

Branche de la Publicité

Avenant n°1 de prorogation à l'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

Les organisations syndicales et patronales représentatives au sein de la branche de la Publicité ont conclu le 28 février 2024 un Accord de méthode 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 pour une durée allant jusqu'au 31/12/2024.

Dans la mesure où les étapes de la négociation ne sont pas terminées, les parties sont convenues de proroger cet accord de méthode rétroactivement à compter du 1^{er} janvier 2025 dans les conditions ci-après définies.

ARTICLE 1 : OBJET DE L'AVENANT

Après concertation les parties sont convenues :

- de proroger l'accord de méthode en date du 28 février 2024 rétroactivement à compter du 1^{er} janvier 2025.

ARTICLE 2 : DUREE ET DATE D'ENTREE EN VIGUEUR

Le présent avenant 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.

Il entrera en vigueur rétroactivement à compter du 1^{er} janvier 2025.

ARTICLE 3 : DEPÔT, PUBLICITE

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.

Le présent avenant ne fera pas l'objet d'une demande d'extension.

Fait à Paris, le 20 mars 2025

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 PUBLICITE

59, rue du Rocher – 75008 Paris

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

131, rue Damremont – 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

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 – UMSPI

2, rue Sainte Lucie – 75015 Paris