

Branche de la Publicité

Avenant n° 2 du 18 décembre 2024 portant modification de l'avenant n°1 du 16 novembre 2018 sur l'organisation et le financement du paritarisme dans la branche de la publicité

Préambule

Les parties signataires entendent rappeler leur attachement au dialogue social.

Elles souhaitent par cet accord renouveler leur engagement envers le paritarisme dans la branche de la publicité ainsi que procéder à une actualisation du nom de l'organisme en charge de la collecte de la contribution annuelle des entreprises de la branche.

IL A ETE CONVENU CE QUI SUIIT :

CHAPITRE LIMINAIRE – 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 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, identifiés généralement dans la nomenclature d'activités française en vigueur depuis le 1er 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.

CHAPITRE I – REVISION DES DISPOSITIONS ENCADRANT LA COLLECTE ET LA GESTION DU DISPOSITIF DE COLLECTE DES FONDS DESTINES AU PARITARISME

Article 1 – Modification de l'article 3.2 de l'avenant n°1 du 16 novembre 2018 relatif à la collecte et à la gestion du dispositif

L'article 3.2 de l'avenant n°1 du 16 novembre 2018 à l'accord du 18 avril 2013 en matière de financement du paritarisme est modifié de la manière suivante :

« Les fonds destinés au paritarisme seront collectés par un organisme distinct de l'Association de gestion des fonds du paritarisme de la publicité qui a été créée par l'accord du 18 avril 2013.

A compter du 1^{er} janvier 2025, les parties signataires mandatent l'AFDAS, opérateur de compétences, pour procéder à la collecte de la contribution annuelle obligatoire des entreprises de la branche.

Branche de la Publicité

Les modalités de recouvrement de cette contribution pour le compte de l'Association de gestion des fonds du paritarisme de la publicité, et de reversement à cette dernière, sont définies par une convention de gestion établie entre l'AFDAS et ladite Association de gestion. Les parties précisent que la simplicité du mode de collecte devra être favorisée. ».

Article 2 – Modification de l'article 3.3 de l'avenant n°1 du 16 novembre 2018 relatif à l'affectation des fonds collectés

La référence à l'association « AGEPRO » est remplacée par « l'AFDAS ».

CHAPITRE II – APPLICATION ET MODALITES DE SUIVI DE L'AVENANT

Article 2 - Durée et date d'entrée en vigueur de l'avenant

Le présent avenant est conclu pour une durée indéterminée. Il entrera en vigueur à compter de sa signature pour les entreprises adhérentes signataires aux organisations signataires du présent avenant et, au plus tard, à compter de sa date d'extension pour l'ensemble des entreprises visées au chapitre liminaire.

Article 3 - Effets des dispositions du présent avenant sur les dispositions conventionnelles antérieures

Les dispositions du Chapitre I du présent avenant modifient et se substituent aux articles 3.2 et 3.3 de l'avenant n°1 du 16 novembre 2018 portant modification de l'accord sur l'organisation et le financement du paritarisme dans la branche de la Publicité.

Article 4 - Clause de rendez-vous et suivi de l'avenant

Article 4.1 - Clause de rendez-vous

Les parties signataires conviennent de se revoir durant la troisième (3^{ème}) 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 trois (3) mois à compter de la publication du nouveau texte pour en évaluer les effets et discuter de sa révision, en tenant compte des dispositions de l'article 5 ci-dessous.

Article 4.2 - Commission de suivi

Une commission de suivi composée d'au moins deux organisations professionnelles d'employeurs et deux organisations syndicales de salariés reconnues représentatives dans la branche de la Publicité, 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 tous les deux (2) ans selon une date fixée de manière concertée entre les

Branche de la Publicité

organisations professionnelles d'employeurs et les organisations syndicales de salariés reconnues représentatives dans la branche de la Publicité. 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.

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

Article 5 - Adhésion

Peuvent adhérer au présent avenant, conformément aux dispositions législatives et réglementaires en vigueur et en particulier aux 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 syndicale ou association ou groupement d'employeurs ou des employeurs pris individuellement, dans le champ d'application du présent avenant.

L'adhésion est signifiée aux signataires du présent avenant et fait, en outre, 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 - Révision et dénonciation

Article 6.1 - Modalités de révision

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

La procédure de révision du présent avenant peut être engagée uniquement 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 de salariés et aux organisations professionnelles d'employeurs reconnues représentatives dans la branche de la Publicité, ainsi qu'à chaque organisation signataire ou adhérente. Elle doit 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 deux (2) 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.

Article 6.2 - Modalités de dénonciation

Branche de la Publicité

Le présent avenant peut être dénoncé par l'une ou l'autre des parties signataires moyennant un préavis de deux (2) mois.

La dénonciation est notifiée par son auteur, par lettre recommandée avec accusé de réception, aux autres parties signataires.

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.

La déclaration de dénonciation est déposée par la partie la plus diligente auprès des services du Ministère du Travail et du secrétariat du greffe du Conseil de Prud'hommes du lieu de conclusion du présent accord.

Si la dénonciation émane de la totalité des signataires employeurs ou de la totalité des signataires salariés, le présent accord 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 du délai de préavis précité.

Si la dénonciation est le fait d'une partie seulement des signataires employeurs ou salariés, elle ne fait pas obstacle au maintien en vigueur du présent accord entre les autres signataires.

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

- elle entraîne l'obligation pour l'ensemble des organisations syndicales de salariés et des organisations d'employeurs représentatives de la branche de se réunir dans les meilleurs délais en vue de déterminer le calendrier des négociations, et au plus tard dans un délai de six (6) mois au total, soit trois (3) mois suivant l'expiration d'un délai de préavis de trois (3) mois à compter de la dénonciation ;
- durant les négociations, l'accord reste applicable sans aucun changement, sous réserve de l'expiration du délai visé à l'article L. 2261-10 du Code du travail ;
- si un nouvel accord est signé dans le délai prévu par l'article L. 2261-10 du Code du travail, les dispositions du nouvel accord se substituent intégralement à l'accord dénoncé.

Passé le délai susvisé, et à défaut d'accord de substitution, le texte de l'accord cesse de produire ses effets sous réserve du bénéfice de la garantie de rémunération prévue par l'article L.2261-13 du Code du travail.

Article 7 – Application dans les entreprises de moins de 50 salariés

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.

Branche de la Publicité

Article 8 - Dépôt, publicité et demande d'extension

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

Le présent avenant fera l'objet d'une publication dans la base de données nationale.

Cet avenant fait l'objet d'une demande d'extension.

Fait à Paris, le 18 décembre 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 COMMUNICATION CFTC

6 rue Michel de Bourges – 75020 PARIS

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