

Branche de la *Publicité*

ACCORD DE BRANCHE RELATIF A LA MISE EN PLACE DE CERTIFICATS DE QUALIFICATION PROFESSIONNELLE

PREAMBULE

La formation professionnelle est un outil essentiel au développement des compétences, à la professionnalisation ainsi qu'à la mobilité des salariés et des demandeurs d'emploi.

Face aux mutations économiques du secteur, aux enjeux croissants de compétitivité et à l'exigence grandissante des annonceurs, les parties signataires souhaitent dynamiser la politique de formation afin que les entreprises de la publicité s'appuient sur des dispositifs de formation garantissant l'employabilité, et répondant aux enjeux de développement des compétences, de sécurisation des parcours et de d'évolution professionnelle des salariés et demandeurs d'emploi de la branche.

A cette fin, à travers cet accord qui s'inscrit dans le prolongement de l'accord de branche relatif à l'emploi et à la formation professionnelle du 11 février 2015, étendu par arrêté du 18 juin 2015, les parties signataires entendent :

- permettre aux salariés et aux demandeurs d'emploi d'être acteur de leur parcours et favoriser leur évolution professionnelle ;
- contribuer à l'adaptation des métiers de la publicité aux évolutions économiques, techniques et organisationnelles ainsi qu'aux exigences de qualité ;
- renforcer la compétitivité et la capacité de développement des entreprises de la publicité par des actions de formation adaptées à leurs besoins.

Dans cet esprit, après une évaluation en 2014 de ses certificats de qualification professionnelle (CQP), la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation Professionnelle de la Publicité, dite CPNEFP de la Publicité, a entrepris leur rénovation afin de disposer d'outils adaptés aux nouvelles exigences en matière de formation professionnelle.

Ainsi, la CPNEFP de la Publicité définit les CQP à partir :

- d'un référentiel d'emploi et de compétences réalisé en fonction des besoins exprimés par les entreprises de la publicité ;
- d'un référentiel de certification (critères d'évaluation et modalités d'évaluation des compétences, règles de délibération) ;
- d'un dispositif de mise en œuvre des CQP (rôles des différents acteurs aux étapes de la préparation aux CQP depuis la communication sur le CQP jusqu'à la remise des certificats aux récipiendaires).

Elle veille également à la conformité de la mise en œuvre des CQP par les organismes de formation pour le rôle qui leur incombe, en particulier par l'application des processus et l'utilisation des outils mis en place pour chaque CQP.

Dans ce cadre, le présent accord définit les dispositions communes à tous les CQP et les dispositions spécifiques aux CQP « Webdesigner » et « Responsable de production omni-canal ».

Il a pour objectif de fixer :

- les modalités de création des CQP susvisés ;
- leur organisation et leur préparation ;
- les modalités d'évaluation et de reconnaissance des acquis.

Les dispositions du présent accord annulent et remplacent l'ensemble des dispositions de l'accord du 6 juillet 2010 étendu par arrêté du 2 décembre 2011 et de son avenant du 28 avril 2014 étendu par arrêté du 15 décembre 2014 relatifs aux certificats de qualification professionnelle, à l'exception des dispositions applicables aux CQP « Achat, vente et conseil en espaces publicitaires » et « Stratégie et Communication Online ».

↪ JF

Y

PL

JAB

W

B

MS

1

AV
AV

Branche de la Publicité

TITRE I – DISPOSITIONS COMMUNES A TOUS LES CQP

ARTICLE 1 – CHAMP D'APPLICATION DU CQP

Le champ d'application du présent accord est national et comprend les Départements d'Outre-Mer (DOM) c'est-à-dire la Guadeloupe, la Martinique, la Guyane, la Réunion, Mayotte, etc., en application des articles L.2222-1 et L.2222-2 du Code du travail, sous réserve de leur possibilité de conclure des accords spécifiques propres à leur département dans les six mois suivant l'entrée en vigueur du présent accord.

Il est constitué de l'ensemble des entreprises et salariés qui relèvent des secteurs d'activités visés aux articles 1 et 2 du Chapitre I « Dispositions Communes » de la Convention collective nationale de travail des cadres, techniciens et employés de la publicité française du 22 avril 1955.

