

Procès-verbal de la réunion ordinaire du CSE de l'UES DDB du 23 février 2023

Participants :

Direction		Présent	Absent
Aude MERCERON-GUILLET	Présidente du CSE	x	
Noémie NGO	Directrice Adjointe Ressources Humaines	x	
Elus du CSE			
Edwige ATZERT		x	
Erick BARBOTTE		x	
Laurent CIRRI		x	
Thierry DARTOIS		x	
Christine GARCIA-GUICHETEAU		x	
Valérie PELERIN			x
Marie-Raphaële ROLLET		x	
Corinne VULLIEZ		x	
Invités de la Direction			
Michel HUPPERT	Directeur Administratif et Financier	x	

ORDRE DU JOUR

Questions à l'initiative des membres du CSE

I.	Approbation du PV ordinaire du 26/01/2023.	3
II.	Marche des affaires.	3
III.	Questions diverses.	5

Questions à l'initiative de la direction

IV.	Présentation de l'index égalité professionnelle 2022.	6
V.	Point sur le lancement des entretiens (développement, charge de travail et professionnel).	7
VI.	Point sur la Diversité, l'Equité et l'Inclusion (DEI).	8
VII.	Questions diverses.	9

La réunion s'est faite en présence, sous la présidence d'Aude Merceron-Guillet.

Les questions de l'ordre du jour n'ont pas été traitées selon le déroulement prévu.

QUESTIONS A L'INITIATIVE DES MEMBRES DU CSE

I. Approbation du PV ordinaire du 26/01/2023.

Les trois derniers procès-verbaux sont encore en relecture.

Un élu soulève la problématique de ceux, antérieurs, qui abordaient le projet d'aménagement et qui attendent donc leurs publications.

Noémie Ngo explique que, comme le sujet de ces aménagements n'a pas encore abouti, les élus peuvent donc les publier. Il lui semble également que le rédacteur est différent et que des interprétations ont été faites sur les propos rapportés qui risquent d'en dénaturer le sens.

Les élus informent que depuis la période du Covid, un des élus assure la rédaction des procès-verbaux et qu'il se peut que celle-ci n'en soit pas uniforme car elle est faite sur plusieurs jours. Cela lui impose parfois de condenser ou d'adapter les propos tenus lors des conversations qui s'avèrent quelques fois confuses, mélangeant ou revenant sur les sujets traités. L'objectif est d'essayer de transcrire ces propos pour les rendre aux mieux compréhensibles. Il se peut donc que le rédacteur ait mal compris.

L'élu rédacteur souligne que la direction conserve la possibilité de modifier ses écrits afin que le lecteur ne lise pas une information qui serait fautive ou qui se prêterait à une mauvaise interprétation.

En conclusion, la direction reviendra prochainement vers l'élu concerné avec les modifications apportées aux trois derniers procès-verbaux.

II. Marche des affaires.

Michel Huppert commence par les défaites enregistrées depuis le début de cette année :

- Skoda social influence
- Hennessy
- Les cinquante ans de Picard
- Courtepaille

A contrario, ont été gagnés :

- Boulanger
- ADP
- Spotify
- Piper-Heidsieck
- Le pack Picard

Ce qui permet d'obtenir un taux de transformation de 56 %, soit en valeur 50 %.

Restent en attente :

- Eurostar, conduite par Adam & Eve dont la réponse est attendue dans le courant mars.
- Une petite compétition pour France Télévision sur les JO probablement, importante en termes d'images.
- Ouigo sur du CRM dont la présentation s'est bien déroulée. Réponse d'ici un ou un mois et demi.
- Samsung, présenté la veille avec un bon retour, qui serait un gain important pour un début d'activité prévu en avril en cas de victoire.

Et enfin en défense :

- Monoprix qui reste avec nous jusqu'à fin mai pour laisser la compétition se dérouler mais il a été choisi de changer les équipes qui vont travailler sur cette compétition.
- INPES Tabac qui va prochainement commencer même si l'agence préparera le mois sans tabac de septembre prochain.
- Lactel, en cours.
- ADEME a été présenté, des commentaires principalement financiers devant être renvoyés avant d'obtenir une réponse définitive fin mars. Une des agences concurrentes a par ailleurs été éliminée de cette compétition.
- VW Events dont est attendu le brief.
- ALD, en revanche, est en standby.
- Enfin, une dernière compétition qui doit rester confidentielle.

