

NEWSLETTER

Jun 2025

n°97

Notre printemps est très Communicator... et le vôtre ? Bonne lecture !

EN L'OCCURRENCE



24 juin - Petit-déjeuner - Communication responsable : de l'incantation à l'action

Rendez-vous autour d'un petit déjeuner pour comprendre pourquoi et comment la communication change de logiciel : moins mais mieux, sobriété, elle adopte les principes et les pratiques de la communication responsable !

Un petit-déjeuner animé par Louise Amiot (chargée de missions senior & référente RSE)

[Inscription et informations](#)

1er juillet - Petit-déjeuner - Tableau de bord de la communication

L'objet attise les curiosités et fait souvent envie. Mais quelle réalité et quelles modalités met-on derrière cet outil qui doit permettre un pilotage plus efficace des investissements en communication ? Via des benchmarks et des expériences, notamment en matière de KPI, Occurrence revient sur ce levier clé de l'évaluation et du "faire-savoir".

Un petit-déjeuner animé par Assaël Adary (Directeur Général d'Occurrence) et Bastien Boisgard (Directeur de missions – Directeur adjoint pôle Marques et Transformation)

[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

A LA UNE



Norma Capital et Occurrence lancent le Baromètre "Investissements et SCPI"

Norma Capital, en partenariat avec Occurrence-IFOP, dévoile son premier Baromètre sur les investissements et les SCPI. Cette étude réalisée auprès de 1115 épargnants français révèle des comportements d'investissement variés : 28% optent pour des placements sûrs et 26% diversifient pour limiter les risques. L'immobilier reste un pilier solide, mais la SCPI peine encore à se faire connaître, bien que de plus en plus d'épargnants l'envisagent pour sécuriser leur avenir tout en générant des revenus réguliers.

L'étude montre aussi une différence générationnelle : les jeunes privilégient des gains rapides, tandis que les plus âgés recherchent des placements à long terme pour préparer leur retraite. Un éclairage précieux pour mieux comprendre les attentes des Français en matière d'épargne.

Pour plus d'informations

Le Communicator 10 : la référence pour les communicants est de retour !

La 10e édition du Communicator, co-écrit par Assaël Adary, est enfin disponible ! Cette nouvelle version, entièrement revue et enrichie, propose un tour d'horizon complet des enjeux de la communication moderne : de l'intelligence artificielle à la RSE, en passant par la transformation des canaux d'influence et la digitalisation.

Avec plus de 100 cas pratiques, des rubriques méthodologiques, des fiches métiers, et trois nouveaux chapitres dédiés à la publicité, à la communication responsable et à l'influence, cette édition apporte des clés pour comprendre les évolutions actuelles du secteur. Un guide utile et complet pour étudiants comme professionnels.

Pour plus d'informations

EN L'OCCURRENCE



"Heureux les laborieux !" - Assaël Adary

Dans sa tribune publiée dans Stratégies, Assaël Adary démystifie le mythe de l'idée géniale surgie de nulle part. Il rappelle que derrière chaque éclair créatif se cache un travail rigoureux, une mise en œuvre technique et une énergie collective.

À travers une analogie inspirée du compagnonnage, il invite à revaloriser l'effort, la persévérance et la transmission dans les métiers de la communication. Un plaidoyer fort pour redonner toute sa noblesse au travail dans un secteur souvent résumé par un injuste "C'est que de la com".

Pour plus d'informations

La France Mutualiste et Occurrence : l'opinion des Français sur le financement de la défense

La France Mutualiste, en partenariat avec Occurrence, a mené une étude sur le financement de la défense. Résultat : 70% des Français pensent que la défense doit être une priorité budgétaire, et plus de 60% estiment qu'il faut augmenter les dépenses militaires.

L'étude révèle aussi un intérêt partagé pour des solutions de financement privé, comme un livret d'épargne spécifique ou l'élargissement du Livret A au secteur de la défense, bien que les Français soient partagés sur la manière de procéder. La question de l'impact ESG des investissements dans la défense suscite également des débats, mais une majorité estime que la défense peut intégrer des critères de durabilité.

Pour plus d'informations

NOUVELLES MISSIONS



Réinventer l'expérience spectateur dans le sport

Pour Sporsora, Occurrence a interrogé les spectateurs sur leur expérience sportive en stade et arena. Résultat : 91% de satisfaction... mais des attentes de plus en plus élevées. À 203€ le panier moyen par acheteur, le fan devient un consommateur exigeant.

Confort, food, animations, digital : tout compte. L'ambiance séduit, mais l'après-match et les services peinent à convaincre.

4 profils de spectateurs émergent – du curieux d'un soir à l'arena addict – tous en quête d'un moment à vivre, à partager, à raconter.

Cette étude montre, s'il le fallait, qu'écouter ses publics, c'est créer de la valeur. Chez Occurrence, on y croit depuis toujours : bien menée, une étude inspire, aligne, transforme et "performe" !

Pour plus d'informations

Et si les collectivités osaient se vendre (un peu plus) ?

Elles innovent, s'engagent, modernisent leurs pratiques RH... mais peinent encore à le faire savoir ! Pierre Chavonnet analyse pourquoi la promesse employeur des collectivités reste trop discrète, malgré des avancées réelles. Enquête Cap'Com - Occurrence.

Pour plus d'informations

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](#)