# *Branche de la Publicité*

**Avenant à l'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 dans la branche de la publicité, réunies en Commission Paritaire Permanente de Négociation et d'Interprétation, 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 avenant s'est fondée sur l'analyse commune des parties de la situation des salariés et des entreprises relevant de la branche à la date du 17 mai 2023.

Les parties conviennent que le présent avenant relatif à l'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 avenant, à compter du 1er mai 2023.

Les parties signataires, ayant posé le constat d'une accélération des évolutions ces derniers mois, notamment inflationnaires, conviennent de se réunir au mois de septembre 2023, pour en tenir compte.

Eu égard à la finalité poursuivie par les présentes dispositions et 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.

# *Branche de la Publicité*

## ARTICLE 1 : NIVEAUX DE SALAIRES MINIMA CONVENTIONNELS

**Appointements brut en euros**

| **1ère catégorie : employés** | **Mensuels** | **Mensuels multipliés par 12** |
|---|---|---|
| Niveau 1 (débutant*) | **1 753** | **21 036** |
| Niveau 2 | **1 769** | **21 228** |
| Niveau 3 | **1 785** | **21 420** |
| Niveau 4 | **1 863** | **22 356** |
| **2ème catégorie : techniciens/ agents de maîtrise** | | |
| Niveau 1 | **1 903** | **22 836** |
| Niveau 2 | **1 959** | **23 508** |
| Niveau 3 | **2 021** | **24 252** |
| Niveau 4 | **2 144** | **25 728** |
| **3ème catégorie : cadres** | | |
| Niveau 1 (débutant**) | **2 330** | **27 960** |
| Niveau 2 | **2 554** | **30 648** |
| Niveau 3 | **3 012** | **36 144** |
| Niveau 4 | **3 943** | **47 316** |

* pendant six mois

** pendant un an

Au jour de la signature du présent avenant 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 avenant 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 RÉMUNERATION ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

Les parties signataires du présent avenant réaffirment que l'égalité salariale entre les femmes et les hommes est une composante essentielle de l'égalité professionnelle. Tout employeur est tenu d'assurer, pour un même travail, ou pour un travail de valeur égale, l'égalité de rémunération entre les femmes et les hommes. Les disparités de rémunération ne peuvent pas, pour un même emploi, être fondées sur l'appartenance des salariés à l'un ou l'autre sexe. 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 rappellent également que les présentes dispositions s'inscrivent en parallèle de l'ensemble des obligations des entreprises en matière d'égalité professionnelle dont, notamment, celle de calculer et de publier tous les ans l'Index « égalité professionnelle », conformément à la loi n°2018-771 du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel, dans les

entreprises d'au moins 50 salariés. Il est précisé que, selon les résultats de cette évaluation, les entreprises devront définir et programmer des mesures correctrices permettant d'atteindre un résultat suffisant.

Les parties signataires rappellent également que les entreprises de moins de 50 salariés, qui ne rentrent pas dans le champ d'application de la loi susmentionnée, ne sont pas exemptes de prendre des mesures nécessaires pour parvenir à l'égalité professionnelle, notamment dans le cadre fixé par les articles L.1142-1 et suivants du code du travail.

En conséquence, les parties signataires encouragent toutes les entreprises, quel que soit leur effectif, à poursuivre, dans le cadre de leur politique salariale, la réduction des écarts injustifiés constatés entre les rémunérations moyennes des hommes et celles des femmes à situation comparable, et permettre d'assurer le principe d'égalité salariale tout au long de la vie professionnelle.

Elles préconisent à l'ensemble des entreprises de la branche de mettre en œuvre notamment 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 vivement les entreprises de la branche à recourir aux indicateurs suivants :

- écart salarial moyen selon le sexe ;
- part des femmes et des hommes 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 ou aux hommes, le cas échéant ;
- pourcentage moyen d'augmentation individuelle attribuée aux femmes, ou aux hommes, le cas échéant, ayant bénéficié d'une mesure de correction salariale.

