

NEWSLETTER

n°93

Février 2025

Février sera pour nous et nos clients le mois de l'attractivité ! Avec en point d'orgue le partage du palmarès et tendances du 12e baromètre Epoka/Occurrence des entreprises préférées des étudiants ce 13 février.

Et l'attractivité se jouera aussi pour vous en venant participer à l'un de nos petits-déjeuners ci-dessous !

Enfin nous travaillons à de nouvelles offres et formats à découvrir ce printemps, et nous l'espérons, en toute attractivité !

Assistez ce 13 février, à la table ronde "Marque employeur, mobilité, recrutement : les attentes et comportements des 18-30 ans" : [inscription ici](#)

AGENDA



13 février - Petit-déjeuner - Communication & IA : Comment faire de sa direction de communication une direction augmentée ?

L'émergence de l'IA dans notre univers questionne et bouleverse l'organisation des directions de la communication, des agences et même la place des indépendants : où est la valeur, qui la crée, qui la paye ? Comment l'utiliser pour faire mieux, plus vite, et convaincre son service IT ? En somme, comment l'IA renforce-t-elle la communication tout en nécessitant une vigilance accrue ?

Un petit-déjeuner animé par Jocelyn Munoz (Directeur Associé de Deep Opinion) et Allan Maintenant (Responsable du pôle IA de Deep Opinion)

[Plus d'informations](#)

25 février - Petit-déjeuner - Cartographie Key Opinion Leaders & Influenceurs

Dans un écosystème saturé d'informations, capter l'attention et s'imposer comme référent sur un thème stratégique est essentiel. Identifier les leaders d'opinion et influenceurs clés permet aux communicants d'y parvenir efficacement. Nos experts en stratégie Médias & Influence partagent leurs méthodes et vous accompagnent dans la conception d'un dispositif, l'identification de vos alliés médiatiques, et l'élaboration de votre feuille de route pour renforcer votre thought leadership.

Un petit déjeuner animé par Assaël Adary (Directeur Général d'Occurrence) et Céline Dubois-Dumée (Directrice du pôle Médias & Influence d'Occurrence)

[Plus d'informations](#)

6 mars - Petit-déjeuner - Présentation des grandes tendances du 12e baromètre Epoka – Occurrence des entreprises préférées des étudiants

Au-delà des secousses conjoncturelles sur l'emploi, une problématique demeure : Comment faire venir des jeunes à soi ? Comment les séduire ET les retenir ? Epoka et Occurrence conduisent ce baromètre annuel auprès de plus de 13.000 jeunes pour comprendre les attitudes et les attentes des étudiants (des filières professionnelles aux diplômés des grandes écoles) vis-à-vis du travail. Priorités, critères de choix, leviers d'engagement ou de motivation, style de management attendu, canaux de communication privilégiés.... Autant de clés pour mieux – et plus vite – recruter ceux qui composeront les forces vives de demain.

Une étude présentée par Pierre Chavonnet (DGA d'Occurrence en charge du pôle Marque & Transformation) et Isabelle Marx (Directrice de mission)

[Plus d'informations](#)

18 mars - Petit-déjeuner - Tableau de bord KPI

Le tableau de bord... 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)

[Plus d'informations](#)

12 février et 25 mars - Formations [payantes] - Intégrer concrètement l'IA dans son quotidien de communicant

Occurrence et sa filiale Deep Opinion vous invitent à deux nouvelles journées 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.

[Plus d'informations](#)

EN L'OCCURRENCE



"Par-delà le mur des renoncements", engageons-nous dans une réflexion collective

Dans une tribune publiée dans Stratégies, Assaël Adary met en lumière la transformation nécessaire du secteur du marketing et de la communication vers des pratiques plus durables. Il nous invite à réfléchir sur les renoncements indispensables pour atteindre un équilibre entre retour sur investissement et impact sociétal.

[Découvrez la dernière tribune d'Assaël Adary](#)



Occurrence évalue l'impact de la tournée d'été Bulles de fruits par Badoit

Bulles de fruits par Badoit a confié à Occurrence l'évaluation de la performance de sa tournée d'activation événementielle imaginée par l'agence l'uzyne. Déployé durant tout l'été dans les centres villes, sur les plages et dans les supermarchés, le dispositif de dégustation avait pour objectif de faire découvrir la gamme Bulle de fruits par Badoit au plus grand nombre. Occurrence a mis en place un dispositif complet combinant études à chaud en face à face et à froid par téléphone afin de vérifier la pertinence du dispositif mis en œuvre, la bonne attribution de l'opération aux produits promus et la capacité à communiquer efficacement sur les caractéristiques de la gamme.

Les résultats obtenus ont démontré l'efficacité de l'opération : très appréciée des consommateurs qui ont plébiscité les qualités relationnelles des équipes d'animation, elle a amélioré l'image qu'ils avaient de la marque pour 88% d'entre eux et a su convaincre plus de 9 participants sur 10 que la boisson proposée était une bonne alternative aux sodas !

Un Canal, et son chantier, à l'écoute des habitants des Hauts-de-France

Fin 2024, la Société du Canal Seine-Nord Europe a consolidé sa démarche d'écoute et de proximité avec les territoires en commandant une première enquête de notoriété et d'image auprès de l'Institut Occurrence. Cette enquête a été menée au téléphone auprès d'un double échantillon représentatif des habitants des Hauts-de-France, de 1 000 répondants à l'échelle régionale et de 600 répondants à l'échelle des communes où s'implantent le Canal. Des résultats qui traduisent une belle notoriété du Canal dans les territoires et une bonne image auprès des habitants des Hauts-de-France.

[Consultez les principaux résultats](#)

Charoluxe séduit l'Allemagne

Dans le cadre de l'évaluation de son dispositif d'animation en points de vente, Charoluxe (marque de viande bovine) a confié à Occurrence la réalisation d'une étude complète sur trois jours dans plusieurs magasins Globus en Allemagne. La méthodologie alliait observation sur site et enquête consommateurs, avec un analyste présent pour scruter la visibilité du stand, l'affluence, et l'interaction des clients avec le dispositif. En parallèle, un échantillon de consommateurs a été interrogé pour évaluer leur satisfaction et leur perception des messages clés de la marque.

Les résultats sont éloquentes : l'animation a reçu une note moyenne de 8,95/10, et 99 % des participants ont souligné la qualité et la saveur de la viande. L'opération a efficacement renforcé la perception de Charoluxe comme une marque française haut de gamme, et su séduire les consommateurs, qui ont envie d'en voir plus souvent dans leur magasin.

Des résidences qui participent au bien-être des étudiants

Pour sa troisième vague, le Baromètre annuel d'attractivité des résidences AIRES (Association Interprofessionnelle des Résidences Etudiants et Services) a introduit un nouveau questionnaire pour étayer la satisfaction très majoritaire des étudiants qui y résident. Ainsi, ils sont 72% à affirmer que le fait de vivre dans leur résidence joue un rôle positif dans leurs études, et expriment ainsi un rôle clé dans leur environnement. Toutefois cette 3e vague intègre également des résultats plus contrastés que dans les deux précédentes vagues. Une façon de rappeler, l'exigence qu'impose une expérience résident sans rupture de service, sur le plan de l'infrastructure et de son entretien, tout comme des services qui fonctionnent.

[Retrouvez le rapport dans son intégralité](#)

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](#)