ARTICLE 2 – OBJET DU CQP

Les CQP ont pour objet :

- de valider, de reconnaître et de valoriser le professionnalisme des salariés dans leur métier ;
- de renforcer et de développer les compétences des salariés et des demandeurs d'emploi, grâce à des formations appropriées, pour favoriser leur adaptation aux évolutions économiques, techniques et organisationnelles ;
- de contribuer au développement de la performance des équipes et de l'entreprise ;
- de favoriser l'intégration des jeunes nouvellement recrutés, notamment dans le cadre de contrats de professionnalisation et des publics en difficulté susceptibles d'être recrutés dans l'entreprise ;
- de renforcer l'employabilité du personnel, c'est-à-dire de favoriser son maintien dans l'emploi et sa capacité à évoluer dans l'entreprise.

ARTICLE 3 – DEFINITION DU CQP

Le CQP permet l'accès à une qualification professionnelle et à sa reconnaissance par l'ensemble de la branche professionnelle au sein de laquelle il est créé et délivré.

La mise en place d'un CQP repose sur :

- un référentiel d'activités avec les compétences associées, regroupées en bloc de compétences capitalisables permettant, le cas échéant, l'acquisition progressive du CQP ;
- une évaluation des compétences, par rapport à un référentiel de certification, qui précise le processus et les critères d'évaluation des compétences et de délibération du jury, par la voie de la formation ou par l'expérience (via une démarche de validation des acquis de l'expérience) ;
- des modalités et conditions de mise en œuvre communes ;
- une démarche participative, associant les principaux acteurs.

ARTICLE 4 – CONDITIONS D'OBTENTION DU CQP

La reconnaissance de la qualification professionnelle peut s'obtenir :

- soit au moyen d'actions d'évaluation à l'issue d'un parcours de formation ;
- soit au moyen d'actions d'évaluation dans le cadre d'une démarche de validation des acquis de l'expérience (VAE).

Le contenu et les modalités de ces actions d'évaluation sont définis et approuvés par la CPNEFP de la Publicité. Le CQP n'est accessible qu'aux personnes qui répondent aux conditions fixées à l'article 5 du présent accord.

sw rd

p

PL
MPP
De
MS²
NS
NV

Branche de la Publicité

ARTICLE 5 – PERSONNES ELIGIBLES AU CQP

Peuvent s'inscrire en vue de l'obtention d'un CQP par la voie de la formation :

1. Les jeunes et les demandeurs d'emploi titulaires d'un contrat de professionnalisation au sein d'une entreprise appliquant la convention collective nationale de travail des cadres, techniciens et employés de la publicité française, dans les conditions légales ;
2. Les salariés en activité dans une entreprise appliquant la convention collective nationale de travail des cadres, techniciens et employés de la publicité française :
 - soit dans le cadre du plan de formation professionnelle ;
 - soit dans le cadre de la période de professionnalisation ;
 - soit dans le cadre du compte personnel de formation ;
 - soit dans le cadre de tout autre dispositif de financement de la formation professionnelle permettant la formation en vue d'une certification.
3. Les personnes relevant d'une autre branche et souhaitant une reconversion professionnelle, notamment dans le cadre du congé individuel de formation.

Peuvent s'inscrire en vue de l'obtention d'un CQP par la voie de la validation des acquis de l'expérience :

1. Les salariés en activité dans une entreprise appliquant la convention collective nationale de travail des cadres, techniciens et employés de la publicité française et disposant d'une expérience d'au moins un an dans les domaines précisés par la CPNEFP de la Publicité pour chaque CQP ;
2. Les demandeurs d'emploi visant un emploi existant dans les entreprises appliquant la convention collective nationale de travail des cadres, techniciens et employés de la publicité française et disposant d'une expérience d'au moins un an dans les domaines décrits par la CPNEFP de la Publicité pour chaque CQP.

ARTICLE 6 – CREATION DU CQP

Article 6.1 – Prérequis

Pour créer un CQP, la CPNEFP de la Publicité doit préalablement constater l'existence :

- d'un besoin de qualification non couvert par un diplôme d'Etat ou d'un titre enregistré au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP);
- d'une demande de qualification s'exprimant, dans le cadre des filières professionnelles identifiées, en complément de celle assurée par les diplômes d'Etat ou les titres enregistré au Répertoire national des certifications professionnelles et se traduisant par une élévation de la qualification. Cette demande de qualification est repérée par l'Observatoire prospectif et analytique des métiers et des qualifications de la branche de la Publicité.