Concernant l'actualité des clients, Michel Huppert souligne :

- La baisse des honoraires pour Yves Rocher malgré la charge de travail.
- Seat/Cupra reste dans l'attente d'une réponse sur la compétition prévue en mars.
- Sur McDo, il est essentiel de faire une meilleure création et de gagner de nouveaux prix, ce qui est fortement attendu par les franchisés.
- Quant à l'application « ChargeE » pour VW qui est un beau projet, elle reste en attente de la suite que le client souhaitera lui donner.
- Royal Canin qui est un enjeu important pour l'agence avance sur son développement.
- Audi, rien de spécial à préciser.
- Une négociation est en cours pour limiter la baisse des honoraires de Salomon.
- Skoda demeure un budget difficilement rentable au même titre qu'Yves Rocher, Galeries Lafayette, Tag Hauer ou Glen Morangie.
- MAIF, rien à dire.
- Grosses incertitudes sur Google dont le secteur est légèrement en crise.
- L'agence est en attente d'un pitch sur du social média pour LCL.
- Un peu de déception sur les honoraires attendus du Bon Coin
- En raison de la fusion de Center Parcs avec Village Nature, il y aura donc de la communication en moins.
- Ubisoft reste sans projets pour l'instant.
- Il devrait y avoir une campagne pour Biomédecine mais seulement en 2024.
- Concernant Belambra, ce client souhaite arrêter ses catalogues, ce qui signifiera une baisse de revenus.
- Corona diminue également son budget communication en raison de la hausse des matières premières.
- Il reste deux marques du groupe LVMH, Ardborg et Armand de Brignac mais qui sont des petits budgets.

- Et enfin, il devrait y avoir une action à mener au profit de l'UNESCO.

En résumé, explique Michel Huppert, les objectifs économiques tant en inbiz qu'en newbiz pour maintenir la même marge brute que l'année dernière, restent compliqués. Le gain de Samsung demeure donc un enjeu important.

Un élu interroge Michel Huppert sur le devenir du client Honda.

Il n'a pas de nouvelles particulières, il reste du budget le concernant malgré la perte de la partie internationale de ce client.

Le sujet d'optimisation de la production pour soulager les équipes créatives, se poursuit en prévoyant une réunion trafic hebdomadaire. Mais il reviendra vers les élus dès que l'organisation sera clarifiée. Il en sera de même pour les aménagements envisagés l'année dernière au sein du bâtiment.

En réponse à la question d'une élue, Spotify sera une campagne de presse et d'affichage et cite toutes les personnes qui devraient travailler pour ce client.

Michel Huppert quitte la réunion.

III. Questions diverses.

Une élue rapporte des soucis de charge de travail au sein des équipes commerciales du B2. L'ambiance et la solidarité des personnes semblent atténuer cette situation mais elle demeure néanmoins fortement présente.

Aude Merceron-Guillet le confirme. Elle en a informé par ailleurs la direction commerciale et un rééquilibrage pour une meilleure répartition des charges est envisagée. Elle renforcera cette intervention en soulignant cette alerte émise par les élus.

QUESTIONS A L'INITIATIVE DE LA DIRECTION

IV. Présentation de l'index égalité professionnelle 2022.

Comme tous les ans, Noémie Ngo présente cet index égalité Femmes/Hommes.

Cet index, composé de cinq indicateurs sera publié comme la loi l'oblige sur le site de l'agence, à l'issue de cette présentation.

Ecart de rémunération

Il s'agissait de celui pour le calcul duquel l'avis du CSE avait été demandé lors de la réunion précédente.

Le but est de comparer par catégorie socio-professionnelle, par coefficient et par tranche d'âge, critères fixés par le législateur, la rémunération annuelle brute moyenne en équivalent temps plein (EPT) pour les femmes et pour les hommes. Ce qui donne un écart moyen de rémunération sur lequel est appliqué un seuil légal de pertinence de 2 %. Ensuite, figure le nombre de salariés concernés dans chaque catégorie puis sont analysés les coefficients et tranches d'âge pour chacun des sexes avec une prise en compte uniquement des groupes supérieurs à cinq personnes. On constate que certains écarts sont en faveur des hommes (en positif), certains en faveur des femmes (en négatif) car on compare les femmes aux hommes.

