

Brochure n° 3136 | Convention collective nationale

IDCC : 1480 | **JOURNALISTES**

Convention collective nationale

ÉDITEUR DE LA PRESSE MAGAZINE

IDCC : 3225 | **EMPLOYÉS ET CADRES**
(30 octobre 2017)

Accord du 30 janvier 2020

relatif à la reconversion ou promotion par alternance
pour les années 2020 à 2022

NOR : ASET2050888M

IDCC : 1480, 3225

Entre l'(les) organisation(s) professionnelle(s) d'employeur(s) :

SEPM,

d'une part,

et le(s) syndicat(s) de salariés :

CFDT ;

FO ;

SNJ,

d'autre part,

il a été convenu ce qui suit :

Préambule

Les parties contractantes reconnaissent l'importance particulière de la formation professionnelle pour l'avenir de la presse, de ses métiers et de ses salariés, notamment dans le contexte de l'évolution numérique et de la transformation des entreprises de presse vers la publication de contenus multisupports.

Elles ont conclu un accord collectif national sur la formation professionnelle pour la presse magazine pour les années 2020 à 2022 qui prend en compte les dispositions en faveur des entreprises de moins de 50 salariés.

La formation professionnelle constitue un élément déterminant de sécurisation des parcours professionnels, et participe à l'enrichissement des compétences des salariés tout au long de leur vie.

À ce titre, les lois du 5 mars 2014 et du 5 septembre 2018 modifient l'approche de la formation professionnelle. Outre la réorganisation des acteurs de la formation professionnelle et de son financement, ces lois ouvrent la voie à la construction de nouveaux schémas en vue de la sécurisation des parcours professionnels et du maintien de l'employabilité tout au long de la vie du salarié.

La politique de formation continue vise, dans un esprit d'accompagnement professionnel, à permettre aux salariés :

- de recevoir la formation nécessaire pour s'adapter à l'évolution de leur emploi, à l'apparition de nouvelles techniques, voire de se préparer à un changement d'emploi ou de profession ; elle doit permettre d'accompagner les mutations et évolutions des métiers ;
- d'acquérir des connaissances plus approfondies dans un domaine spécifique lié à leurs activités et d'améliorer leur qualification ;
- de mettre à jour ou d'étendre leurs connaissances générales, afin d'élever leur niveau technique et leur culture professionnelle.

Ces objectifs conduisent à distinguer trois grandes catégories de métiers :

- les métiers émergents qui sont les nouveaux métiers faisant appel à des compétences nouvelles et ciblées ;
- les métiers sensibles qui sont les métiers pour lesquels les évolutions technologiques, organisationnelles ou économiques pourraient entraîner une diminution importante des effectifs et/ou une évolution importante des compétences requises ;
- les métiers stables qui sont les métiers nécessitant des actions d'adaptation au poste de travail et/ou l'acquisition de compétences.

Les changements liés aux mutations technologiques et aux nouveaux usages du média magazine nécessitent d'accompagner les salariés dans la transformation des métiers, l'évolution et le développement de leurs compétences. Les actions de formation mises en œuvre à ces fins seront prévues en priorité par le plan de développement des compétences des entreprises. Pour la détermination des certifications éligibles ouvertes à la promotion par l'alternance dite « Pro-A », les signataires du présent accord se sont appuyés sur les certifications les plus financées par l'OPCO AFDAS en 2018/2019 pour notre branche.

Le présent accord est communiqué à tous les représentants du personnel élus et mandatés des entreprises relevant du champ d'application.

Les parties entendent réaffirmer l'égal accès à la formation professionnelle des femmes et des hommes, d'une part et des salariés, employés, cadres et journalistes d'autre part.

Titre 1^{er} Champ d'application

Article 1^{er} | Définition du champ d'application

Le présent accord national professionnel s'applique en France métropolitaine et dans les départements et collectivités d'outre-mer suivants : la Guyane, la Martinique, la Guadeloupe, La Réunion, Mayotte, Saint-Martin, Saint-Barthélemy et Saint-Pierre-et-Miquelon, aux entreprises, et à leurs filiales qui ont pour activité principale l'édition de publications périodiques sous forme imprimée ou numérique, destinées au grand public ou à des publics spécifiques, et à l'ensemble de leurs salariés en CDI ou CDD, en temps partiel ou temps plein.

