

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.

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 23 juin 2015.

Les parties signataires conviennent de procéder à une augmentation des salaires minima conventionnels au 1^{er} septembre 2015

ARTICLE 1. : NIVEAUX DE SALAIRES MINIMA CONVENTIONNELS

Appointements mensuels bruts en euros

1^{ère} catégorie : employés	
Niveau 1(débutant*)	1474
Niveau 2	1487
Niveau 3	1501
Niveau 4	1566
2^{ème} catégorie : techniciens/ agents de maîtrise	
Niveau 1	1606
Niveau 2	1653
Niveau 3	1705
Niveau 4	1809
3^{ème} catégorie : cadres	
Niveau 1(débutant**)	1971
Niveau 2	2161
Niveau 3	2549
Niveau 4	3337

* pendant six mois

** pendant un an

Handwritten signatures and initials in blue ink, including "M Y M M B" and "NO NU".

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. : OBJECTIF DE SUPPRESSION DES 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.

Les parties signataires recommandent aux entreprises de la branche :

- d'analyser les salaires effectifs par classification et par sexe, en moyenne et en répartition ;
- de mesurer les écarts éventuels par rapport à l'objectif d'égalité salariale homme / femme, en prenant notamment en compte l'âge de chaque salarié et son ancienneté dans sa classification ;
- de 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 homme / femme.

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,

M
y
B
NU
NAD
7

Branche de la Publicité

- 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.

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 de :

- 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 hommes/femmes 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 le 1^{er} septembre 2015, sous réserve de l'extension de l'accord.

ARTICLE 4. : SUIVI DE L'ACCORD

Conformément aux articles L2241-1 et L2241-9 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.

Handwritten signatures and initials in blue ink:
M 4
UB
NB
M
NB

Branche de la Publicité

ARTICLE 5. : DUREE, PUBLICITE ET DENONCIATION

Le présent accord sera déposé auprès des services centraux du ministère chargé du travail et du Conseil de Prud'hommes du lieu de conclusion.

Le présent accord est conclu pour une durée indéterminée.

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

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

Fait à Paris, le 23 juin 2015

En 16 exemplaires originaux

M9 NU NU
de M B
M

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 : *P.O. Amélie Courty - conseillère AACC*

UNION DES PROFESSIONNELS DE LA RECHERCHE EN LIGNE, DE L'ÉDITION DE CONTENUS ET DE BASES DE DONNÉES - 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 : *M. Gaudron*

SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITE TELEVESEE – SNPTV

1, quai du Point du Jour – 92656 Boulogne Cedex

représenté par Virginie MARY : *V. Mary*

UNION DES ENTREPRISES DE CONSEIL ET ACHAT MEDIA – UDECAM

32, rue Guersant – 75017 Paris

représentée par Françoise CHAMBRE : *F. 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

5, avenue de la Porte de Clichy – 75017 Paris

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.

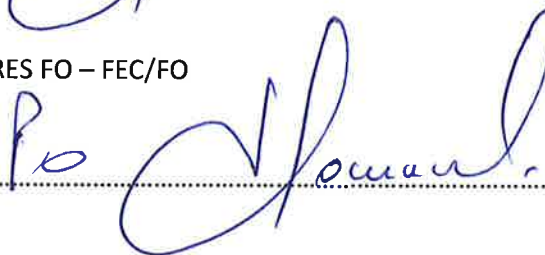
représenté par Nathalie HOMAND:



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 :