

## Automne 2021 - Newsletter n° 79

TOUT SCHUSS ! C'est avec ce mot d'ordre fédérateur et grâce à vous que nous vivons cette rentrée si riche et si intense. Aussi nous vous proposons de slalomer avec nous sur les belles feuilles écrites ou en devenir de cet automne de renaissance !

### Agenda

#### 14.10.21 - Portrait des Français post-COVID

Plus de la moitié des Français estime que la crise sanitaire a fait d'eux, au moins en partie, une nouvelle personne ! Du 16 au 31 août dernier, l'Institut d'études Occurrence a conduit en partenariat avec Ici Barbès une enquête auprès d'un échantillon représentatif de 1000 Français. L'enjeu ? Comprendre l'impact de la pandémie sur notre vie personnelle, professionnelle et sociale. Quels sont les nouveaux comportements qui émergent ? Qu'est-ce qui a changé ? Les réponses sont surprenantes. Ici Barbès et Occurrence présenteront les résultats de l'étude en avant-première le 14 octobre prochain à 9h, dans les locaux d'Ici Barbès ou en visio-conférence.

[Inscrivez vous](#)

#### 19.10.21 - Evaluer sa participation salon, ce qui reste ce qui change

Dans un contexte de reprise de l'activité événementielle et de retour des annonceurs sur les salons en présentiel, mesurer l'impact de sa présence est essentiel pour effectuer des prises de décisions stratégiques.

Sur la base d'un référentiel de plus de 150 études, Albane Jacquot, Responsable du pôle Événementiel & Sponsoring, vous accompagnera pour définir les bons indicateurs de performance de ce média particulier.

[Inscrivez vous](#)

#### 21.10.21 - Veille digitale et Social room : prévoir avant la crise

Pourquoi attend-on toujours d'être en pleine crise pour organiser sa veille ? De nombreuses organisations se sont retrouvées démunies face aux vagues de tweets, de commentaires ou d'articles en ligne, notamment du fait du manque de préparation. Et au-delà de la crise, comment profiter de cette formidable source d'information sur vos cibles, vos alliés ou encore vos opposants. Assaël Adary et Jocelyn Munoz reviennent sur les modalités d'une veille efficace, que ce soit pour une petite structure ou pour une multinationale souhaitant se doter d'une Social Room.

[Inscrivez vous](#)

#### 09.11.21 - Bilan d'image médiatique et stratégie RP : de la pige au pilotage

Calibrer votre dispositif de veille et d'analyse média pour 2022. Évaluer la performance de vos actions RP et digitales. La situer par rapport à celle de vos concurrents. Prouver l'impact de vos actions et valoriser les résultats en interne...

Nos experts Médias & Influence vous invitent à prendre de la hauteur sur votre stratégie média, et vous guident dans la mise en place de votre dispositif de veille et d'analyse média.

[Inscrivez vous](#)

#### 16.11.21 - Communication responsable : on se lance avec Occurrence

La Communication Responsable est un concept ancien, mais une pratique furieusement d'actualité depuis peu. Occurrence engagée dans la norme ISO 26000 depuis 2012 et acteur de la communication responsable vous propose de partager les grands principes de cette pratique.

Que recouvrent les pratiques de communication responsable ? Et pourquoi aujourd'hui semblent-elles si essentielles à notre secteur ? Comment les mettre en œuvre sereinement ? Comment les piloter, et ce avec précision ? Aujourd'hui, les outils, les processus existent, l'enjeu pour chacun en agence ou chez l'annonceur est d'oser faire le premier pas.

[Inscrivez vous](#)

#### 25.11.21 - Budget Angels : vous aider à maintenir votre efficacité dans un cadre budgétaire contraint

Dans un cadre budgétaire contraint, la fonction communication est au cœur des enjeux des organisations... et pourtant son budget est souvent en première ligne des économies à réaliser. C'est pourquoi Occurrence accompagne les Dircoms et leurs équipes pour objectiver les décisions et conserver le maximum d'efficacité.

[Inscrivez vous](#)

### En l'Occurrence

#### Les PME creusent l'écart avec les multinationales

A l'approche des élections présidentielles, la FEEF qui représente les fabricants PME des produits de grande consommation a mandaté le cabinet d'études Occurrence pour connaître la perception et les attentes des Français à l'égard des PME. Ainsi, la vague 2\* de cette enquête confirme, d'autant plus en période de crise, le soutien des Français dans les PME et leur utilité. En effet, 88% considèrent qu'elles sont le moteur de l'économie et 8 Français sur 10 estiment qu'elles sont garantes de la réussite de la transition écologique.

