font référence à des sujets controversés ou provocateurs, notamment la politique, le sexe ou la religion ;
 - d. portent atteinte à l'image de marque de TriCan et/ou à nos relations avec nos parties prenantes et nos partenaires financiers ;
 - e. divulguer des informations confidentielles ou exclusives appartenant à TriCan ; et/ou
 - f. Ne pas respecter la vie privée d'autrui en divulguant des informations personnelles sans le consentement requis.
14. Une liste non exhaustive des bonnes pratiques en matière de communication figure à ***l'annexe A.***
15. Tous les participants sont personnellement responsables du contenu de leurs communications. Les participants peuvent être tenus personnellement responsables de tout contenu jugé diffamatoire, obscène ou offensant, protégé par des droits de propriété intellectuelle ou calomnieux. Pour ces raisons, tous les participants doivent faire preuve de prudence en ce qui concerne les exagérations, le langage imagé, les conjectures, l'obscénité, les contenus protégés par le droit d'auteur, les conclusions juridiques, ainsi que les remarques ou descriptions désobligeantes.

16. De plus, les participants doivent s'assurer que leurs commentaires ou actions lorsqu'ils

utilisent les réseaux sociaux à des fins personnelles ne puissent pas être attribués à TriCan et ne doivent pas donner l'impression d'être approuvés par TriCan ou de provenir de TriCan.

LES RÉSEAUX SOCIAUX DE TRICAN

17. Sauf autorisation contraire du PDG ou du responsable de la communication, l'utilisation des réseaux sociaux sur les canaux de TriCan est réservée au responsable de la communication.

UTILISATION PERSONNELLE DES RÉSEAUX SOCIAUX

18. TriCan encourage et soutient activement les personnes associées à sa marque, notamment les athlètes, à s'exprimer sur les réseaux sociaux pour partager leurs expériences. Les athlètes constituent l'une des meilleures sources de contenu sur les réseaux sociaux et jouent le rôle d'ambassadeurs de la marque TriCan et du triathlon. Pour tous les participants, c'est également une excellente occasion de mettre en avant les athlètes et de les aider à entrer en contact avec les fans de triathlon.
19. TriCan reconnaît l'importance des échanges en ligne et respecte le droit à la liberté d'expression ainsi que l'utilisation des réseaux sociaux à des fins personnelles. Toutefois, toutes les activités sur les réseaux sociaux soumises à la présente politique sont considérées comme publiques et doivent se conformer à celle-ci.

VIOLATION DE LA POLITIQUE

20. Tout participant qui communique de manière irresponsable ou irrespectueuse, d'une façon susceptible de nuire à la réputation de TriCan et/ou contraire à la présente politique, s'expose à des mesures disciplinaires conformément à *la politique* de TriCan en matière *de discipline et de plaintes*.

MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE ET SIGNALEMENT

21. Le personnel de TriCan partage la responsabilité et l'obligation de rendre compte de la mise en œuvre et de l'application de la présente politique.
22. Tous les participants peuvent signaler toute préoccupation concernant les communications relevant du champ d'application de la présente politique à un responsable de TriCan ou à un membre du personnel compétent.

EXCEPTIONS ET EXCLUSIONS À LA POLITIQUE

23. La présente politique ne prévoit aucune exception ni exclusion.

RÉVISION ET APPROBATION

24. La présente politique sera réexaminée tous les deux ans par le comité de gouvernance, en concertation avec le responsable de la communication.

Dernière approbation par le conseil d'administration de TriCan le : 11 juin 2026.

Historique de la politique de communication	
Approuvée	11 juin 2026
Prochaine date de révision	juin 2028

ANNEXE A : MEILLEURES PRATIQUES EN MATIÈRE DE COMMUNICATION**Contenu**

- a) Faites preuve d'honnêteté et de transparence quant à votre identité et à votre rôle dans les interactions sur les réseaux sociaux liées à TriCan.
- b) Utilisez les réseaux sociaux pour mettre en avant le rôle de TriCan dans le développement, l'essor et la promotion du triathlon à tous les niveaux.
- c) N'incluez pas de contenu inapproprié, y compris des images, et ne créez pas de liens vers ce type de contenu.
- d) Réfléchissez-y à deux fois avant de publier quoi que ce soit. On a tendance à en dévoiler davantage sur soi-même – et plus rapidement – lorsqu'on utilise les réseaux sociaux que lorsqu'on parle en face à face.

Ton

- a) Adoptez un ton professionnel et positif pour partager les réalisations, les actualités, les images, etc. de TriCan. Ne tenez pas de propos négatifs à l'égard des athlètes, des entraîneurs, des concurrents, des organisations, des événements ou des sponsors.
- b) N'utilisez pas de gros mots.
- c) Ne vous engagez pas dans des conversations négatives ou injurieuses. Cela ne peut que nuire à votre image et à celle de TriCan, et pourrait dégénérer en propos diffamatoires ou calomnieux.

Confidentialité

- a) Faites preuve de bon sens. Tout ce que vous publiez sur les réseaux sociaux est public. Vos propos et vos images peuvent être cités, republiés et commentés sans votre accord.
- b) Ne partagez pas d'informations privées concernant vos collègues, les athlètes, les équipes ou les organisations, par exemple des numéros de téléphone, des conversations privées, des informations personnelles, etc.
- c) Ne partagez pas d'informations internes concernant les activités de TriCan ou les décisions organisationnelles internes sans autorisation appropriée.
- d) Prenez connaissance des paramètres et options de confidentialité de vos comptes sur les réseaux sociaux et utilisez-les (par exemple, utilisez les messages privés de Twitter plutôt que de tweeter publiquement).

Responsabilité

- a) Respectez les dispositions applicables du *Code de conduite et d'éthique* de TriCan dans toutes vos interactions sur les réseaux sociaux. Les violations présumées seront traitées conformément à la procédure décrite dans la Politique en matière de discipline et de plaintes.
- b) Signalez toute préoccupation concernant l'utilisation des réseaux sociaux – qu'il s'agisse de la vôtre ou de celle d'une autre personne – à un responsable de TriCan ou à un membre du personnel compétent.