


Objectif

décembre-janvier 2021 • 4,50 €

> méditerranée

N°199



Crise économique et sanitaire La Région Sud en appelle à la résistance et à la résilience

Entretien

Roland Gomez,
président de la CCIR



**Flux migratoires
en Méditerranée**

Comment s'adapter
au changement
climatique



Covid-19

Les errements
de l'exécutif

Réseau Crepi

Les entreprises s'engagent

Depuis près de 30 ans, le réseau des clubs régionaux d'entreprises partenaires de l'insertion (Crepi) aide les personnes à trouver un emploi par le biais d'entreprises engagées sur leur territoire. « C'est un réseau de TPE-PME et de grands groupes de tous secteurs d'activité qui donnent de leur temps, de leur argent, à travers les cotisations, mais surtout aussi des conseils, et qui font découvrir les entreprises aux personnes en recherche d'un nouvel emploi », explique Florence Emmanuelli, déléguée nationale du réseau.

16 clubs ont ouvert en France (deux en Provence-Alpes-Côte d'Azur, à Nice et Marseille) et 2 400 entre-

prises s'engagent à parer des demandeurs d'emploi, et bien sûr à embaucher. De son côté, le réseau donne de la visibilité à ces entreprises, relaie leurs offres d'emploi, facilite leurs recrutements en les mettant en relation avec les candidats qu'il accompagne. « 100 % des profils rencontrés sont recommandés », se félicite F. Emmanuelli. Pour Philippe Moulia, président de la Fédération nationale des Crepi et chef d'entreprise bordelais, « chaque engagement compte. Que ce soit pour faire passer un CV, recevoir une personne, ouvrir les portes de l'entreprise ou accueillir quelqu'un



en stage ». 6 500 demandeurs d'emploi sont accompagnés chaque année par le réseau, dont un sur deux retrouve un emploi.

Pour faire face à la crise, le Crepi vient de créer « Annonces emploi », un site où, là encore, 100 % des can-

didats sont recommandés. Dans une multitude de métiers, les entreprises ont du mal à recruter. Entreprises locales, familiales, TPE peu connues du grand public dont les dirigeants sont seuls à assumer le recrutement et qui représentent pourtant 49 % de l'emploi en France. « Plus que jamais, ces entreprises ont besoin d'être accompagnées et rassurées dans leur recherche de candidats. Plus que jamais, les personnes en recherche d'emploi ont besoin d'être accompagnées pour valoriser leur parcours, reprendre confiance et avoir le coup de pouce décisif que représente la recommandation de leur profil », estime Philippe Moulia. c. B.

Saison touristique hivernale

Entre incertitudes et incompréhensions

« Il me semble impossible d'envisager une ouverture [des stations de ski] pour les fêtes. » Mardi 24 novembre, le président de la République a, en une seule phrase, douché tous les espoirs des professionnels de la montagne. « La déclaration d'Emmanuel Macron est incompréhensible au regard de la réunion de concertation menée la veille par le Premier ministre et l'ensemble des acteurs de la montagne française (...). C'est un coup dur pour nos stations », s'est indigné Charles-Ange Ginésy, président du conseil départemental des Alpes-Maritimes.

Après une saison hivernale 2019-2020 excellente, bien qu'écourtée avant l'heure à cause du premier confinement, et une saison estivale exceptionnelle - +11 % par rapport à l'été 2019 -, les stations de montagne étaient pourtant prêtes. Y compris celles des vallées des Alpes-Maritimes, qui ont subi des dégâts ou n'étaient plus accessibles après la tempête Alex d'octobre. « Tous les accès aux stations de ski ont été rétablis », assure François de Canson, président du comité régional de tourisme. Afin de faire venir les skieurs, une grande



campagne de communication était même prévue avec le slogan « On a tous besoin des Alpes », sur le même modèle que la campagne estivale « On a tous besoin du Sud ».

Suffira-t-elle à restaurer l'affluence lors de la réouverture ? « En janvier, c'est habituellement plutôt la clientèle étrangère qui est présente. Or, elle a fait défaut cet été (-26 % pour les seules Hautes-Alpes) et ce sera aussi certainement le cas cet hiver », souligne Yvan Chaix, directeur de l'agence de développement des Hautes-Alpes. Avec l'annonce du nouveau confinement, les réservations avaient nettement ralenti. Force est de constater qu'elles ne reprendront pas immédiatement. Mais, malgré tout, conclut François de Canson, « en cette période, les Français ont besoin d'air pur et de grands espaces, et la montagne répond exactement à ce besoin ». c. H.

Audiovisuel

Cannes à la pointe de la formation



Début 2020, le groupe de production audiovisuel Banijay, la Ville de Cannes et l'Université Côte d'Azur s'étaient associés dans une nouvelle formation : Content Creative Incubator. Une chaire dédiée à la conception des émissions audiovisuelles de demain via un programme d'immersion court et intensif.

L'objectif était de permettre à de jeunes créatifs de concevoir, en équipe et en résidence sur trois semaines, un pitch destiné à une chaîne de télévision ou une plate-forme multimédia. Cette initiative de la Ville de Cannes fait suite au lancement en 2018 d'une chaire internationale du *storytelling* et s'inscrit dans le programme *Cannes on Air* autour de la création audiovisuelle.

Banijay, l'un des *leaders* mondiaux du secteur, et l'Université Côte d'Azur ambitionnent de faire émerger de nouveaux talents qui créeront les contenus de demain. Pour cette première édition, 15 jeunes diplômés ont été sélectionnés sur leurs qualités de créativité et d'innovation (un réseau d'écoles comme HEC, ESSEC ou Sciences Po est associé au projet). L'expérience s'est bien sûr tenue en ligne, mais les équipes ont bénéficié de *master class*, d'un encadrement par des experts en *design thinking* et d'un accès illimité aux contenus du Mipcom.

Fin octobre, les cinq équipes ont présenté leur pitch final au jury composé des partenaires de la chaire, en particulier des producteurs de Banijay. L'équipe gagnante, composée de Juliette Armeni-Ripari (Université Côte d'Azur), Mathilde Wolf (Essec) et Marianne Longatte (HEC), pourra décrocher des stages ou des CDD pour participer à la création de nouveaux contenus au sein du groupe Banijay. Et travailler au développement de son projet « *The Good House* » engagé avec la chaire. c. B.