

NAO PUBLICITÉ, LES PATRONS DE LA PUB FONT DANS LA PROVOCATION

Comme chaque année les organisations syndicales et patronales se réunissent en commission paritaire permanente de négociation et d'interprétation pour négocier l'augmentation des grilles de salaires minima.

Pour l'année 2025, au vu de l'inflation galopante et du faible niveau des grilles de salaires de la publicité, la CGT demande 4 % d'augmentation. Une position quasi unanime avec les autres syndicats représentatifs, à laquelle les représentants patronaux opposent un avenir incertain dans le cadre d'une politique nationale et internationale compliquée et indécise

Ce qui nous semble être un éternel recommencement dans un monde détenu par des capitalistes prêts à créer des guerres, des famines... pour un enrichissement purement personnel.

La partie patronale, regroupant tous les syndicats patronaux du monde de la publicité, propose dans un

premier temps 1,2 % d'augmentation des minima conventionnels. Refus catégorique de toutes les organisations syndicales qui unanimement fixent une ligne rouge à 2 % correspondant au rattrapage de l'inflation. **Les patrons reviennent à la charge avec une autre contre-proposition à peine meilleure de 1,4 %. Inacceptable !**

Les salariés de la branche de la publicité méritent plus de considération. Lorsque les augmentations sont inférieures à l'inflation, c'est le salaire réel qui baisse. Venir travailler coûte de l'argent, et ce sont les moins bien payés qui doivent une fois de plus subir.

Nous comprenons parfaitement que dans une négociation, chacun doive faire des efforts en ne restant pas arc-bouté sur ses positions, et en acceptant des concessions mutuelles. Cependant, nous ne pouvons pas faire supporter tous les efforts aux salariés de la publicité.

La CGT ne signera pas cet accord.



Lorsque les augmentations sont inférieures à l'inflation, c'est le salaire réel qui baisse.