

**Whistleblower-järjestelmästä tiedottaminen sidosryhmille**

Vaikka itse whistleblower-järjestelmän teknisen osan toteuttaminen voi olla suhteellisen yksinkertaista, on olemassa myös muita haastavampia näkökohtia, jotka on otettava huomioon, jotta kanava toimisi ihanteellisesti. Siksi on tärkeää, että sisäisten ja ulkoisten sidosryhmien kanssa viestitään asianmukaisesti järjestelmän käyttöönoton aikana.

**Ilmoituskanavien käyttöönottoon liittyvät keskeiset sidosryhmät**

Yrityksen on ensin harkittava huolellisesti, mille sidosryhmille ilmoituskanavasta tiedotetaan. Usein on tarpeen ajatella laajemmin kuin ensin vaikuttaa riittävältä.

Lähes kaikki sidosryhmät, sekä sisäiset että ulkoiset, ovat merkityksellisiä. EU-alueen yritysten osalta yksi ​laaja-alaisen viestintätarpeen perustoista on uusi direktiivi, joka on pantava täytäntöön kussakin maassa ennen vuoden loppua.

Se velvoittaa yritykset suojelemaan sekä sisäisiä että ulkoisia sidosryhmiä, jotka voivat ilmoittaa epäillyistä väärinkäytöksistä yrityksessä.

Uusi laki kattaa muun muassa työntekijät, entiset työntekijät, harjoittelijat, osakkeenomistajat, vapaaehtoiset, liikekumppanit ja asiakkaat, jotka tulevat tietoisiksi työhön liittyvästä laittomasta toiminnasta. Lisäksi henkilöitä, jotka avustavat väärinkäytöksistä ilmoittamisessa, ja ilmoittajaan yhteydessä olevia kolmansia osapuolia, jotka saattavat kokea vastatoimia työhön liittyvissä yhteyksissä, kuten ilmoittajan työtovereita tai sukulaisia, suojellaan myös oikeudellisesti.

Lakisääteisen tiedotusvelvoitteen lisäksi ilmoituskanavasta tiedottamisesta on monia muitakin etuja.

**Viestinnän yleinen tarkoitus**

Viestinnän yleistavoitteena olisi oltava:

* Rakentaa luottamusta yritykseen ja järjestelmään.
* Korostaa ilmoituskanavan arvoa ja tarkoitusta avoimuuden lisääjänä.
* Vähentää riskejä ja tappioita ja ehkäistä laitonta toimintaa mieluummin ennemmin kuin myöhemmin.
* Edistää ilmoituskanavaa yrityksen perusarvojen ja käyttäytymissääntöjen vahvistajana.
* Toivottaa ilmoittajat tervetulleiksi ja korostaa, että vilpittömässä mielessä toimivia pidetään luotettavia ja rohkeina.

**Viestintä sisäisille sidosryhmille**

Kun on kyse sisäisistä sidosryhmistä, erityisesti yrityksen työntekijöistä, on selvää, että monet työntekijät eivät uskalla tehdä ilmoituksia, koska he pelkäävät vastatoimia tai luulevat, että ilmoitus ei johda todellisiin toimiin. Tämän seurauksena yritykset eivät usein saa haltuunsa tärkeitä tietoja, joita ne tarvitsevat estääkseen sopimattoman tai laittoman toiminnan. Työntekijöille suunnatun viestinnän tavoitteena on siis suurelta osin rakentaa luottamusta ilmoituskanavaan ja siihen liittyvään prosessiin sekä yritykseen eettisesti houkuttelevana työpaikkana, jossa on mahdollisuus parantaa toimintakulttuuria muun muassa ”puhaltamalla pilliin”.

Ennen ilmoituskanavan käyttöönottoa yrityksessä kysytään usein, saako se ylipäätään aihetta koskevia ilmoituksia. Tutkimukset osoittavat, että yritykset saavat yleensä tällaisia ilmoituksia, ainakin silloin, kun ne tiedottavat kanavasta tehokkaasti. Näin yrityksillä on ihanteellinen mahdollisuus saada oikeanlaisia ilmoituksia eikä esimerkiksi ilmoituksia, jotka olisi tehtävä yrityksen muiden valituskanavien kautta.

