

Sur le fil notre newsletter d'avril ... pas découverte d'un fil avec de nombreuses missions et actualités ... et pour le mois de mai nous continuons à être sur le pont ! A vos agendas !

AGENDA



15 mai et 18 juin - Formations [payantes] - Intégrer concrètement l'IA dans son quotidien de communicant

Occurrence et sa filiale Deep Opinion (dédiée à 100% au digital) 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](#)

3 juin - Petit-déjeuner - Evaluer l'impact de la présence de votre marque dans les festivals

Un petit-déjeuner animé par Albane Jacquot, DGA – Directrice du pôle événementiel & sponsoring

[Plus d'informations](#)

5 juin - Petit-déjeuner - Veille e-reputation & social listening : Deep Opinion vous présente ses bonnes pratiques et ses innovations

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

[Plus d'informations](#)

17 juin - Petit-déjeuner - Evaluation des événements : le bilan d'impact événementiel

Un petit-déjeuner animé par Albane Jacquot, DGA – Directrice du pôle événementiel & sponsoring

[Plus d'informations](#)

19 juin - Petit-déjeuner - Comprendre et anticiper l'opinion via les pétitions : observatoire Occurrence des pétitions

Un petit-déjeuner animé par Céline Dubois-Dumée, Directrice du pôle médias & influence

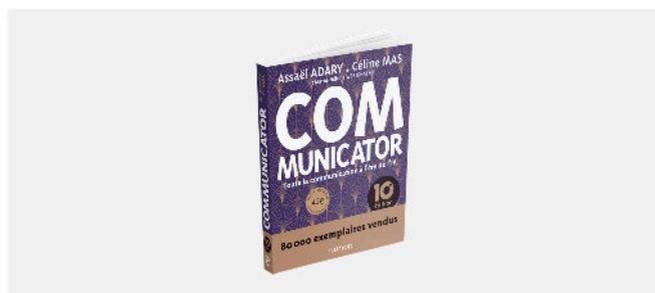
[Plus d'informations](#)

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

Un petit-déjeuner animé par Louise Amiot, Chargée de missions senior & référente RSE

[Plus d'informations](#)

A LA UNE



Communicator 10 : une nouvelle édition du guide incontournable des communicants

Outil de référence depuis plus de 30 ans, le Communicator revient le 4 juin 2025 dans une 10e édition entièrement revue et augmentée. Véritable panorama de la communication contemporaine, l'ouvrage explore les grands enjeux actuels : appropriation de l'intelligence artificielle, intégration de la RSE, mutation des canaux d'influence et digitalisation accrue.

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 s'impose comme un guide indispensable pour décrypter les évolutions du secteur et accompagner chaque étape du parcours des communicants, étudiants comme professionnels.

[Pour plus d'informations](#)

IA, communication et RSE : Assaël Adary décrypte les enjeux sur TV Monaco

Invité de TV Monaco, Assaël Adary explore les apports et limites de l'intelligence artificielle dans les métiers de la communication et de la RSE. Il distingue les types d'IA, salue leur capacité à accélérer et synthétiser l'information, tout en alertant sur les risques : consommation énergétique, hallucinations, appauvrissement des sources.

Il insiste sur la nécessité de comprendre et d'appivoiser ces outils – "c'est par l'usage qu'on y arrive" – et rappelle que "rien n'est à craindre, tout est à comprendre". S'il admet que certaines tâches répétitives sont appelées à disparaître, il souligne l'émergence de nouveaux métiers et met en garde contre les limites créatives de l'IA. Il plaide enfin pour une formation renforcée, notamment dans l'enseignement, afin d'anticiper les usages de demain.

[Pour écouter l'intégralité de l'interview](#)

IfopGen+ : l'innovation IA pour décrypter des milliers d'études Ifop

Le Groupe Ifop a lancé IfopGen+, un service développé gratuit pour converser, grâce à l'IA générative, avec des milliers d'études publiées par Ifop depuis des années. Développé par Deep Opinion et accessible librement en ligne, cet outil intelligent fournit des synthèses claires sur des sujets sociétaux, politiques ou économiques, en s'appuyant sur une base documentaire unique et en constante évolution, le tout de façon sourcée et avec un accès direct aux slides des chiffres mentionnés. Testez le rapidement !

NOUVELLES MISSIONS



Occurrence partage son expertise Business Intelligence & dashboards aux étudiants du CNAM

La Business Intelligence, ou l'art de piloter efficacement son activité à l'aide de ses données, constitue l'une des expertises d'Occurrence. L'identification d'indicateurs de performance (KPI) clairs et la création de dashboards permettent notamment aux équipes une vision centralisée et des prises de décisions éclairées.

Depuis 2022, Tom Blachon, consultant data analyst chez Occurrence, intervient au Conservatoire National des Arts et Métiers (CNAM) pour y partager son savoir-faire en la matière. Outre le volet théorique, son enseignement met l'accent sur la mise en pratique et la prise en main des outils de Business Intelligence modernes, notamment Power BI. Une approche à la fois technique et analytique pour former les experts de demain.

Le partenariat est durable et concluant, puisqu'en 2025, il est renouvelé et même étendu auprès de trois formations allant du Bac +3 au Bac +5 : Une licence de « web analytics », un master « stratégie d'entreprise » et un master « analyse de données ».

Sponsoring sportif et RSE : une perception positive, des attentes élevées

L'étude menée par Occurrence pour un acteur de l'énergie dans 7 pays analyse le lien entre sponsoring sportif et responsabilité sociétale des entreprises (RSE). À travers un questionnaire en ligne, 2 553 passionnés de sport ont partagé leur perception du sponsoring, ses impacts sociétaux et les priorités attendues des marques.

Globalement, le sponsoring est largement apprécié, principalement pour son rôle de soutien financier, mais il reste peu spontanément associé à des objectifs liés à la RSE. Les répondants valorisent surtout son potentiel à promouvoir la santé, l'accès au sport pour les jeunes et l'inclusion. Toutefois, des attentes fortes émergent, notamment en matière d'environnement et de diversité, des dimensions souvent perçues comme secondaires.

Ces résultats soulignent l'opportunité pour les sponsors d'ancrer davantage la RSE dans leurs initiatives pour en maximiser la portée et l'impact perçu à l'international.

Deep Opinion sélectionné par le SIG pour ses expertises en search & social listening

À l'issue d'une consultation lancée en septembre 2024, le Service d'information du Gouvernement (SIG) a attribué à Deep Opinion le lot 5 de son marché dédié au suivi et à l'analyse des conversations en ligne. Ce lot concerne la réalisation d'études ad hoc en social search & listening, avec pour objectif de détecter, analyser et comprendre les attentes citoyennes à l'égard de l'action publique. Une belle reconnaissance du savoir-faire de Deep Opinion, filiale d'Occurrence, dans le déploiement de dispositifs d'écoute stratégique.

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](#)