Actualisation de la convention collective nationale des entreprises de publicité et assimilées

Inchangée depuis la fin des années 1970, la convention collective applicable aux entreprises du secteur de la publicité a été révisée par le biais d'un accord signé par les partenaires sociaux (CGT, Fo, CFDT, CFTC), le 26 mars dernier. La modernisation du texte porte notamment sur la mise à jour des barèmes sur la base d'une nouvelle grille de classification. Cette dernière remplace l'ancienne formule, considérée comme trop rigide, en regroupant les salariés du secteur en trois catégories (techniciens, employés, cadres), chacune de celles-ci étant répartie en quatre niveaux. Le nouveau texte opère également un changement important s'agissant de la grille salariale, notamment la garantie d'un seuil de salaire a minimaen deçà duquel les salaires ne pourront être négociés lors du transfert d'un salarié d'une agence à l'autre. L'assiette de calcul des primes d'ancienneté fait également l'objet d'une revalorisation.