

RUISSSELLEMENT A PUBLICIS

DIVIDENDES POUR LES UNS,
INFLATION POUR LES AUTRES



info'c  m
UN SYNDICAT POUR TOUS

RUISSSELLEMENT À PUBLICIS

DIVIDENDES POUR LES UNS, INFLATION POUR LES AUTRES

AVEC UN TAUX D'ENRICHISSEMENT DE PLUS 63% LES TRÈS RICHES, ACTIONNAIRES, PROPRIÉTAIRES DES ENTREPRISES ONT LARGEMENT AMORTIS L'INFLATION ! CÔTÉ SALARIÉ-E-S, L'INFLATION N'EN FINIT PAS DE RUISSLER ET LES SALAIRES STAGNENT. LES MESURES GOUVERNEMENTALES CONTOURNENT AUTANT QUE POSSIBLE L'AUGMENTATION DES SALAIRES. C'EST DONC EN ENTREPRISE, PAR L'ACTION SYNDICALE AVEC LE SOUTIEN DES SALARIÉ-E-S ET LA NÉGOCIATION QUE TOUT VA SE JOUER.

Le 27 juin 2022, lors du comité de groupe Publicis, Info'Com-CGT a fait une déclaration en demandant, aux dirigeant-e-s du groupe présent-e-s, l'ouverture de négociations salariales au niveau du groupe.

L'Insee annonce un taux d'inflation supérieure aux estimations précédentes, on parle désormais de 10% d'ici la fin de l'année.

La politique salariale chez Publicis se limite à des augmentations « personnalisées », jamais globales, assimilées à une récompense et un savoir-être plutôt qu'à la rétribution du travail. Non seulement cette idéologie nie la réalité du travail collectif mais elle incite à une mise en concurrence car le budget des augmentations est arrêté. Le pouvoir est ensuite laissé à l'appréciation des managers.

Tous les managers ne sont pas enclins à défendre et valoriser leur équipe. Ce qui provoque un sentiment d'injustice, d'avoir été lésé, avec des effets pervers et malsains qui génèrent une perte de sens et le sentiment de non-reconnaissance.

Cette politique salariale libérale de Publicis favorise les risques de discrimination, de harcèlement, chantage implicite, de traitement inégalitaire.

Le défaut de critères objectifs et de transparence renforce ces risques de discrimination.

Info'Com-CGT milite pour la transparence mais surtout pour des augmentations globales pour répondre à l'inflation qui touche l'ensemble des salarié-e-s de Publicis.

Depuis 1983 les salaires ne sont plus augmentés sur l'inflation. Si les salaires avaient suivi la règle du Smic, augmenté 3 fois cette année, leur augmentation aurait suivi la même fréquence.

LE PATRONAT DE LA PUB FAIT LE MINIMUM

Avec les augmentations successives du smic, les minimas ont été renégociés au niveau de la branche Publicité.

Mais peu de salariés sont concernés puisque la majorité est au-dessus du salaire minimum. Résultat la grille des salaires en entreprises est tirée vers le bas.

PUBLICIS DONNE LE TON : SUPER-PROFITS ET AIDES PUBLIQUES

Publicis occupe une place de leader dans son domaine, et comme toutes les grosses entreprises elle fait du lobby pour préserver ses marges de profits avec l'obsession de toujours faire baisser le « coût » du travail. PDV, RCC, délocalisations, rachats et fusions pour passer sur la convention BETIC moins protectrice que la convention pub. Elle n'agit pas seulement au niveau des salarié-e-s, elle influence l'ensemble du secteur. Recours au freelance, baisse des cotisations. Elle donne le cap vers une détérioration des conditions de travail des professionnels de la publicité.

QUAND PUBLICIS PREND DES ENGAGEMENTS...

45% à 50% des bénéfices
pour les actionnaires
0% d'augmentation salariale

Les résultats sont un triomphe pour les actionnaires et pas pour le salaire des travailleurs !

Les mesures gouvernementales évitent soigneusement de taxer les super-profits, d'augmenter les salaires et les cotisations du système de protection sociale en favorisant le recours à des primes.

Résultat, le salaire ne bougera pas et tout sera focalisé sur les primes et rachat de RTT qui intensifie le travail. **Travailler plus pour maintenir son salaire.**

**INFO'COM-CGT DÉPOSE UN APPEL
À LA GRÈVE À PUBLICIS FRANCE,
LE 29 SEPTEMBRE À 14 HEURES
REJOIGNEZ-NOUS DANS LA MANIF.
COMME LES SYNDICALISTES
ET TRAVAILLEURS ANGLAIS, ITALIENS,
CHOISSONS
LE CAMP DES SALAIRES !**

LES 10 MESURES DE LA CGT :