[En savoir plus](#)

## Nouvelles missions

### **Horizontalité, feedback, partage : quand un acteur bancaire écoute et partage avec ses Top managers**

La nouvelle direction d'un grand acteur bancaire a mandaté Occurrence pour réaliser un état des lieux des besoins et des attentes des 170 Top Managers. Cette étude quantitative a été un premier pas vers une forme de management plus ascendant voulu par la DG. D'ailleurs, 85% des Top Managers ont répondu à l'enquête en ligne : un premier indicateur révélateur d'un besoin de co-construire et de proposer des initiatives !

[En savoir plus](#)

### **Un dispositif de communication interne au diapason des attentes des collaborateurs**

Afin de mesurer la portée de ses supports internes auprès de ses collaborateurs, un acteur de l'énergie en France a choisi Occurrence pour l'accompagner. Ce sont 2200 répondants qui ont pu s'exprimer sur leur sentiment d'information.

L'analyse a révélé que le format privilégié par l'ensemble des répondants était sans conteste la brève. Son temps de lecture extrêmement rapide semble bien correspondre aux attentes des collaborateurs et à leur sentiment d'être "surinformés". Des insights qui vont permettre à l'équipe d'ajuster son dispositif vers des formats plus courts et un traitement de l'information en adéquation avec les attentes des lecteurs !

[En savoir plus](#)

### **Etude journaliste pour évaluer et diagnostiquer l'impact et l'image d'une banque régionale auprès de ses cibles**

Le Crédit Agricole d'Ile-de-France nous a confié la réalisation d'une étude qualitative auprès de dix journalistes de presse locale et régionale, afin de recueillir leurs perceptions de la communication de la banque et évaluer leurs besoins en termes d'information. Occurrence a ainsi conduit les entretiens avec des journalistes ciblés portant sur différents aspects : les pratiques et usages, la qualité de l'information, l'identification de bonnes pratiques et les attentes des médias. Grâce à ces entretiens, les équipes ont proposé des pistes d'amélioration pour permettre à la banque de continuer à optimiser sa stratégie RP et permettre la mise en place d'actions concrètes au niveau local.

[En savoir plus](#)

### **Un livre blanc pour pallier un manque... et sauver des vies**

L'Institut Occurrence a ainsi été sollicité par Les Échos Le Parisien Event et la société Omnicell pour établir un état des lieux objectif des enjeux liés à l'informatisation-automatisation du circuit du médicament. Après consolidation de la veille documentaire et la sollicitation de quinze experts, le retard français en matière d'équipements et de digitalisation dans les établissements de santé, ainsi que ses causes et conséquences, ont pu être mis en lumière, tout comme 13 propositions actionnables à court et moyen terme pour agir sur le terrain, rattraper notre retard... et sauver des vies ! Le livre blanc a été dévoilé dans le cadre du Forum #Santé2025 organisé hier par Groupe Les Echos-Le Parisien.

[Voir le replay du Forum](#)

### **Evaluation de la participation au Congrès de l'ESTRO**

Accuray, société leader dans le domaine de la radiothérapie de haute précision, a souhaité solliciter une nouvelle fois Occurrence pour réaliser une évaluation de sa participation au Congrès de l'ESTRO. Cet événement, véritable rendez-vous de la profession, a été l'occasion pour Accuray de communiquer en face à face, auprès de ses partenaires, de ses clients et de ses prospects via un stand présentant la société et la tenue d'un symposium. L'enquête à chaud et les comptages opérés par Occurrence ont permis de réaliser un bilan positif de la présence d'Accuray au Congrès. Bien que l'évènement ait enregistré un nombre d'entrée sensiblement plus faible que les éditions précédentes en raison des contraintes sanitaires, la présence d'Accuray a été fortement appréciée des professionnels du monde médical qui ont montré un grand intérêt pour ses solutions technologiques de pointe.

[En savoir plus](#)

### **Faire grandir la cause des salariés aidants : année 2**

L'Observatoire solidaire a donné son second colloque le 28 septembre. C'est dans ce cadre qu'ont pu être détaillés les résultats des travaux pilotés par Occurrence : le 2e baromètre d'opinion des Français actifs sur les aidants familiaux exerçant une activité professionnelle. Cette 2ème vague de baromètre montre que les entreprises ne se sont pas majoritairement saisies du sujet, témoignant d'un indice de solidarité plafonnant à 40/100. En comparaison, la Mutuelle Générale qui a mis en place des solutions enregistre une progression de 8 points de son indice de solidarité, passant de 44/100 à 52/100. Cette deuxième vague confirme donc que le sujet des salariés aidants a besoin d'actions concrètes !

