

JUAN LES PINS : La Plage des Îles, plus ancien restaurant de plage de Juan-les-Pins

Durant les vacances, comment ne pas se tromper sur un restaurant ? A l'approche de l'été, une multitude d'établissements ouvrent pour la saison.

Ils sont souvent très bien placés juste en face de la mer, mais leurs plats sont-ils aussi savoureux que la beauté du paysage ? Produits surgelés, plats réchauffés, installations insalubres, certains "bouis-bouis" de plage coupent parfois l'appétit. Capital enquête dans l'arrière cuisine de ces restaurants de stations balnéaires.

Halima et Gérard dirigent la Plage des Îles, le plus ancien restaurant de plage de Juan les Pins. L'établissement existe depuis 1946 et cet été il passe de 20 à 100 couverts. Le challenge s'annonce corsé pour le duo, qui a investi plus de 900 000 euros, allant jusqu'à hypothéquer plusieurs biens. Avec un effectif réduit, il va falloir être à la hauteur. Mais Halima et Gérard peuvent compter sur la nourriture « maison » proposée, avec plusieurs spécialités de la mer, et surtout sur ses 150 transats qui font les yeux doux aux touristes et locaux. Si le chiffre d'affaire n'est pas au rendezvous, l'addition pourrait être salée.

« **RESTAURANTS DE VOS VACANCES : LES RECETTES DU SUCCÈS** »

Réalisation STP

Journaliste : Maurice Neyra

Dimanche 16 août à 21:05 sur Capital

CANNES : Le CRT Côte d'Azur et Vinci Autoroutes pour la relance du tourisme

Les deux entités (CRT et Vinci Autoroutes) s'associent pour soutenir la reprise de l'activité touristique azurienne.

Le Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur France et VINCI Autoroutes s'associent cet été dans le cadre d'un partenariat visant à soutenir la reprise de l'activité touristique sur la Côte d'Azur. Ce partenariat public-privé s'appuie notamment sur l'appropriation et le déploiement de la campagne de communication et de relance « *Changez de décor* #CotedAzurFrance » sur les aires d'autoroute et l'ensemble de l'écosystème de communication de VINCI Autoroutes (Radio VINCI Autoroutes, site internet et réseaux sociaux).

Agir ensemble pour favoriser la reprise de l'activité touristique azurienne.

A travers ce partenariat, VINCI Autoroutes – dont le réseau dessert intégralement la destination Côte d'Azur – partage et se fait l'écho de la campagne de relance « *Changez de Décor* #CotedAzurFrance » imaginée par le Comité Régional du Tourisme (CRT) Côte d'Azur France, pour stimuler l'activité touristique de la destination. L'objectif est simple : attirer le plus grand nombre de touristes sur la Côte d'Azur cet été mais aussi donner envie à ceux qui y résident de redécouvrir leur région et ses richesses.

11 aires de services accueillent la campagne « *Changez de décor* #CotedAzurFrance ».

Sur 11 aires de services de l'autoroute A8, axe structurant de la région, VINCI Autoroutes en partenariat avec le CRT Côte d'Azur France, participe au relais de cette campagne de visibilité avec la mise en place de plus d'une trentaine de supports de communication dédiés. Lieux de passage très fréquentés, les aires de services se positionnent comme une vitrine des richesses et savoir-faire de la région.

Commercialisation des produits Côte d'Azur France sur les aires Vinci Autoroutes.

Pour aller au bout de la démarche et susciter davantage l'envie de découverte, des corners de vente de produits de la marque « Côte d'Azur France » sont également en cours de déploiement dans certaines boutiques des aires d'autoroutes azuréennes, telles Bréguières Nord, Vidauban, Canaver, Mougins, etc. L'objectif de cette démarche demeure la valorisation des savoir-faire azuréens et des produits locaux liés notamment aux gammes Epicerie fine sucrée et salée de la marque Côte d'Azur France. Collection de produits disponible sur le site www.boutique.cotedazurfrance.fr.

