

Branche de la *Publicité*

Avenant à l'accord de branche de la Convention collective nationale des entreprises de la publicité et assimilées portant modification de l'annexe III relative aux salaires

PRÉAMBULE

Dans la continuité des constats réalisés par les partenaires sociaux dans le cadre de la négociation de l'avenant relatif aux salaires minima conventionnels du 31 janvier 2022, les organisations syndicales de salariés et les organisations professionnelles d'employeurs représentatives dans la branche de la publicité, réunies en Commission Paritaire Permanente de Négociation et d'Interprétation, se sont accordées sur une nouvelle grille de salaires minima conventionnels.

La négociation du présent avenant tient compte des mesures permettant de supprimer les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes, conformément aux dispositions de l'article L.2241-8 du code du travail.

Les parties signataires conviennent que le présent avenant relatif à l'augmentation des salaires minima conventionnels, entrera en vigueur au plus tard à compter de la date de son extension et de façon volontaire, pour les entreprises adhérentes aux organisations signataires du présent avenant, à compter du 1^{er} septembre 2022.

Les parties signataires, ayant posé le constat d'une accélération des évolutions ces derniers mois, conviennent de se réunir, si la situation le nécessite, avant l'ouverture de la prochaine négociation annuelle sur les salaires minima conventionnels.

Eu égard à la finalité poursuivie par les présentes dispositions au vu notamment du principe d'égalité de traitement, les partenaires sociaux ont décidé que les niveaux de salaires minima conventionnels et les mesures visant à supprimer les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes s'appliqueront à l'ensemble des entreprises de la branche, quel que soit leur effectif.

^{DS}
TN

^{DS}
SV

^{DS}
PL

^{DS}
MPB

^{DS}
L F

^{DS}
TJ

^{DS}
FC

Branche de la Publicité

ARTICLE 1 : NIVEAUX DE SALAIRES MINIMA CONVENTIONNELS

Appointements mensuels brut en euros

1^{ère} catégorie : employés	
Niveau 1(débutant*)	1686
Niveau 2	1701
Niveau 3	1716
Niveau 4	1791
2^{ème} catégorie : techniciens/ agents de maîtrise	
Niveau 1	1830
Niveau 2	1884
Niveau 3	1943
Niveau 4	2062
3^{ème} catégorie : cadres	
Niveau 1(débutant**)	2240
Niveau 2	2456
Niveau 3	2896
Niveau 4	3791

* pendant six mois

** pendant un an

Au jour de la signature du présent avenant et sans préjudice de l'issue des futures négociations au niveau de la branche, l'appointement annuel brut minimal garanti à un salarié, sous réserve de sa présence effective dans l'entreprise durant douze mois, correspond à la somme des appointements mensuels brut minima auxquels il a pu prétendre au cours des douze derniers mois en fonction de sa classification.

Les dispositions de l'article 1 du présent avenant se substituent au I « Salaires minima conventionnels » de l'annexe III de la convention collective nationale des entreprises de la publicité et assimilées. Les autres dispositions demeurent inchangées.

ARTICLE 2 : MESURES VISANT À SUPPRIMER LES ÉCARTS DE RÉMUNÉRATION ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

Les parties signataires du présent avenant réaffirment que l'égalité salariale entre les femmes et les hommes est une composante essentielle de l'égalité professionnelle. Tout employeur est tenu d'assurer, pour un même travail, ou pour un travail de valeur égale, l'égalité de rémunération entre les femmes et les hommes. Les disparités de rémunération ne peuvent pas, pour un même emploi, être fondées sur l'appartenance des salariés à l'un ou l'autre sexe. Le respect de ce principe constitue un élément essentiel de la dynamique de l'égalité professionnelle et de la mixité des emplois.

Les parties signataires rappellent également que les présentes dispositions s'inscrivent en parallèle de l'ensemble des obligations des entreprises en matière d'égalité professionnelle dont, notamment, celle de calculer et de publier tous les ans l'Index « égalité professionnelle », conformément à la loi n°2018-771 du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel, dans les

^{DS}
TN

2

^{DS}
SV

^{DS}
PL

^{DS}
MPB

^{DS}
L

^{DS}
F

^{DS}
TJ

^{DS}
FC

Branche de la Publicité

entreprises d'au moins 50 salariés. Il est précisé que, selon les résultats de cette évaluation, les entreprises devront définir et programmer des mesures correctrices permettant d'atteindre un résultat suffisant.

