

« Lanceurs d’alerte » : quelle perception de la part des salariés ?

Enquête Harris Interactive pour Transparency International France et Tilder

Enquête réalisée en ligne du 5 au 9 novembre 2015. Échantillon de 902 personnes représentatif des salariés âgés de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, secteur public/privé et région de l’interviewé(e).

*_**

Transparency International France et Tilder ont demandé à Harris Interactive de réaliser une étude auprès d’un échantillon représentatif de **salariés âgés de 18 ans** et plus pour connaître le regard qu’ils portent sur les « **lanceurs d’alerte** » et sur la **corruption en entreprise** ainsi que la façon dont ils réagiraient face à la **découverte d’un acte de corruption sur leur lieu de travail**.

Ce qu’il faut retenir :

- Les salariés associent la corruption en entreprise en premier lieu à **l’argent** et dans une moindre mesure à un **jugement moral négatif**. De plus, ils mettent **plus souvent en cause les dirigeants** de l’entreprise que leurs collègues salariés.
- Les pots-de-vin, les détournements de fond, la falsification de documents et la fraude fiscale constituent les actes les plus fréquemment associés à la corruption en entreprise par les salariés.
- Témoins d’un acte de corruption sur leur lieu de travail, **83% des salariés en parleraient**. 63% d’entre eux en parleraient en interne quand **38% en parleraient en externe**. Les premiers privilégieraient leurs collègues (39%), alors même qu’ils n’ont pas « compétence » pour agir, plutôt que leurs supérieurs hiérarchique (32%) tandis que les seconds préféreraient se tourner vers des associations ou des organismes spécialisés (22%), des acteurs étatiques comme la police (16%) ou le procureur de la république (13%).
- **La majorité des salariés déclarant qu’ils seraient prêts à en parler** ne le ferait qu’en cas de garantie de **confidentialité ou d’anonymat**. Cette garantie constitue même une condition nécessaire pour 20% d’entre

eux. Les salariés qui en parleraient le plus librement, bien que minoritaires (18%), sont souvent les plus « protégés » (par leur statut, leur âge, leurs revenus...).

- **Le sentiment d'une faible portée de cet acte (40%) et la peur des conséquences (39%)** apparaissent comme les principaux freins empêchant de libérer la parole des salariés face à un acte de corruption, évoqués par les 15% de salariés qui déclarent qu'ils ne parleraient pas d'une telle situation.

Dans le détail :

Les salariés associent spontanément la corruption en entreprise à l'argent et dans une moindre mesure à une condamnation morale

Invités dans le cadre d'une question ouverte à évoquer toutes les idées qui leur viennent à l'esprit quand ils pensent à la corruption en entreprise, les salariés évoquent principalement **l'argent** et des termes qui renvoient à cette notion (pots-de-vin, abus, blanchiment...). Ils expriment aussi un **jugement spontané moral négatif** envers cette pratique qui s'exprime par des termes comme « inadmissible », « injustice », « lamentable », « honteux » ou encore « pourri ». Il est enfin à noter que les salariés **associent plus la corruption aux dirigeants d'entreprise qu'à leurs collègues**, le terme « patron » revenant plus souvent que celui de « salariés ».

Les pots-de-vin, les détournements de fond, la falsification de documents et la fraude fiscale constituent des actes de corruption pour une très large majorité de Français

Figurent parmi les actes les plus souvent associés par les Français à de la corruption, les pots-de-vin, « bakchich », dessous-de-table (94%), les détournements de fonds (88%), la falsification de documents (85%) et la fraude fiscale (80%). L'accès à un poste à responsabilités d'une personne proche, famille ou amis, sans prendre en compte ses compétences (79%), l'usage abusif de notes de frais ou d'une voiture de fonction (76%) et les conflits d'intérêts (71%) sont également perçus comme des actes de corruption mais dans une moindre mesure. Enfin, les salariés se montrent un peu moins unanimes lorsqu'il s'agit de considérer l'embauche, le paiement d'une personne « au noir » (65%) et encore le piston, l'obtention de quelque chose grâce à ses relations (59%) comme des actes de corruption.