Un dispositif partenarial étendu à la radio et aux supports digitaux de VINCI Autoroutes.

Au-delà du déploiement de la campagne sur les aires de services azuréennes, VINCI Autoroutes participe également au déploiement de la campagne #CotedAzurFrance sur les ondes de Radio VINCI Autoroutes (107.7 FM) via des chroniques permettant de partager des conseils de découverte de la destination et de mise en avant de lieux à visiter ou à revisiter sur la Côte d'Azur. Un dispositif de reprise des actions menées par le CRT Côte d'Azur France est aussi engagé cet été sur le site internet et les réseaux sociaux Vinci Autoroutes (Facebook, Twitter, etc..). Un jeu concours dédié « *Changez de décor #CotedAzurFrance* » permettra notamment aux abonnés des différentes communautés Côte d'Azur France et VINCI Autoroutes de remporter un séjour sur la Côte d'Azur.

Une collaboration publique et privée au service du territoire.

Cette démarche en soutien de la reprise touristique de la Côte d'Azur, se veut être également le reflet d'un souhait partagé de développer des relations partenariales durables. Les deux entités concourent par leurs actions respectives à un objectif commun : favoriser le développement des activités économiques, touristiques et de loisirs sur la Côte d'Azur, activités qui impliquent dans de très nombreux cas, des situations de mobilité.

L'autoroute est aussi une fenêtre sur les territoires desservis.

L'autoroute, axe structurant des mobilités, a aussi témoigné, depuis plusieurs années, d'une ambition renouvelée de contribuer de manière plus importante à la valorisation des territoires desservis en faisant des aires de services de véritables fenêtres ouvertes sur la culture et les richesses de ces derniers. La mise en avant des particularités régionales et des produits issus des terroirs constitue un point d'attention particulier de VINCI Autoroutes lors des renouvellements des aires de services. Les actions de partenariats menées par VINCI Autoroutes (actions de sensibilisation à la protection du territoire, mise en avant d'artistes, mises en avant du patrimoine architectural, culturel et environnemental) viennent régulièrement étayer cet objectif. Le partenariat Côte d'Azur France x Vinci Autoroutes, se veut être le premier exemple opérationnel de collaboration public-privé établi entre le groupe autoroutier et une destination française.

NICE : Découvrez la pinacothèque Carlo Levi à Alassio !

La Pinacothèque Levi ouvre au public les samedis et dimanches de 17 heures à 19 heures jusqu'au 20 septembre.

L'horaire d'ouverture du Palais Morteo a été élargi. Celui-ci accueille les peintures et une partie du Fond Carlo Levi, legs de Antonio et Silvia Ricci à la Ville d'Alassio.

Vous pouvez la visiter de 17 heures à 19 heures les samedis et le dimanches, jusqu'au 20 septembre: la Pinacothèque Levi a élargi son horaire d'ouverture pendant toute la saison estivale.

C'est une pierre précieuse encastrée dans la Baie d'Alassio – explique Paola Cassarino, Conseillère à la Culture de la Ville d'Alassio – que peu de gens connaissent ; il s'agit pour moi d'une extraordinaire richesse artistique pour notre ville. La plupart ignore peut-être que Carlo Levi fut, non seulement un célèbre sénateur de la République italienne et l'auteur de « *Le Christ s'est arrêté à Eboli* », mais également un grand peintre qui réalisa plusieurs toiles très inspirées. Ces oeuvres sont aujourd'hui exposées dans le Palais Morteo, construction du XVIIème siècle, situé parmi les lumières des boutiques du 'Budello', l'étroite et célèbre rue commerçante d'Alassio, et la plage.

