

# *Branche de la Publicité*

**Avenant n°21 à la convention collective nationale des entreprises de la publicité et assimilées portant suppression de la commission paritaire de validation des accords dérogatoires d'entreprise et création en remplacement de la commission permanente paritaire de négociation et d'interprétation**

## **SOMMAIRE**

### **PREAMBULE**

### **TITRE I – LA COMMISSION PERMANENTE PARITAIRE DE NEGOCIATION ET D'INTERPRETATION**

**Article 1. Champ d'application**

**Article 2. Modalités de fonctionnement de la commission**

**Article 3. Rôle et missions de la commission**

### **TITRE II – DISPOSITIONS FINALES**

**Article 4. Durée, révision et dénonciation de l'avenant**

**Article 5. Clause de suivi et de rendez-vous**

**Article 6. Dépôt et demande d'extension**

**ANNEXE 1 : Coordonnées des organisations syndicales représentatives de salariés de la branche au jour de la signature de l'accord**

4

WV  
W

B

M

SV

Q

PA

1

WV

# Branche de la Publicité

## Préambule

La loi du 8 août 2016 (n°2016-1088) a remplacé la commission paritaire de validation des accords dérogatoires d'entreprise par la commission permanente de négociation et d'interprétation qui doit être instituée dans chaque branche. L'ordonnance n°2017-1385 du 22 septembre 2017 a modifié les règles relatives à la négociation des accords collectifs.

Les parties signataires du présent avenant se sont donc réunies afin d'adapter les textes conventionnels à ces nouvelles dispositions.

Les dispositions du présent accord constituent un avenant dont les dispositions annulent et remplacent l'intégralité de l'avenant n°20 en date du 7 novembre 2011 et viennent compléter la convention collective de la publicité.

Depuis la création de la convention collective de la publicité, les partenaires sociaux de la branche ont organisé la négociation collective autour de plusieurs instances paritaires : CMP, CPNEFP, Observatoire des métiers...

La Commission Mixte Paritaire est la principale instance de négociation dans laquelle les organisations syndicales de salariés et d'employeurs ont négocié et conclu des accords et avenants applicables pour les entreprises relevant du champ d'application de la convention collective de la publicité. Cette instance paritaire n'avait jamais fait l'objet d'un accord collectif pour en préciser son fonctionnement, sa composition et ses missions.

La loi du 8 août 2016 permet aux branches professionnelles d'organiser ce type d'instance paritaire dans un accord collectif. Les partenaires sociaux de la branche de la publicité s'inscrivent donc dans cette nouvelle organisation à travers le présent accord.

AMM

Y

NV  
NV

M →

⊗

PA

2 B

# *Branche de la Publicité*

## **TITRE I – LA COMMISSION PERMANENTE PARITAIRE DE NEGOCIATION ET D'INTERPRETATION**

### **Article 1. Champ d'application**

Le champ d'application du présent avenant 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. Modalités de fonctionnement de la commission**

#### ***2.1 – Composition, vote et quorum***

##### ***2.1.1. Composition***

La CPPNI est constituée, en application des dispositions de l'article L.2261-19 du Code du travail, d'un (1) représentant titulaire par organisation syndicale de salariés de la branche représentative au niveau national et signataire du présent avenant, et d'un nombre égal de représentants des organisations professionnelles d'employeurs.

Chaque organisation veille également à la désignation de deux (2) suppléants habilités à siéger à cette CPPNI et il en est de même en nombre égal, des représentants des organisations professionnelles d'employeurs.

##### ***2.1.2. Vote***

Chaque membre titulaire de la CPPNI présent dispose d'une (1) voix.

Les décisions de la CPPNI sont prises selon le poids de chaque organisation représentative au sein de la branche. Les votes ont lieu par ailleurs à main levée.

Les suppléants ne disposent pas d'une voix délibérative sauf en cas d'absence du titulaire.

La CPPNI ne peut valablement délibérer que si trois (3) membres titulaires au moins de chaque collège sont présents.

