

**Kommunikation om visselblåsarsystemet för intressenter**

Även om genomförandet av den tekniska delen av systemet för visselblåsning i sig kan vara relativt okomplicerat, finns det andra aspekter av att optimera fördelarna med systemet som måste tas upp och som är svårare. Det är därför viktigt att det finns en lämplig kommunikation med interna och externa intressenter under genomförandet av systemet.

**Viktiga intressenter i samband med införandet av system för visselblåsning**

Företaget bör först noggrant överväga vilka intressenter som bör få kännedom om systemet för visselblåsning. Det är ofta nödvändigt att tänka bredare än vad som verkar tillräckligt vid första anblicken.

Nästan alla intressenter, både interna och externa, är relevanta. För EU-företagen är en av de viktigaste ​skälen till en bred strategi för kommunikation, att ett nytt direktiv har antagits som ska genomföras i varje land vid årsskiftet 2021–2022.

Det inför en skyldighet för företag att skydda både interna och externa intressenter som agerar som visselblåsare i samband med misstänkta oegentligheter i företaget.

Kravet på visselblåsarsystem gäller medarbetare, men företaget kan besluta att även andra kan använda systemet, till exempel tidigare anställda, praktikanter, aktieägare, volontärer, leverantörer och kunder som får kännedom om olagligt beteende i arbetet. Dessutom är personer som hjälper till att rapportera missförhållanden och tredje parter som är associerade med visselblåsaren, och som kan drabbas av repressalier i ett arbetsrelaterat sammanhang, t.ex. kollegor eller släktingar till en visselblåsare, också rättsligt skyddade.

Förutom den rättsliga skyldigheten att informera om systemet finns det många andra fördelar med att upprätta en ordentlig kommunikation om systemet för visselblåsning.

**Kommunikationens övergripande syfte**

Det övergripande syftet med kommunikationen bör vara att

* bygga upp ett förtroende för företaget och systemet
* att betona systemets värde och syfte för att öka transparensen
* minska risker och förluster och förhindra olaglig verksamhet i ett tidigt skede
* främja systemet som en förstärkare av företagets kärnvärden och uppförandekod
* välkomna visselblåsare och betona att de som agerar i god tro betraktas som lojala och modiga.

**Kommunikation med interna intressenter**

När det gäller interna intressenter, i synnerhet företagets anställda, är det tydligt att många anställda är rädda för att agera som visselblåsare av rädsla för repressalier eller för att de tror ​att inga åtgärder kommer att vidtas med anledning av rapporten. Detta leder till att företagen ofta går miste om viktig information som de behöver för att stoppa olämpligt eller olagligt beteende i verksamheten. En stor del av kommunikationen till de anställda syftar därför till att bygga upp ett förtroende för systemet för visselblåsare och processen kring det, och för företaget som en etiskt attraktiv arbetsplats, där det finns en möjlighet att förbättra kulturen osv. genom att ”blåsa i visselpipan”.

Innan ett system för visselblåsare införs i ett företag ifrågasätts det ofta om företaget överhuvudtaget kommer att ta emot relevanta rapporter. Forskning visar att företagen – åtminstone när de genomför en effektiv kommunikation om systemet – vanligtvis får sådana rapporter. Detta optimerar företagens möjligheter att ta emot rätt typ av rapporter, i stället för t.ex. rapporter som borde göras via andra kanaler för klagomål inom företaget.

**Kommunikation med externa intressenter**

När det gäller externa intressenter, inklusive leverantörer, kunder, partner och investerare, finns det två stora fördelar att lyfta fram. För det första kan införandet av ett system för visselblåsning visa att företaget tar affärsetik på allvar och vill vara ett företag med integritet. Detta är värdefullt för företagets profil och något som särskilt investerare är alltmer intresserade av.

För det andra kan införandet av ett system för visselblåsning vara en effektiv ersättning för ledningens faktiska närvaro i avlägsna delar av värdekedjan, till exempel i internationella företag med globala leveranskedjor.

Här kan externa parter vara värdefulla som potentiella visselblåsare. Genom att inrätta en visselblåsningsfunktion för externa parter utökar företaget sin räckvidd och visar att det är seriöst intresserat av att få veta om en kund eller leverantör misstänker missförhållanden eller olagligheter.

**Kommunikationen måste innehålla ett antal element**

Hjälp intressenterna att känna sig trygga när de anmäler:

* Tillåt anonym anmälan och informera om uppföljnings- och utredningsprocessen.
* Lyft fram säkerhetsaspekterna av systemet, inklusive kryptering av uppgifter och dataskydd, lösenord, ingen spårbarhet av visselblåsarnas identitet.
* Meddela att rapportering kan göras när som helst, var som helst, via den plattform som vederbörande väljer.
* Meddela tydligt att det inte kommer att förekomma några repressalier i samband med rapportering som gjorts i god tro och att detta är olagligt och kan leda till sanktioner för företaget.

Företaget bör också utbilda sina anställda internt så att de får rätt typ av rapporter. De anställda bör få

* en förklaring av vad som räknas som ett visselblåsarärende, både juridiskt och när det gäller interna policyer och riktlinjer, i motsats till frågor som ska rapporteras genom andra processer eller kanaler.
* en beskrivning av den information som ska ingå i rapporten
* information om att ärendena hanteras noggrant av företaget och den externa aktör som utsetts att hantera rapporten
* en beskrivning av vad som händer med rapporter när de väl har mottagits
* ett meddelande om de tidsramar inom vilka en visselblåsare kan förvänta sig att få en bekräftelse på mottagandet och återkoppling
* uppgifter om ​de personer eller externa aktörer som utsetts att hantera rapporterna.

Rättsliga krav:

* Företagen måste informera om att en visselblåsare kan vända sig till externa kanaler, t.ex. behöriga myndigheter, och fortfarande få skydd som visselblåsare.
* Det finns en skyldighet att informera de anställda om systemet i en visselblåsarpolicy.

**Det finns ett antal möjliga informationskanaler om systemet**

 Kommunikation med interna intressenter

* på företagets internet och intranät
* i företagets uppförandekod
* i material för introduktion av nya anställda
* anordnande av lämpliga utbildningsprogram och seminarier
* offentliggörande av en lämplig policy för visselblåsning.

Kommunikation med externa intressenter

* företagets webbplats
* i företagets uppförandekod för leverantörer, kundbrev
* i kommunikationen om företagets CSR-resultat, i uppdateringar för investerare, i årsredovisningar osv.