La petite et précieuse pinacothèque accueille vingt-deux toiles, toutes peintes à Alassio, à l'exception de l'Auto-portrait à la pipe: l'un sur le bord de mer, les autres en collines, parmi lesquels un célèbre portrait de Italo Calvino, l'écrivain originaire de Sanremo, qui chaque année se rendait en visite à Villa Levi. Des présentoirs spécifiques accueillent une partie du Fond historique de Carlo Levi, legs

de Antonio et Silvia Ricci à la Ville d'Alassio. Parmi les objets: des agendas, des lettres, des notes, des souvenirs personnels, des esquisses et le célèbre manuscrit Quaderno a cancelli de l'artiste turinois, qui choisit Alassio comme résidence estivale entre 1929 et 1975.

SOURCE : L'attualità della Camera di Commercio Italiana

NICE : Avez-vous une PEA (Assurance vie en mer) ?

Des opérations de contrôles sont en cours depuis le début de l'été !



Le 8 août 2020, une opération «Sécurité Mer» est organisée sur la partie Est du littoral des Alpes-Maritimes par la Direction

Départementale des Territoires et de la Mer, sous l'autorité du Préfet maritime de la Méditerranée.

Chaque année en Méditerranée, près de 30 personnes trouvent la mort et 1300 sont sauvées au cours d'opérations en mer coordonnées par le Centre Régional Opérationnel de Surveillance et de Sauvetage de la Méditerranée CROSS Med. Coup de vent, coup de fatigue, coup de la panne, alors que les estivants arrivent sur nos côtes, il est primordial de rappeler qu'en mer aussi les coups peuvent tuer et diffuser les messages importants de prévention nautique.

La saison estivale est placée sous le sigle « PEA, l'assurance vie en mer » :

Ø P comme préparation (météo, connaissance du milieu, de l'activité, de soi, prévenir un proche de ses intentions)

Ø E comme équipement (vérifier son matériel, porter une brassière, avoir un moyen de communication en état de marche)

Ø A comme alerte (le 196 depuis un téléphone ou le canal 16 de la VHF pour joindre les secours)

Le respect de ces consignes doit permettre une responsabilisation de chaque usager de la mer et prévenir bon nombre d'accidents, voire de drames. Une bonne application des règles de sécurité aurait pu éviter la plupart des accidents mortels. Des opérations de contrôles sont en cours depuis le début de l'été ! Une opération se déroulait le 8 août 2020, à partir de 9 h.

CANNES : L'Annexe Beach de

Cannes, lieu de rencontres pour les entreprises

Voici un lieu de rencontre pour les entreprises et les Institutions de la Côte d'Azur.

Une vue à couper le souffle, l'intérieur élégant et soigné d'une plage unique et exclusive, un artiste connu au niveau international, la haute cuisine étoilée signée Ugo Alciati ainsi que la rencontre de plus de 200 entreprises italiennes, française et monégasques, symbole d'une grande envie de redémarrer.

Voici un résumé de l'agréable formule d'une soirée très réussie, organisée dans le merveilleux cadre de Cannes, entre la mer et la Croisette, dans une atmosphère accueillante et animée de l'Annex Beach, qui a inauguré la rénovation de ses locaux, invitant parmi les flashes des journalistes et influenceurs, le célèbre et réputé architecte d'intérieur Jacques Garcia, véritable protagoniste de l'évènement.

L'intérieur du restaurant, qui s'inspire de la décoration baroque de la grotte de la Villa Borromeo sur l'Isola Bella, est en fait la première et unique œuvre créée par Garcia sur une plage, qu'il a voulu célébrer une nuit d'été. Lors de l'exclusive soirée de gala, le palais des invités a été conquis par la cuisine du chef étoilé Ugo Alciati. Tant de références et de liens avec l'Italie que l'organisation de la soirée ne pouvait qu'être confiée à la Chambre de Commerce italienne de Nice Côte d'Azur, qui a travaillé en étroite synergie avec l'Annexe.

Une occasion de rencontre pour les nombreuses personnalités institutionnelles présentes : du Consul Général d'Italie à Nice Raffaele de Benedictis, à la Ville de Cannes, représentée par l'Adjoint au Tourisme Thomas De Pariente, en passant par

Gérard Spinelli Maire de Beausoleil, Joseph Cesaro Maire de Valbonne, et Richard Conte Conseiller municipal de Villefranche sur Mer.