Article 6.2 – Délibération de la CPNEFP

La décision de créer un CQP est prise par la CPNEFP de la Publicité, qui est la seule instance compétente dans ce domaine, en s'appuyant, le cas échéant, sur les informations transmises par l'Afdas¹ ou résultant des études menées pour le compte de l'Observatoire prospectif et analytique des métiers et des qualifications de la branche de la Publicité.

Pour ce faire, elle procède aux études nécessaires pour élaborer un référentiel d'emploi et de compétences ainsi qu'un référentiel de certification.

La création d'un CQP est validée par un avenant au présent accord, soumis à la signature des organisations syndicales de salariés et des organisations professionnelles d'employeurs représentatives dans la branche de la publicité.

¹ Opcsa, Octa et Opacif des secteurs du spectacle vivant, du cinéma, de l'audiovisuel, de la publicité, des loisirs, de la presse, des agences de presse, de la distribution directe et de l'édition.

SV

PK
FPP

P

PL

PK

WJ

7

du

de

WS

3

du

Branche de la Publicité

Les CQP créés sont transmis à la Commission nationale de la certification professionnelle accompagnés des deux référentiels susvisés. Leur enregistrement au Répertoire national des certifications professionnelles est systématiquement sollicité.

Article 6.3 – Rapport d’opportunité

L’opportunité de créer un CQP est décidée par la CPNEP de la Publicité en fonction des critères suivants :

- le domaine de qualification visé et les besoins en recrutement, professionnalisation, mobilité professionnelle existants ;
- le profil professionnel et les perspectives d’emploi ;
- l’articulation avec les autres certifications professionnelles similaires ;
- la nature des compétences à certifier et leur adéquation avec les besoins de la branche.

Après en avoir délibéré, la CPNEFP de la Publicité donne son aval ou non sur la création du CQP, lequel conduit à l’adoption des référentiels et outils du CQP.

Article 6.4 – Outils de mise en œuvre du CQP

Chaque CQP créé doit être doté d’« Outils CQP » validés par la CPNEFP de la Publicité. Ces outils comportent un référentiel d’emploi et de compétences et un guide du CQP (en annexe du présent accord), intégrant un référentiel de certification, auxquels sont joints d’autres outils spécifiques, selon que le CQP est réalisé par la voie de la formation ou de la validation des acquis de l’expérience.

Les outils du CQP par la formation :

- un guide d’élaboration des épreuves d’évaluation
- une grille d’évaluation à l’issue de la formation
- une fiche de résultats du candidat
- un procès-verbal de jury
- une fiche synthétique du jury à l’issue de la formation
- un guide du jury

Les outils du CQP par la validation des acquis de l’expérience :

- une fiche de résultats du candidat
- un procès-verbal de jury
- un guide du jury
- une demande de recevabilité-Livret 1
- une grille d’appréciation de la recevabilité
- un dossier déclaratif-Livret 2
- une grille d’évaluation VAE
- une fiche synthétique du jury de VAE
- un guide VAE du candidat et de l’accompagnateur de VAE

N.B. : la forme et le nombre des outils spécifiques pourra varier d’un CQP à l’autre, selon les besoins des acteurs de la mise en œuvre des CQP.

Article 6.5 – Suivi du CQP

Le dispositif des CQP institué par le présent accord doit pouvoir être adapté de manière souple et rapide à l’évolution des besoins en compétences et en qualification de la profession, tout en conservant une stabilité suffisante dans le temps pour permettre aux entreprises et aux personnes concernées de programmer leurs décisions.

Un bilan de la mise en œuvre des CQP de la Publicité est effectué chaque année par la CPNEFP de la Publicité.

Il lui appartient également de piloter et valider tous travaux de révision des référentiels CQP qu’elle jugera utiles.

4

pt

l

pl

4

nu
nu

B
17/10/10

Branche de la Publicité

La CPNEFP s'appuiera notamment sur les travaux de l'Observatoire prospectif et analytique des métiers et des qualifications de la branche de la Publicité pour décider des éventuelles évolutions à apporter.

Article 6.6 – Durée, renouvellement, modification et suppression du CQP

De la même manière que pour la création des CQP, la CPNEFP de la Publicité est seule compétente pour renouveler, modifier ou supprimer un CQP.