Ces entreprises relèvent des activités répertoriées sous le code 58.14Z « Édition de revues et périodiques » de la nomenclature des activités françaises établie par l'INSEE, qui comprend notamment :

- les hebdomadaires et magazines grand public d'information générale, d'information économique, financière ;
- l'édition de programmes pour les émissions de radio ou de télévision ;
- les périodiques sportifs, automobiles, domestiques ;
- les périodiques pour la jeunesse.

Les entreprises concernées par le présent accord relèvent de :

- la nouvelle convention collective des employés et des cadres des éditeurs de la presse magazine (IDCC 3225) qui remplace la convention collective des employés des éditeurs de la presse magazine (IDCC 3202) et la convention collective des cadres des éditeurs de la presse magazine (IDCC 3201) ;
- la convention collective nationale des journalistes du 1^{er} novembre 1976, refondue le 27 octobre 1987 (IDCC 1480).

Ne relèvent pas du présent accord :

- les entreprises relevant de la convention collective nationale des employés, techniciens, agents de maîtrise et cadres de la presse spécialisée (IDCC 3230) ;
- les entreprises relevant de la convention collective nationale des employés de la presse hebdomadaire régionale (IDCC 1281) ;
- les entreprises relevant de la convention collective nationale des cadres de la presse hebdomadaire régionale (IDCC 1563).

Article 2 | Accords antérieurs

Le présent accord constitue un avenant à l'accord collectif national relatif à la formation professionnelle de la presse du 6 novembre 2017. Il annule et remplace les dispositions contraires ou obsolètes de cet accord du 6 novembre 2017 pour la branche visée à l'article 1^{er}.

Titre 2 Accès aux dispositifs de formation

Conformément à l'article L. 6321-1 du code du travail, l'employeur assure l'adaptation des salariés à leur poste de travail et veille au maintien de leur capacité à occuper un emploi, au regard notamment de l'évolution des emplois, des technologies et des organisations. La reconversion ou promotion par l'alternance fait notamment partie des dispositifs pouvant être mobilisés à cette fin.

Article 3 | Reconversion ou promotion par l'alternance (ou contrats dits « Pro-A »)

Conformément à l'article L. 6324-3 du code du travail et sous réserve de l'extension du présent accord, sont listées en annexe dudit accord les certifications éligibles ouvertes à la promotion par l'alternance dite « Pro-A » ainsi que les motifs justifiant du choix desdites certifications eu égard à la forte mutation des activités de la branche et du risque d'obsolescence des compétences.

L'action de reconversion ou promotion par alternance a pour objet de permettre au salarié de changer de métier ou de profession, ou de bénéficier d'une promotion sociale ou professionnelle par des actions de formation ou par des actions permettant de faire valider les acquis de l'expérience.

Elle concerne les salariés en contrat à durée indéterminée ou bénéficiaires d'un contrat unique d'insertion à durée indéterminée, ainsi que les salariés placés en position d'activité partielle, n'ayant pas atteint un niveau de qualification sanctionné par une certification professionnelle enregistrée au RNCP correspondant au niveau tel que défini à l'article D. 6324-1-1 du code du travail (inférieur au grade de licence).

L'action de reconversion ou promotion par alternance a pour objet d'atteindre un niveau de qualification supérieur ou identique à celui détenu par le salarié au moment de la demande.

À ce titre, la reconversion ou promotion par alternance sera en priorité accessible pour des formations en faveur des salariés occupant des métiers sensibles et/ou permettant l'acquisition de compétences ou de certifications vers des métiers émergents.

La reconversion ou promotion par alternance peut également permettre l'acquisition du socle de connaissance et de compétences (certificat CléA).

Les actions éligibles à ce dispositif sont des actions de formation ou des actions de validation des acquis de l'expérience.

À l'issue de la formation, l'organisme de formation doit remettre au salarié un diplôme, un titre, un certificat ou une attestation de compétences et de connaissances acquises.

Le contrat de travail du salarié concerné fait l'objet d'un avenant précisant la durée et l'objet de la reconversion ou promotion par l'alternance. Cet avenant est déposé auprès de l'opérateur de compétences compétent.

La reconversion ou promotion par l'alternance est organisée soit à l'initiative du salarié, soit à l'initiative de l'employeur.