L'esprit courageux et ambitieux du propriétaire de l'Annex Beach, Sergio Fracchia, exemple d'un esprit d'entreprise italien qui a réussi en France, a su aligner les équilibres d'une soirée parfaite, au cours de laquelle, comme le directeur général de la Chambre de commerce Agostino Pesce a souhaité le souligner, *« on a célébré la volonté de relancer les entreprises, le territoire et toute une communauté. Le tout dans l'un des plus beaux endroits du monde. »* *''De plus''*, poursuit le directeur, *« l'initiative, qui visait à impliquer avec enthousiasme, mais dans une atmosphère agréable et sûre, les entrepreneurs, véritable moteur de cette terre frontalière, s'est révélée fructueuse, encourageant les échanges, les comparaisons et donnant les bases pour de futures énergies. »*

L'économie de Cannes et de la Côte d'Azur dans son ensemble, vit à 50% grâce au tourisme. Le Covid a entraîné de graves pertes de chiffre d'affaires pour les entreprises locales, mais également de revenus pour les collectivités territoriales elles-mêmes. La Chambre Italienne et tout son personnel contribuent avec cette initiative et bien d'autres en cours (tels que Itinerari Italiani, le Guide Costa Azzurra, Dieci Comuni) à encourager l'envie de faire des affaires.

SOURCE : L'attualità della Camera di Commercio Italiana

TOULON : Secours en mer Méditerranée, bilan d'une semaine agitée

Cette semaine a donné lieu à une forte hausse des interventions du Cross Med : plus de 300 opérations ont été conduites, chiffre à mettre en rapport avec une moyenne habituelle hebdomadaire de 180 en été.



Plusieurs morts sont à déplorer.

Parmi les causes principales des accidents de ces derniers jours : les mauvaises conditions météorologiques avec des rafales importantes de mistral et de tramontane, du samedi 1er au mardi 4 août, associées à une mer forte. Les accidents de baignades, les ruptures de mouillage, les pneumatiques à la dérive, les avaries, les activités nautiques comme le kitesurf ont constitué les principales sources d'intervention.

Pour rappel, il est désormais obligatoire de marquer sa voile de kitesurf pour identifier rapidement son propriétaire en cas de perte. Dans cette logique, pour éviter d'engager inutilement des recherches, toute perte de matériel doit être signalée par son propriétaire au 196.

Dans la soirée du mardi 4 août, un incendie s'est déclaré sur le littoral de la commune de Martigues, ce qui a nécessité l'évacuation par voie maritime de plus de 450 personnes. Sous la coordination du Cross Med, les stations SNSM de Carro, de Martigues et de Port-Saint-Louis du Rhône, des pilotines du port de Marseille Fos, le remorqueur privé de la côte bleue la Mona, les gendarmes maritimes, les marins-pompiers, les affaires maritimes, la police municipale de Martigues et tout particulièrement deux navires de pêche étaient mobilisés pour évacuer la population. La Marine nationale, avec trois bâtiments de soutien et d'assistance, est arrivée en renfort dans la nuit.

La Méditerranée est une mer dangereuse et imprévisible, il est primordial de vérifier les conditions météorologiques avant toute activité en mer. Par vent fort, il est recommandé de reporter sa sortie, pour que les activités nautiques restent un plaisir pour tous.

Quelques conseils des professionnels pour passer un bon été en Méditerranée

- Ne pas prendre la mer lorsque les conditions météorologiques sont mauvaises ;
- Vérifier la météo sur la zone et de ne pas surestimer ses moyens et ses capacités si les conditions ne sont pas compatibles avec son niveau ;
- Ne pas partir seul, ou prévenir de ses intentions un proche (lieu de mise à l'eau, destination, horaire estimé de retour) afin qu'il puisse, en cas d'inquiétude, contacter le Cross Med ;
- Disposer des équipements de sécurité obligatoires et en état de marche, notamment gilet de sauvetage, moyens de

signalisation (ex : lampe frontale), de localisation (ex : GPS), et d'alerte, coupe-circuit attaché au poignet ;
– Avoir un moyen de communication avec batterie chargée pour joindre le Cross Med si besoin, par VHF (canal 16) ou par téléphone (196).

NICE : Voyage virtuel à la découverte de l'huile à la truffe !

Le dernier webinaire B2B s'est terminé par un voyage virtuel à la découverte de l'huile à la truffe.

Le dernier B2B prévu pour la cinquième année de True Italian Taste s'est terminé par une expérience avec le goût de l'un des meilleurs produits du marché : la truffe d'Alba.

Gianluca Fausone, qui dirige l'entreprise familiale fondée en 1948 grâce à son grand-père Giovanni, né dans la petite ville de Canelli, qui a été proclamé patrimoine mondial de l'UNESCO, a guidé les participants dans la découverte de l'huile de truffe blanche d'Alba, en leur révélant des secrets et en partageant avec eux de précieux conseils.

L'entreprise est en train d'étendre ses activités en France, où les clients ont apprécié les produits à base de truffe présents dans les foires auxquelles Fausone participe au cours de l'année. Les bonnes relations avec la France voisine ont poussé Gianluca et ses collaborateurs à ouvrir une boutique dans la ville de Grasse, sur la Côte d'Azur, présentée lors du B2B. Il sera un point de référence important pour tous ceux

qui ont participé au B2B et en général pour les clients les plus fidèles de la truffe.

Une histoire de plus d'un demi-siècle qui n'a cessé d'évoluer et de surprendre, sans perdre la valeur de la tradition et de proposer un produit toujours naturel et raffiné.

Gianluca a raconté plusieurs anecdotes et répondu aux questions des participants, en racontant comment l'huile est née d'une collaboration avec une huilerie d'Imperia, en Ligurie, pour assurer et offrir un produit de haut de gamme.

Lors de la dégustation, Gianluca a recommandé les meilleures combinaisons pour l'huile de truffe : du carpaccio de poisson et de viande aux salades, pâtes et risottos.

Pour acheter en ligne : <https://www.fausone.it>

Boutique : 20, Rue Ossola – Grasse

L'attualità della Camera di Commercio Italiana

CANNES : VINCI Autoroutes et Le CRT Côte d'Azur France pour la relance du tourisme azuréen

Le Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur France et VINCI Autoroutes s'associent cet été dans le cadre d'un partenariat visant à soutenir la reprise de l'activité touristique sur la

Côte d'Azur.



Ce partenariat public-privé s'appuie notamment sur l'appropriation et le déploiement de la campagne de communication et de relance « Changez de décor #CotedAzurFrance » sur les aires d'autoroute et l'ensemble de l'écosystème de communication de VINCI Autoroutes (Radio VINCI Autoroutes, site internet et réseaux sociaux).

Agir ensemble pour favoriser la reprise de l'activité touristique azurienne

A travers ce partenariat, VINCI Autoroutes – dont le réseau dessert intégralement la destination Côte d'Azur – partage et se fait l'écho de la campagne de relance « Changez de Décor #CotedAzurFrance » imaginée par le Comité Régional du Tourisme (CRT) Côte d'Azur France, pour stimuler l'activité touristique de la destination. L'objectif est simple : attirer le plus

grand nombre de touristes sur la Côte d'Azur cet été mais aussi donner envie à ceux qui y résident de redécouvrir leur région et ses richesses.

11 aires de services accueillent la campagne «Changez de décor #CotedAzurFrance»

Sur 11 aires de services de l'autoroute A8, axe structurant de la région, VINCI Autoroutes en partenariat avec le CRT Côte d'Azur France, participe au relais de cette campagne de visibilité avec la mise en place de plus d'une trentaine de supports de communication dédiés. Lieux de passage très fréquentés, les aires de services se positionnent comme une vitrine des richesses et savoir-faire de la région.