Afin de diminuer et de supprimer les disparités salariales en fonction du sexe, les parties signataires incitent également, 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 afin de parvenir à une mixité plus équilibrée si les diagnostics effectués permettent d'identifier certains postes majoritairement occupés par l'un des deux sexes ; faciliter l'accès des femmes à des professions bien rémunérées dans lesquelles elles sont souvent 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 ont ouvert une négociation au niveau de la branche sur l'égalité professionnelle femmes / hommes, dans l'objectif d'aboutir à la conclusion d'un accord de branche en la matière.

Au cours de l'année 2020, afin de mesurer l'évolution et la prise en compte de cette notion, les organisations patronales et syndicales ont réalisé un diagnostic de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes au sein de la branche.

De même, le rapport annuel de l'activité de la branche de la Publicité au titre des années 2020 et 2021 comportent un bilan de l'action de cette dernière en matière d'égalité professionnelle.

Ce bilan est reconduit au titre de l'année 2022 afin de mesurer les évolutions et actions prioritaires.

## ARTICLE 3 : DÉLAIS DE MISE EN OEUVRE

La mise en œuvre de cet avenant, 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'avenant et de façon volontaire, pour les entreprises adhérentes aux organisations signataires, à compter du 1er mai 2023.

## 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 avenant 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 avenant.

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

**<u>ARTICLE 5</u> : CLAUSE DE RENDEZ-VOUS ET SUIVI DE L'AVENANT**

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

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 avenant 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 avenant. Cette commission a pour mission de suivre l'application de l'avenant 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 du présent avenant 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 avenant, les parties se réuniront dans un délai maximal de quarante-cinq (45) jours à compter de la promulgation du nouveau texte, pour en évaluer les effets et discuter de sa révision.

**<u>ARTICLE 6</u> : RÉVISION ET DÉNONCIATION**

**Révision**

L'avenant pourra être révisé au terme d'un délai d'un (1) mois suivant sa prise d'effet.

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

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

La partie qui dénonce l'avenant 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.

**ARTICLE 7 : PUBLICITÉ, DURÉE**

Le présent avenant est déposé par les organisations professionnelles d'employeurs représentatives dans 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'avenant, conformément aux dispositions légales en vigueur.

Il est conclu pour une durée indéterminée.

Le présent avenant fera l'objet d'une publication dans la base de données nationale.
Cet avenant à l'accord de branche fait l'objet d'une demande d'extension de la part des organisations professionnelles d'employeurs représentatives dans la branche de la publicité.

Fait à Paris, le 17 mai 2023

En 13 exemplaires originaux

**Les Organisations Syndicales de Salariés**

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

**FÉDÉRATION CFTC COMMUNICATION**
21 bis Rue Victor Massé – 75009 PARIS
représentée par Fabien CALCAVECHIA

**CFE-CGC PUBLICITÉ**
59, rue du Rocher – 75008 Paris
représenté par Patrick BIHOREAU

**FÉDÉRATION 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'ÉDITION ET DE PUBLICITE FORCE OUVRIÈRE – SNPEP FO**
131, rue Damrémont – 75018 Paris.
représenté par Thierry NOLEVAL

**FÉDÉRATION DES EMPLOYÉS 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

**Les Organisations Professionnelles d'Employeurs**

**ASSOCIATION DES AGENCES-CONSEILS EN COMMUNICATION – AACC**
40, boulevard Malesherbes – 75008 Paris
représentée par Bertille TOLÉDANO

**UNION DES MÉDIAS ET SUPPORTS PUBLICITAIRES- UMSP**
2, rue Sainte Lucie – 75015 Paris
représentée par Stéphane DOTTELONDE

**UNION DES ENTREPRISES DE CONSEIL ET ACHAT MEDIA – UDECAM**
7, rue Piccini – 75116 Paris
représentée par Thomas JAMET