

ATTENTION : L'EXISTENCE DE LA CONVENTION COLLECTIVE DE LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE N'EST PAS DÉFINITIVEMENT GARANTIE

Suite au mémoire produit par l'Association des Producteurs de Films Publicitaires - APFP - dans le cadre de la procédure qu'elle a engagée afin de faire annuler l'arrêté d'extension de la Convention collective de la Production de films cinématographiques et de films publicitaires, ci-après le mémoire en réplique produit par notre Syndicat :

Paris, le 19 décembre 2014

1^{ère} sous-section
CONSEIL D'ÉTAT
Section du Contentieux
1, Place du Palais Royal
75001 Paris

Réf : 370629

ASSOCIATION DES PRODUCTEURS DE
CINÉMA c/ MINISTÈRE DU TRAVAIL, EMPLOI
FORMATION PROFESSIONNELLE ET
DIALOGUE SOCIAL

Affaire suivie par : M. LEMASSON

Madame,

Suite à votre courrier du 4 décembre 2014, et suite aux observations que nous avons déjà produites en date du 6 février 2014 et du 29 octobre 2014, veuillez trouver ci-après les observations complémentaires de notre Organisation syndicale en réplique – aux observations complémentaires – produites par l'Association des Producteurs de Films Publicitaires (SCP Gadiou – Chevalier) :

En premier lieu, rappelons que les relations sociales et salariales entre les ouvriers et techniciens de la Production de films publicitaires et les entreprises de production de films publicitaires ont fait de tout temps partie indissociable des dispositions conventionnelles définies dans la Production cinématographique.

Affirmer – *qu'il n'existe aucune similarité entre le secteur de la Production de films publicitaires et celui de la Production cinématographique* – est une contrevérité, ainsi que déjà démontré et que le démontrent complémentaiement les pièces annexes au présent courrier.

Depuis 2006, l'Association des Producteurs de Films Publicitaires a fait partie de la Commission Mixte de la Production Cinématographique mise en place par le Ministère du travail.

L'APFP n'a jamais contesté être partie intégrante et prenante de la Commission mixte de la Production cinématographique et n'a jamais demandé à ce que la Production de films publicitaire fasse l'objet de négociations spécifiques aux entreprises de production de films publicitaires.

Depuis la mise en place de la Commission Mixte Paritaire de la Production cinématographique, l'Association des Producteurs de Films Publicitaires (APFP) a toujours été représentée et a participé régulièrement aux négociations dès 2006, comme en atteste les extraits du Procès verbal de la réunion du lundi 20 février 2006 (Pièce n°1).

Rappelons également :

- que l'Association des Producteurs de Films Publicitaires est signataire du Protocole d'accord relatif au Comité Central d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail de la Production cinématographique du 17 décembre 2007, dont l'article 1 *Champ d'application* stipule que :

« Cet accord est applicable aux entreprises de production de films cinématographiques et de films publicitaires » ...

Accord étendu par arrêté du 6 mars 2008 (Pièce n°2).

- qu'elle participe régulièrement aux réunions plénières de ce Comité (Pièce n°3).

L'Association des Producteurs de Films Publicitaires entend que la convention n'a pas fait l'objet d'une négociation conduite avec l'ensemble des Organisations syndicales représentatives de son champ d'application et que les représentants du secteur de la Production de films publicitaires n'ont pas été associés auxdites négociations.

À cet effet, les observations qui ont été produites par le Directeur Général du Travail, M. Jean-Denis COMBEXELLE, le 22 août 2013 sur la requête en référé formée par l'Association des Producteurs de Cinéma, l'Association des Producteurs de Films Publicitaires, le Syndicat des Producteurs Indépendants, l'Union des Producteurs de Films, tendant à la suspension de l'arrêté du 1^{er} juillet 2013, concernant la légalité externe de la décision, rappellent (Pièce n°4) :

- que les requérants ont toujours été convoqués aux réunions de la Commission Mixte de la Production cinématographique et que toutes les organisations ont pu faire valoir leurs observations et revendications,

- que, lors des dernières réunions de négociations, le projet de texte de l'Association des Producteurs Indépendants a fait l'objet de plusieurs amendements pour tenir compte de certaines observations formulées par les organisations requérantes dont l'APFP.

L'Association des Producteurs de Films Publicitaires souligne par ailleurs que :

« la Production de films publicitaires repose sur des tournages d'une durée extrêmement courte, de l'ordre de un à quatre jours, qui s'étalent sur des journées particulièrement longues afin de limiter les coûts de production.

Cette particularité implique notamment des adaptations conséquentes en termes notamment de : - durée du travail, rémunérations des heures supplémentaires, tournages de nuit et jours fériés. »

Cette observation est pour le moins contradictoire.

En effet, préalablement à l'extension de la Convention collective de la Production cinématographique, les entreprises de Production de films publicitaires, comme celles de la Production cinématographique, étaient tenues de respecter les plafonds des durées du travail maximums fixés par le code du travail. Aujourd'hui, le texte de la Convention leur permet de déroger légalement à ces durées maximales.