Les actions mises en œuvre pendant le temps de travail donnent lieu au maintien de la rémunération du salarié.

Les actions peuvent se dérouler pour tout ou partie en dehors du temps de travail à l'initiative soit du salarié, soit de l'employeur, après accord écrit du salarié.

Les actions réalisées dans le cadre de la reconversion ou promotion par l'alternance sont financées par l'opérateur de compétences au titre de la section alternance, conformément aux dispositions légales et réglementaires en vigueur.

L'opérateur de compétences prend en charge la rémunération du salarié en formation selon les conditions légales et réglementaires.

Ce financement pourra être cumulé, selon les situations, avec les fonds conventionnels du présent accord ou avec le plan de développement des compétences des entreprises de moins de 50 salariés.

Titre 3 Dispositions finales

Article 4 | Entrée en vigueur et durée de l'accord

Le présent accord est conclu pour une durée de 3 ans, soit pour les années 2020, 2021 et 2022.

Le présent accord peut être dénoncé par chaque signataire dans les conditions prévues à l'article L. 2261-9 du code du travail.

Article 5 | Application

Les difficultés d'application du présent accord seront soumises aux signataires dans un délai de 1 mois à compter de la réception de la notification écrite du désaccord par une ou plusieurs organisations professionnelles ou syndicales signataires.

Article 6 | Bilan d'application et reconduction

Un bilan d'application du présent accord sera effectué chaque année, à partir du bilan annuel d'activité communiqué par l'AFDAS.

6 mois avant le terme de la 3^e année, les signataires examineront l'opportunité et les modalités d'une reconduction, dans le cadre de la négociation triennale de branche.

Article 7 | Dépôt et demande d'extension

Le présent accord est déposé à la direction générale du travail.

Conformément aux dispositions de l'article L. 2261-24 du code du travail, le présent accord fait l'objet d'une demande d'extension.

Fait à Paris, le 30 janvier 2020.

(Suivent les signatures.)

Annexe Certifications qualifiantes éligibles à la reconversion ou à la promotion par l'alternance

L'ordonnance n° 2019-861 du 21 août 2019 a introduit dans le code du travail un article L. 6324-3 qui dispose :

« Un accord collectif de branche étendu définit la liste des certifications professionnelles éligibles à la reconversion ou promotion par alternance. L'extension de cet accord est subordonnée au respect des critères de forte mutation de l'activité et de risque d'obsolescence des compétences.

La reconversion ou promotion par alternance peut permettre l'acquisition du socle de connaissance et de compétences mentionné aux articles L. 6121-2, L. 6324-1 et L. 6323-6. »

1. Les critères de forte mutation de l'activité et de risque d'obsolescence des compétences au sein de la branche professionnelle de la presse magazine

1.1. Le bouleversement du numérique

Les acteurs du secteur de la presse doivent s'adapter à une économie marquée notamment par une baisse des chiffres d'affaires, entre autres vente papier (au numéro ou par abonnement) et publicitaires, ainsi que par une tendance croissante de l'audience sur les supports numériques. Les entreprises doivent réinventer leurs modèles économiques et diversifier leurs activités, passant d'une activité essentiellement Print vers une activité mêlant différents types de supports.

Les acteurs du secteur de la presse doivent trouver les leviers pour s'adapter à l'évolution rapide des usages et des comportements des publics : multiplicité des supports et des formats (journal papier, web, vidéos, podcast, mobile, réseaux sociaux, applications). Ils doivent faire face à une certaine défiance sociale vis-à-vis de la presse et du monde journalistique, ce qui interroge les conditions d'exercice de la profession de journaliste et de développement de la filière.

Ces mutations profondes de l'environnement et les stratégies commerciales et organisationnelles qu'adoptent les entreprises du secteur impactent fortement leurs métiers.

Dans un contexte marqué par une baisse des effectifs, les besoins sur certains métiers historiques du secteur semblent être voués à décroître tendanciuellement. À l'inverse, les besoins croissent sur d'autres métiers, tels que les développeurs web, les intégrateurs web/mobile ou les chefs de produit digital (Product Owners). D'autres compétences, émergentes depuis peu et encore peu représentatives en volumétrie, nécessitent un besoin de recrutement croissant autour de l'exploitation des données, du référencement ou des médias sociaux (journaliste podcast, data journaliste, journaliste visuel, motion designer, social média manager).