Les parties signataires rappellent également que les entreprises de moins de 50 salariés, qui ne rentrent pas dans le champ d'application de la loi susmentionnée, ne sont pas exemptes de prendre des mesures nécessaires pour parvenir à l'égalité professionnelle, notamment dans le cadre fixé par les articles L1142-1 et suivants du code du travail.

En conséquence, les parties signataires encouragent toutes les entreprises, quel que soit leur effectif, à poursuivre, dans le cadre de leur politique salariale, la réduction des écarts injustifiés constatés entre les rémunérations moyennes des hommes et celles des femmes à situation comparable, et permettre d'assurer le principe d'égalité salariale tout au long de la vie professionnelle.

Elles préconisent à l'ensemble des entreprises de la branche de mettre en œuvre notamment les mesures suivantes :

- analyser les salaires effectifs par classification et par sexe, en moyenne et en répartition ;
- mesurer les écarts éventuels par rapport à l'objectif d'égalité salariale entre les femmes et les hommes, en prenant notamment en compte l'âge de chaque salarié et son ancienneté dans sa classification ;
- définir et programmer les mesures permettant de supprimer les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes dans le cadre de la négociation annuelle sur les salaires, afin d'atteindre l'égalité salariale femmes / hommes.

Les parties signataires rappellent, par ailleurs, que les partenaires sociaux de la branche de la publicité ont signé le 18 décembre 2008 la « *Charte des bonnes pratiques en matière d'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes dans les entreprises de la branche de la publicité* » qui contient notamment des modèles d'indicateurs permettant aux entreprises de procéder à des analyses statistiques salariales.

Outre les indicateurs prévus par cette charte, les partenaires sociaux incitent les entreprises de la branche à recourir aux indicateurs suivants :

- écart salarial moyen selon le sexe ;
- part des femmes et d'hommes dans chaque type d'emploi ;
- rapport entre le nombre de salariés par sexe ayant bénéficié d'une mesure de correction salariale et le nombre total de salariés par sexe ;
- pourcentage moyen des mesures de correction salariale appliquées aux femmes ou aux hommes, le cas échéant ;
- pourcentage moyen d'augmentation individuelle attribuée aux femmes, ou aux hommes, le cas échéant, ayant bénéficié d'une mesure de correction salariale.

Afin de diminuer et de supprimer les disparités salariales en fonction du sexe, les parties signataires incitent, quand cela est nécessaire, les entreprises, dans le respect des dispositions légales, à :

- s'engager sur un taux de progression de la rémunération de base femmes / hommes pour l'ensemble de l'entreprise par catégorie et par métier ;

DS
TN

DS
SV

DS
PL

DS
MPB

DS
L F TJ

DS
FC

Branche de la Publicité

- octroyer un budget global à des mesures correctrices de l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes ;
- favoriser une organisation du travail assurant la conciliation entre la vie professionnelle et la vie personnelle ;
- réformer les pratiques de recrutement, de sélection et de promotion des entreprises afin de parvenir à une mixité plus équilibrée si les diagnostics effectués permettent d'identifier certains postes majoritairement occupés par l'un des deux sexes ; faciliter l'accès des femmes à des professions bien rémunérées dans lesquelles elles sont souvent fortement minoritaires ;
- veiller lors du recrutement interne ou externe à se rapprocher d'une répartition femmes / hommes reflétant au minimum celle de l'ensemble des candidats ou celle des diplômés des filières concernées.

Par ailleurs, afin de remédier aux inégalités entre les femmes et les hommes et notamment aux écarts de rémunération, les parties signataires ont ouvert une négociation au niveau de la branche sur l'égalité professionnelle femmes-hommes, dans l'objectif d'aboutir à la conclusion d'un accord de branche en la matière.

Au cours de l'année 2020, afin de mesurer l'évolution et la prise en compte de cette notion, les organisations patronales et syndicales ont réalisé un diagnostic de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes au sein de la branche.