Face à un acte de corruption sur leur lieu de travail, une majorité de salariés indiquent qu'ils en parleraient à quelqu'un

Plus de **8 salariés interrogés sur 10** déclarent que, **témoins d'un acte de corruption sur leur lieu de travail, ils en parleraient** (83%) contre **15%** d'entre eux qui n'en **parleraient à personne**. Il est à noter que les CSP+ (88%), les fonctionnaires (91%) et les salariés travaillant dans les services (88%) sont ceux qui se déclarent les plus susceptibles de dénoncer des actes de corruption.

On peut remarquer que près de deux tiers des salariés qui seraient prêts à dénoncer un acte de corruption au sein leur entreprise **en parlerait en interne (63%)** quand **38% préféreraient s'adresser à quelqu'un d'extérieur à l'entreprise**. Les personnes âgées de 50 ans et plus (70%), les CSP+ (70%), les personnes embauchées en CDI (67%) et les salariés travaillant dans les services (69%) sont plus nombreux que la moyenne à déclarer qu'ils en parleraient en interne tandis que les cadres et professions intellectuelles supérieures (46%), les personnes disposant d'un contrat court (49%) et les salariés du secteur public (47%) seraient plus enclins à en parler à l'extérieur.

Au-delà des collègues, **les dirigeants d'entreprise / supérieurs hiérarchiques** arrivent en tête des acteurs aptes à agir dans de telles circonstances, vers qui l'on se tournerait en priorité (32%). Viennent ensuite les **partenaires sociaux, représentants du personnel¹, considérés comme des interlocuteurs utiles par 23% des salariés** (travaillant dans des entreprises de 50 salariés et plus, soit des structures dotées de telles instances représentatives). Les associations, ou des organismes spécialisés dans la lutte contre la corruption (association, avocats, services public, etc.) (22%), la police et la gendarmerie (16%) ou encore le Procureur de la République (ou une autorité judiciaire ou administrative) (13%) émergent de manière secondaire tandis que la presse (6%) ou le recours à Internet (Twitter, Facebook...) (2%) constituent des moyens qui ne seraient mobilisés que de façon marginale.

La garantie d'anonymat ou de confidentialité, un élément déterminant pour une majorité de salariés dans de telles situations

Seuls **18% des salariés** qui parleraient d'actes de corruption dans leur entreprise le feraient dans tous les cas, sans réserve d'anonymat quand **62% déclarent qu'ils ne le feraient qu'avec une garantie de confidentialité** et 20% uniquement de manière anonyme. On remarque que les salariés qui en parleraient le plus librement, bien que minoritaires, sont souvent les plus « protégés » (par leur statut, leur âge, leurs revenus...). Ainsi, c'est le cas des salariés

¹ Cet item était posé uniquement aux salariés d'entreprises de 50 salariés ou plus.

âgés de 50 ans et plus (25%), de ceux disposant de revenus élevés (29%) ou de ceux en CDI (20%) tandis qu'à l'inverse, les salariés âgés de 15-29 ans (33%), touchant moins de 1 000 euros nets par mois (41%), travaillant dans l'industrie (28%) ou en contrat à court terme (38%) sont plus nombreux que la moyenne à déclarer qu'ils ne parleraient que de manière anonyme.

Le sentiment d'une faible portée de cet acte et la peur des conséquences apparaissent comme les principaux freins empêchant de libérer la parole des salariés face à un acte de corruption

Les **principales raisons** évoquées par les salariés qui préféreraient rester discrets dans une telle situation sont d'une part le sentiment que **dénoncer un tel acte serait inutile car aucune suite ne serait donnée (40%)** et dans une proportion quasi équivalente, **la peur des conséquences pour eux-mêmes (39%)**. **Le fait de ne pas savoir à qui s'adresser est mentionné à hauteur de 32% et dans une moindre mesure le fait de ne pas se sentir concerné 21%**. Les hommes sont plus nombreux que la moyenne à penser qu'une telle démarche serait inutile (57% contre 40% en moyenne).

*_**

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut – Harris Interactive –, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international.

Animé par l'énergie de la passion, porté par l'innovation et convaincu que le marché est en pleine mutation, Harris Interactive accompagne ses clients face à leurs nouveaux challenges et repense avec eux le métier des études.

Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur www.harris-interactive.fr, [Facebook](#), [Twitter](#)

Contacts Harris Interactive en France :

Laurence Lavernhe - 39 rue Crozatier - 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy - Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr