

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour diffusion immédiate

**Réaction du secteur publicitaire au projet de loi 35
« Modernisation de la Loi sur le statut de l'artiste »**

Montréal, le 28 avril 2022— L'Association des agences de communication créative (A2C) et l'Association canadienne des annonceurs (ACA) accueillent favorablement le dépôt du projet de loi n°35 visant à harmoniser et à moderniser les règles relatives au statut professionnel de l'artiste, déposé hier par la ministre de la Culture et des Communications, Nathalie Roy, bien que les changements proposés soient timides par rapport aux enjeux soulevés par l'industrie publicitaire.

Le projet de loi propose notamment des dispositions prévenant le harcèlement psychologique, accroît les pouvoirs conférés au Tribunal administratif du travail (TAT) dans certains cas (ex: négociations qui se prolongent de mauvaise foi) et vient préciser que l'avis concernant un moyen de pression devra mentionner la date à laquelle doit commencer ce moyen de pression.

Cependant, aucune modification n'a été apportée permettant d'accélérer les négociations ou contribuant à orienter les relations de travail vers une approche plus efficace et flexible sur le terrain. Permettre le processus d'arbitrage à la demande d'une seule partie, comme le proposait les trois associations, demeure une option nécessaire et les échanges se poursuivront avec le gouvernement sur le sujet.

De plus, les deux associations sont préoccupées par l'introduction du nouvel article 68.6 à la Loi, lequel permettra au gouvernement fixer par règlement des conditions minimales d'engagement. Des précisions seront demandées pour mieux comprendre son application et le détail prévu à cet égard.

« Il faut souligner la modernisation de la Loi après autant d'années, mais il est dommage de ne pas avoir ajouté des outils permettant aussi aux ententes collectives déjà existantes de pouvoir aussi être actualisées au bénéfice des deux parties. C'est pourquoi nous poursuivons nos démarches en ce sens », souligne Dominique Villeneuve, présidente-directrice générale de l'A2C.

« La modernisation de la loi était nécessaire, mais les changements présentés, bien qu'ils soient accueillis favorablement, sont plus timides qu'attendus. La question de permettre l'arbitrage était une occasion importante pour accélérer la conclusion d'entente et de s'assurer d'une meilleure efficacité pour les deux parties à la table », ajoute Patrick Hotte, vice-président, Québec de l'ACA.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour diffusion immédiate

Les éléments soulevés par l'A2C et l'ACA, par le biais d'un mémoire déposé à l'hiver 2021, en collaboration avec l'APP, demeureront au centre des préoccupations des associations dans l'analyse du PL 35 en vue d'une comparution en commission parlementaire.

À propos de l'A2C

L'A2C est la voix de plus de 85 agences québécoises de toutes tailles, spécialités et configurations dédiées à la communication créative. Ses membres génèrent plus de 80 % du chiffre d'affaires de l'industrie au Québec et contribuent au succès des entreprises d'ici et d'ailleurs. Notre mission s'exprime à travers différentes initiatives visant à guider ces entreprises qui font face à des enjeux économiques, technologiques et sociaux – et, au final, assurer la vitalité et l'excellence de toute une industrie. Pour plus d'information, visitez le www.a2c.quebec.

À propos de l'ACA

L'Association canadienne des annonceurs (ACA) constitue la seule association nationale au Canada ayant pour mission de promouvoir exclusivement les intérêts des clients annonceurs. Elle aide ses membres à maximiser la valeur de leurs investissements dans toutes les formes de communications marketing en leur proposant une gamme étendue de services exclusifs. Pour plus d'information : www.acaweb.ca

-30-

Renseignement :
Amélie Chagnon-Fathé
Conseillère, communication-marketing
Association des agences de communication créative (A2C)
a.chagnon-fathe@a2c.quebec
514 575-9813