

Branche de la Publicité

Accord relatif à la reconversion ou promotion par alternance dans la branche de la publicité

SOMMAIRE

ARTICLE 1 : CHAMP D'APPLICATION	3
ARTICLE 2 :OBJET ET MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE DE LA PRO-A	3
Article 2.1 – Les salariés concernés	3
Article 2.2 – Les certifications et actions éligibles	3
Article 2.3 – Les modalités de mise en œuvre du dispositif	4
Article 2.4 – Le tutorat dédié à la Pro-A	4
Article 2.5 – La durée des actions de formation	5
Article 2.6 – Les modalités de financement	5
ARTICLE 3 : PRISE D'ACTE DE L'ARRET DU DISPOSITIF DE CERTIFICATS DE QUALIFICATION PROFESSIONNELLE	6
ARTICLE 4 : APPLICATION DE L'ACCORD DANS LES ENTREPRISES DE MOINS DE CINQUANTE (50) SALARIÉS	6
ARTICLE 5 : DURÉE, RÉVISION, DÉNONCIATION ET ADHÉSION	6
Article 5.1 – La durée de l'accord et son délai de mise en œuvre	6
Article 5.2 – Les modalités de révision	6
Article 5.3 – Les modalités de dénonciation	7
Article 5.4 – L'adhésion	7
Article 6 : CLAUSE DE RENDEZ-VOUS ET SUIVI DE L'ACCORD	7
Article 6.1 – La clause de rendez-vous	7
Article 6.2 – La clause de suivi	8
ARTICLE 7 : DÉPÔT, PUBLICITÉ ET DEMANDE D'EXTENSION	8
ANNEXE : LISTE DES CERTIFICATIONS IDENTIFIÉES PAR LA BRANCHE	9

Branche de la Publicité

PRÉAMBULE

Dans un contexte de fortes mutations du marché du travail, le développement des métiers de la publicité et la professionnalisation des activités qui en découlent imposent le déploiement et le suivi d'une formation professionnelle adaptée.

La formation professionnelle constitue un facteur d'accompagnement de la compétitivité des entreprises et d'employabilité des salariés. Elle permet de maintenir les salariés dans leur emploi et de faire face à l'obsolescence des compétences liée à l'évolution des métiers, des modes de consommation et de communication ainsi que de l'organisation du travail. Elle vise également à faire face à la discontinuité croissante des trajectoires professionnelles et à l'accélération des mutations économiques. Enfin, elle permet d'appréhender au mieux les opportunités professionnelles offertes par le marché.

L'article 28 de la loi n°2018-771 du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel modifie les articles L.6324-1 à L.6324-6 du code du travail, en créant le dispositif de reconversion ou promotion par alternance (dit « Pro-A »), remplaçant le dispositif de période de professionnalisation.

En prenant en considération les attentes croisées des entreprises et des salariés, qui diffèrent selon l'organisation et la structure des emplois de chaque entreprise, il est convenu entre les parties de la conclusion d'un accord spécifique dédié au dispositif de reconversion ou de promotion par alternance (Pro-A), afin de permettre aux entreprises, aux salariés de la branche de répondre à leurs besoins en compétences.

Ce dispositif doit permettre aux salariés, notamment ceux dont la qualification est insuffisante au regard de l'évolution des technologies ou de l'organisation du travail, de favoriser tant leur évolution ou promotion professionnelle que leur maintien dans l'emploi. La Pro-A vise à faciliter un changement de métier ou une promotion professionnelle, via l'obtention d'une qualification reconnue. Ces salariés constituent une part importante des publics recrutés par les entreprises de la branche. A ce titre, la branche s'appuie sur l'ensemble des dispositifs d'apprentissage prévus par l'accord-cadre national interprofessionnel sur la formation du 14 octobre 2021 pour tenir compte de la diversité des apprenants.

Il s'agit également de mener une politique active de formation en alternance par l'accroissement des contrats d'apprentissage et de professionnalisation et l'affirmation du rôle majeur des tuteurs. Enfin, elle permettra aux salariés de préparer leur reconversion professionnelle, soit à leur demande, soit en cas de difficultés économiques de l'entreprise.

Dans le cadre d'une démarche d'actualisation permanente des besoins et outils de formation au sein de la branche et constatant la nécessité de mettre à jour certains dispositifs, les partenaires sociaux ont souhaité prendre acte de l'arrêt des certificats de qualification professionnelle de la Publicité.

Branche de la Publicité

Compte-tenu de la portée de cet accord, les négociateurs sociaux accorderont une attention particulière sur sa communication auprès des plus petites entreprises, majoritaires dans la branche, ainsi qu'aux salariés du secteur.