Une fois que l'on dispose de ces écarts obtenus pour ces groupes supérieurs à cinq personnes, on applique une pondération selon l'effectif global de l'agence ; l'importance d'un groupe modifiant le poids d'un groupe sur l'autre. On additionne l'ensemble des écarts pondérés obtenus, ce qui donne un écart global sur l'ensemble des salariés et l'ensemble des agences de l'UES. Cela donne cette année un chiffre de 33 points sur 40 qui est le maximum obtainable pour cet écart de rémunération. L'année dernière, le résultat était de 34 pour ce critère.

Ecart du taux d'augmentation individuel

Pour cet indicateur, on revient aux catégories socio-professionnelles, soit Technicien Agent de Maîtrise et Cadre pour nos agences. On regarde le taux d'augmentation par sexe en fonction du nombre de salariés dans la catégorie. Par exemple, on prend le nombre de femmes augmentées chez les Techniciens Agents de Maîtrise par rapport au nombre de femmes de la catégorie. Puis on compare ce taux avec le résultat des hommes dans la même catégorie, ce qui donne un écart que l'on pondère également de la même manière que précédemment au regard de l'effectif global.

On additionne ensuite ces différents écarts pondérés, ce qui donnent pour les Techniciens Agents de Maîtrise 46 % de femmes augmentées contre 52,3 % pour les hommes et au niveau des Cadres, 41,7 % de femmes augmentées contre 42,4 % pour les hommes. On obtient donc un léger écart en faveur des hommes même s'il y a eu plus de femmes augmentées en proportion de la population globale. Le taux d'augmentation est donc moins élevé chez les femmes puisque la comparaison est faite sur la totalité de la population féminine. Le législateur a prévu que même si l'écart constaté est en faveur des hommes mais demeure faible, soit 1,19 % pour nous, l'entreprise bénéficie donc de la totalité des points de cet indicateur, soit 20 sur 20.

Ecart de taux de promotion

Au sens de la loi, cela concerne les personnes qui ont changé de coefficient au cours de l'année 2022. Il peut y avoir des promotions sans changement de coefficient au sein de certaines conventions collectives, certains métiers ne faisant pas changer de coefficient (3.3 par exemple chez nous) comme le passage de chef de groupe à directeur de clientèle. Il s'agit alors d'une promotion qui ne rentre pas en compte dans le calcul de cet index égalité professionnelle.

Cette fois-ci, le résultat, calculé de la même manière par catégorie socio-professionnelle et par sexe, donne un avantage au profit des femmes à 1,52 %, ce qui permet d'obtenir la totalité des points, soit 15 sur 15 concernant cet écart.

Pourcentage de salariées ayant bénéficié d'une augmentation dans l'année suivant le retour de congé maternité

Il y a eu huit retours de congé de maternité, les salariées ont toutes été augmentées. Cela comprend également les congés d'adoption, inexistants au sein de notre entreprise pour l'instant. Pour ce critère, on obtient donc le maximum de points, soit 15 sur 15.

Nombre de salariés du sexe sous-représentés parmi les dix plus hautes rémunérations

Disposant seulement de deux femmes, étant donc le sexe sous-représenté, le législateur nous accorde 5 points sur les 10 possibles.

Au global, l'agence obtient 88 points sur 100, soit un point de moins que l'année dernière, ce qui est néanmoins un bon score. Il sera affiché obligatoirement sur le site de l'agence. Au cas où nous aurions eu moins de 75, l'entreprise aurait dû lancer un plan d'actions correctives.

V. Point sur le lancement des entretiens (développement, charge de travail et professionnel).

Aude Merceron-Guillet précise que tous les managers ont été sollicités pour remplir le tableau de qui évalue qui. Cette opération arrive presque à son terme, ces réponses étant en cours de saisie dans la base Skill Up des RH. Début mars, les managers et les collaborateurs recevront un message les informant du démarrage de la campagne des évaluations, des entretiens professionnels et sur la charge de travail.

Pour mémoire, ces évaluations sont réalisées par les managers. Elles comportent un entretien obligatoire pour les salariés en convention de forfait jour que l'agence a souhaité étendre à l'ensemble des collaborateurs. Il s'agit d'un moment important où l'on fait un point sur la charge de travail, pour savoir si l'équilibre vie personnelle et vie professionnelle est respectée avec les pistes d'améliorations si nécessaires, sur la déconnexion ou comment se sent le salarié.

Le troisième entretien, appelé professionnel, est organisé pour recueillir les souhaits de formation du salarié. Ce point rend obligatoire de voir tous les deux ans une partie de l'agence d'une année sur l'autre. Il sera difficile à réaliser de la même manière que l'année dernière, en raison des circonstances du service. En effet, l'équipe RH avait mené divers entretiens auprès des créatifs, des équipes de production et de Score. Cette année, seules les équipes créatives seront vues par les RH.

