

Employee advocacy : comment encadrer les salariés ambassadeurs ?

Réponse courte

L'employee advocacy, qui consiste à encourager les salariés à promouvoir leur entreprise sur les réseaux sociaux, est une pratique autorisée au Luxembourg sous réserve de respecter le **caractère volontaire** de la participation, l'**obligation de loyauté** du salarié (art. L.121-9 Code du travail) et le **RGPD** pour le traitement des données personnelles. L'employeur ne peut ni imposer la participation ni sanctionner le refus d'un salarié de devenir ambassadeur, conformément au principe de **non-discrimination** prévu à l'article L.241-1 du Code du travail.

L'encadrement de l'employee advocacy nécessite la rédaction d'une **charte** définissant les règles de communication, les informations partageables et confidentielles, et les limites de l'engagement. La participation doit être compatible avec le **droit à la déconnexion** (art. L.312-9) et ne peut être exigée en dehors des heures de travail. Si l'employeur met en place une plateforme de contenu destinée aux ambassadeurs, la consultation de la délégation du personnel est recommandée (art. L.414-1). L'employee advocacy se distingue de la communication institutionnelle : les publications des salariés relèvent de leur **liberté d'expression**, encadrée par l'obligation de loyauté et le secret professionnel.

Définition

L'**employee advocacy** (ou programme de salariés ambassadeurs) désigne une démarche structurée par laquelle l'employeur encourage ses salariés à relayer des contenus positifs sur l'entreprise via leurs réseaux sociaux personnels, principalement sur les plateformes professionnelles comme LinkedIn. L'objectif est de renforcer la marque employeur, d'amplifier la visibilité de l'entreprise et d'attirer des talents en s'appuyant sur la crédibilité individuelle des salariés, jugée supérieure à celle de la communication institutionnelle.

L'employee advocacy s'inscrit à la croisée de trois droits : la **liberté d'expression** du salarié (protégée par l'article 11 de la Constitution luxembourgeoise), l'**obligation de loyauté** envers l'employeur (art. L.121-9 du Code du travail, qui impose au salarié de ne pas nuire aux intérêts légitimes de l'entreprise) et le **droit à la vie privée** (le salarié ne peut être contraint d'utiliser ses comptes personnels à des fins professionnelles). Au Luxembourg, aucune disposition légale spécifique ne régit l'employee advocacy, mais l'ensemble des règles du droit du travail, du RGPD et de la liberté d'expression s'appliquent à cette pratique.

Vous cherchez un SIRH adapté au Luxembourg ? myHR centralise vos processus RH dans une solution Made In Luxembourg. [Demander une démo ?](#)

Questions fréquentes

Comment encadrer l'employee advocacy au Luxembourg ?

L'employee advocacy est autorisée sous réserve du caractère volontaire de la participation, de l'obligation de loyauté du salarié (art. L.121-9) et du RGPD pour les traitements de données. L'encadrement nécessite une charte définissant les règles, informations partageables, et limites de l'engagement.

Comment éviter les incitations financières problématiques ?

Proscrire toute incitation financière directe liée aux publications (primes, bonus), qui pourrait transformer le volontariat en obligation déguisée et poser des questions de requalification en temps de travail. Le cadre est strictement volontaire et ne peut être lié à une rémunération.

Comment mesurer l'impact sans pression individuelle ?

Mesurer l'impact par des indicateurs globaux : portée des publications, engagement généré, candidatures reçues via les réseaux sociaux, évolution de la marque employeur. Éviter de mesurer la performance individuelle des ambassadeurs, ce qui transformerait le programme en obligation déguisée.

L'employee advocacy peut-il être exigé hors heures de travail ?

Non, l'activité d'ambassadeur ne peut être exigée en dehors des heures de travail conformément au droit à la déconnexion (art. L.312-9). Proposer des contenus à publier uniquement pendant les heures de travail et accepter que les salariés gèrent librement le moment de publication.

L'employeur peut-il imposer la participation à l'employee advocacy ?

Non, l'employeur ne peut ni imposer la participation ni sanctionner le refus d'un salarié de devenir ambassadeur, conformément au principe de non-discrimination (art. L.241-1). La participation est strictement volontaire et ne peut constituer un critère d'évaluation ni d'avancement.

Quelles règles inclure dans la charte d'employee advocacy ?

La charte doit définir : objectifs du programme, caractère volontaire, types de contenus proposés, règles de diffusion (ton, fréquence, mentions obligatoires), informations confidentielles à ne pas partager, procédure de retrait pour les salariés. Rédigée en français et selon l'effectif en anglais et allemand.

Quels droits du salarié en employee advocacy ?

Le salarié conserve sa liberté d'expression (art. 11 Constitution luxembourgeoise) y compris le droit de ne pas relayer certains contenus, le droit de modifier ou retirer un contenu à tout moment, et le droit de se retirer du programme sans justification ni conséquence sur sa situation professionnelle.

Conditions d'exercice

L'encadrement de l'employee advocacy doit respecter un équilibre entre les intérêts de l'employeur et les droits fondamentaux des salariés.