ARTICLE 1 : CHAMP D'APPLICATION

Le champ d'application géographique 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, Saint-Martin, Saint-Pierre-et-Miquelon, et Saint-Barthélemy, en application des articles L.2222-1 et L.2222-2 du Code du travail.

Le champ d'application professionnel du présent accord correspond à l'ensemble des entreprises qui relève 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, identifiés généralement dans la nomenclature d'activités française en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2008, sous les codes NAF / APE suivants :

- 73.11Z Activités des Agences de Publicité,
- 73.12Z Régie Publicitaire de médias,

ainsi qu'aux entreprises dont l'activité principale est assimilée à la publicité et qui ne relèvent pas d'un autre accord de branche.

ARTICLE 2 :OBJET ET MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE DE LA PRO-A

L'action de reconversion ou promotion par alternance, dite « Pro-A », a pour objet de permettre au salarié de changer de métier ou de profession, ou de bénéficier d'une promotion sociale ou professionnelle par des actions de formation ou par des actions de validation des acquis de l'expérience.

Article 2.1 – Les salariés concernés

La reconversion ou promotion par alternance concerne les salariés en contrat à durée indéterminée ou bénéficiaires d'un contrat unique d'insertion à durée indéterminée, ainsi que les salariés placés en activité partielle, n'ayant pas atteint un niveau de qualification sanctionné par une certification professionnelle enregistrée au RNCP, correspondant au niveau défini à l'article D.6324-1-1 du code du travail (inférieur à la licence).

Parmi ces salariés, elle concerne notamment ceux dont la qualification est insuffisante au regard de l'évolution des technologies ou de l'organisation du travail.

À ce titre, la Pro-A sera en priorité accessible pour des formations en faveur des salariés occupant des métiers sensibles et/ou permettant l'acquisition de compétences ou de certifications vers des métiers émergents.

Article 2.2 – Les certifications et actions éligibles

Branche de la Publicité

Conformément à l'article L.6324-3 du code du travail, les certifications professionnelles éligibles à la reconversion ou promotion par alternance ainsi que les motifs justifiant du choix desdites certifications sont listées en annexe du présent accord, eu égard à la forte mutation des activités de la branche et au risque d'obsolescence des compétences.

La Pro-A peut également permettre l'acquisition du socle de connaissance et de compétences (certificat Cléa).

Les actions éligibles à ce dispositif sont des actions de formation ou des actions de validation des acquis de l'expérience.

Article 2.3 – Les modalités de mise en œuvre du dispositif

Le contrat de travail du salarié concerné fait l'objet d'un avenant précisant la durée et l'objet de la reconversion ou promotion par alternance. Cet avenant est déposé auprès de l'opérateur de compétences (OPCO) de la branche : l'AFDAS.

La Pro-A peut être organisée soit à l'initiative du salarié, soit à l'initiative de l'employeur.

Les actions mises en œuvre pendant le temps de travail donnent lieu au maintien de la rémunération du salarié.

Les actions peuvent se dérouler pour tout ou partie en dehors du temps de travail à l'initiative soit du salarié, soit de l'employeur, après accord écrit du salarié et dans les limites prévues par les dispositions légales.

Pendant sa formation, le salarié bénéficie de la protection sociale en matière d'accidents du travail et de maladies professionnelles.

Les parties signataires rappellent l'importance de l'entretien professionnel, prévu à l'article L.6315-1 du code du travail, qui vise à accompagner le salarié dans ses perspectives d'évolution professionnelle (qualifications, changement de poste, promotion...) et identifier ses besoins de formation. Cet entretien, qui doit avoir lieu tous les deux (2) ans, constitue un moment opportun pour envisager une Pro-A.

Article 2.4 – Le tutorat dédié à la Pro-A

L'employeur désigne parmi les salariés de l'entreprise, un tuteur chargé d'accompagner chaque bénéficiaire du dispositif de la reconversion ou promotion par alternance.

Le tuteur est choisi parmi les salariés qualifiés de l'entreprise. Il doit être volontaire et justifier d'une expérience professionnelle minimale de deux (2) ans dans un poste en rapport avec l'objectif de formation poursuivi.

Un tuteur ne peut pas suivre plus de trois (3) salariés en alternance et deux (2) s'il est lui-même l'employeur.

Le tuteur a notamment pour missions :

Branche de la Publicité

- d'accueillir, d'aider, d'informer et de guider les personnes qui, dans l'entreprise, participent à des actions de formation, dans le cadre de la Pro-A ;
- d'organiser, en lien avec le responsable hiérarchique, l'activité de ces personnes dans l'entreprise, et de contribuer à l'acquisition de connaissances, de compétences, d'aptitudes professionnelles et de savoir-faire professionnels, au travers d'actions formalisées en situation professionnelle ;
- de veiller au respect de leur emploi du temps et aux activités qui leur sont confiées ;
- d'assurer la liaison entre les organismes ou établissements de formation et ces personnes ;
- de participer à l'évaluation des compétences acquises.

