

Branche de la Publicité

Accord de méthode portant sur la négociation de la nouvelle grille de classification des qualifications professionnelles et des métiers de la branche de la Publicité
--

PREAMBULE

Conformément à l'avenant relatif aux salaires minima conventionnels conclu le 8 janvier 2024 par les organisations syndicales et patronales représentatives au sein de la branche de la Publicité, les Parties sont convenues d'ouvrir une négociation portant sur la définition d'un cadre méthodologique et d'un calendrier prévisionnel en vue de réviser le système de classification des qualifications professionnelles et des métiers de la branche de la Publicité.

ARTICLE 1 : OBJET DE L'ACCORD

Le présent accord de méthode vise à fixer les modalités de cette négociation paritaire.

Il a pour objet de :

- Définir une méthode de travail,
- Déterminer les thématiques soumises à la négociation,
- Fixer un calendrier de travail.

ARTICLE 2 : CADRE DE LA METHODOLOGIE ET THEMES DE LA NEGOCIATION

Pour répondre aux objectifs fixés à l'article précédent, les partenaires sociaux procéderont par étape, comme suit :

- 1) Diagnostic partagé d'un état des lieux des métiers et prospective des métiers de la publicité et des compétences en s'appuyant sur les travaux effectués dans le cadre de la CPNEFP (Commission paritaire nationale de l'emploi et la formation professionnelle de la Publicité) appuyés par l'AFDAS et, éventuellement, avec le recours à des experts par les partenaires sociaux en ce domaine ;
- 2) Détermination du système de classification (notamment, les catégories d'emplois, les niveaux de qualification par catégorie, le positionnement des métiers dans la grille) et définition des métiers et des compétences ;
- 3) Analyse de l'éventuelle évolution des salaires minima conventionnels au regard des évolutions de la grille de classification des qualifications professionnelles.

Ces étapes sont susceptibles d'adaptations en fonction des problématiques qui pourraient être rencontrées par les partenaires sociaux dans le cadre de leur mise en œuvre.

Branche de la Publicité

ARTICLE 3 : CALENDRIER DES NEGOCIATIONS

En vue de parvenir à un accord à la fin du mois de décembre 2024, le calendrier prévisionnel de négociation est fixé comme suit :

- de janvier à mai 2024 : les réunions de la CPPNI seront consacrées au point 1 de l'article 2 ;
- de mai à octobre 2024 : les réunions de la CPPNI seront consacrées aux points 2 et 3 de l'article 2 ;
- d'octobre à décembre 2024 : les réunions de la CPPNI seront consacrées à la finalisation de l'avenant relatif à la nouvelle grille de classification des qualifications professionnelles.

Les CPPNI se tiendront à raison, *a minima*, d'une réunion par mois. Des réunions extraordinaires pourront être tenues, le cas échéant.

ARTICLE 4 : DUREE ET DATE D'ENTREE EN VIGUEUR

Le présent accord est conclu pour une durée déterminée.

Il cessera de plein droit au terme de la négociation de la nouvelle grille de classification des qualifications professionnelles et des métiers de la branche de la Publicité formalisée par la signature d'un accord portant mise en place de la nouvelle grille ou par un procès-verbal de désaccord.

Les parties se réservent la possibilité de proroger la durée de l'accord par la signature d'un avenant de prorogation, au plus tard le 31 décembre 2024.

Il entrera en vigueur à compter de la date de sa signature.

ARTICLE 5 : MODALITES DE REVISION

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

La procédure de révision du présent accord ne peut être engagée que par l'une des parties habilitées en application des dispositions du code du travail (article L 2261-7).

Toute demande de révision de l'accord doit faire l'objet d'un point à l'ordre du jour de la CPPNI lequel est transmis à l'ensemble des organisations représentatives au sein de la branche.

Les dispositions de l'accord 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'accord 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'accord, soit à la date qui est expressément convenue, soit, à défaut, à partir du jour qui suit son dépôt auprès du service compétent.

Branche de la Publicité

ARTICLE 6 : DEPÔT, PUBLICITE

Le présent accord 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'accord, conformément aux dispositions légales en vigueur.

Cet accord de méthode ne fera pas l'objet d'une demande d'extension.

Fait à Paris, le 28 février 2024

En 13 exemplaires originaux

Branche de la Publicité

Suivent les signatures des organisations ci-après :

Les organisations syndicales de salariés

1/ LA F3C CFDT, MAISON DES FEDERATIONS CFDT

47-49, avenue Simon Bolivar – 75019 Paris

2/ LA FEDERATION DES TRAVAILLEURS DES INDUSTRIES DU LIVRE, DU PAPIER ET DE LA COMMUNICATION – FILPAC CGT

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

3/ LA CFE CGC PUBLICITÉ

59, rue du Rocher – 75008 Paris

4/ LE SYNDICAT NATIONAL DE PRESSE, D'EDITION ET DE PUBLICITE FORCE OUVRIERE – SNPEP FO

131, rue Damrémont – 75018 Paris.

5 /LA FEDERATION DES EMPLOYES ET CADRES FO – FEC FO

54, rue d'Hauteville – 75010 Paris

6/ L'UNION NATIONALE DES SYNDICATS AUTONOMES – UNSA SPECTACLE ET COMMUNICATION

21, rue Jules Ferry – 93177 Bagnolet Cedex

7/ FÉDÉRATION CFTC COMMUNICATION

6 rue Michel de Bourges – 75020 PARIS

Branche de la Publicité

Les Organisations Professionnelles d'Employeurs

ASSOCIATION DES AGENCES-CONSEILS EN COMMUNICATION – AACC

40, boulevard Malesherbes – 75008 Paris

UNION DES ENTREPRISES DE CONSEIL ET ACHAT MEDIA – UDECAM

7, rue Piccini – 75116 Paris

UNION DES MEDIAS ET SUPPORTS PUBLICITAIRES – UMSP

2, rue Sainte Lucie – 75015 Paris