Le texte de l'article 27 du Titre II de la Convention collective précise :

« Amplitude de la journée de travail

Le total journalier concernant les heures de travail, les heures supplémentaires éventuelles, les durées de préparation préalable aux prises de vues et de rangement suivant les prises de vues pour certains techniciens, l'arrêt pour les repas, les pauses, les heures de transport entre le lieu de rendez-vous et le lieu de tournage ne devra pas excéder 13 heures.

La durée de repos minimum devant s'écouler entre le retour au lieu de rendez-vous et la reprise du lendemain au lieu de rendez-vous ne pourra être inférieure à 11 heures. »

L'article 27 leur donne satisfaction en permettant aux Entreprises de films publicitaires de pouvoir déroger aux durées maximales du code du travail, et ce jusqu'à une durée d'amplitude de 13 heures journalières.

Soulignons que dans le cas où l'arrêté d'extension serait abrogé, les producteurs de films publicitaires en particulier seraient contraints de revenir et de respecter les dispositions fixées par le code du travail en ce qui concerne les durées maximales du travail, alors que l'APFP souligne que :

« les journées de tournage s'étalent sur des journées particulièrement longues afin de limiter les coûts de production. »

L'Association des Producteurs de Films Publicitaires souligne que :

« De manière générale, comme cela a été déjà explicité dans la requête introductive d'instance, l'application de la Convention aboutira à une augmentation démesurée des salaires des techniciens employés sur les tournages des films publicitaires. »

Contrairement à cette affirmation, le texte de la convention du 19 janvier 2012 leur accorde un avantage considérable qui n'existait pas préalablement en ce qui concerne les différentes majorations de salaires conventionnelles qui s'appliquaient distinctement selon leur objet

(majoration de 100 % des heures de travail effectuées dans la même journée au-delà de la dixième de tournage – majoration de 50 % des heures de travail de nuit – majoration de 100 % des heures de travail du dimanche, majoration de 100 % des heures de travail du jour férié, majoration conventionnelle de 75 % des heures supplémentaires au-delà de la 48^{ème} heure supplémentaire)

et qui, dans le texte de la Convention du 19 janvier 2012 sont drastiquement réduites par l'institution d'un plafond cumulant les différentes majorations conventionnelles à 100 % du salaire horaire de base

(article 36 de la convention collective modifié par l'article 2 de l'Avenant du 8 octobre 2013 - Pièces n°5 et n°6).

L'APFP prétend que les écarts de salaires dans la production de films publicitaires, antérieurement à l'existence des grilles de salaires fixées par la Convention collective du 19 janvier 2012, font apparaître une augmentation de salaire de 57,06 % pour une journée, de 57,16 % pour trois jours, de 60,25 % pour quatre jours.

Cette affirmation relève de la mystification et constitue une grossière tromperie.

À cet effet, en atteste l'enquête réalisée par le SNTPCT sur les montants des salaires pratiqués pour les ouvriers et techniciens par les Entreprises de production de films publicitaires en 2010 – 2011 – et une partie de 2012, qui révèle et démontre que les salaires minima pratiqués, figurant sur les feuilles de paie, tant en référence à la base 39 heures qu'en référence au montant des salaires journaliers base 8 heures sont égaux et souvent supérieurs aux salaires minima base 39 heures et journaliers base 8 heures fixés dans la Convention collective du 19 janvier 2012.

Il n'y a par conséquent aucune augmentation de salaires engendrée par les salaires fixés par la Convention collective.

À titre indicatif, ci-joint – copie des fiches de paie – et les tableaux comparatifs des montants des salaires figurant sur les fiches de paie et les montants des salaires fixés par la Convention collective du 19 janvier 2012 – (Pièces n°7 et n°8) .

Il est manifeste qu'au regard de l'ensemble des observations et des justificatifs produits, la requête formée par l'Association des Producteurs de Films Publicitaires (APFP) est non seulement infondée et repose sur une argumentation inexacte et contraire à la vérité, mais est également contraire à l'intérêt général de la Production de films publicitaires.

L'Association des Producteurs de Films Publicitaires demande au Conseil d'État d'abroger l'arrêté d'extension du 1^{er} juillet 2013.

Il résulterait d'une annulation de cet arrêté que dès lors seules les dispositions du code du travail feraient droit aux relations contractuelles entre les employeurs de la Production cinématographique et de la Production de films publicitaires et les salariés qu'elles emploient.

Il en résulterait qu'après des années de négociations entre partenaires sociaux qui ont permis d'instituer le texte de compromis que constitue le texte de Convention collective du 19 janvier 2012 et l'Avenant du 8 octobre 2013, de reprendre pour une durée indéterminée le processus d'une renégociation en vue de la conclusion d'un nouveau texte de Convention collective.

Une telle situation porterait une grave atteinte à l'intérêt général et à l'intérêt économique, tant de l'Industrie de la Production cinématographique que de l'Industrie de la Production de films publicitaires et, en particulier, aux intérêts sociaux, salariaux et professionnels des ouvriers, techniciens et réalisateurs.

Aussi, nous considérons que la requête de l'Association des Producteurs de Films Publicitaires est infondée et doit être rejetée.

Nous vous remercions de votre attention, et vous prions d'agréer, Madame la Secrétaire de la Première sous-section, l'expression de nos salutations respectueuses.

Pour la Présidence,
Par Délégation,

Stéphane POZDEREC