Les décisions de la CPPNI sont consignées dans un procès-verbal qui indique le nombre de présents. Les membres de la CPPNI ne pouvant donner un pouvoir à l'un des membres de leur collège, il appartient à chaque collège d'assurer sa représentation dans les conditions définies au présent article.

##### ***2.1.3. Participation aux réunions de la branche relatives à la CPPNI***

La mise en place et le suivi de la CPPNI nécessitent l'organisation de plusieurs réunions par an dans le cadre des instances intervenant au niveau de la branche et mentionnées dans le présent avenant.

Y NV  
NV

SV

M

B

PA  
E

3

JPB

# Branche de la Publicité

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 différentes 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.

## 2.2 - Présidence et secrétariat

La présidence de la CPPNI échoit tous les deux ans, alternativement, à l'un des collèges.

La vice-présidence échoit à l'autre collège.

Le président et le vice-président sont élus par leur collège respectif.

Toutefois, si un collège ne procède pas à l'élection qui lui incombe, l'autre collège peut y procéder après une mise en demeure par LRAR aux parties prenantes et un délai de deux (2) mois laissé sans que l'élection prévue ne soit intervenue.

La commission paritaire, lorsqu'elle se réunit sous forme de commission mixte paritaire, est présidée par un représentant du Ministère du travail, de l'emploi, de la formation professionnelle et du dialogue social. En cas de vacance, la présidence de chaque séance est assurée par un représentant d'une organisation syndicale représentative d'employeurs ou de salariés, par alternance.

Le collège employeur assure la charge du secrétariat de la CPPNI, au siège de la Fédération de la Publicité.

L'adresse numérique et postale du secrétariat de la CPPNI est la suivante :

### Secrétariat de la Fédération de la Publicité

40 Bd Malesherbes – 75008 Paris,

ou par mail [contact@federation-pub.fr](mailto:contact@federation-pub.fr)

## 2.3 – Réunions ordinaires et extraordinaires

### 2.3.1. Réunions ordinaires

En ce qui concerne les réunions ordinaires, la CPPNI se réunit au moins quatre (4) fois par an, conformément à l'article L.2232-9 du Code du travail.

Ses membres sont convoqués au moins 15 jours avant chaque réunion.

A chaque réunion de cette instance, une feuille de présence et un procès-verbal sont établis par le secrétariat de la publicité.

Une (1) fois par an, la commission paritaire établit son calendrier de négociations en fixant paritairement, d'une part, ses dates de réunions prévisionnelles et d'autre part, les thèmes de négociation envisagés. Il est rappelé que les partenaires sociaux peuvent, le cas échéant, moduler la périodicité des négociations périodiques obligatoires.

MAA

4

NU  
M

SV

M  
E

PA

B

4

# Branche de la Publicité

## **2.3.2. Réunions extraordinaires**

En cas de demande de réunion extraordinaire, la CPPNI se réunit dans un délai qui ne peut excéder deux (2) mois suivant la saisine.

Toute saisine de la CPPNI doit être effectuée par lettre recommandée avec accusé de réception et être motivée afin de permettre aux membres de la CPPNI de prendre connaissance préalablement à la réunion, des questions soumises.

## **Article 3. Rôle et missions de la commission**

La commission permanente paritaire de négociation et d'interprétation (« CPPNI » ci-après) exerce les missions qui lui sont dévolues en application des dispositions légales et réglementaires.

Son principal objet est de négocier et de conclure les conventions, accords et avenants de branche susceptibles de donner lieu à une extension ministérielle.

Ses principales missions sont exposées ci-après.

### **3.1. Missions d'intérêt général**

La CPPNI représente la branche, notamment dans l'appui aux entreprises vis-à-vis des pouvoirs publics.

### **3.2. Missions en matière de négociation**

La CPPNI est le seul organe compétent pour mener les négociations de branche, qu'elles soient rendues obligatoires par la loi ou non.