De même, le rapport annuel de l'activité de la branche de la Publicité au titre de l'année 2020 comporte un bilan de l'action de cette dernière en matière d'égalité professionnelle.

Ce bilan est reconduit au titre de l'année 2021 afin de mesurer les évolutions et actions prioritaires.

ARTICLE 3 : DÉLAIS DE MISE EN OEUVRE

La mise en œuvre de cet avenant, avec la prise en compte de tous ses effets conventionnels, doit intervenir au sein des entreprises au plus tard à compter de la date d'extension de l'avenant et de façon volontaire, pour les entreprises adhérentes aux organisations signataires, à compter du 1^{er} septembre 2022.

ARTICLE 4 : APPLICATION DANS LES ENTREPRISES DE MOINS DE 50 SALARIES

Conformément à l'article L.2261-23-1 du code du travail, les parties conviennent que les dispositions du présent avenant s'appliquent directement dans les entreprises de moins de 50 salariés et qu'il n'est donc pas nécessaire, au regard notamment de leur objet et de leur applicabilité à toutes les entreprises, de prévoir des dispositions spécifiques pour ces entreprises dans le présent avenant.

En effet, comme précisé dans le préambule du présent avenant, le niveau des salaires minima conventionnels ainsi que les mesures visant à supprimer les écarts de rémunération entre les hommes et les femmes sont des sujets qui ont vocation à s'appliquer dans l'ensemble des entreprises de la branche, sans distinction d'effectif.

^{DS}
TN

^{DS}
SV

^{DS}
PL

^{DS}
MPB

^{DS}
L F

^{DS}
TJ

^{DS}
FL

Branche de la Publicité

ARTICLE 5 : CLAUSE DE RENDEZ-VOUS ET SUIVI DE L'AVENANT

Les parties signataires conviennent de se revoir pendant l'application du présent avenant pour en dresser un bilan et discuter, si ce bilan l'impose, de sa révision.

En outre et conformément aux articles L.2241-8 et suivants du code du travail, les parties signataires conviennent d'ouvrir une négociation annuelle sur les salaires et sur les mesures permettant de supprimer les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes.

Le rendez-vous relatif au bilan du présent avenant a lieu une (1) fois par an. Il permet de démarrer les négociations de branche mentionnées à l'alinéa précédent.

Par ailleurs, une commission de suivi est mise en place dans le mois suivant la signature du présent avenant. Cette commission a pour mission de suivre l'application de l'avenant et d'examiner les conditions de sa mise en œuvre.

Elle se réunit une (1) fois par an, lors du rendez-vous annuel prévu ci-dessus. Elle peut également se réunir exceptionnellement à la demande d'une des organisations syndicales de salariés représentatives signataires du présent avenant ou de la Fédération de la Publicité.

Enfin, en cas d'évolution du cadre législatif ou réglementaire ayant un impact sur les dispositions du présent avenant, les parties se réunissent dans un délai maximal de deux (2) mois à compter de la promulgation du nouveau texte, pour en évaluer les effets et discuter de sa révision.

ARTICLE 6 : RÉVISION ET DÉNONCIATION

Révision

L'avenant pourra être révisé au terme d'un délai d'un (1) mois suivant sa prise d'effet.

La procédure de révision du présent avenant ne peut être engagée que par l'une des parties habilitées en application des dispositions du code du travail.

Toute demande de révision doit être adressée par lettre recommandée avec accusé de réception aux organisations syndicales représentatives dans la branche ainsi qu'à chaque organisation signataire ou adhérente et comporter, outre l'indication des dispositions dont la révision est demandée, des propositions de remplacement.

Le plus rapidement possible et au plus tard dans un délai d'un (1) mois suivant la réception de cette lettre, les négociations débutent en vue de la rédaction d'un nouveau texte.

Les dispositions de l'avenant dont la révision est demandée restent en vigueur jusqu'à la conclusion d'un nouvel accord ou, à défaut, sont maintenues.

Les dispositions de l'avenant portant révision se substituent de plein droit à celles de l'accord qu'elles modifient et sont opposables à l'ensemble des employeurs et des salariés liés par l'avenant, soit à la date qui est expressément convenue, soit, à défaut, à partir du jour qui suit son dépôt auprès du service compétent.