Commercialisation des produits Côte d'Azur France sur les aires Vinci Autoroutes

Pour aller au bout de la démarche et susciter davantage l'envie de découverte, des corners de vente de produits de la marque « Côte d'Azur France » sont également en cours de déploiement dans certaines boutiques des aires d'autoroutes azuréennes, telles Bréguières Nord, Vidauban, Canaver, Mougins, etc. L'objectif de cette démarche demeure la valorisation des savoir-faire azuréens et des produits locaux liés notamment aux gammes Epicerie fine sucrée et salée de la marque Côte d'Azur France. Collection de produits disponible sur le site www.boutique.cotedazurfrance.fr.

Un dispositif partenarial étendu à la radio et aux supports digitaux de VINCI Autoroutes

Au-delà du déploiement de la campagne sur les aires de services azuréennes, VINCI Autoroutes participe également au déploiement de la campagne #CotedAzurFrance sur les ondes de Radio VINCI Autoroutes (107.7 FM) via des chroniques permettant de partager des conseils de découverte de la destination et de mise en avant de lieux à visiter ou à revisiter sur la Côte d'Azur. Un dispositif de reprise des

actions menées par le CRT Côte d'Azur France est aussi engagé cet été sur le site internet et les réseaux sociaux Vinci Autoroutes (Facebook, Twitter, etc..). Un jeu concours dédié « Changez de décor #CotedAzurFrance » permettra notamment aux abonnés des différentes communautés Côte d'Azur France et VINCI Autoroutes de remporter un séjour sur la Côte d'Azur.

Une collaboration publique et privée au service du territoire

Cette démarche en soutien de la reprise touristique de la Côte d'Azur, se veut être également le reflet d'un souhait partagé de développer des relations partenariales durables. Les deux entités concourent par leurs actions respectives à un objectif commun : favoriser le développement des activités économiques, touristiques et de loisirs sur la Côte d'Azur, activités qui impliquent dans de très nombreux cas, des situations de mobilité.

L'autoroute est aussi une fenêtre sur les territoires desservis

L'autoroute, axe structurant des mobilités, a aussi témoigné, depuis plusieurs années, d'une ambition renouvelée de contribuer de manière plus importante à la valorisation des territoires desservis en faisant des aires de services de véritables fenêtres ouvertes sur la culture et les richesses de ces derniers. La mise en avant des particularités régionales et des produits issus des terroirs constitue un point d'attention particulier de VINCI Autoroutes lors des renouvellements des aires de services. Les actions de partenariats menées par VINCI Autoroutes (actions de sensibilisation à la protection du territoires, mise en avant d'artistes, mises en avant du patrimoine architectural, culturel et environnemental) viennent régulièrement étayer cet objectif. Le partenariat Côte d'Azur France x Vinci Autoroutes, se veut être le premier exemple opérationnel de collaboration public-privé établi entre le groupe autoroutier et une destination française.

NICE : Un souffle en Méditerranée – Ici commence la vie » de Greg Lecoeur

[Le photographe animalier niçois Greg Lecoeur fait une nouvelle fois redécouvrir les dessous de notre riche Méditerranée à la Maison de l'Environnement jusqu'au 12 septembre 2020.](#)

Les clichés du photographe mondialement connu ouvrent les yeux sur l'urgence qu'il y a à protéger la Méditerranée qui abrite 10% de la biodiversité mondiale marine. Alors qu'elle représente moins de 1% de la surface mondiale des océans, la Grande Bleue est un immense foyer pour une large variété d'espèces et représente un maillon essentiel dans l'équilibre de notre écosystème.

Préoccupé par l'avenir du monde marin, Greg Lecoeur consacre sa vie à capturer des instants précieux, des rencontres avec la faune sous-marine, pour démontrer au travers de photos vertigineuses toute la puissance et la fragilité de la mer et ses habitants.