Une élue souligne que les collaborateurs hésitent souvent à s'exprimer, aussi bien lors des enquêtes Voice qu'au moment de ces entretiens, une partie étant jeunes ou inexpérimentés, craignant d'être jugés, catalogués voire sanctionnés.

Aude Merceron-Guillet souhaiterait les convaincre d'une manière factuelle qu'il n'y a pas de risque à s'exprimer et qu'elle ne pense pas qu'il y ait eu des précédents de représailles au sein de l'entreprise.

La discussion se poursuit sur l'analyse des raisons de ces comportements ou des craintes que suggèrent ces entretiens auprès des personnes. A l'aune des expériences de chacun, il existait auparavant des conditions d'expression beaucoup plus restreintes. En résumé, il serait souhaitable que chacun ose s'exprimer, quelque soit la difficulté de le faire.

Aude Merceron-Guillet, compte-tenu des remarques faites par les élus, remontera ces informations auprès des managers, notamment sur la différenciation des perceptions entre les générations ou la situation d'avant ou d'après Covid.

VI. Point sur la Diversité, l'Équité et l'Inclusion (DEI).

Deux axes parallèles ont été mis en place pour avancer sur ces sujets :

- La démarche RSE mise en place par l'agence depuis une année environ, l'aspect climat, diversité et inclusion, citoyenneté. Avaient été partagés avec les élus, l'accueil d'un autiste asperger, les interventions faites dans les collèges ou en faculté, les stages proposés pour les troisièmes avec des gens de l'agence très actifs et impliqués sur la base du volontariat.
- Le réseau DDB EMAE auquel l'agence reporte, a demandé de mettre en place un plan d'action sur la diversité, l'équité et l'inclusion.

En conséquence, pour être en cohérence avec les démarches existantes du comité RSE, les RH ont souhaité faire un état des lieux et avoir une visibilité de ce que les personnes pensent de ces thématiques. L'idée est de définir une ligne directrice sur ces sujets afin de changer la perception des agences de publicité en général et de DDB en particulier.

Souvent, précise Noémie Ngo, on pense aux minorités visibles, au handicap mais il y a aussi la notion de genre, le handicap invisible, le fait d'attirer d'autres populations pour favoriser la diversité culturelle ou la mixité sociale, tous ces critères qui ne sont pas assez présents à l'agence.

Un questionnaire est en cours d'élaboration pour aborder ces thèmes, le but étant d'en voir une vingtaine pour avoir une idée assez exhaustive de ces problématiques afin que se dégagent les grands axes. Il apparaît en l'état que la perception de ces sujets est différente selon les personnes.

Le résultat de ces interviews sera présenté au Comité de direction, tout le monde étant d'accord pour dire que l'agence devra être plus novatrice, plus pro-active, plus vue comme une agence diverse et inclusive. Le débat porte sur la manière de faire, le mécanisme des améliorations à apporter, quel serait le plan d'action le plus efficace et le timing de sa mise en place.

En réponse à une élue, Noémie Ngo explique qu'elle n'a eu aucun désintérêt des personnes rencontrées sur ces sujets, seule une a fait remarquer qu'au quotidien, elle ne voyait pas l'occasion d'y penser. Elle soulignait également que les agences de publicité n'étaient pas les plus vertueuses en termes de diversité, d'équité ou d'inclusion, et que comme elle n'avait jamais été confrontée à ces problèmes, elle n'avait pas eu à se poser la question, d'autant que le hasard de ses divers recrutements correspondait déjà à la pluralité de ces critères. Tout dépend de l'équipe dans laquelle on évolue ou de son vécu personnel, souligne Noémie Ngo.

Le débat se poursuit sur les enjeux de ces problématiques.

Au sujet de l'intégration de la personne autiste asperger, Aude Merceron-Guillet précise qu'elle est en phase de test pour deux mois et que cela se passe bien. Une fois qu'est intégré l'aménagement de son temps de travail et ses besoins particuliers, l'idée est de prolonger de trois mois son contrat dans un premier temps, avant de le pérenniser.

VII. Questions diverses.

Sans objet.

Prochaine réunion ordinaire le 28 mars 2023 à 9h45.



COMITE D'ENTREPRISE UES DDB
73/75 rue La Condamine
75017 PARIS
01 53 32 60 00