1. Un Smic à 2000 bruts (15 € de l'heure) pour répondre aux besoins élémentaires incompressibles. Une augmentation automatique de toutes les grilles de salaires dans les branches, les entreprises et les administrations dès lors que le Smic est réévalué (revendication CGT d'une échelle mobile des salaires).
2. L'égalité professionnelle et salariale entre les femmes et les hommes pour éradiquer durablement cette discrimination. Nous demandons des sanctions vis-à-vis des entreprises ne respectant pas cette obligation. Selon l'Insee, l'écart de salaire demeure à 28,7 % ;
3. La reconnaissance des diplômes dès l'embauche, le paiement de la qualification à la même hauteur, quel que soit le secteur dans lequel on travaille ;

4. Un revenu de remplacement pour tous les privés d'emploi au minimum au niveau du Smic. Actuellement, un chômeur sur deux n'est pas indemnisé ;
5. L'augmentation des pensions des retraité-e-s avec un niveau minimum égal de 2 000 € bruts ;
6. Une allocation d'autonomie pour les étudiant-e-s et les jeunes en recherche d'un premier emploi et une augmentation des salaires pour les apprentis ;
7. L'encadrement à la baisse des loyers et le plafonnement de la quittance (loyer + charges) à 20 % du revenu des ménages ;
8. La baisse de la TVA à 5,5 % sur les produits de première nécessité, notamment l'alimentaire et l'énergie ;
9. La baisse des prix des carburants, en ponctionnant sur les revenus du capital des entreprises multinationales du secteur pétrolier ;
10. L'arrêt des exonérations de cotisations sociales et fiscales ainsi que le conditionnement des aides publiques aux entreprises.



JEMESYNDIQUE.ORG

Au niveau de la branche Pub :

TOUJOURS DISPONIBLE POUR AUGMENTER LES SALAIRES !

La CGT obtient pour tous 4,7% d'augmentation au 1^{er} septembre 2022

LES ORGANISATIONS SYNDICALES ET LES REPRÉSENTANTS DES EMPLOYEURS DE LA PUBLICITÉ ET DE LA COMMUNICATION ONT POUR LA DEUXIÈME FOIS CETTE ANNÉE NÉGOCIÉ L'AUGMENTATION DE LA GRILLE DES SALAIRES MINIMAS DE LA CONVENTION COLLECTIVE

En cette période d'inflation galopante ou tout augmente sauf les salaires, il est impératif de se réunir rapidement pour négocier les salaires.

Les salariés de la publicité subissent de plein fouet l'augmentation du coût de la vie. Une fois de plus, les augmentations de salaires se font attendre.

Pourtant, certaines entreprises de la branche vivent très bien cette période dites « de crise », pour la très grande majorité, leurs marges se sont accrues. Entre celles qui génèrent des bénéfices records et celles qui bénéficient des aides gracieuses de l'État tout en licenciant, nous savons reconnaître les vrais nantis et les vrais assistés.

		SALAIRES MINIMA CONVENTIONNELS DE LA PUBLICITÉ	
		Accord du 14 février 2022	Accord applicable au 1 ^{er} septembre 2022 (+4,7%)
Employés	1.1	1 610 €	1 686 €
	1.2	1 625 €	1 701 €
	1.3	1 639 €	1 716 €
	1.4	1 711 €	1 791 €
TAM	2.1	1 748 €	1 830 €
	2.2	1 799 €	1 884 €
	2.3	1 856 €	1 943 €
	2.4	1 969 €	2 062 €
Cadres	3.1	2 139 €	2 240 €
	3.2	2 346 €	2 456 €
	3.3	2 766 €	2 896 €
	3.4	3 621 €	3 791 €

SMIC en vigueur au 1^{er} août 2022 : 1 678,95 € brut/mois.

PARLONS SALAIRE

Après avoir obtenu en janvier 2022 4,90% pour les employés, 4,6% pour les maîtrises et 4,3% pour les cadres, la CGT a demandé une nouvelle fois aux représentants des organisations patronales l'ouverture de nouvelles négociations sur le thème des minimas conventionnels de branche.

Entre inflation et augmentations du smic, les 3 premiers niveaux de la grille des salaires étaient, une nouvelle fois, en dessous du smic.

Cette dernière négociation entre les organisations syndicales représentatives des salariés de la branche de la publicité et les organisations patronales ont permis d'obtenir 4,70% d'augmentation sur l'ensemble de la grille, tout juste au-dessus du nouveau niveau du SMIC du 1^{er} août.

Mais cela ne suffit pas ! Il est impératif d'ouvrir des négociations salariales dans toutes les entreprises pour répondre à l'urgence de la perte du pouvoir d'achat et obtenir la même augmentation pour tous.

La CGT se tient à disposition des salariés pour ouvrir les négociations salariales dans toutes les entreprises de la Publicité et de la Communication.

TOUS ENSEMBLE AVEC LA CGT POUR L'AUGMENTATION DES SALAIRES

Qu'est-ce que la branche professionnelle de la Publicité ?

La branche professionnelle regroupe les entreprises d'un même secteur d'activité relevant notamment d'une même convention collective, en l'occurrence le secteur de la « Publicité ».

Qu'est-ce qu'une convention collective ?

La convention collective contient les règles de droit du travail (contrat, congés, salaires...) applicables à un secteur d'activité.