Les 54 clichés exposés feront voyager petits et grands dans un vaste univers fragile et méconnu et les enfants pourront également participer à un quiz à l'accueil avec une surprise à la clé !

Greg Lecoeur est un photographe sous-marin professionnel, auteur de nombreuses publications sur la plongée en France et à l'Étranger. Ce niçois passionné du monde du vivant parcourt les Océans en quête d'images insolites du monde marin. En 2016, son travail est reconnu dans le monde entier par la

National Geographic Society qui le nomme Photographe Nature de l'Année.

Il y a quelques mois, une de ses photos prises au large de la Baie des Anges avec le journaliste Hugo Clément illustrant une raie prise au piège d'un filet perdu et de déchets plastiques a fait le tour des réseaux sociaux.

NICE : Manifestation des Gilets Verts, le 8 août

Confrontée à une crise économique inédite en raison de la pandémie de Covid-19, la France doit faire face à une vague de licenciements sans précédents : 5 000 emplois chez Airbus, 7 580 chez Air France, 4 600 chez Renault, 1 223 chez Alcatel-Lucent...

Aux suppressions d'emplois des grands groupes, il faut ajouter toutes celles des TPE/PME qui peinent actuellement à survivre. Résultat : le chômage explose, avec une hausse de +23,2% en catégorie A entre les mois d'avril et juin.

Et pourtant... malgré ce contexte difficile, certaines entreprises françaises ont le vent en poupe. Pire : elles ne parviennent pas à recruter à la hauteur de leurs besoins, ce qui nuit à leur croissance ainsi qu'à la compétitivité de la France dans son ensemble.

C'est notamment le cas de Santors, un courtier digital spécialisé dans la santé des séniors. Cette filiale de Greenbull Group les accompagne dans la définition de leurs besoins santé et leur fournit les meilleures garanties, au meilleur prix.

Et elle est loin d'être la seule à ne pas trouver de candidats

! C'est pour en finir avec cette situation que Santors lance le mouvement des « *gilets verts* » et organise une « *manifestation de recrutement* » le 8 août à Nice.

Le 8 août à Nice, les « gilets verts » débarquent à Nice pour recruter.

Le cas de Santors est loin d'être isolé : aujourd'hui, la moitié des entreprises françaises ont des difficultés à recruter. Le Sénat a même publié en juin dernier un rapport et évoque une situation « *d'urgence* ». **Benoit Martin, en charge des opérations chez Greenbull Group, souligne** : « *Nous pensons que le système est cassé... Malgré la crise, le chômage et les actions mises en place, il est impossible d'embaucher faute de candidats. Pourtant, nous avons une vingtaine de postes à pourvoir chez Santors !* »

Un effet « *boule de neige* » se met alors en place : les entreprises françaises qui cartonnent peinent à poursuivre leur développement, ce qui plombe l'emploi en France et la croissance du pays.

Dynamique et avant-gardiste, Santors a donc décidé de sortir des sentiers battus en lançant le mouvement des « gilets verts » !

Pour interpeller les pouvoirs publics, fédérer d'autres entreprises et aller à la rencontre de candidats potentiels, le courtier en assurances organise une grande « *manifestation du recrutement* » le 8 août, de 11h à 13h, sur la place principale de Nice (place Masséna).

Des postes à pourvoir pour tous les types de profils

Si les pros des assurances et les experts en commerce sont bien sûr les bienvenus, Santors recrute surtout des personnalités.

Ce qui prime, c'est avant tout les compétences personnelles et relationnelles, ces fameuses soft skills qui font toute la différence au sein d'une équipe.

Dans la Team Santors, il y a par exemple Marvin, qui était

auparavant livreur chez Sushi Shop et qui est devenu Conseiller commercial en assurance. Ou encore Sophie, une ancienne hôtesse de l'air qui exerce désormais comme Salesforce manager.

