

# Branche de la Publicité

## 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

Les organisations syndicales de salariés et les organisations professionnelles d'employeurs représentatives de la branche de la publicité, réunies en Commission Mixte Paritaire, se sont accordées sur de nouveaux niveaux de salaires minima conventionnels et sur les 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.

Il est entendu que la négociation du présent accord a pris en compte l'analyse commune par les parties de la situation au sein de la branche à la date du 20 mars 2018.

Les parties signataires conviennent que le présent accord relatif à une 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 accord, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2018.

Eu égard à la finalité poursuivie par les présentes dispositions au regard 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.

### ARTICLE 1 : NIVEAUX DE SALAIRES MINIMA CONVENTIONNELS

#### Appointements mensuels brut en euros

<b>1<sup>ère</sup> catégorie : employés</b>	
Niveau 1(débutant*)	1511
Niveau 2	1525
Niveau 3	1539
Niveau 4	1606
<b>2<sup>ème</sup> catégorie : techniciens/ agents de maîtrise</b>	
Niveau 1	1646
Niveau 2	1695
Niveau 3	1748
Niveau 4	1854
<b>3<sup>ème</sup> catégorie : cadres</b>	
Niveau 1(débutant**)	2021
Niveau 2	2216
Niveau 3	2613
Niveau 4	3421

\* pendant six mois

\*\* pendant un an

SJ

P

1

TRW B  
MAB

# Branche de la Publicité

Au jour de la signature du présent accord 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 accord 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**

Tout employeur est tenu d'assurer, pour un même travail ou pour un travail de valeur égale et à ancienneté égale, l'égalité de rémunération entre les femmes et les hommes. Le respect de ce principe constitue un élément essentiel de la dynamique de l'égalité professionnelle et de la mixité des emplois.

En conséquence, les parties signataires préconisent aux entreprises de la branche de mettre en œuvre 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 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 ;
- pourcentage moyen d'augmentation individuelle attribuée aux femmes ayant bénéficié d'une mesure de correction salariale.

SN

1

Be.

M

STU  
HPP

# *Branche de la Publicité*

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 ;
- 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 dans certains postes majoritairement occupés par des hommes et bien rémunérés afin de faciliter l'accès des femmes à des professions dans lesquelles elles sont 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 conviennent d'ouvrir une négociation au niveau de la branche sur l'égalité professionnelle femmes-hommes, au second semestre 2018 avec l'ensemble des organisations syndicales et patronales représentatives.

## **ARTICLE 3 : DÉLAIS DE MISE EN OEUVRE**

La mise en œuvre de cet accord, 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'accord et de façon volontaire, pour les entreprises adhérentes aux organisations signataires, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2018.

## **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 accord 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 accord.

En effet, comme précisé dans le préambule du présent accord, 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.

## **ARTICLE 5 : CLAUSE DE RENDEZ-VOUS ET SUIVI DE L'ACCORD**

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

# Branche de la Publicité

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 accord 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 accord de branche. Cette commission a pour mission de suivre l'application du présent accord 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 de la présente convention 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 accord, 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'accord pourra être révisé au terme d'un délai d'un (1) mois suivant sa prise d'effet.

La procédure de révision du présent accord 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 de 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 avenant ou, à défaut, sont maintenues.

Les dispositions de l'avenant portant révision se substituent de plein droit à celles de l'avenant 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 accord pourra être dénoncé par l'une ou l'autre des parties signataires moyennant un préavis d'un (1) mois.

La partie qui dénonce l'accord 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.

SN

Y

4

CPA

FB

TW

CPA

# *Branche de la Publicité*

## **ARTICLE 7 : PUBLICITÉ, DURÉE**

Le présent accord est déposé par les organisations professionnelles d'employeurs représentatives de 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'accord conformément aux dispositions légales en vigueur.

Il est conclu pour une durée indéterminée.

Le présent accord fera l'objet d'une publication dans la base de données nationale.

Cet accord de branche fait l'objet d'une demande d'extension.

Fait à Paris, le 5 avril 2018

En 16 exemplaires originaux

SN

l

5

ASL

TN

B

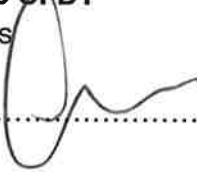
MPM

# Branche de la Publicité

## Les Organisations Syndicales de Salariés

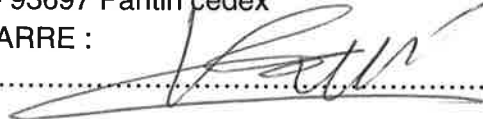
### **F3C CFDT, MAISON DES FEDERATIONS CFDT**

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



### **SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITE, DES SUPPORTS PUBLICITAIRES, DES EDITIONS, DE LA PRESSE GRATUITE, DE LA DISTRIBUTION PUBLICITAIRE – SNPUB CFTC**

128, avenue Jean-Jaurès – 93697 Pantin cedex  
représenté par Frédérick BARRE :



### **SYNDICAT NATIONAL DES CADRES ET TECHNICIENS DE LA PUBLICITE ET DE LA PROMOTION –**

#### **SNCTPP CFE-CGC**

59, rue du Rocher – 75008 Paris  
représenté par Paul ADENIS :

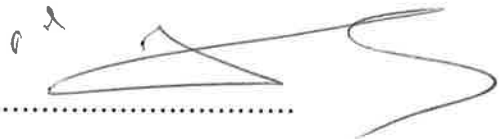
### **FEDERATION DES TRAVAILLEURS DES INDUSTRIES DU LIVRE, DU PAPIER ET DE LA COMMUNICATION –**

#### **FILPAC CGT**

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

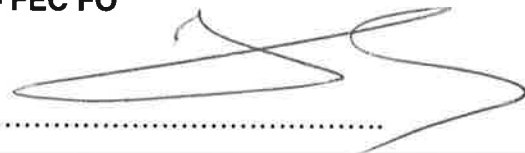
### **SYNDICAT NATIONAL DE PRESSE, D'EDITION ET DE PUBLICITE FORCE OUVRIERE – SNPEP FO**

131, rue Damrémont – 75018 Paris.  
représenté par Nathalie HOMAND:



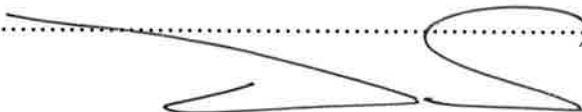
### **FEDERATION DES EMPLOYES ET CADRES FO – FEC FO**

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



### **UNION NATIONALE DES SYNDICATS AUTONOMES – UNSA SPECTACLE ET COMMUNICATION**

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



# 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 :



### **UNION DES MEDIAS ET SUPPORTS PUBLICITAIRES- UMSP**

47, rue de Liège – 75008 Paris  
représentée par Virginie MARY :

### **UNION DES ENTREPRISES DE CONSEIL ET ACHAT MEDIA – UDECAM**

44, rue Cambronne – 75015 Paris  
représentée par Françoise CHAMBRE :



