

Les améliorations apportées par la loi Lanceurs d'alerte

La loi du 21 mars 2022 visant à améliorer la protection des lanceurs d'alerte, dite « loi Wasserman », impose aux entreprises de mettre en place de nombreuses mesures depuis le 1^{er} septembre 2022. Les principales avancées du texte ont été évoquées lors d'une conférence organisée le 18 octobre dernier par l'IRC (Institut Risk et Compliance).

Première avancée évoquée par Sylvain Wasserman, ancien vice-président de l'Assemblée nationale, auteur et rapporteur de la loi : la définition plus large des lanceurs d'alerte. « Tout le monde peut être lanceur d'alerte ». La recevabilité des alertes est également assouplie : auparavant, le lanceur d'alerte devait agir de manière désintéressée. Désormais, la loi prévoit que le lanceur d'alerte agit sans contrepartie financière. Mais attention, prévient Sylvain Wasserman, « la dénonciation calomnieuse reste un délit pénal. Si c'est pour nuire à l'entreprise, le lanceur d'alerte risque gros ». En effet, [l'article 226-10](#) du code pénal prévoit une peine de 5 ans d'emprisonnement et de 45 000 € d'amende pour l'auteur de l'infraction. L'extension des personnes qui peuvent être considérées comme lanceurs d'alerte est un réel progrès, approuve Pierrick le Goff, associé chez De Gaulle Florance. « Les administrateurs, les actionnaires peuvent lancer une alerte », se réjouit-il. « Ces personnes ont des liens avec la société mais ne vivent pas dans la société au jour le jour. Le champ a été étendu aux tiers contractants, aux partenaires d'affaires : c'est une avancée majeure ».

Mettre de la concurrence entre les deux canaux

Comme toute nouvelle réglementation, des questions ont été soulevées par les grands acteurs du monde de l'entreprise et certaines craintes ont pu être émises par les grands groupes. Résumées par Antoine LABAUNE, expert en compliance et ancien conseil de dirigeants du CAC 40, « la crainte principale perçue par un certain nombre d'acteurs tient au fait qu'en ouvrant le choix entre canal interne et externe, il y ait suppression pure et simple du recours au canal interne et donc un risque d'une accélération des dérives causées par le "tribunal médiatique" et les risques réputationnels que cela entraîne ».

Interrogé sur ce point Sylvain Wasserman a souhaité rassurer en expliquant que « en tant qu'ancien chef d'entreprise, cela change tout. J'ai fait le choix de mettre de la concurrence entre les deux canaux et de laisser les chefs d'entreprise le plus libres possible dans la mise en place du dispositif d'alerte ». Le [décret relatif à la procédure de recueil et de traitement des signalements émis par les lanceurs d'alerte](#) prévoit d'ailleurs l'obligation pour l'entreprise de traiter l'alerte dans un délai imparti, souligne Sylvain Wasserman. Dans les 7 jours suivant le signalement, elle devra envoyer un accusé de réception au lanceur d'alerte. « Attention, si l'alerte n'est pas traitée, la sanction sera immédiate : les lanceurs d'alerte iront en externe, prévient Sylvain Wasserman. Le dirigeant a donc tout intérêt à créer un canal interne efficace ».

Sylvain Wasserman ajoutait que : « On a trouvé un équilibre avec les organisations patronales et les ONG. D'une part, les entreprises ont la liberté d'organiser leur canal interne et la consultation des IRP n'est pas obligatoire. D'autre part, le statut de facilitateur (*ndlr : qui offre une protection à l'entourage du lanceur d'alerte*) est défini », se félicite Sylvain Wasserman.

« Nous sommes dans une nouvelle phase d'ébullition de la loi. Les entreprises en dessous des seuils définis par la loi Sapin II n'avaient pas de dispositif d'alerte », souligne Pierrick Le Goff. « On a fait le constat positif que de nombreuses sociétés se sont réveillées sur l'obligation d'avoir un dispositif ».

Aujourd'hui, avec l'entrée en vigueur du décret, « les acteurs se sentent obligés de se repencher sur leur dispositif. Les entreprises se reposent la question du champ d'application de leur dispositif d'alerte », se félicite-t-il.

« Un salarié qui lance une alerte, c'est un acte de loyauté »

Selon Natacha Le Cellier, associée au sein du cabinet Flichy Granger, les entreprises ne doivent pas « voir la loi comme une nouvelle contrainte mais en tirer des opportunités ». Au contraire, les entreprises ont « intérêt à rendre le dispositif attractif sinon les salariés exerceront leur signalement via le canal externe ». Pour ce faire, elle préconise de « s'assurer que les personnes vers qui les alertes sont dirigées sont vraiment reconnues comme indépendantes et ayant des moyens d'action ». Notamment, de ne « pas négliger l'accompagnement du middle management, qui doit être rassuré et outillé ».

« Les RH devront être impliqués dès le départ » dans la réflexion concernant la mise à jour du dispositif, ajoute l'avocate. « Ils sont les garants de l'éthique du quotidien. Ils ont un rôle important à jouer dans la culture de l'entreprise ».

Enfin, « la compliance doit être portée par le dirigeant qui doit en voir les bénéfices. Les entreprises doivent passer le cap de se dire qu'une alerte constitue de la dénonciation. Un salarié qui lance une alerte, c'est un acte de loyauté », conclut l'avocate.