

Accord portant sur l'organisation et le financement du paritarisme dans la branche de la Publicité

Les Organisations professionnelles d'Employeurs :

ASSOCIATION DES AGENCES-CONSEILS EN COMMUNICATION – AACC

SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITE PRESSE – PRESSPACE

SYNDICAT NATIONAL DES EDITEURS D'ANNUAIRES – SNA

BUREAU DE LA RADIO

SYNDICAT DE LA PRESSE GRATUITE – SPG

SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITE TELEVISEE – SNPTV

UNION DES ENTREPRISES DE CONSEIL ET ACHAT MEDIA – UDECAM

UNION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE – UPE

d'une part,

et ,

Les Organisations syndicales de Salariés :

F3C CFDT

SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITE, DES SUPPORTS PUBLICITAIRES, DES EDITIONS, DE LA PRESSE GRATUITE,
DE LA DISTRIBUTION PUBLICITAIRE - CFTC

SYNDICAT NATIONAL DES CADRES ET TECHNICIENS DE LA PUBLICITE ET DE LA PROMOTION – SNCTPP/CGC

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

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

FEDERATION DES EMPLOYES ET CADRES FO – FEC/FO

d'autre part,

sont convenues des dispositions suivantes :

A collection of approximately ten handwritten signatures in blue ink, scattered in the bottom right corner of the page. The signatures are stylized and vary in length and complexity, representing the signatories to the agreement.

Préambule

Les parties signataires entendent rappeler leur attachement au dialogue social. Elles souhaitent par cet accord renforcer le paritarisme dans la branche de la publicité.

Afin de simplifier et d'améliorer la représentation des organisations professionnelles d'employeurs et de salariés représentatives au niveau de la branche professionnelle, les parties signataires décident de fixer le cadre des règles de fonctionnement et de financement du paritarisme.

Le présent accord précise les conditions d'utilisation des fonds et arrête les modalités de la collecte, de la gestion et de l'affectation de ceux-ci.

Article 1 : Champ d'application

Le champ d'application du présent accord est national et comprend les Départements d'Outre-Mer (Guadeloupe, Martinique, Guyane, La Réunion), en application des articles L2222-1 et L2222-2 du Code du travail.

Il est constitué de l'ensemble des entreprises qui relèvent des secteurs d'activités visés à l'article 1^{er} chapitre I Dispositions communes de la convention collective nationale des entreprises de publicité et assimilées, identifiés généralement dans la nomenclature d'activités française en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2008, sous les codes NAF suivants :

73.11 Activités des Agences de Publicité,

73.12 Régie Publicitaire de médias,

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

Article 2 : Organisation du paritarisme

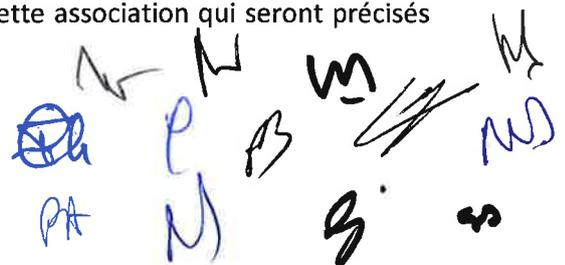
2.1 Association de gestion des fonds du paritarisme

2.1.1 Création, composition et objet de l'association

Les signataires du présent accord conviennent de créer une association de gestion des fonds du paritarisme dénommée « Association de gestion des fonds du paritarisme de la publicité » sous l'égide de la loi du 1^{er} juillet 1901.

Cette association a pour but la gestion du financement du paritarisme de la branche dans les conditions et limites définies par le présent accord.

Elle a vocation à gérer et contrôler les fonds collectés conformément à la destination définie dans l'accord. Le présent accord fixe les axes de fonctionnement de cette association qui seront précisés dans les statuts.



L'association est composée des organisations syndicales de salariés représentatives de la branche signataires du présent accord et des organisations professionnelles d'employeurs représentatives de la branche signataire du présent accord.

Dès sa constitution, l'association est chargée :

- d'établir ses statuts,
- de désigner son bureau,
- de fixer les règles de financement de ses activités et d'établir un budget prévisionnel, conformément à l'article 3 du présent accord.

Annuellement elle est chargée :

- de vérifier la conformité de la répartition des fonds aux règles définies pour le financement de ses activités,
- de tenir une comptabilité et d'établir un budget en début d'année et un bilan en fin d'année,
- de présenter à la commission paritaire des salaires et de la convention collective, le bilan de fonctionnement et le bilan financier de l'année écoulée ainsi que la reddition des comptes effectuée par l'expert-comptable.

2.1.2 Administration de l'association

L'association est administrée par un Conseil d'administration paritaire qui désigne un bureau.

