

**Communication avec les parties prenantes concernant le dispositif de signalement**

***Dernière mise à jour [2023]***

Si la mise en œuvre de l’aspect technique du dispositif de signalement peut être relativement simple, d’autres aspects de l’optimisation des avantages du dispositif sont plus compliqués et doivent être abordés. Il est donc essentiel d’établir une communication appropriée avec les parties prenantes internes et externes pendant la mise en œuvre du dispositif.

**Parties prenantes essentielles en rapport avec l’introduction de dispositifs de signalement**

L’entreprise doit d’abord examiner attentivement quelles parties prenantes doivent être informées du dispositif de signalement. Il est souvent nécessaire de penser de manière plus large que ce qui semble suffisant au premier abord.

Presque toutes les parties prenantes, tant internes qu’externes, sont concernées. Pour les entreprises de l’UE, l’une des ​raisons d’adopter une approche large de la communication est l’adoption d’une nouvelle directive qui doit être mise en œuvre dans chaque pays avant la nouvelle année 2021-22.

Elle introduit l’obligation pour les entreprises de protéger les parties prenantes internes et externes qui agissent comme lanceurs d’alerte en raison d’actes répréhensibles présumés au sein de l’entreprise.

La nouvelle directive couvre, entre autres, les employés, anciens employés, stagiaires, actionnaires, bénévoles, fournisseurs et clients qui ont connaissance d’un comportement illégal dans un contexte professionnel. En outre, les personnes qui aident à dénoncer des actes répréhensibles et les tiers associés au lanceur d’alerte qui peuvent subir des représailles dans un contexte professionnel, tels que les collègues ou les parents d’un lanceur d’alerte, sont également protégés par la loi.

En plus de l’obligation légale de communiquer sur le dispositif, il existe de nombreux autres avantages à instaurer une communication adéquate sur le dispositif de signalement.

**Objectifs généraux de la communication**

Les objectifs généraux de la communication devraient être les suivants :

* renforcer la confiance dans l’entreprise et le dispositif,
* mettre l’accent sur la valeur et la finalité du dispositif pour accroître la transparence,
* réduire les risques et les pertes et prévenir les activités illégales le plus tôt possible,
* promouvoir le dispositif en tant qu’outil de renforcement des valeurs fondamentales et du code de conduite de l’entreprise,
* accueillir les lanceurs d’alerte et souligner que ceux qui agissent de bonne foi sont considérés comme loyaux et courageux.

**Communication avec les parties prenantes internes :**

Lorsqu’il s’agit de parties prenantes internes, notamment les employés d’une entreprise, il est clair que la raison pour laquelle de nombreux employés ont peur d’agir en tant que lanceurs d’alerte est qu’ils craignent des représailles ou qu’ils pensent qu’aucune réponse réelle ne sera donnée à ce qu’ils ont signalé. En conséquence, les entreprises passent souvent à côté d’informations importantes dont elles ont besoin pour mettre fin à des comportements inappropriés ou illégaux en leur sein même. Une grande partie de la communication avec les employés doit donc viser à instaurer la confiance dans le dispositif de signalement et le processus qui l’entoure, ainsi qu’à instaurer la confiance dans l’entreprise en tant que lieu de travail attrayant sur le plan éthique, où il est possible d’améliorer la culture et autres aspects en tirant la sonnette d’alarme.

Avant de mettre en place un dispositif de signalement dans une entreprise, on se pose souvent la question de la pertinence des signalements qui seront recueillis. Les recherches montrent que les entreprises – du moins lorsqu’elles mettent en œuvre une communication efficace sur le dispositif – reçoivent généralement de tels signalements. Les entreprises optimisent ainsi la possibilité de recevoir le bon type de signalement plutôt que des signalements qui devraient être faits par d’autres voies de recours en leur sein.

**Communication avec les parties prenantes externes :**

En ce qui concerne les parties prenantes externes, notamment les fournisseurs, les clients, les partenaires et les investisseurs, deux avantages majeurs sont à souligner. Premièrement, la mise en œuvre d’un dispositif de signalement permet de montrer que l’entreprise prend au sérieux la déontologie et souhaite faire preuve d’intégrité. C’est un élément précieux pour le profil d’une entreprise, auquel les investisseurs, en particulier, s’intéressent de plus en plus.

Deuxièmement, l’introduction d’un dispositif de signalement peut remplacer efficacement la présence effective de la direction dans des zones éloignées de la chaîne de valeur, par exemple dans les entreprises internationales dont les chaînes d’approvisionnement sont mondiales.

Dans ce cas, les parties externes peuvent s’avérer précieuses en tant que lanceurs d’alerte potentiels. La mise en place d’un dispositif d’alerte pour les parties externes étend ainsi la portée de l’entreprise et montre qu’elle est sérieusement intéressée à savoir si un client ou un fournisseur soupçonne un acte répréhensible ou une illégalité.

**La communication doit comprendre un certain nombre d’éléments**

Aider les parties prenantes à se sentir en confiance pour signaler les choses :

* Permettre le signalement anonyme et communiquer le processus de suivi et d’enquête
* Souligner les aspects liés à la sécurité du dispositif, notamment le cryptage des données et leur protection, les mots de passe, l’absence de traçabilité de l’identité des lanceurs d’alerte, etc.
* Communiquer sur le fait que les signalements peuvent être effectués à tout moment et en tout lieu via la plateforme de leur choix.
* Communiquer clairement qu’il n’y aura pas de représailles en ce qui concerne les signalements faits de bonne foi, que cela serait illégal et pourrait entraîner des sanctions pour l’entreprise.

L’entreprise doit également procéder à la formation interne des employés afin de recueillir le bon type de signalement. À cet égard, les employés devraient obtenir :

* une explication de ce qui est considéré comme une affaire de signalement, tant sur le plan juridique qu’en termes de politiques et de directives internes, par opposition aux affaires qui devraient être signalées par d’autres processus ou canaux,
* une description des informations qui doivent être incluses dans le signalement, et
* l’information selon laquelle les dossiers sont traités avec diligence par l’entreprise et la partie externe désignée pour traiter le signalement,
* une description de ce qui se passe avec les signalements une fois qu’ils ont été reçus,
* la communication des délais dans lesquels un lanceur d’alerte peut s’attendre à recevoir un accusé de réception et un retour d’information,
* les coordonnées des ​personnes ou acteurs externes désignés pour gérer les signalements.

Exigences légales :

* les entreprises sont tenues de faire savoir qu’un lanceur d’alerte peut utiliser des canaux externes, par exemple en contactant les autorités compétentes, et continuer à être protégé en tant que lanceur d’alerte
* il existe une obligation d’informer les employés sur le dispositif dans une politique de signalement.

**L’information relative au dispositif peut être diffusée par plusieurs canaux possibles**

 Communication avec les parties prenantes internes :

* sur l’internet et l’intranet de l’entreprise,
* dans le code de conduite de l’entreprise,
* dans le matériel d’accueil des nouveaux employés et
* l’organisation de séminaires et de programmes de formation appropriés,
* la publication d’une politique adéquate en matière de signalement.

Communication avec les parties prenantes externes :

* sur le site Web de l’entreprise,
* dans le code de conduite de l’entreprise destiné aux fournisseurs, les newsletters pour les clients
* dans les communications concernant les performances de l’entreprise en matière de RSE, les mises à jour destinées aux investisseurs, les états financiers annuels, etc.