Condition	Detail
Volontariat	La participation ne peut être imposée ni constituer un critère d'évaluation (principe de non-discrimination, art. <u>L.241-1</u>)
Loyauté	Les publications doivent respecter l'obligation de loyauté du salarié envers l'employeur (art. <u>L.121-9</u>)
Confidentialité	Interdiction de divulguer des informations couvertes par le secret professionnel où la clause de confidentialité
Liberté d'expression	Le salarié conserve sa liberté d'expression, y compris le droit de ne pas relayer certains contenus
Deconnexion	L'activité d'ambassadeur ne peut être exigée en dehors des heures de travail (art. <u>L.312-9</u>)
Protection des données	Si une plateforme centralise les contenus, conformité RGPD obligatoire (art. 6 RGPD)
Non-discrimination	Aucune distinction de traitement entre les salariés qui participent et ceux qui refusent

Modalités pratiques

La mise en place d'un programme d'employee advocacy s'organise en quatre étapes.

1. Élaboration de la charte d'employee advocacy

Rédiger une charte claire et accessible définissant le cadre du programme : objectifs de l'employee advocacy, caractère volontaire de la participation, types de contenus proposés (articles, offres d'emploi, actualités de l'entreprise), règles de diffusion (ton, fréquence, mentions obligatoires), informations confidentielles à ne pas partager, et procédure de retrait pour les salariés souhaitant quitter le programme. La charte doit être rédigée en français et, selon la composition de l'effectif, en anglais et en allemand. Soumettre la charte à la délégation du personnel pour avis.

2. Sélection et formation des ambassadeurs

Lancer un appel à candidatures auprès de l'ensemble des salariés en rappelant le caractère strictement volontaire de la démarche. Former les ambassadeurs aux bonnes pratiques de communication sur les réseaux sociaux : rédaction de publications attractives, règles de confidentialité, gestion des commentaires et des interactions, distinction entre opinion personnelle et communication d'entreprise. Rappeler les limites de l'obligation de loyauté et les conséquences d'une divulgation d'informations confidentielles.

3. Mise à disposition des contenus et animation

Proposer aux ambassadeurs des contenus pré-rédigés où des suggestions de publications qu'ils peuvent adapter à leur style personnel avant de les diffuser. Les salariés doivent rester libres de modifier, de ne pas publier ou de retirer un contenu à tout moment. Animer le programme par des points réguliers, du partage de bonnes pratiques et des retours sur l'impact des publications. Éviter toute forme de classement ou de compétition entre ambassadeurs, qui

pourrait créer une pression indirecte sur les participants.

4. Suivi et évaluation du programme

Mesurer l'impact du programme par des indicateurs globaux : portée des publications, engagement génère, candidatures reçues via les réseaux sociaux, évolution de la marque employeur. Éviter de mesurer la performance individuelle des ambassadeurs, ce qui transformerait le programme en obligation déguisée. Recueillir régulièrement les retours des participants et ajuster le programme en conséquence. Vérifier périodiquement que le caractère volontaire est effectivement respecté et qu'aucune pression directe ou indirecte n'est exercée sur les salariés.

Pratiques et recommandations

Garantir le caractère volontaire du programme à chaque étape, en alignement avec les objectifs de la stratégie RH, et en veillant à ce que ni les managers ni les collègues n'exercent de pression sur les salariés qui ne souhaitent pas participer.

Séparer strictement l'employee advocacy de l'évaluation de la performance : la participation où la non-participation ne doit jamais figurer parmi les critères d'entretien annuel ni influencer les décisions de promotion ou d'augmentation.

Respecter le droit à la déconnexion en ne proposant des contenus à publier que pendant les heures de travail et en acceptant que les salariés gèrent librement le moment de publication.

Proscrire toute incitation financière directe liée aux publications (primes, bonus), qui pourrait transformer le volontariat en obligation déguisée et poser des questions de requalification en temps de travail.

Former les ambassadeurs aux limites de la liberté d'expression dans le contexte professionnel : obligation de loyauté, respect du secret professionnel, interdiction de dénigrement de l'employeur où des concurrents.

Prévoir une procédure de retrait simple et sans justification, permettant à tout salarié de quitter le programme immédiatement et sans conséquence sur sa situation professionnelle.

Cadre juridique

Référence	Objet
Art. <u>L.121-9</u> Code du travail	Obligations de loyauté et de confidentialité du salarié
Art. <u>L.241-1</u> Code du travail	Égalité de traitement et non-discrimination
Art. <u>L.312-9</u> Code du travail	Droit à la déconnexion
Art. <u>L.414-1</u> et s. Code du travail	Information et consultation de la délégation du personnel
Art. <u>L.162-12</u> Code du travail	Règlement intérieur (intégration possible des règles d'employee advocacy)
Art. 11 Constitution luxembourgeoise	Liberté d'expression
Règlement (UE) 2016/679 (RGPD)	Protection des données personnelles
Loi du 1er aout 2018	Organisation de la CNPD et mise en oeuvre du RGPD au Luxembourg

L'employee advocacy repose sur un équilibre délicat entre la marque employeur et les droits fondamentaux des salariés. Le caractère volontaire de la participation est la condition sine qua non de la licéité du programme. Toute forme de pression, de sanction ou de discrimination liée à la participation expose l'employeur à un contentieux devant le tribunal du travail.

Les contenus sont rédigés et mis à jour régulièrement à partir de sources officielles. Leur usage ne remplace pas une consultation juridique et doit être validé par un professionnel du droit.