Les entreprises du secteur sont donc confrontées à des enjeux RH majeurs en termes de recrutement (pénurie grandissante), de rétention et de fidélisation des talents mais également face à la transformation des métiers et des organisations. Le besoin d'agilité que les transformations impliquent, l'évolution des modes d'organisation avec notamment la diminution des niveaux hiérarchiques et le travail en mode projet ainsi que la diversité des générations (enjeu de

« vivre ensemble » notamment) représentent également des enjeux RH et managériaux déterminants.

1.2. L'impact sur la publicité et la diffusion

Publicité : une monétisation difficile sur le Net

La presse magazine est présente sur le Net, et propose de la publicité sur ses sites. Mais la monétisation s'avère difficile et moins rentable que sur le magazine papier imprimé.

En 10 ans, la diffusion de presse magazine a plongé de 35 %, à 1,2 milliard d'exemplaires aujourd'hui, selon l'ACPM. Et, d'après l'IREP, dans le même temps, ses recettes publicitaires nettes (730 millions d'euros en 2017) ont été divisées par deux.

Diffusion : le digital n'enraye pas le recul de la diffusion

La presse magazine, qui représente 1,2 milliard d'exemplaires vendus en 2018, subit un ralentissement de sa diffusion payée. Et ce, malgré la bonne progression des achats numériques, portés par les kiosques en ligne. Les magazines d'actualité accusent ainsi un recul global de 15,8 % de leur diffusion payée, malgré une progression de près de 30 % du numérique payant. Même phénomène chez les féminins, dont la diffusion régresse de 9,1 % en dépit de ventes numériques en hausse de 34,5 %. Les magazines télé ont, eux, une diffusion digitale en recul (- 3 %) et quasiment inexistante (0,3 % des ventes). (Étude ACPM 2019, données comparées 2017-2018).

1.3. La forte mutation dans la production de contenu : une nouvelle ère dans les activités et compétences : digital, vidéo, audio, serviciel

La révolution de la presse ne se situe pas seulement au niveau de la distribution ou de la publicité mais aussi de la production de contenu.

Aujourd'hui, les rédactions doivent s'adapter, pour produire à la fois pour le journal imprimé, le Print et l'internet, le digital.

La presse magazine connaît une forte évolution de ses stratégies. Les stratégies dites « digital first » impliquent des redéploiements substantiels au sein des rédactions. À commencer par un renforcement et une transformation des compétences des équipes d'éditeurs. Celles-ci servent les différents supports, en même temps qu'elles doivent s'adresser aux différents publics (âges, milieux sociaux, niveaux d'études, urbains, périurbains, ruraux, etc.). Soit de nouveaux profils et nouvelles compétences telles que la maîtrise des réseaux sociaux, du participatif, du marketing éditorial pour les éditeurs.

L'information est produite par des journalistes et elle doit être relayée, complétée sur les différents supports numériques, y compris vidéo ou podcast. Cela s'accompagne de la recherche de nouveaux profils spécialistes en data, design, vidéo, etc. Des journalistes sachant travailler avec des développeurs, des designers, des statisticiens des spécialistes en intelligence artificielle, des marketeurs.

Dans ce contexte, le développement des compétences des journalistes, voire la reconversion est un enjeu fort, comme le témoigne l'évolution du nombre de journalistes dans le tableau ci-dessous.

1.4. Entre forte mutation et risque d'obsolescence : la tendance à la baisse des effectifs des rédactions de la presse magazine

La comparaison du nombre de journalistes dans la presse écrite magazine par métier entre 2008 et 2018 permet de constater une forte mutation au sein des métiers du journalisme.