Le CQP est créé pour une durée de (3) trois ans.

A l'issue de cette période de (3) trois ans, le CQP est :

- soit reconduit par tacite reconduction pour une durée de (3) trois ans renouvelable ;
- soit reconduit par accord de branche après modifications proposées par la CPNEFP de la Publicité pour une durée de (3) trois ans renouvelable ;
- soit supprimé sur avis de la CPNEFP de la Publicité par accord de branche, auquel cas les actions de formation en cours seront menées à leur terme jusqu'à la délivrance des certificats dont les titulaires pourront se prévaloir.

Toute modification des référentiels des CQP soumise par la CPNEFP de la Publicité et validée par accord de branche entre en vigueur pour les promotions dont la formation ou le parcours de VAE débute après l'entrée en vigueur de la décision de modification. Ces modifications peuvent être décidées par la CPNEFP de la Publicité à tout moment.

ARTICLE 7 – AGREMENT DES ORGANISMES DE FORMATION

Tout organisme désirant mettre en œuvre une formation conduisant à un CQP et participer aux évaluations correspondantes doit préalablement déposer une demande d'agrément auprès du secrétariat de la CPNEFP de la Publicité, suivant la procédure définie par ladite CPNEFP.

La CPNEFP de la Publicité agréee les organismes sur réponse écrite et soutenance orale en réponse à un cahier des charges pour une durée de (3) trois ans renouvelable, en s'appuyant sur l'avis du comité de suivi du CQP. Le cahier des charges élaboré par la CPNEFP de la Publicité comporte obligatoirement :

- le contexte ;
- le public visé et les modalités de sélection des candidats ;
- les missions confiées à l'organisme de formation et les résultats attendus.

Seront annexés au cahier des charges, le référentiel d'emploi et de compétences et le référentiel de certification du CQP.

Dès la création effective du CQP, la CPNEFP de la Publicité et les organismes agréés signent une convention relative à l'agrément donné, qui mentionne qu'ils doivent obligatoirement respecter :

- le présent accord de branche sur les CQP ;
- les référentiels du CQP ;
- les modalités de mise en œuvre du CQP fixées notamment dans le guide du CQP, qui sera annexé à la convention.

La suspension de l'agrément peut avoir lieu à tout moment à la suite de la décision prise par la CPNEFP de la Publicité et au vu d'un audit technique décidé et rapporté à la CPNEFP.

Un recours de l'organisme de formation est possible auprès de la CPNEFP de la Publicité.

Les organismes de formation ont la possibilité de former un recours contre les décisions de refus d'agrément ou de suspension d'agrément de la CPNEFP de la Publicité.

La procédure exacte de recours est déterminée par la dite CPNEFP et cette procédure (délai de recours, adresse à laquelle adresser le recours...) sera mentionnée sur chacune des décisions de refus

sw PA PPL P PL F3 M [Signature] M⁵ [Signature]

Branche de la Publicité

ou de suspension d'agrément de la CPNEFP.

Lors de tout démarrage d'une promotion de CQP, le candidat concerné choisit un prestataire parmi les organismes de formation agréés par la CPNEFP de la Publicité.

ARTICLE 8 – CONSTRUCTION D'UN PARCOURS DE FORMATION

Les CQP de la Publicité étant découpés en blocs de compétences, les parcours de formation des candidats sont organisés en fonction de leurs besoins pour chaque bloc de compétences composant le référentiel de compétences du CQP visé.

Un bloc de compétence se définit comme un ensemble homogène et cohérent d'activités, telles que définies dans le référentiel d'activité d'un CQP, auxquelles sont associées les compétences correspondantes.

A chaque bloc, correspondent un ou plusieurs modules de formation, à combiner en fonction des acquis et des besoins des candidats.

Ainsi un CQP enregistré au RNCP permet aux salariés d'acquérir indépendamment un ou plusieurs blocs de compétence. Dans le cas où seulement une partie des blocs de compétence sont acquis, il s'agit d'une validation partielle du CQP.

ARTICLE 9 – COMITE DE SUIVI DU CQP

Article 9.1 – Rôle du comité de suivi

Un comité de suivi des CQP est mis en place pour chaque CQP.