**Viestintä ulkoisille sidosryhmille**

Ulkoisten sidosryhmien, kuten alihankkijoiden, asiakkaiden, kumppaneiden ja sijoittajien, osalta on korostettava kahta tärkeää etua. Ensinnäkin ilmoituskanavan käyttöönotto voi osoittaa, että yritys suhtautuu vakavasti liiketoiminnan etiikkaan ja haluaa toimia rehellisesti. Tämä on arvokasta yrityksen profiilin kannalta, ja erityisesti sijoittajat ovat yhä kiinnostuneempia aiheesta.

Toiseksi ilmoituskanavan käyttöönotto voi korvata tehokkaasti johdon todellisen läsnäolon arvoketjun syrjäisillä alueilla esimerkiksi kansainvälisissä yrityksissä, joilla on maailmanlaajuiset toimitusketjut.

Ulkopuoliset osapuolet voivat olla arvokkaita mahdollisia ilmoittajia. Ilmoitusmahdollisuuden tarjoaminen ulkopuolisille osapuolille laajentaa siten yrityksen vaikutuspiiriä ja osoittaa, että yritys on vakavasti kiinnostunut siitä, epäileekö asiakas tai tavarantoimittaja väärinkäytöksiä tai laittomuuksia.

**Viestintään on sisällyttävä useita osatekijöitä**

Auta sidosryhmiä tuntemaan olonsa turvalliseksi raportoinnin yhteydessä:

* Mahdollista nimettömät ilmoitukset ja tiedota seuranta- ja tutkintaprosessista.
* Korosta järjestelmän turvallisuusnäkökohtia, kuten tietojen salausta ja tietosuojaa, salasanoja ja sitä, että ilmoittajien henkilöllisyyttä ei voida jäljittää.
* Viesti, että ilmoittaminen on mahdollista missä ja milloin tahansa valitsemasi alustan kautta.
* Viestitä selkeästi, että vilpittömässä mielessä tehtyihin ilmoituksiin ei saa kohdistaa vastatoimia. Tällaisessa tapauksessa vastatoimet ovat laittomia ja voivat johtaa seuraamuksiin yritykselle.

Yrityksen olisi myös koulutettava työntekijöitä sisäisesti, jotta ilmoitukset olisi laadittu oikealla tavalla. Työntekijöille on annettava:

* Selvitys siitä, mitä pidetään whistleblower-tapauksena sekä oikeudellisesti että sisäisten käytäntöjen ja ohjeiden mukaan, verrattuna muihin asioihin, jotka on ilmoitettava muiden prosessien tai kanavien kautta.
* Kuvaus siitä, mitä tietoja ilmoitus sisältää ja
* tiedot siitä, että yritys ja ilmoituksen käsittelyyn nimetty ulkoinen toimija käsittelevät tapaukset huolellisesti.
* Kuvaus siitä, mitä ilmoituksille tapahtuu, kun ne on vastaanotettu.
* Tiedotus määräajoista, joiden kuluessa ilmoittaja voi odottaa saavansa vastaanottoilmoituksen ja palautteen.
* Yksityiskohtaiset tiedotilmoitusten hallinnointiin nimetyistä henkilöistä tai ulkoisista toimijoista.

Lakisääteiset vaatimukset:

* Yritysten on kerrottava, että ilmoittaja voi kääntyä myös ulkoisten kanavien, kuten toimivaltaisten viranomaisten, puoleen ja saada silti suojaa ilmoittajana.
* Ilmoituskäytäntöjen piirissä oleville työntekijöille on tiedotettava ilmoituskanavasta.

**Järjestelmästä voidaan tiedottaa monin eri tavoin**

Viestintä sisäisille sidosryhmille:

* Yrityksen internetissä ja intranetissä.
* Yrityksen eettisissä ohjeissa.
* Uusien työntekijöiden perehdyttämismateriaalissa.
* Järjestämällä aiheeseen liittyviä koulutusohjelmia ja seminaareja.
* Julkistamalla asianmukainen ilmoituskäytäntö.

Viestintä ulkoisille sidosryhmille:

* Yrityksen verkkosivustolla.
* Yrityksen alihankkijoiden eettisissä ohjeissa ja asiakasuutiskirjeissä.
* Yrityksen yhteiskuntavastuuta koskevassa viestinnässä, sijoittajille suunnatuissa tiedotteissa, tilinpäätöksissä jne.