Ce Conseil d'administration est composé d'un représentant par organisation syndicale de salariés représentative de la branche signataire du présent accord et d'un représentant par organisation professionnelle d'employeurs représentative de la branche signataire du présent accord. Les parties conviennent que chaque confédération syndicale disposera d'une voix au sein du conseil d'administration. Le nombre d'organisations professionnelles d'employeurs étant à la date de signature plus important que le nombre d'organisations syndicales de salariés représentatives signataires, les organisations professionnelles d'employeurs disposeront d'autant de voix que les confédérations syndicales de salariés.

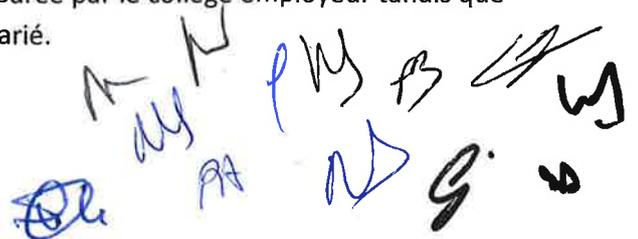
Le Conseil d'administration élit, parmi ses membres, pour une période de deux ans les membres du bureau composé comme suit :

- un président
- un vice-président
- un trésorier
- un trésorier adjoint.

Les fonctions de président et de trésorier sont attribuées à un collègue différent dans le cadre d'un mandat alterné de deux ans.

Pour le premier bureau, la fonction de président est assurée par le collègue salarié tandis que la fonction de trésorier est assurée par le collègue employeur.

Pour le premier bureau, la fonction de vice-président est assurée par le collègue employeur tandis que la fonction de trésorier adjoint est assurée par le collègue salarié.



Il est convenu entre les parties que le Conseil d'administration se réunit au moins une fois par an. Il fixe en tant que de besoin ses règles de fonctionnement.

Article 3 : Financement du paritarisme

3.1 Contribution des entreprises de la branche et collecte

Le financement est assuré par une contribution annuelle forfaitaire d'un montant de 25 euros versé par les entreprises relevant de la branche de la publicité telles que définies à l'article 1 du présent accord, quel que soit leur effectif.

Les parties signataires mandatent l'AFDAS, qui procède à la collecte de cette contribution forfaitaire annuelle en même temps que l'appel des contributions obligatoires de la formation professionnelle. La collecte relative à la contribution forfaitaire annuelle est une collecte dite « dédiée ». Elle se distingue des sommes collectées au titre des fonds de la formation professionnelle.

Les modalités de recouvrement pour le compte de l'association paritaire de gestion et de reversement à cette dernière seront définies par une convention établie entre l'OPCA et l'Association de gestion des fonds du paritarisme de la publicité.

3.2 Affectation des fonds

Après déduction des frais dûment justifiés de recouvrement et de gestion par l'OPCA, des frais de tenue comptable et de recours à une expertise comptable, les fonds collectés sont répartis comme suit :

- 50 % pour le collège des organisations syndicales de salariés reconnues représentatives dans la branche de la Publicité,
- 50 % pour le collège employeur.

Chaque organisation, au sein de chaque collège, est responsable de l'utilisation des fonds attribués et fera son affaire des remboursements des frais de transport, de repas, d'hébergement et de perte de ressources de ses représentants appelés à participer aux travaux des diverses instances paritaires mises en place dans le cadre de la convention collective nationale des entreprises de publicité et assimilées. Chaque organisation devra être en mesure, sur la base de pièces justificatives, de fournir la preuve des dépenses engagées.

Il est entendu entre les parties que les remboursements de frais, des membres de chaque collège, ne peuvent inclure la prise en charge des salaires et charges des représentants appelés à participer aux travaux des diverses instances paritaires mises en place dans le cadre de la convention collective nationale des entreprises de publicité et assimilées.



Collège salarié :

- 40 % de la somme globale attribuée au collège salarié sont répartis à égalité entre les organisations représentatives de la branche signataires du présent accord et versés à leur fédération respective ;
- 60 % de la somme globale attribuée au collège salarié sont répartis proportionnellement à la participation effective de chaque organisation aux réunions et groupes de travail paritaires sur l'exercice précédent, à l'exclusion des réunions de l'Afdas, suivant contrôle de l'émargement de leurs représentants. Les sommes ainsi calculées sont versées à la fédération respective de chaque organisation syndicale.

À cet effet, après chaque réunion, le secrétariat de la Fédération de la publicité fait parvenir à chaque organisation syndicale la copie de la feuille de présence émargée. L'intégralité des feuilles de présence de l'exercice est remise à l'Association de gestion des fonds du paritarisme de la publicité à la clôture de l'exercice.

Collège employeur :

L'enveloppe globale de 50 %, qui a notamment pour objet d'assurer les frais de secrétariat et de conseils, est attribuée à la Fédération de la publicité qui gère les fonds pour le compte des organisations professionnelles d'employeurs signataires du présent accord.

Une reddition des comptes de chaque bénéficiaire des sommes attribuées sera annexée au rapport annuel de trésorerie de l'association.

Article 4 : Suivi de l'accord

Les parties signataires du présent accord conviennent de se revoir trois (3) ans après la publication au Journal Officiel de son arrêté d'extension, afin de faire un bilan des conditions d'application de cet accord.