La saisine de la CPPNI d'une demande relative à un thème de négociation susceptible d'être traité au niveau de la branche peut émaner d'une ou plusieurs organisations syndicales et patronales représentatives à ce niveau.

Les auteurs de la saisine doivent formuler leur demande par lettre recommandée avec accusé de réception exposant précisément l'objet et la motivation de leur demande.

Une copie de ce courrier est adressée par l'organisation à l'origine de la demande à l'ensemble des autres organisations syndicales et patronales représentatives au niveau de la branche.

La commission dispose d'un (1) mois pour se prononcer sur la demande de négociation.

En cas d'acceptation, les parties examinent les modalités d'ouverture de la négociation dans un délai d'un (1) mois suivant la réception de la demande visée au premier alinéa du présent article.

### **3.3. Missions de veille sur l'emploi et les conditions de travail**

La commission paritaire exerce un rôle de veille sur les conditions de travail et d'emploi à l'aide, notamment, de l'action coordonnée des différentes instances paritaires instituées par la branche :

- la commission paritaire nationale de l'emploi et la formation professionnelle (CPNEFP)
- la section paritaire professionnelle (SPP)
- l'observatoire des métiers de la branche.

Ces instances fonctionnent conformément aux règles établies par les partenaires sociaux.

9 NU NU 4W WJ FB PA CB KPB

# Branche de la Publicité

## **3.4. Rapport annuel d'activité.**

La commission paritaire a pour rôle, conformément à l'article L.2232-9 du Code du travail, d'établir un rapport annuel d'activité comprenant un bilan des accords collectifs d'entreprise relatifs à la durée du travail, au travail à temps partiel et intermittent, aux congés et au compte épargne temps (accords conclus dans le cadre du Titre II, des chapitres Ier et II du titre III et des titres IV et V du livre Ier de la troisième partie du Code du travail).

A cet effet, les accords collectifs susmentionnés sont transmis à la commission paritaire conformément aux articles D.2232-1-1 et D.2232-1-2 du Code du travail.

Chaque année, la commission paritaire établit un rapport d'activité qu'elle verse dans la base de données nationale visée à l'article L.2231-5-1 du Code du travail.

A travers ce rapport, la commission paritaire formule des recommandations destinées à répondre aux difficultés identifiées.

Le rapport annuel d'activité est élaboré de manière paritaire. Les parties signataires sont conscientes du travail que représente le rapport annuel d'activité. Elles décident de déléguer ce travail à un organisme extérieur. Ce dernier sera choisi de manière paritaire suite à un appel d'offre dont le cahier des charges sera élaboré de manière paritaire.

Ce rapport annuel est financé par les fonds du paritarisme. Une fois la collecte effectuée et avant que la répartition entre les organisations syndicales de salariés et d'employeur soit effectuée, 3% du financement du paritarisme est consacré exclusivement au financement du rapport annuel d'activité.

## **3.5. Missions en matière d'interprétation**

Les partenaires sociaux rappellent l'existence historique de la commission nationale d'interprétation mise en place par l'article 13 de la convention collective de la Publicité.

La CPPNI peut, conformément à l'article L.2232-9 du Code du travail, rendre un avis à la demande d'une juridiction sur l'interprétation de la convention collective de branche ou d'un accord collectif national présentant une difficulté sérieuse et se posant dans de nombreux litiges.

La CPPNI a également pour rôle d'incarner les commissions d'interprétation prévues par les conventions et accords collectifs de branche, sur saisine des organisations syndicales et patronales représentatives au niveau de la branche ou de la Fédération de la Publicité, ainsi que de l'Observatoire paritaire de la négociation collective (article L.2232-10 du Code du travail).

Les compétences conférées à cette CPPNI n'excluent en aucune façon les voies de recours auprès des instances judiciaires.

## **3.6. Observatoire de la négociation collective**

Conformément à l'article L.2232-10 du Code du travail, les partenaires sociaux confient à la commission paritaire permanente le rôle d'observatoire paritaire de la négociation collective.