Soumia, directrice du capital humain chez Greenbull Group, confirme : « *Nous nous intéressons avant tout au mindset et au potentiel commercial. Nous cherchons des personnes qui sont capables de se remettre en question, qui ont envie d'apprendre et de se dépasser. La formation, on s'en charge !* »

Santors propose en effet un accompagnement complet pour intégrer et faire évoluer ses nouveaux collaborateurs :

- une formation d'une semaine en e-learning,
- une période d'intégration durant laquelle le collaborateur est suivi par un tuteur (son « buddy »),
- des points réguliers, des formations et un accompagnement RH,
- des perspectives de carrière : acquisition de nouveaux savoir-faire et de nouvelles compétences, postes à pourvoir dans d'autres filiales du Groupe, nouvelles responsabilités (parfois avec du management)...

Des conditions de travail très avantageuses

Une rémunération attractive et des horaires fixes

L'équipe commerciale travaille à des horaires de bureaux, ce qui lui permet de concilier sa vie professionnelle et sa vie personnelle.

Elle profite aussi d'un salaire fixe, auquel viennent s'ajouter des commissions (modèle transparent et non plafonné) et des bonus sous forme de challenge (bons cadeaux, produits high-tech, box bien-être...).

La force du collectif et une bonne ambiance de travail

Santors, c'est un état d'esprit qui fait la part belle au collectif. Alors pour souder l'équipe et créer une cohésion de groupe, de nombreuses actions sont mises en place :

- le « jump » en musique tous les matins (chant, danse...) pour

se réveiller et se motiver,

- la radio libre des santoriens 1 fois par semaine pour partager ses idées autour d'une thématique définie par le manager,
- le vendredi thématique (Brésil, Japon, Canada...) toutes les semaines pour terminer la semaine dans la bonne humeur,
- la réunion du comité de direction 1 fois par mois pour faire remonter les idées des collaborateurs,
- un team building 2 fois par an,
- et la fête des anniversaires des « Santoriens » pour célébrer une relation de travail qui dure.

Avec, en prime, un cadre de travail très agréable, facile d'accès, qui offre une vue imprenable sur la montagne et dispose de nombreux commerces à proximité (points de restauration, salle de sport...).

A propos de Greenbull Group

Greenbull Group est un groupe français regroupant 12 marques et sociétés ayant toutes pour mission de révolutionner les finances de ses clients.

Après six ans de développement en tant que société d'investissement, il a été fondé en 2017 par 6 associés : Guillaume Monges, Président : Doublement diplômé en finance de l'université canadienne Concordia et du SKEMA, expert de la stratégie business du groupe.

Yann-Loic Chort, VP – Marketing : Vulgarisateur et autodidacte, spécialiste du marketing digital, expert en acquisition et fidélisation.

Jean-Guillaume Deiss, VP – Business Development : Double diplômé en finance de l'université canadienne Concordia et du SKEMA, expert des partenariats et alliances stratégiques.

Benoît Martin, VP – Opérations : Double diplômé en commerce international de l'université canadienne Concordia et du SKEMA, expert du développement organisationnel.

Jérôme Lejeune, VP – Salesforce : Expert de l'approche et de l'animation commerciale, responsable des forces de vente du

groupe.

Brice Roehrig, VP – Technology : Diplômé de l'université canadienne Concordia, expert de la conception et de l'implantation de solutions technologiques innovantes.

Aujourd'hui, Greenbull Group emploie plus de 70 collaborateurs. Avec l'ensemble de ses filiales, il connaît une croissance exponentielle, avec notamment un déploiement à l'international amorcé en 2020.

Le groupe souhaite donc accélérer les recrutements et inspirer en parallèle d'autres entrepreneurs français.

Pour en savoir plus

Site web Santors : <https://santors.fr/recrutement>

Site web Greenbull Group : <https://greenbull.group/>

Instagram : <https://www.instagram.com/greenbull.group/>

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/greenbull-group>