

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

PREAMBULE

Les organisations syndicales représentatives de salariés et les organisations professionnelles d'employeurs soussignées 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.

Il est entendu que cet accord est relatif à une analyse commune par les parties de la situation au sein de la branche à la date du 12 décembre 2016.

Les parties signataires conviennent de procéder à une augmentation des salaires minima conventionnels 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^{er} janvier 2017.

ARTICLE 1 : NIVEAUX DE SALAIRES MINIMA CONVENTIONNELS

Appointements mensuels bruts en euros

1^{ère} catégorie : employés	
Niveau 1(débutant*)	1489
Niveau 2	1502
Niveau 3	1516
Niveau 4	1582
2^{ème} catégorie : techniciens/ agents de maîtrise	
Niveau 1	1622
Niveau 2	1670
Niveau 3	1722
Niveau 4	1827
3^{ème} catégorie : cadres	
Niveau 1(débutant**)	1991
Niveau 2	2183
Niveau 3	2574
Niveau 4	3370

* pendant six mois

** pendant un an

sw t

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large 'W' and a signature that appears to be 'M'.

Branche de la Publicité

En l'état de signature du présent accord et sans préjudice de l'issue des futures négociations, l'appointement annuel brut garanti à un salarié, sous réserve de sa présence effective durant douze mois, correspond à la somme des appointements mensuels bruts minima auxquels il a pu prétendre au cours des douze derniers mois.

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 AFIN DE SUPPRIMER LES ECARTS DE REMUNERATION 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 femme / homme, 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 rémunérations entre les femmes et les hommes dans le cadre de la négociation annuelle sur les salaires, afin d'atteindre l'égalité salariale femme / homme.

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 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* », les partenaires sociaux incitent les entreprises de la branche de 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 de salariés par sexe,
- rapport entre le nombre de salariés par sexe ayant bénéficié d'une mesure de correction salariale et le nombre total de salariés,
- pourcentage moyen des mesures de correction salariale,
- pourcentage moyen d'augmentation individuelle attribuée aux femmes ayant bénéficié d'une mesure de correction salariale

Branche de la Publicité

Afin de diminuer et supprimer les disparités salariales en fonction du sexe, les parties signataires incitent les entreprises, dans le respect notamment des dispositions de l'article L. 2242-7 du Code du travail, quand cela est nécessaire à :

- s'engager sur un taux de progression de la rémunération de base homme/femme 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 le travail et la vie personnel ;
- réformer les pratiques de recrutement, de sélection et de promotion des entreprises dans certaines professions majoritairement occupées par des hommes et bien rémunérées 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 ;
- rechercher des modes d'organisation du travail qui évitent les contraintes spécifiques à certaines pratiques de management souvent peu compatibles avec des obligations familiales des salariés.

ARTICLE 3 : DELAIS 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^{er} janvier 2017.

ARTICLE 4 : CLAUSE DE RENDEZ-VOUS ET SUIVI DE L'ACCORD

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

En outre et conformément aux articles L.2241-1 et L.2241-9 du Code du travail, les parties signataires conviennent d'ouvrir des négociations annuelles sur les salaires et sur les mesures permettant de supprimer les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes.

Ainsi, le rendez-vous relatif au bilan du présent accord aura lieu une fois par an et permettra de lancer les négociations de branche mentionnées à l'alinéa précédent.

Par ailleurs, une commission de suivi sera mise en place dans le mois suivant la signature du présent accord de branche. Cette commission aura en charge le suivi de l'application du présent accord et l'examen des conditions de sa mise en œuvre.

Elle se réunira également une fois par an lors du rendez-vous annuel prévu ci-dessus. Elle pourra également se réunir exceptionnellement à la demande d'une des organisations syndicales représentatives signataires de la présente convention ou de la Fédération de la Publicité.

Y

← φ

Ⓢ

>

FB

W
WS

Branche de la Publicité

Enfin, en cas d'évolution du cadre législatif ou réglementaire ayant un impact sur les dispositions du présent accord, les Parties seront réunies dans un délai maximal de 2 mois à compter de la promulgation du nouveau texte pour en évaluer les effets et discuter de sa révision.

ARTICLE 5 : PUBLICITE, DUREE, REVISION ET DENONCIATION

Le présent accord est déposé par les organisations professionnelles d'employeurs auprès des services centraux du ministère chargé du travail et du Conseil de Prud'hommes du lieu de conclusion.

Il est conclu pour une durée indéterminée.

Il peut être révisé dans les conditions prévues aux articles L.2261-7 et L.2261-8 du Code du Travail et dénoncé conformément aux articles L.2261-9 à L.2261-13 du Code du travail.

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

Fait à Paris, le 10 janvier 2017

En 16 exemplaires originaux

sw q

Ch.

W

7

M

9

45

Branche de la Publicité

Les Organisations Professionnelles d'Employeurs

ASSOCIATION DES AGENCES-CONSEILS EN COMMUNICATION – AACC
40, boulevard Maiesherbes – 75008 Paris
représentée par Vincent LECLABART :



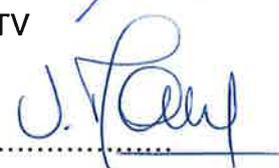
UNION DES PROFESSIONNELS DE LA RECHERCHE EN LIGNE, DE L'EDITION DE
CONTENUS ET DE BASES DE DONNEES - UNIREL
40, boulevard Maiesherbes – 75008 Paris
représentée par Véronique DE BORDA :



SYNDICAT DE LA PRESSE GRATUITE – SPG
19, Rue des Granges Galand – 37550 Saint-Avertin
représenté par Michel GAUDRON :



SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITE TELEVISEE – SNPTV
1, quai du Point du Jour – 92656 Boulogne Cedex
représenté par Virginie MARY :



UNION DES ENTREPRISES DE CONSEIL ET ACHAT MEDIA – UDECAM
44, rue Cambronne – 75015 Paris
représentée par Françoise CHAMBRE :

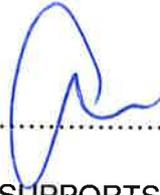


UNION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE – UPE
47, Rue de Liège – 75008 Paris
représentée par Stéphane DOTTELONDE :

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 Alain CLAIR :