Les missions de cet observatoire sont d'enregistrer et d'archiver les accords d'entreprise ou d'établissement relevant du champ d'application de la convention collective de la Publicité.

Ces accords sont transmis par l'employeur après leur conclusion et concomitamment aux formalités légales de dépôt.

MMB

Y NU NU SW W B PA



# *Branche de la Publicité*

Une version signée est ainsi transmise à la commission paritaire permanente dans un délai d'un (1) mois après la signature de l'accord. Cette version est envoyée à l'adresse mail et/ou postale du secrétariat de la publicité (par lettre recommandée avec accusé de réception).

Il est rappelé qu'avant tout envoi, l'employeur doit veiller à la suppression des noms et des prénoms des négociateurs et signataires des accords concernés.

La commission accuse réception des conventions et accords transmis dans ces conditions.

A chaque CPPNI, un état des lieux, sous forme de tableau, est transmis aux membres de la commission paritaire, des accords remontés au secrétariat de la Fédération de la Publicité. Les accords transmis sont stockés dans une base de données accessible aux membres de la CPPNI.

Y

NV  
NV

M

SW

AB

PA  
E

7

FIPB

# Branche de la Publicité

## TITRE II : DISPOSITIONS FINALES

### Article 4 : Durée, révision et dénonciation de l'avenant

Le présent avenant est conclu pour une durée de trois (3) ans et entrera en vigueur à compter du jour de sa signature.

#### - **Révision**

Sont habilitées à demander la révision du présent avenant :

- jusqu'à la fin du cycle électoral au cours duquel il a été conclu
  - o une ou plusieurs organisations syndicales de salariés représentatives dans le champ d'application de l'avenant et signataires ou adhérentes de l'avenant ;
  - o une ou plusieurs organisations professionnelles d'employeurs signataires ou adhérentes. Si l'avenant est étendu, ces organisations doivent être en outre représentatives dans le champ d'application de l'avenant ;
- à l'issue de ce cycle :
  - o une ou plusieurs organisations syndicales de salariés représentatives dans le champ d'application de l'avenant ;
  - o une ou plusieurs organisations professionnelles d'employeurs de la branche. Si l'avenant est étendu, ces organisations doivent être représentatives dans le champ d'application de l'avenant.

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 de trois (3) 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.

Par ailleurs, en cas d'évolution du cadre législatif ou réglementaire ayant un impact sur les stipulations de l'avenant, les parties seront réunies dans un délai maximal de deux (2) mois à compter de la promulgation du nouveau texte à l'initiative de la partie la plus diligente, pour en évaluer les effets et discuter de sa révision.

#### - **Dénonciation**

Le présent avenant peut être dénoncé conformément aux dispositions des articles L.2261-9 à L.2261-13 du Code du travail. La dénonciation est notifiée par son auteur par lettre recommandée avec accusé de réception à chacun des autres signataires ou adhérents et déposée par la partie la plus diligente auprès des services du Ministère du Travail et du secrétariat greffe du Conseil de prud'hommes du lieu de sa conclusion. Si la dénonciation émane de la totalité des signataires



# Branche de la Publicité

employeurs ou de la totalité de signataires salariés, le présent avenant continue de produire effet jusqu'à l'entrée en vigueur du texte qui lui est substitué ou, à défaut, pendant une durée d'un an à compter de l'expiration d'un préavis de trois (3) mois.

Si la dénonciation est le fait d'une partie seulement des signataires employeurs ou des signataires salariés, elle ne fait pas obstacle au maintien en vigueur du présent avenant entre les autres signataires. Dans ce cas, les dispositions de l'alinéa précédent s'appliquent également à l'auteur de la dénonciation.