Afin de permettre au tuteur d'exercer ses missions dans les conditions optimales, les parties signataires conviennent que le tuteur doit bénéficier d'une préparation à sa fonction, éventuellement en suivant une formation spécifique. Il doit également disposer du temps nécessaire au suivi des contrats de professionnalisation.

Article 2.5 – La durée des actions de formation

Les actions de formation sont d'une durée comprise entre 15 % et 25 % de la durée totale de la reconversion ou promotion par alternance et elles ne doivent pas être inférieures à 150 heures.

Conformément à l'article D.6324-1 du code du travail, la Pro-Aa une durée comprise entre six(6) et douze (12) mois.

En application de l'article L.6325-12 du code du travail, cette durée est allongée jusqu'à 24 mois pour tous les publics éligibles à une Pro-A.

Elle peut également être allongée jusqu'à 36 mois pour les publics spécifiques tels que prévus à l'article L.6325-11 du code du travail. Il s'agit :

- des jeunes de 16 à 25 ans n'ayant pas validé un second cycle de l'enseignement secondaire (diplôme du baccalauréat) et n'étant pas titulaire d'un diplôme de l'enseignement technologique et professionnel(BEP, CAP...) ;
- des jeunes de 16 à 25 ans révolus et des demandeurs d'emploi de 26 ans et plus, dès lors qu'ils sont inscrits depuis plus d'un (1) an sur la liste des demandeurs d'emploi tenue par Pôle emploi ;
- des bénéficiaires de l'Allocation aux Adultes Handicapés (AAH), du Revenu de Solidarité Active (RSA) ou de l'Allocation de Solidarité Spécifique (ASS) ;
- des personnes ayant bénéficié d'un Contrat Unique d'Insertion (CUI).

Ces durées minimales et maximales ne s'appliquent pas aux actions d'acquisition du socle de connaissances et de compétences et aux actions de validation des acquis de l'expérience.

Article 2.6 – Les modalités de financement

Les actions réalisées dans le cadre de la reconversion ou promotion par l'alternance sont financées par l'opérateur de compétences au titre de la section alternance, conformément aux

Branche de la Publicité

dispositions légales et réglementaires en vigueur. L'Opco peut également prendre en charge la rémunération du salarié en formation selon les conditions légales et réglementaires en vigueur.

Ce financement pourra être cumulé, selon les situations, avec les fonds conventionnels dédiés au financement de la formation professionnelle ou avec le plan de développement des compétences des entreprises de moins de cinquante (50) salariés, selon des modalités fixées par l'Opco.

ARTICLE 3 : PRISE D'ACTE DE L'ARRÊT DU DISPOSITIF DE CERTIFICATS DE QUALIFICATION PROFESSIONNELLE

Compte-tenu de l'impossibilité matérielle de maintenir le dispositif de certificats de qualification professionnelle existant au sein de la branche, après avis de la CPNEFP de la Publicité, les négociateurs sociaux prennent acte de l'arrêt dudit dispositif, tel que mis en place par l'accord de branche du 27 février 2017 et celui du 6 juillet 2010 pour ses dispositions ayant subsisté, ces accords n'ayant ainsi plus vocation à s'appliquer, à compter de la date de signature du présent accord.

La CPNEFP de la Publicité est compétente pour déterminer les modalités pratiques de suppression dudit dispositif.

ARTICLE 4 : APPLICATION DE L'ACCORD DANS LES ENTREPRISES DE MOINS DE CINQUANTE (50) SALARIÉS

Conformément à l'article L.2261-23-1 du code du travail, les parties conviennent que les dispositions du présent accord s'appliquent directement dans les entreprises de moins de cinquante (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 accord.

Toutefois, les acteurs de la branche compétents, notamment pour la formation professionnelle, porteront une attention particulière, dans le cadre de leur mission de conseil, aux TPE et PME qui ne bénéficient pas d'expert en interne

ARTICLE 5 : DURÉE, RÉVISION, DÉNONCIATION ET ADHÉSION

Article 5.1 – La durée de l'accord et son délai de mise en œuvre

Le présent accord est conclu pour une durée indéterminée.

Il prend effet à compter de la date de sa signature.

Article 5.2 – Les modalités de révision

Le présent accord peut être révisé au terme d'un délai de trois (3) mois suivant sa prise d'effet.

Branche de la Publicité

La procédure de révision 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 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 d'un (1) mois suivant la réception de cette lettre, les négociations débutent en vue de la rédaction d'un nouveau texte.

Les dispositions du présent accord dont la révision est demandée restent en vigueur jusqu'à la conclusion d'un nouveau texte ou, à défaut, sont maintenues.