Dénonciation

Le présent avenant pourra être dénoncé par l'une ou l'autre des parties signataires moyennant un préavis d'un (1) mois.

^{DS}
TN

^{DS}
5 SV

^{DS}
PL

^{DS}
MPB

^{DS}
L

^{DS}
P

^{DS}
TJ

^{DS}
FC

Branche de la Publicité

La partie qui dénonce l'avenant doit notifier cette décision par lettre recommandée avec accusé de réception aux autres parties.

Les organisations syndicales et patronales représentatives se réuniront pendant la durée du préavis pour discuter les possibilités d'un nouvel accord.

ARTICLE 7 : PUBLICITÉ, DURÉE

Le présent avenant est déposé par les organisations professionnelles d'employeurs représentatives dans la branche de la publicité auprès des services centraux du ministère chargé du travail et du Conseil de prud'hommes du lieu de conclusion de l'avenant, conformément aux dispositions légales en vigueur.

Il est conclu pour une durée indéterminée.

Le présent avenant fera l'objet d'une publication dans la base de données nationale.
Cet avenant à l'accord de branche fait l'objet d'une demande d'extension.

Fait à Paris, le 7 juillet 2022

En 13 exemplaires originaux

^{DS}
TN

^{DS}
SV

^{DS}
PL

^{DS}
MPB

^{DS}
L F TJ

^{DS}
FC

Branche de la Publicité

Les Organisations Syndicales de Salariés

F3C CFTD, MAISON DES FÉDÉRATIONS CFTD

47-49, avenue Simon Bolivar – 75019 Paris
représentée par Laurent QUINTREAU

DocuSigned by:

E9325D00426D459...

FÉDÉRATION CFTC COMMUNICATION

21 bis Rue Victor Massé – 75009 PARIS
représentée par Fabien CALCAVECHIA

DocuSigned by:

4B906B17292D463...


SYNDICAT NATIONAL DES CADRES ET TECHNICIENS DE LA PUBLICITÉ ET DE LA PROMOTION – SNCTPP CFE-CGC

59, rue du Rocher – 75008 Paris
représenté par Patrick BIHOREAU

FÉDÉRATION DES TRAVAILLEURS DES INDUSTRIES DU LIVRE, DU PAPIER ET DE LA COMMUNICATION –

FILPAC CGT

263, rue de Paris – Case 426 – 93514 Montreuil Cedex
représentée par Pascal LEFEBVRE

DocuSigned by:

9EA289AA18114F9...

SYNDICAT NATIONAL DE PRESSE, D'ÉDITION ET DE PUBLICITE FORCE OUVRIÈRE – SNPEP FO


131, rue Damrémont – 75018 Paris.
représenté par Thierry NOLEVAL

DocuSigned by:

428C111E9E7C4E3...

FÉDÉRATION DES EMPLOYÉS ET CADRES FO – FEC FO

54, rue d'Hauteville – 75010 Paris
représentée par Thierry NOLEVAL

DocuSigned by:

428C111E9E7C4E3...

UNION NATIONALE DES SYNDICATS AUTONOMES – UNSA SPECTACLE ET COMMUNICATION

21, rue Jules Ferry – 93177 Bagnole Cedex
représentée par Serge VINCENT

DocuSigned by:

BC904D6F553244C...

Branche de la Publicité

Les Organisations Professionnelles d'Employeurs

ASSOCIATION DES AGENCES-CONSEILS EN COMMUNICATION – AACC

40, boulevard Malesherbes – 75008 Paris
représentée par Marie-Pierre BORDET

DocuSigned by:
Marie Pierre Bordet
CAC0D6798DCC4E0...

UNION DES MÉDIAS ET SUPPORTS PUBLICITAIRES- UMSP

2, rue Sainte Lucie – 75015 Paris
représentée par Stéphane DOTTELONDE

UNION DES ENTREPRISES DE CONSEIL ET ACHAT MEDIA – UDECAM

44, rue Cambronne – 75015 Paris
représentée par Gautier PICQUET

DocuSigned by:
Thomas JAMET
31482A429F434EC...