

Politique.



Politique sur les Communications.

But et portée

Le but de cette politique est de préciser les attentes en matière des communications internes et externes, y compris l'utilisation personnelle des médias sociaux par les membres du personnel, dans la mesure où les membres du personnel pourraient faire référence à TC Énergie, ou être perçus comme porte-parole de la Société.

Cette politique s'applique à tous les membres du personnel de TC Énergie.

Politique

1 Dispositions générales

- 1.1 Les communications concernant TC Énergie doivent protéger et présenter favorablement la réputation de la Société. Une communication claire, en interne comme à l'externe, est essentielle pour faciliter un dialogue transparent et informé avec divers auditoires.
- 1.2 Les communications chez TC Énergie seront :
 - intégrées : elles refléteront les objectifs et les besoins en matière de communication de toutes les parties en interne qu'elles concernent, de près ou de loin;
 - cohérentes : elles doivent respecter la marque et être cohérentes sur l'ensemble des auditoires;
 - opportunes : elles doivent fournir les informations pertinentes aux parties prenantes en temps opportun et de façon cohérente aux lois applicables sur les valeurs mobilières;
 - claires : elles doivent refléter les valeurs professionnelles de la Société et être claires, concises, pertinentes et compréhensibles; et
 - à jour : les communications internes et externes doivent être précises et respecter la stratégie de communication de la Société.

- 1.3 La création de pages officielles de la Société sur les médias sociaux doit être approuvée par le directeur des communications de la Société. Toute messagerie des communications externes doit être approuvée par le directeur de l'unité commerciale appropriée.

2 Porte-parole désignés

- 2.1 Afin que les communications de TC Énergie reflètent exactement les politiques, les buts et les objectifs de la Société, les porte-parole de la Société doivent être des individus qui sont des experts du domaine, avec une connaissance exhaustive de la Société et une formation formelle en matière des médias.
- 2.2 Les porte-parole autorisés sont établis dans la Politique de divulgation publique.
- 2.3 Les porte-parole autorisés agissent comme porte-parole principaux pour les sujets liés à la Société et les enjeux de l'industrie, selon le cas. TC Énergie ne permet pas l'utilisation de porte-parole tiers/externes à des fins d'activités de marketing ou de communications sans l'approbation préalable du directeur des communications de la Société et du vice-président de l'unité commerciale pertinente.
- 2.4 Le porte-parole sera dirigé et autorisé par le service des communications de faire ou d'émettre des déclarations aux médias, au nom de TC Énergie. La formulation de ces déclarations sera déterminée et approuvée par le service des communications, de concert avec les experts du contenu.
- 2.5 Les porte-parole de la Société doivent être informés des activités pertinentes ayant lieu à tous les niveaux de la Société et des questions posées par les parties prenantes externes afin d'être efficaces lors des communications externes et internes. Tout contact par les médias ou toute autre partie externe d'importance doit être signalé au service des communications.

3 Événements publics

- 3.1 Les membres du personnel doivent obtenir une approbation écrite avant de parler ou de faire des présentations à des événements publics.
- 3.2 Les membres du personnel qui parlent ou font des présentations à des événements publics au nom de la Société doivent :
 - communiquer avec le service des communications afin d'assurer que le matériel respecte le Manuel des exigences professionnelles de marketing de TC Énergie;
 - s'assurer que le matériel est révisé au préalable par leur superviseur et, si les informations sont relatives aux exploitations commerciales ou à la divulgation d'informations financières, par les directeurs ou gestionnaires des communications de la Société et des unités commerciales, le vice-président des relations avec les investisseurs, le vice-président des finances et toute autre personne jugée appropriée;
 - être au courant des médias et préparés; et

- respecter les messages et les points de discussion approuvés relatifs à la présentation ou au domaine approuvé, et ne pas discuter d'informations non publiques liées aux exploitations commerciales ou aux informations financières.
- 3.3 Toute question provenant des médias doit être transmise à la ligne des relations médiatiques ou au service des communications.