Il a pour principales missions :

- de donner un avis à la CPNEFP de la Publicité en vue de l'agrément des organismes de formation et de son renouvellement ;
- d'assurer le suivi des sessions de formation au CQP ;
- de préparer l'évaluation finale à l'issue de la formation ;
- d'accompagner les candidats dans les démarches de VAE.

Article 9.2 – Composition et nomination du comité de suivi

La CPNEFP crée et tient à jour une communauté (liste) de membres du comité de suivi, constituée d'une part de personnes désignées par le collège salarié de la CPNEFP et de personnes désignées par le collège employeur de la CPNEFP, d'autre part d'experts du métier visé par le CQP appartenant ou non à la CPNEFP. Ces experts déclarent sur l'honneur ne pas avoir une fonction d'administrateur ou de salarié au sein d'un organisme de formation agréé pour préparer à ce CQP.

Le comité de suivi du CQP est constitué par la CPNEFP à partir des membres de la communauté. Il est composé a minima d'une personne désignée par le collège salarié et d'une personne désignée par le collège employeur de la CPNEFP, de deux experts du métier visé par le CQP.

Article 9.3 – Fonctionnement du comité de suivi du CQP

Le comité de suivi est présidé par l'un de ses membres issus de la CPNEFP.
Il assure son propre secrétariat.

ARTICLE 10 – EVALUATION DU CANDIDAT

Article 10.1 – Evaluation du candidat au CQP par la voie de la formation

La préparation et l'évaluation du CQP par la voie de la formation s'effectue conformément aux outils, détaillés à l'article 6.4, établis par la CPNEFP de la Publicité pour chaque CQP.

sd
pk

f

PL

De

M

o

N

N

7

W

MPD

Branche de la Publicité

Article 10.2 – Evaluation du candidat au CQP par la voie de la VAE

La préparation et l'évaluation du CQP par la voie de la VAE s'effectue conformément aux outils, détaillés à l'article 6.4, établis par la CPNEFP de la Publicité pour chaque CQP.

ARTICLE 11 – OBTENTION ET DELIVRANCE DU CQP

Article 11.1 – Obtention du CQP

La CPNEFP de la Publicité décide de l'attribution du CQP au vu des évaluations finales et de la délibération du jury.

Si tous les blocs de compétences sont obtenus, le CQP est acquis.

Si certains blocs de compétences seulement sont obtenus, un certificat de bloc de compétences est délivré pour les blocs obtenus.

Article 11.2 – Jury CQP

Les dispositions relatives au jury CQP figurent dans le guide du CQP et dans l'outil « guide du Jury », établi par la CPNEFP de la Publicité pour chaque CQP.

Article 11.3 – Délivrance du CQP

La CPNEFP de la Publicité délivre les certificats et les certificats de blocs de compétences préparés et signés par son Président.

La CPNEFP de la Publicité conserve une version imprimée ou numérique de chaque grille d'évaluation, dossier déclaratif-livret 2, grille de résultats et procès-verbal du jury.

Elle adresse aux lauréats à leur adresse personnelle en recommandé avec accusé de réception ou leur remet en mains propres à l'occasion d'une cérémonie, les certificats et les certificats de blocs de compétences accompagnés des éventuelles préconisations du jury.

La CPNEFP de la Publicité tient à jour la liste des personnes ayant validé le CQP.

ARTICLE 12 – PARTICIPATION AUX REUNIONS DE LA BRANCHE RELATIVES AU CQP

La mise en place et le suivi des CQP nécessitent l'organisation de plusieurs réunions par an dans le cadre des instances et différents comités intervenant au niveau de la branche et mentionnés dans le présent accord. Il s'agit notamment des réunions de la CPNEFP, du comité de suivi des CQP et du jury CQP.

La participation des salariés des entreprises de la branche, représentant des organisations syndicales de salariés ou représentant des organisations professionnelles d'employeurs, au fonctionnement de ces différents comités et instances, est notamment soumise aux principes généraux du droit syndical tels que prévus par la convention collective de la branche de la Publicité et par le Code du travail.

En vue de faciliter le fonctionnement des réunions susmentionnées, des autorisations d'absences, sur présentation de la convocation, sont prévues.

Afin de réduire au minimum les perturbations que l'absence des salariés peut apporter à la marche générale de l'entreprise, ceux-ci doivent formuler leur demande en respectant un préavis d'au moins 15 jours avant la réunion.