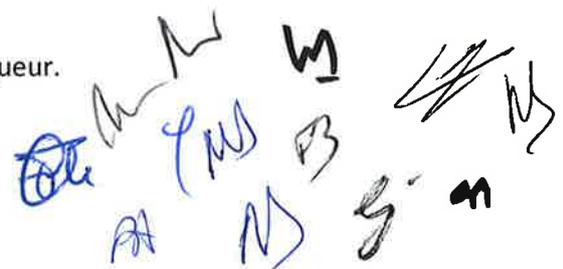
Il est convenu entre les parties que la Commission paritaire des salaires et de la convention collective sera informée chaque année du bilan de fonctionnement de l'association de gestion adopté par son conseil d'administration.

Article 5 : Durée, publicité, dénonciation, révision et extension

Le présent accord sera déposé auprès des services centraux du ministère chargé du travail et du Conseil de Prud'hommes du lieu de conclusion.

Le présent accord est conclu pour une durée indéterminée. Il entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2013, sous réserve des délais légaux d'opposition.

Il pourra être révisé et dénoncé selon les dispositions légales en vigueur.

Handwritten signatures and initials in blue ink, including 'A', 'NS', 'S', and 'M', along with a large scribble.

Cet accord de branche fait l'objet d'une demande d'extension.

Fait à Paris, le 18 avril 2013

En 16 exemplaires

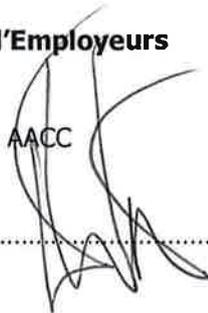
(Handwritten signatures and initials)
A collection of approximately 12 handwritten initials and signatures in blue ink, arranged in a loose cluster at the bottom right of the page. The markings include various stylized letters and symbols, such as 'M', 'N', 'W', 'P', 'B', 'L', 'A', 'NS', 'S', and 'W'.

Les Organisations professionnelles d'Employeurs

ASSOCIATION DES AGENCES-CONSEILS EN COMMUNICATION – AACCC

40, boulevard Maiesherbes – 75008 Paris

représentée par Frédéric WINCKLER :



SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITE PRESSE – PRESSPACE

40, boulevard Maiesherbes – 75008 Paris

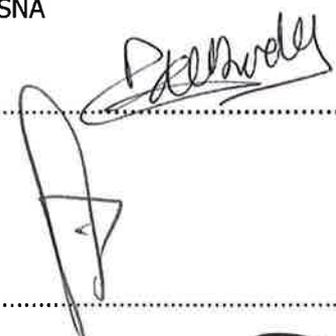
représenté par Christine JOLY :



SYNDICAT NATIONAL DES EDITEURS D'ANNUAIRES – SNA

40, boulevard Maiesherbes – 75008 Paris

représenté par Véronique de BORDA :



SYNDICAT DE LA PRESSE GRATUITE – SPG

1, avenue du Lac - 37551 Saint-Avertin Cedex

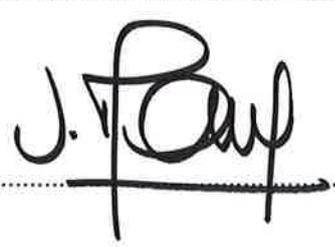
représenté par Michel GAUDRON:



SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITE TELEVISEE – SNPTV

1, quai du Point du Jour – 92656 Boulogne Cedex

représenté par Virginie MARY :



UNION DES ENTREPRISES DE CONSEIL ET ACHAT MEDIA – UDECAM

32, rue Guersant – 75017 Paris

représentée par Françoise CHAMBRE :



UNION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE – UPE

40, boulevard Maiesherbes – 75008 Paris

représentée par Stéphane DOTTELONDE :



Les Organisations syndicales de Salariés

F3C CFDT, MAISON DES FEDERATIONS CFDT

47-49 avenue Simon Bolivar 75019 Paris

représentée par Laurent QUINTREAU :

SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITE, DES SUPPORTS PUBLICITAIRES, DES EDITIONS, DE LA PRESSE GRATUITE, DE LA DISTRIBUTION PUBLICITAIRE - CFTC

5, avenue de la Porte de Clichy – 75017 Paris

représenté par Frédérick BARRE :

SYNDICAT NATIONAL DES CADRES ET TECHNICIENS DE LA PUBLICITE ET DE LA PROMOTION – SNCTPP/CGC

59, rue du Rocher – 75008 Paris

représenté par Paul ADENIS :

FEDERATION 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'EDITION ET DE PUBLICITE FORCE OUVRIERE – SNPEP/FO

131, rue Damrémont – 75018 Paris

représenté par Nathalie HOMAND-DEMIR :

FEDERATION DES EMPLOYES ET CADRES FO – FEC/FO

28, rue des Petits Hôtels – 75010 Paris

représentée par Thierry NOLEVAL.....