4 Utilisation des médias sociaux personnels

- 4.1 Lors de l'utilisation des médias sociaux, que ce soit au bureau ou hors des heures de travail, les membres du personnel doivent faire preuve de bon jugement et s'assurer qu'aucun commentaire publié n'affecte négativement la perception de leur personne ou de TC Énergie.
- 4.2 Conformément à la Politiques de divulgation publique de TC Énergie et afin d'assurer le respect des lois sur les valeurs mobilières lors de l'utilisation des médias sociaux, les membres du personnel doivent :
- s'identifier comme membre du personnel de TC Énergie toutes les fois qu'ils affichent du contenu qui pourrait être lié aux intérêts de la Société, afin d'éviter d'induire en erreur les lecteurs d'Internet et de divulguer des opinions qui peuvent être personnelles, mais qui ne reflètent pas nécessairement les opinions et avis de la Société ou de sa direction;
 - s'assurer de ne pas divulguer des informations confidentielles, propriétaires ou non publiques;
 - utiliser une adresse courriel personnelle; et
 - s'assurer qu'ils ne sont pas liés à TC Énergie, ou qu'ils ne parlent pas en son nom.
- 4.3 Les membres du personnel qui décident de participer volontairement aux initiatives de sensibilisation organisées par la Société doivent utiliser seulement du matériel approuvé et respecter les directives applicables, fournies par la Société.
- 4.4 Conformément à la Politique sur l'utilisation acceptable des fonds de renseignements électroniques de TC Énergie, les membres du personnel ne doivent avoir aucune attente de confidentialité sur tout affichage sur des médias sociaux, ou tout message transmis à, reçu ou imprimé de, ou rangé ou enregistré sur des ressources de la Société.
- 4.5 Conformément à la Politique pour un environnement d travail sans harcèlement de TC Énergie, l'affichage de contenu inapproprié (qui n'est pas autrement protégé ou requis par la loi) sur une plateforme de médias sociaux peut entraîner la prise de mesures légales ou disciplinaires pouvant aller jusqu'à la cessation d'emploi ou de contrat.
- 4.6 Cette politique ne vise en aucun cas à empêcher ou dissuader les discussions entre membres du personnel au sujet des salaires et conditions d'emploi ou de toute autre activité protégée ou obligatoire.

- 4.7 Les questions en matière de ce qui est approprié pour l’affichage sur les médias sociaux doivent être transmises au service des communications de la Société. Les membres du personnel peuvent aussi consulter le document des conseils pour les médias sociaux de TC Énergie pour de plus amples informations au sujet de l’utilisation acceptable des médias sociaux. Dans les cas où cela est approprié, il se peut que TC Énergie demande le changement ou la suppression de certaines communications affichées sur un réseau social.

5 Permissions accordées à des tiers

- 5.1 Toutes les demandes par un tiers d’utiliser le logo, le nom, le contenu de la Société ou des déclarations par les membres du personnel de TC Énergie pour des communiqués, des documents promotionnels, de la publicité ou d’autres documents électroniques ou imprimés doivent respecter la stratégie de marque de TC Énergie et être approuvées par le directeur des communications de la Société.

6 Collaborations

- 6.1 Le nom, le logo et tout autre aspect de l’identité visuelle de TC Énergie peuvent être utilisés de pair avec nos associés et les associations d’industries dans les supports au marketing et aux communications si ceux-ci bénéficient les deux parties. Toute demande par un tiers d’utiliser le logo ou le nom de TC Énergie dans le cadre de promotion ou de publicités collaboratives doit être approuvée par le directeur du service des communications et du marketing.

7 Tournages et photographies dans les installations de la société

- 7.1 Toutes les demandes de photographies ou de tournages des installations de la Société doivent être approuvées par le directeur du service des communications et du marketing.
- 7.2 Un formulaire de décharge de responsabilité doit être signé par toute personne dont la photo apparaîtra dans le matériel de support au marketing ou aux communications.

8 Utilisation de Bbnques d’images ou de matériel protégé par les droits d’auteur

- 8.1 Le matériel protégé par droit d’auteur inclut, sans s’y limiter, la musique, les films, les extraits télévisuels ou vidéo, les illustrations, les photos ainsi que toute image de personnes connues ou facilement identifiables. Les membres du personnel doivent obtenir les droits d’utilisation du matériel protégé par les droits d’auteur avant de les utiliser dans les communications internes ou externes, et à des fins de marketing.
- 8.2 L’utilisation de banques d’images pour les supports au marketing ou aux communications, externes et internes, est gérée par le service des communications de la Société. Toute utilisation de banques d’images dans les communications externes et internes doit se faire à partir d’une bibliothèque approuvée de banques d’images et doit respecter le Manuel des exigences professionnelles de marketing de

TC Énergie et toutes les ententes de licences applicables associées à l'utilisation de ces images.

9 Reproduction de documents de la Société

- 9.1 Toute demande de reproduire, en tout ou en partie, du contenu de la Société doit être approuvée par le directeur du service des communications et du marketing.

10 Loi Canadienne anti-pourriel

- 10.1 Il est obligatoire d'obtenir le consentement explicite du destinataire avant toute communication commerciale par voie électronique/Internet, conformément aux pratiques de TC Énergie en ce qui concerne le respect de la Loi canadienne anti-pourriel, et ce avant de transmettre une communication. Un tel consentement est requis pour toute communication commerciale par voie électronique/Internet envoyée depuis et reçue par une adresse courriel canadienne, ce qui inclut les messages envoyés depuis les États-Unis ou le Mexique et reçus au Canada. Les messages envoyés depuis les États-Unis et le Mexique et reçus uniquement dans ces pays ne sont pas affectés.
- 10.2 Dans le cas où les destinataires externes se désabonnent de l'envoi par TC Énergie de communications par voie électronique/Internet, aucun envoi électronique ne peut être effectué par TC Énergie au-delà de dix (10) jours après la date à laquelle la demande de désabonnement a été effectuée.