Si le présent avenant est dénoncé par la totalité de signataires employeurs ou la totalité des signataires salariés, les dispositions suivantes s'appliquent :

- elle entraîne l'obligation pour tous les signataires ou adhérents de se réunir le plus rapidement possible et au plus tard dans un délai de trois (3) mois suivant la réception de la lettre de dénonciation, en vue de déterminer le calendrier des négociations ;
- durant les négociations, l'avenant reste applicable sans aucun changement ;
- si un nouvel avenant est signé dans les délais prévus par l'article L.2261-10 du Code du travail y compris avant l'expiration du délai de préavis, les dispositions du nouvel avenant se substituent intégralement à l'avenant dénoncé.

Passé le délai susvisé, et à défaut d'avenant de substitution, le texte de l'avenant cesse de produire ses effets sous réserve des avantages acquis à titre individuel et pour autant que la dénonciation émane de la totalité des signataires employeurs ou de la totalité des signataires salariés.

## Article 5. Clause de suivi et de rendez-vous

### - **Clause de rendez-vous**

Les parties signataires conviennent de se revoir durant la troisième (3<sup>ème</sup>) année d'application du présent avenant 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 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.

### - **Commission de suivi**

Une commission de suivi composée d'au moins deux organisations professionnelles d'employeurs signataires du présent avenant et deux organisations syndicales de salariés signataires du présent avenant est mise en place dans les trois (3) mois suivants la signature du présent avenant, dont elle assure le suivi.

Elle se réunit une (1) fois par an selon une date fixée de manière concertée entre les organisations professionnelles d'employeurs et les organisations syndicales de salariés représentatives de la branche de la Publicité et signataires du présent avenant. Elle peut également se réunir exceptionnellement à la demande d'une des organisations professionnelles d'employeurs ou d'une des organisations syndicales de salariés représentatives signataires du présent avenant.

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

1

NV  
NU

W

SW

AB

PK

EB

9

VLAB

# Branche de la Publicité

## Article 6 : Dépôt et demande d'extension

Le présent avenant est déposé ainsi que ses annexes, par les organisations professionnelles d'employeurs, conformément aux dispositions du Code du travail.

Il fait l'objet d'une demande d'extension.

Fait à Paris, le 13 février 2018  
En 16 exemplaires

PPB

†

NU  
NU

SV

W

B  
B

PA

# Branche de la Publicité

## ANNEXE 1 : COORDONNEES DES ORGANISATIONS SYNDICALES REPRESENTATIVES DE SALARIES DE LA BRANCHE AU JOUR DE LA SIGNATURE DE L'AVENANT

### 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 Bagnolet Cedex

représentée par Serge VINCENT : .....

Handwritten initials and signatures at the bottom of the page: 7, NU, NU, SW, UJ, B, PA, [signature], 11, [signature]

# Branche de la *P*ublicité

## 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 : .....

HPB

P

NV  
M

M

SV B MA  
Be

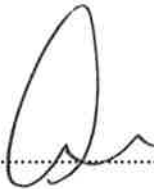
# Branche de la Publicité

## 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

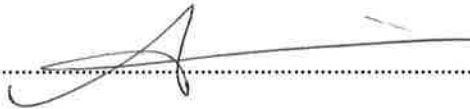
représenté par Frédérick BARRE : .....



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.

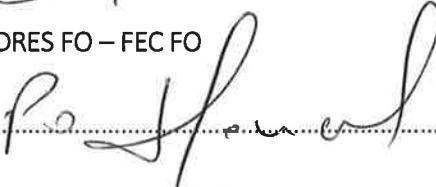
représenté par Nathalie HOMAND : .....



FEDERATION DES EMPLOYES ET CADRES FO – FEC FO

54, rue d'Hauteville – 75010 Paris

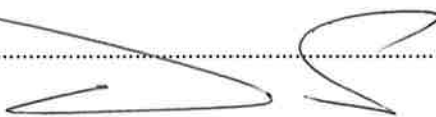
représentée par Thierry NOLEVAL : .....



UNION NATIONALE DES SYNDICATS AUTONOMES – UNSA SPECTACLE ET COMMUNICATION

21, rue Jules Ferry – 93177 Bagnolet 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 : .....