

NEWSLETTER

Été 2025 n°98

Un peu de lecture avant, pendant (c'est vous qui choisissez !) ou après des vacances si méritées dans le désordre du monde que nous vivons et qui nous fait penser au mot d'Henri Weber : "La vacance des grandes valeurs n'enlève rien à la valeur des grandes vacances."

Carpe diem

EN L'OCCURRENCE



9 septembre - Petit-déjeuner - Evaluation de votre empreinte IA

Les IA sont les nouveaux Leaders d'opinion ... et nous savons ce qu'elles pensent de vos marques

L'IA redéfinit tous les parcours : consommation, influence/réputation, emploi...

L'influence change de camp : il ne s'agit plus seulement de convaincre vos publics, mais les IA qui les guident.

Il n'a plus de BtoC, BtoB mais le BtoAlto ...

Les enjeux clé pour demain :

- > Évaluer votre empreinte actuelle dans les IA génératives

- > Identifier les sources qu'elles mobilisent sur vos sujets

- > Construire un chemin d'influence réaliste et actionnable

Occurrence partage ses convictions, ses data, ses solutions et ses premiers retours d'expérience.

Un petit-déjeuner animé par Assaël Adary (Directeur Général d'Occurrence), Céline Dubois-Dumée (Directrice du Pôle Médias & Influence chez Occurrence) et Allan Maintenant (Responsable du pôle IA de Deep Opinion)

Inscription et informations

10 septembre - Formation [payante] - Intégrer concrètement l'IA dans son quotidien de communicant

Occurrence et sa filiale Deep Opinion vous invitent à une nouvelle journée de formation pour comprendre les enjeux de l'IA, et surtout pour s'y mettre !

Indispensables pour gagner en efficacité et réaliser des tâches complexes, ces IA évoluent rapidement et nécessitent un accompagnement. Cette formation interactive vous donnera les clés pour exploiter pleinement leur potentiel.

Inscription et informations

11 septembre - Petit-déjeuner - Analyse médias à 360° : comment rendre plus efficaces vos dispositifs de veille et d'analyse des médias et réseaux sociaux ? Quels sont les bénéfices de l'évaluation sur la performance de vos actions de communication ?

A l'heure où la gestion de la réputation et de l'e-réputation sont en constante évolution, nous vous présentons nos partis pris méthodologiques et nos solutions, de la pige jusqu'au pilotage, pour vous aider à concevoir un dispositif de veille et d'analyse efficace, et entamer votre rentrée en étant bien équipé !

Un petit-déjeuner animé par Céline Dubois-Dumée (Directrice du Pôle Médias & Influence), Occurrence

Inscription et informations

16 septembre - Petit-déjeuner – Veille e-reputation & social listening : Deep Opinion vous présente ses bonnes pratiques et ses innovations

Comment ne pas veiller pour veiller, mais pour répondre à un objectif concret : prendre une décision éclairée, mesurer l'impact d'une crise ou d'une campagne, évaluer l'ampleur d'une tendance, mieux comprendre une communauté... Camille et Jocelyn vous présentent leurs méthodes pour répondre à ces problématiques, tout en veillant un maximum de plateformes (LinkedIn, TikTok) et en mettant l'IA au service des analystes.

Un petit-déjeuner animé par Jocelyn Munoz (directeur associé de Deep Opinion) et Camille Collet (Responsable du pôle Veille et Opinion chez Deep Opinion)

Inscription et informations

18 septembre - Petit-déjeuner – Et si vous mesuriez enfin l'impact réel de votre présence en festival ?

Chaque été, vous investissez dans les festivals pour connecter votre marque à son public dans des moments uniques et chargés d'émotions. Comment en évaluer la portée réelle ? Quels bénéfices obtenus en matière de notoriété et d'image ? Présentation de la méthodologie Occurrence et partage du retour d'expérience des études conduites lors des festivals 2025

Un petit-déjeuner co-animé par Albane Jacquot (DGA - Directrice du Pôle Événementiel & Sponsoring) et Vincent Delbecq (Directeur de missions), Occurrence

Inscription et informations

23 septembre - Petit-déjeuner – Communication événementielle : quelle efficacité ? Comment prouver la valeur ajoutée pour mieux convaincre ?

Dans un contexte qui met la communication sous tension et impose des arbitrages en matière d'investissement, évaluer l'impact de ses événements est essentiel pour effectuer des prises de décisions stratégiques. Occurrence propose des solutions d'études concrètes pour mesurer la performance de vos événements et transformer votre façon d'envisager l'événementiel : d'un poste budgétaire à justifier, à un levier stratégique à valoriser.

Un petit-déjeuner co-animé par Albane Jacquot (DGA - Directrice du Pôle Événementiel & Sponsoring) et Vincent Delbecq (Directeur de missions), Occurrence

Inscription et informations

30 septembre - Petit-déjeuner – Cartographie, Key Opinion Leaders & Influenceurs Quels enjeux ? Pourquoi cartographier un écosystème d'influence ?

Dans écosystème rempli d'informations, capter l'attention et s'imposer comme référent sur une thématique stratégique est primordial.