Métiers	2018	2008	Taux d'évolution 2008 à 2018 (en pourcentage)
	Nombre de cartes de presse	Nombre de cartes de presse	
Reporter rédacteur	2 337	2 808	- 17
Rédacteur en chef	776	984	- 21
Chef d'agence, de service, de rubrique	715	778	- 8
Secrétaire de rédaction	725	1 050	- 31
Secrétaire général de rédaction, chef d'édition	120	117	3
Dessinateur, graphiste	561	897	- 37
Reporter photographe	216	410	- 47
Directeur de publication ou de rédaction	250	307	- 19
Journaliste reporter d'images	10		
Producteur/réalisateur	2		
Autres	64	59	8
Total	5 776	7 410	- 22
Source : données observatoire des métiers de la presse – AFDAS/CCIJP 2018			

Au regard de ces données factuelles caractérisant une forte mutation de l'activité et de risque d'obsolescence des compétences, les signataires du présent accord ont considéré que sont éligibles à la reconversion ou promotion par alternance les certifications professionnelles telles que figurant dans le tableau ci-après.

(Voir page suivante.)

BRANCHE DE LA PRESSE MAGAZINE

CERTIFICATIONS ELIGIBLES PRO A

Titres RNCP (Répertoire national de la certification professionnelle) classés par thématiques de formation

THEMATIQUES CŒUR DE METIER

JOURNALISME

N° Fiche RNCP	Titre de la certification	Niveau de formation
17231	Journaliste	niv 6
21742	Journaliste	niv 6
1498	Journaliste	niv 6
13674	Journaliste multimédia	niv 6

COMMUNICATION ET MARKETING

N° Fiche RNCP	Titre de la certification	Niveau de formation
1739	Responsable de communication et de publicité	niv 7
16651	Manager du marketing et de la communication	niv 7
27509	Manager des entreprises de la communication	niv 7
27102	Responsable marketing et communication	niv 6
23805	Manager de projet	niv 7
28716	Manager des stratégies communication marketing	niv 7

18088 Responsable Projet Communication niv 6

STRATEGIE DIGITALE

N° Fiche RNCP	Titre de la certification	Niveau de formation
26837	Manager de la communication et du marketing digital	niv 7
31420	Manager de la communication et stratégie digitale	niv 7
20524	Chef(fe) de projet multimédia	niv 6
27057	Expert(e) digital-e	niv 7
16959	Expert(e) en stratégie digitale	niv 7
27031	Chef de projet digital	niv 7
31883	Directeur artistique numérique	niv 8

DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

N° Fiche RNCP	Titre de la certification	Niveau de formation
---------------	---------------------------	---------------------

BRANCHE DE LA PRESSE MAGAZINE**CERTIFICATIONS ELIGIBLES PRO A**

21788	Manager de la marque	niv 7
23639	Manager marketing et commercial	niv 7
27377	Manager marketing et développement commercial	niv 7
27046	Manager de la mode du design et du luxe	niv 7
19412	Manager d'unité opérationnelle	niv 7
16629	Responsable du management commercial et marketing	niv 7

BRANCHE DE LA PRESSE MAGAZINE

CERTIFICATIONS ELIGIBLES PRO A

THEMATIQUES CŒUR DE METIER

CONCEPTION GRAPHIQUE

N° Fiche RNCP	Titre de la certification	Niveau de formation
18599	Designer - manager de projet	niv 7
1267	TP - Infographiste metteur en page	niv 4
28173	Graphiste Motion designer	niv 6
28285	Directeur(trice) de création en design graphique	niv 7
28758	Concepteur(trice) en communication visuelle	niv 6
26976	Concepteur en communication visuelle	niv 6

DEVELOPPEMENT WEB

N° Fiche RNCP	Titre de la certification	Niveau de formation
31678	TP - Concepteur développeur d'applications	niv 6
26933	Concepteur développeur web	niv 6
32043	Concepteur développeur de solutions digitales	niv 6
32047	Expert en stratégie et développement digital	niv 7

THEMATIQUES TRANSVERSALES

RESSOURCES HUMAINES

N° Fiche RNCP	Titre de la certification	Niveau de formation
12990	Responsable de la gestion des ressources humaines	niv 6
25518	Manager des ressources humaines	niv 7
28191	Manager des ressources humaines	niv 6
20604	Manager du développement des ressources humaines	niv 7

COMPTABILITE CONTRÔLE AUDIT

N° Fiche RNCP	Titre de la certification	Niveau de formation
31059	BTS - Comptabilité et gestion	niv 5
	Licence pro Métiers de la gestion et de la comptabilité, parcours Contrôle de gestion	niv 6
25517	Expert(e) en contrôle de gestion et audit	niv 7
32199	Expert en audit et contrôle de gestion	niv 7