[En savoir plus](#)

### **Des ateliers de codéveloppement pour L'Observatoire solidaire**

Dans le cadre de la deuxième année de son Observatoire, La Mutuelle Générale a souhaité faire « phosphorer » les membres de son Conseil d'orientation ainsi que quelques experts extérieurs. Pour optimiser les agendas tout en se donnant le temps de commencer à détailler des solutions concrètes, deux thématiques ont été identifiées et traitées, pour chacune, par les mêmes participants en deux sessions de 2 heures 30 en distanciel. Ainsi les thématiques « Mieux répondre aux enjeux financiers des salariés aidants » et « Quels leviers pour permettre aux TPE et PME de s'emparer du sujet des salariés-aidants ? » ont pu donner lieu à des pistes d'actions concrètes comme la création d'un régime d'exonération de cotisations pour favoriser la mise en place d'un tiers aidant ou la mutualisation et la diffusion de l'information et de la prévention à travers des outils packagés pour les TPE/PME.

[En savoir plus](#)

**Open Data**

### **1 salarié sur 2 redoute d'être sujet à la discrimination en entreprise**

Selon une étude menée sur la diversité au travail réalisée par Occurrence pour Diversidays, en partenariat avec PwC : pour 46% des salariés du secteur privé, la diversité reste encore une notion floue et pourtant ces mêmes salariés sont 47% à penser pouvoir être sujet à discrimination ! Et 66% des salariés indiquent en avoir été au moins une fois témoin et 48% en avoir été victime. Les salariés s'accordent toutefois pour donner à leur entreprise une note moyenne de 6,7/10 pour leur politique de diversité et d'inclusion.

[Retrouvez l'étude](#)

### **La géographie des plaisirs a été modifiée pour 7 Français sur 10.**

Premier vrai constat, lorsque l'on demande aux Français : diriez-vous que les 15 mois qui viennent de s'écouler ont modifié votre définition du plaisir ? Le résultat est sans appel : 68% répondent OUI, dont plus d'un quart oui tout à fait. 7 Français sur 10 ont vu la géographie de leurs plaisirs et la définition de leur plaisir se transformer pendant la crise Covid.

## **La question sur mesure**

**Louise Amiot**, Chargée de mission chez Occurrence au pôle Corporate & Marques.  
Elle nous fait le plaisir de répondre à nos questions :

#### **1. Peut-on tout mesurer ?**

Heureusement non ! On ne peut par exemple pas mesurer de manière fiable la complexité des sentiments ou des émotions d'un être humain et on est aussi loin de pouvoir mesurer toutes les interactions qui existent entre les humains et les autres êtres vivants... et c'est tant mieux ! Le doute, l'incompréhension et l'envie de comprendre sont les moteurs de la curiosité, c'est pourquoi un peu de mystère est très appréciable.

#### **2. Quel est votre instrument de mesure préféré ?**

Le verre doseur : j'adore cuisiner mais je suis très indisciplinée quand il s'agit de suivre une recette. C'est ma grand-mère qui m'a offert mon premier verre doseur pour m'apprendre la rigueur en pâtisserie. Je continue à n'en faire qu'à ma tête mais grâce à cet outil mes desserts sont mangeables. Je respecte enfin les doses, à défaut de m'en tenir à la liste des ingrédients (je ne peux pas m'empêcher d'ajouter quelque chose).

#### **3. Donnez-nous un chiffre qui vous caractérise ?**

C'est 1995 : mon année de naissance mais aussi celle d'Occurrence que je viens de rejoindre en CDI (une coïncidence ?). C'est aussi l'année de la COP1, l'amorce d'un engagement mondial en faveur du climat qui me tient particulièrement à cœur, et surtout l'année de la sortie du film « Seven », le déclencheur de ma passion pour les thrillers.

## **Humeur**

### **Chers salariés, vous reprendrez bien un peu de présentiel ?**

En devenant l'alpha et l'oméga de la politique sanitaire du gouvernement pour juguler les déplacements, le télétravail s'est durablement installé, dans les esprits et dans les habitudes. On parle cependant d'un salarié sur deux qui déclare avoir eu une expérience de télétravail, et donc principalement des entreprises du tertiaires et des fonctions supports. Ce 50% est aussi à comparer avec les 14% qui disent avoir déjà eu une expérience de télétravail avant le premier confinement. Pour ceux qui ont goûté l'expérience, elle est très majoritairement positive et 76% des salariés concernés souhaitent en conserver, au moins en partie, le bénéfice. Reste donc pour les entreprises la mise en pratique : concertée ou imposée, généreuse ou restrictive, timide ou innovante... Mais avec un pendant qui ne doit être en aucun cas négligé : quelle nouvelle et inspirante expérience présenteielle pour donner du sens à cette nouvelle donne au-delà des jours « contractuels » de télétravail acquis ?

*Pierre Chavonnet, directeur pôle Marque et Transformation*

## **Le chiffre**

### **71%**

C'est le pourcentage\* de salariés du secteur privé favorables aux politiques de quotas dans l'entreprise (les femmes, les seniors, les personnes en situation de handicap...). Un chiffre qui monte à 77% pour les salariés de moins de 30 ans.

\* Enquête Diversidays / Occurrence 2021

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

[Se désinscrire](#)