Ces absences n'entraînent aucune retenue sur salaire.

Ces absences sont considérées comme du temps de travail effectif et ne sont pas déduites des congés annuels.

sw PA YAPB P PL M FR M 7 NV
SONU

Branche de la Publicité

TITRE II - DISPOSITIONS SPECIALES AUX CQP « WEBDESIGNER » ET « RESPONSABLE DE PRODUCTION OMNI-CANAL »

CHAPITRE 1 – CQP « WEBDESIGNER »

ARTICLE 1 – MODIFICATION DES DISPOSITIONS CONVENTIONNELLES

Le présent accord annule et remplace l'ensemble des dispositions relatives au CQP « Créatif Multimédia » de l'accord du 6 juillet 2010 relatif aux certificats de qualification professionnelle et de l'avenant du 28 avril 2014 à cet accord.

Le présent accord substitue au CQP « Créatif Multimédia » de l'accord du 6 juillet 2010 relatif aux certificats de qualification professionnelle modifié par avenant du 28 avril 2014, le CQP « Webdesigner ».

Le CQP « Webdesigner » est régi par les dispositions du Titre I et du Titre II Chapitre 1 du présent accord.

ARTICLE 2 – OUTILS APPLICABLES AU CQP WEBDESIGNER

La CPNEFP de la Publicité a élaboré 14 outils applicables au CQP « Webdesigner », dont deux figurent en annexe du présent accord. Les autres outils sont à disposition des candidats, des membres du jury CQP, des organismes de formation, des organismes d'accompagnement à la validation des acquis de l'expérience et de toute autre personne impliquée dans la mise en œuvre du CQP, au secrétariat de la CPNEFP de la Publicité, situé au 40 boulevard Malesherbes 75008 Paris.

Outils applicables pour l'accès au CQP « Webdesigner » par la voie de la formation :

- Guide du CQP (Annexe 1) ;
- Référentiel emploi et compétences (Annexe 2) ;

Outils applicables pour l'accès au CQP Webdesigner par la voie de la VAE :

- Guide du CQP (Annexe 1) ;
- Référentiel emploi et compétences (Annexe 2).

CHAPITRE 2 – CQP « RESPONSABLE DE PRODUCTION OMNI-CANAL »

ARTICLE 1 – MODIFICATION DES DISPOSITIONS CONVENTIONNELLES

Le CQP « Responsable de production omni-canal » est régi par les dispositions du Titre I et du Titre II Chapitre 2 du présent accord.

ARTICLE 2 – OUTILS APPLICABLES AU CQP RESPONSABLE DE PRODUCTION OMNI-CANAL

La CPNEFP de la Publicité a élaboré 14 outils applicables au CQP Responsable de production omni-canal, dont deux figurent en annexe du présent accord. Les autres outils sont à disposition des candidats, des membres du jury CQP, des organismes de formation, des organismes d'accompagnement à la validation des acquis de l'expérience et de toute autre personne impliquée dans la mise en œuvre du CQP, au secrétariat de la CPNEFP de la Publicité, situé au 40 boulevard Malesherbes 75008 Paris.

sw PA

P

WY PL

De

NU M

8 60

GDH
B
7

Branche de la Publicité

Outils applicables pour l'accès au CQP Responsable de production omni-canal par la voie de la formation :

- Guide du CQP (Annexe 3) ;
- Référentiel emploi et compétences (Annexe 4) ;

Outils applicables pour l'accès au CQP Responsable de production omni-canal par la voie de la VAE :

- Guide du CQP (Annexe 3) ;
- Référentiel emploi et compétences (Annexe 4).

TITRE III – DISPOSITIONS FINALES

ARTICLE 1 – DUREE ET DEPOT

Le présent accord est conclu pour une durée indéterminée. Il prend effet à compter de sa date de signature.

Le présent accord est notifié et déposé conformément aux articles L.2231-5, D.2231-2 et suivants du Code du travail.

ARTICLE 2 – CLAUSE DE RENDEZ-VOUS ET COMMISSION DE SUIVI

Article 2.1 – Clause de rendez-vous

Les parties signataires conviennent de se revoir durant la troisième année d'application du présent accord pour en dresser un bilan et discuter, si ce bilan l'impose, de sa révision.

L'initiative de ce rendez-vous est à la charge de la partie la plus diligente.