Votre responsabilité

Personnel doit respecter toutes les dispositions applicables ainsi que l'esprit et l'intention de ce document de gouvernance de l'entreprise, et aider toute personne à faire de même. Personnel doit signaler rapidement toute infraction présumée ou réelle de ce document de gouvernance de l'entreprise au moyen des [canaux](#) disponibles pour permettre à TC Énergie d'enquêter et de traiter la situation de manière appropriée. Personnel qui ne respecte pas ce document de gouvernance de l'entreprise, ou qui autorise sciemment des personnes sous sa supervision à ne pas le respecter, peut se voir imposer des mesures correctives appropriées, pouvant aller jusqu'à la résiliation de l'emploi ou du contrat, le cas échéant, conformément aux documents de gouvernance de l'entreprise de la société, aux pratiques d'emploi, aux contrats, aux conventions collectives et aux processus.

Interprétation et administration

La société a l'entière discrétion d'interpréter, d'administrer et d'appliquer ce document de gouvernance de l'entreprise, et de le modifier en tout temps afin de répondre aux exigences juridiques ou aux circonstances d'affaires qui pourraient être ajoutées ou modifiées.

Absence de représailles

TC Énergie soutient et encourage les employés et les entrepreneurs à signaler les cas présumés de violations liées aux documents de gouvernance de l'entreprise, aux lois, règlements et autorisations qui s'appliquent, ainsi que les dangers, les risques, les incidents liés à la santé et à la sécurité ou à l'environnement et les quasi-incidents. De tels signalements doivent être faits par l'entremise des [canaux](#) disponibles. TC Énergie prend chaque signalement au sérieux et mène une enquête pour établir les faits et, lorsque cela se justifie, apporte des améliorations à ses documents et pratiques de gouvernance d'entreprise. Tous les employés et entrepreneurs qui effectuent des signalements de bonne foi seront protégés contre les représailles, et tous les employés et entrepreneurs doivent signaler toute situation où eux-mêmes ou une personne qu'ils connaissent font ou ont fait l'objet de représailles pour avoir fait un signalement. Le signalement de bonne foi ne protège pas les employés et entrepreneurs qui font intentionnellement des déclarations fausses ou malveillantes ou qui cherchent à se faire exonérer des conséquences de leur propre négligence ou faute intentionnelle en effectuant un signalement.

Définitions

Contenu de la société signifie le matériel, y compris, sans toutefois s'y limiter, les graphiques, les citations de documents imprimés et d'autres matériels visuels, et des informations de la Société.

Contenu inapproprié signifie tout contenu offensant, diffamatoire, illégal ou inapproprié.

Déclaration de bonne foi signifie un rapport ouvert, honnête, juste et raisonnable sans malveillance ni motif secret.

Événements publics signifie des événements y compris les conférences, salons professionnels, salons de recrutement, discussions en groupe, portes ouvertes et réunions d'associations d'industries.

GLC signifie le Groupe de leadership des cadres de TC Énergie.

Lois sur les valeurs mobilières signifie les lois, règlements et normes relatifs aux marchés des valeurs mobilières et aux transmissions de rapports, y compris ceux des autorités de réglementation des valeurs mobilières du Canada et des É.-U., et les bourses de Toronto et New York.

Marque signifie l'identité visuelles, y compris les images, le ton, les couleurs, les polices de caractères utilisés par TC Énergie pour toutes les communications internes et externes, et le matériel de marketing, comme décrits dans le Manuel des exigences professionnelles de marketing de TC Énergie.

Média signifie toute partie en média traditionnel (radio/télévision/journal) et numérique, y compris les médias sociaux.

Médias sociaux signifie les sites Web et les applications, y compris les blogues, les forums de réseautage social comme Facebook et Twitter, LinkedIn et les sites de partage de photos/vidéos qui permettent aux utilisateurs de créer et partager du contenu, ou participer au réseautage social.

Membres du personnel signifie les employés à temps plein, temporaires et à temps partiel, et les entrepreneurs.

Normes visuelles signifie les normes approuvées par le service des communications.

TC Énergie ou **l'entreprise** désigne TC Énergie Corporation, ses filiales en propriété exclusive et les entités qu'elle exploite.

Références

Documents de gouvernance de l'entreprise et documents de soutien

- Code d'Éthique Professionnelle de TC Énergie
- Politique à l'intention des employés et des initiés sur les transactions
- Politique En Matière De Contributions Et d'activités Politiques
- Politiques de divulgation publique
- Politique d'utilisation Acceptable
- Politiques sur la protection de renseignements personnels
- Service des communications

Autres références

- Conseils pour les médias sociaux

Pour nous joindre

- [Questions et commentaires relatifs à la politique](#)

Canaux de signalement de TC Énergie

- [Assistance téléphonique concernant l'éthique](#)
- [Conformité de l'entreprise](#)
- [Vérification interne](#)
- Ressources humaines
- Service juridique
- Coordonnateurs de la conformité