Occurrence partage sa méthodologie pour vous aider à concevoir un dispositif, identifier vos alliés médiatiques et élaborer votre feuille de route afin de renforcer votre "Thought Leadership".

Un petit déjeuner animé par Céline Dubois-Dumée (Directrice du pôle Médias & Influence), Occurrence

Inscription et informations

A LA UNE



Radioscopie des communicants publics : participez à l'étude 2025

Destinée à ceux qui exercent leur métier dans la communication publique, la 5e édition de cette étude barométrique, lancée en 2002 et réalisée par Cap'Com en partenariat avec le CNFPT et avec l'expertise d'Occurrence, va permettre de dresser le profil du communicant public d'aujourd'hui et de cerner ses enjeux pour demain.

Les résultats seront largement diffusés, notamment via l'infolettre Point commun de Cap'Com et présentés lors du 37e Forum Cap'Com, qui se tiendra à Angers les 19 et 20 novembre prochains.

Plus vous serez nombreux à participer à cette étude collective plus les résultats seront utiles pour chacun de vous et plus ils nous permettront de mieux connaître et faire reconnaître notre profession dans toute sa diversité et son importance.

Pour plus d'informations

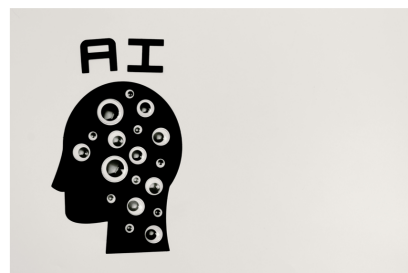
Une campagne coup de cœur pour l'orientation post-bac

Aux côtés de la FESIC, Occurrence a mené une étude sur l'orientation des lycéens, soulignant combien ce moment est crucial pour les familles. Ce projet a reçu le prix coup de cœur de l'Arces pour sa stratégie multicanale ambitieuse : étude, vidéos pédagogiques avec Génération Zébrée, campagnes sur les réseaux et collaboration avec OXYGEN.

Un bel exemple de communication claire, utile et humaine pour accompagner les jeunes dans leurs choix d'orientation

Pour plus d'informations

EN L'OCCURRENCE



Observatoire des métiers de la communication : l'édition 2025 marque un tournant

Réalisée avec Occurrence, la nouvelle édition de l'Observatoire des métiers de la communication dans l'enseignement supérieur et la recherche révèle une profession en pleine mutation. Les équipes

se resserrent, les profils se diversifient, et seuls 72% des directeurs de communication sont aujourd'hui associés à la stratégie de leur établissement (contre 88% en 2023). Si 61% des communicants utilisent l'IA générative, les formats innovants reculent, dans un contexte de restrictions budgétaires citées par 29% des répondants. Face à ces évolutions, les attentes en formation explosent, confirmant le rôle clé de l'ARCES dans l'accompagnement du secteur.

Pour plus d'informations

NOUVELLES MISSIONS



Santé au travail : 9 actifs sur 10 vont bien. Et si on parlait du 10e ?

À l'occasion d'une mission menée pour un acteur majeur de la protection sociale, nous avons interrogé près de 2 700 actifs pour dresser une photographie actuelle du rapport au travail et à la santé. Bonne nouvelle : 9 actifs sur 10 se déclarent en bonne santé physique et mentale ! Mais derrière ce constat rassurant, l'étude révèle des lignes de fracture qui traversent le monde professionnel : aidance, hyperconnexion, reconnaissance, accès au télétravail... Chez Occurrence, nous mettons aussi notre énergie au service du décryptage des grandes tendances sociales, pour mieux comprendre les dynamiques à l'œuvre dans la société et nourrir les prises de parole de nos clients.

Macif : la com' interne a de l'impact... et des marges de progrès !

Fierté, adhésion, sentiment d'information : les voyants sont au vert pour la communication interne de la Macif. Le diagnostic mené par Occurrence l'établit. Pour autant, la communication interne peut renforcer son impact : en misant sur ses alliés managers, en simplifiant l'architecture des canaux et en hiérarchisant ses contenus. Objectif : transformer une satisfaction acquise en dynamique de mobilisation pour l'avenir.

Confiance renouvelée pour Occurrence aux côtés de l'Andra

Depuis 2021, Occurrence accompagne l'Andra dans la mesure annuelle de la confiance accordée par les Français et les riverains à sa mission stratégique de gestion des déchets radioactifs. Un travail de fond sur la durée, mêlant baromètre national, sondages locaux et focus groups, qui permet de nourrir la stratégie de communication de l'Agence. Reconnaissance de cette expertise : après consultation, Occurrence assurera les vagues 2026 et 2027. Un chiffre fort à retenir : 69 % des riverains interrogés jugent l'Andra compétente pour garantir la sûreté de ses sites – un signal d'efficacité pour une pédagogie qui s'inscrit dans la transparence et le long terme.

Retrouvez des nouvelles d'Occurrence et de ses missions le mois prochain !



78 rue Championnet – 75018 Paris
info@occurrence.fr



Cet e-mail a été envoyé à {{ contact.EMAIL }} Vous avez reçu cet email car vous faites partie des contacts d'Occurrence.

[Se désinscrire](#)