Par ailleurs, 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 mois à compter de la promulgation du nouveau texte pour en évaluer les effets et discuter de sa révision.

Article 2.2 - Commission de suivi

Une commission de suivi composée d'au moins deux organisations syndicales de salariés et deux organisations professionnelles d'employeurs est mise en place dans le mois suivant la signature du présent accord, dont elle assure le suivi.

Elle se réunit une fois par an selon une date fixée de manière concertée entre les organisations syndicales de salariés et les organisations professionnelles d'employeurs représentatives de la branche de la Publicité. Elle peut également se réunir exceptionnellement à la demande d'une des organisations syndicales de salariés représentatives signataires du présent accord ou d'une des organisations professionnelles d'employeurs représentatives signataires.

Cette commission a en charge le suivi de l'application du présent accord et l'examen des conditions de sa mise en œuvre.

ARTICLE 3 – REVISION

En cas d'aménagement législatif ou réglementaire majeur ultérieur, la partie la plus diligente invite l'autre partie à en étudier les incidences sur l'économie générale de l'accord et, le cas échéant, à en négocier une révision partielle.

Sont habilitées à demander la révision du présent accord :

- jusqu'à la fin du cycle électoral au cours duquel il a été conclu, une ou plusieurs organisations syndicales de salariés ou professionnelles d'employeurs à la fois représentatives et signataires ou adhérentes de l'accord ;
- à l'issue de cette période, une ou plusieurs organisations syndicales de salariés ou professionnelles d'employeurs représentatives dans la branche.

sw pt VPPB

P

PL

M^{FB}

de

M⁹ NS
SMU

Branche de la Publicité

Les Organisations Professionnelles d'Employeurs

ASSOCIATION DES AGENCES-CONSEILS EN COMMUNICATION – AACC

40, boulevard Malesherbes – 75008 Paris

représentée par Vincent LECLABART : *Marie Boute Boudet* *MLB*

UNION DES PROFESSIONNELS DE LA RECHERCHE EN LIGNE, DE L'EDITION DE CONTENUS ET DE BASES DE DONNEES - UNIREL

40, boulevard Malesherbes – 75008 Paris

représentée par Véronique de BORDA : *V. de Borda*

SYNDICAT DE LA PRESSE GRATUITE – SPG

19, Rue des Granges Galand – 37550 Saint-Avertin

représenté par Michel GAUDRON: *PG* *Michel Gaudron*

SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITE TELEVISEE – SNPTV

1, quai du Point du Jour – 92656 Boulogne Cedex

représenté par Virginie MARY : *J. Mary*

UNION DES ENTREPRISES DE CONSEIL ET ACHAT MEDIA – UDECAM

44, rue Cambronne – 75015 Paris

représentée par Françoise CHAMBRE : *Françoise Chambre*

UNION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE – UPE

47, Rue de Liège – 75008 Paris

représentée par Stéphane DOTTELONDE : *S. Dattelonde*

Branche de la Publicité

Les Organisations Syndicales de Salariés

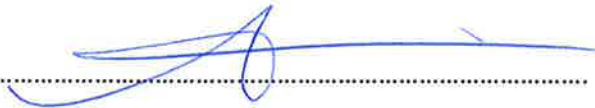
F3C CFDT, MAISON DES FEDERATIONS CFDT
47-49, avenue Simon Bolivar – 75019 Paris
représentée par Laurent QUINTREAU :




SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITE, DES SUPPORTS PUBLICITAIRES, DES EDITIONS, DE LA PRESSE
GRATUITE, DE LA DISTRIBUTION PUBLICITAIRE - CFTC
128, avenue Jean-Jaurès – 93697 Pantin cedex
représenté par Frédéric BARRE :



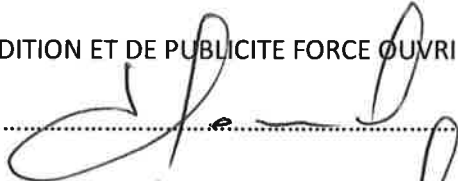
SYNDICAT NATIONAL DES CADRES ET TECHNICIENS DE LA PUBLICITE ET DE LA PROMOTION –
SNCTPP – CFE-CGC
59, rue du Rocher – 75008 Paris
représenté par Paul ADENIS :



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 Bagnolet Cedex
représentée par Serge Vincent :

