

SALAIRES DANS LA PUBLICITÉ

PAS DE MIETTES !

Un avenant signé par la CFDT et l'AACC qu'Info'Com-CGT refuse de cautionner

Un nouvel avenant à l'accord de branche sur les salaires minima conventionnels vient d'être signé entre la CFDT et l'AACC (organisation patronale majoritaire de la branche publicité). Info'Com-CGT et les autres organisations syndicales de salarié-es ne sont pas signataires de cet avenant. Si nous n'avons pas signé cet accord, c'est tout simplement qu'il ne répond pas aux besoins et aux attentes des salarié-es de la branche de la publicité. Les augmentations proposées sont très insuffisantes au regard de l'évolution du coût de la vie, du smic et des qualifications exigées dans nos métiers.

Des augmentations inférieures à celle du SMIC

Les nouveaux minima conventionnels augmentent seulement de +1,10% à +1,52% selon les niveaux. Dans le même temps, le SMIC a augmenté de 2,41% au 1^{er} juin 2026. Le constat est donc simple : les minima de la branche progressent moins vite que le salaire minimum légal.

Quelques exemples :

Niveaux	Salaires
Employé-e niveau 1	1 842 € → 1 870 € : +28 €
Technicien-ne niveau 1	1 999 € → 2 023 € : +24 €
Cadre niveau 1	2 448 € → 2 475 € : +27 €
Cadre niveau 4	4 142 € → 4 188 € : +46 €

Alors que les dépenses contraintes continuent d'augmenter, quelques dizaines d'euros brut par mois ne peuvent pas constituer une réponse sérieuse aux attentes des salarié-es.

Une véritable négociation salariale doit permettre de préserver et d'améliorer le pouvoir d'achat, pas simplement d'actualiser une grille.

Une grille qui écrase les qualifications

Au-delà du niveau des augmentations, c'est la structure même de la grille qui pose problème. Pour les employé-es, le passage du niveau 1 au niveau 2 représente seulement : **1 870 € → 1 886 € Soit 16 € brut par mois !**

Comment reconnaître une qualification supérieure, davantage de compétences ou de l'expérience avec un écart aussi faible ?

Une grille conventionnelle doit permettre une véritable progression salariale au cours de la carrière. Elle doit reconnaître les compétences acquises, l'expérience et les responsabilités exercées. Avec des écarts aussi réduits, le risque est au contraire de poursuivre l'écrasement des salaires.

Quelle reconnaissance pour nos métiers ?

Les métiers de la publicité évoluent rapidement. Les salarié-es doivent s'adapter à de nouveaux outils, à l'intelligence artificielle, à de nouvelles organisations du travail et à des exigences toujours plus importantes. La polyvalence et les responsabilités augmentent, mais la reconnaissance salariale ne suit pas.



Pour Info'Com-CGT, l'évolution des qualifications et du travail doit nécessairement se traduire dans les rémunérations. Le salaire ne peut pas être déconnecté du travail réellement effectué.

Égalité femmes-hommes : des principes, mais quels moyens ?

L'avenant affiche également l'objectif de supprimer les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes.

Info'Com-CGT partage évidemment cet objectif. Mais le texte ne prévoit ni budget minimum obligatoire, ni taux de rattrapage imposé, ni objectif chiffré de réduction des écarts, ni calendrier contraignant.

Des indicateurs, une commission de suivi et une clause de rendez-vous annuelle sont prévus. C'est utile, mais - cela ne suffit pas pour faire disparaître les écarts de rémunération. L'égalité salariale doit se traduire par des mesures concrètes, financées et contrôlables.

Une nouvelle grille avant la nouvelle classification

L'avenant précise lui-même qu'il ne constitue pas l'accord salarial lié à la nouvelle classification du 25 mars 2026.

Une nouvelle classification doit conduire à une véritable reconnaissance salariale des qualifications et des responsabilités. Nous refusons que les salarié-es se retrouvent avec de nouvelles responsabilités et de nouvelles qualifications reconnues sur le papier, mais sans traduction réelle sur leur salaire.

Des avancées, mais pas à la hauteur des enjeux

Info'Com-CGT reconnaît certains éléments positifs de l'avenant : tous les minima sont revalorisés, la garantie annuelle minimale est maintenue et une rétroactivité au 1^{er} juin 2026 est prévue pour les entreprises adhérentes aux organisations patronales signataires. Le texte prévoit également des dispositions concernant l'égalité femmes-hommes, une commission de suivi et une clause de rendez-vous annuelle. Mais ces avancées ne compensent pas le niveau trop faible des revalorisations.

Info'Com-CGT revendique une autre politique salariale

Une véritable revalorisation des salaires minima conventionnels, avec des écarts suffisamment importants entre les niveaux pour reconnaître réellement les qualifications et l'expérience. Nous demandons également des mesures obligatoires et chiffrées pour supprimer les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes, ainsi qu'une grille salariale cohérente avec la nouvelle classification.

Les salarié-es de la publicité créent de la valeur. Ils et elles doivent pouvoir vivre dignement de leur travail et voir leurs compétences reconnues à leur juste valeur.

+1,10 % à +1,52 % : ce n'est pas à la hauteur !

Le SMIC augmente de 2,41 % : nos salaires doivent suivre !

Info'Com-CGT continuera à défendre des salaires à la hauteur du travail, des qualifications et des responsabilités des salarié-es de la publicité.