Les dispositions du texte portant révision se substituent de plein droit à celles du présent accord qu'elles modifient.

Article 5.3 – Les modalités de dénonciation

Le présent accord peut être dénoncé par l'une ou l'autre des parties signataires moyennant un préavis de trois (3) mois.

La partie qui dénonce l'accord doit notifier cette décision par lettre recommandée avec accusé de réception aux autres parties.

Les organisations syndicales de salariés et les organisations professionnelles d'employeurs reconnues représentatives dans la branche se réuniront pendant la durée du préavis pour examiner les possibilités d'un nouvel accord.

Article 5.4 – L'adhésion

Peuvent adhérer au présent accord, suivant les conditions législatives et réglementaires en vigueur et en particulier les articles L.2261-3, L. 2261-4, L. 2261-5 et L.2261-6 du code du travail, toute organisation syndicale de salariés représentative au sens de l'article L.2231-1 du code du travail, ainsi que toute organisation professionnelle d'employeurs ou association ou groupement d'employeurs ou des employeurs pris individuellement, dans le champ d'application du présent accord.

L'adhésion est signifiée aux signataires du présent accord et, en outre, fait l'objet du dépôt prévu à l'article D.2231-2 du code du travail, à la diligence de son ou de ses auteurs.

ARTICLE 6 : CLAUSE DE RENDEZ-VOUS ET SUIVI DE L'ACCORD

Article 6.1 – La clause de rendez-vous

Branche de la Publicité

Les parties signataires conviennent de se revoir pendant l'application du présent accord de branche, dans le cadre de la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation Professionnelle (CPNEFP), pour en dresser un bilan et discuter, si ce bilan l'impose, de sa révision.

Dans ce cas, l'accord est révisé conformément aux dispositions des articles L.2231-1 et L.2261-7 du code du travail et de l'article 5.2 du présent accord.

Le rendez-vous relatif au bilan du présent accord a lieu une (1) fois par an, en CPNEFP.

Article 6.2 – La clause de suivi

Une commission de suivi, constituée de membres de la CPNEFP, est mise en place dans le mois suivant la signature du présent accord de branche. Cette commission a pour mission de suivre l'application du présent accord 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 ou d'une des organisations professionnelles d'employeurs représentatives signataires de la présente convention 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 accord, 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.

ARTICLE 7 : DÉPÔT, PUBLICITÉ ET DEMANDE D'EXTENSION

Le présent accord est déposé par les organisations professionnelles d'employeurs représentatives auprès des services centraux du ministère chargé du travail et du Conseil de prud'hommes du lieu de conclusion de l'accord, conformément aux dispositions légales en vigueur.

Le présent accord fera l'objet d'une publication dans la base de données nationale. Il fera l'objet d'une demande d'extension.

Fait à Paris, le 30 juin 2022

Branche de la Publicité

ANNEXE : LISTE DES CERTIFICATIONS IDENTIFIÉES PAR LA BRANCHE

Branche de la Publicité

Les Organisations Syndicales de Salariés

F3C CFDT, MAISON DES FÉDÉRATIONS CFDT

47-49, avenue Simon Bolivar – 75019 Paris

FÉDÉRATION CFTC COMMUNICATION

21 bis Rue Victor Massé – 75009 PARIS

SYNDICAT NATIONAL DES CADRES ET TECHNICIENS DE LA PUBLICITÉ ET DE LA PROMOTION – SNCTPP CFE-CGC

59, rue du Rocher – 75008 Paris

FÉDÉRATION DES TRAVAILLEURS DES INDUSTRIES DU LIVRE, DU PAPIER ET DE LA COMMUNICATION –

FILPAC CGT

263, rue de Paris – Case 426 – 93514 Montreuil Cedex

SYNDICAT NATIONAL DE PRESSE, D'ÉDITION ET DE PUBLICITE FORCE OUVRIÈRE – SNPEP FO

131, rue Damrémont – 75018 Paris.

FÉDÉRATION DES EMPLOYÉS ET CADRES FO – FEC FO

54, rue d'Hauteville – 75010 Paris

UNION NATIONALE DES SYNDICATS AUTONOMES – UNSA SPECTACLE ET COMMUNICATION

Branche de la Publicité

21, rue Jules Ferry – 93177 Bagnolet Cedex

Les Organisations Professionnelles d'Employeurs

ASSOCIATION DES AGENCES-CONSEILS EN COMMUNICATION – AACC

40, boulevard Malesherbes – 75008 Paris

UNION DES MÉDIAS ET SUPPORTS PUBLICITAIRES- UMSP

2, rue Sainte Lucie – 75015 Paris

UNION DES ENTREPRISES DE CONSEIL ET ACHAT MEDIA – UDECAM

44, rue Cambronne – 75015 Paris

