Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

AttrAction communication : un accompagnement personnalisé



Ivy Robin a repris la société de communication AttrAction en 2012. Son métier est du conseil en communication et marketing dans différents domaines : création graphique, sites internet, marketing digital et conseil. Elle s'adapte en permanence à l'évolution du numérique.

Après une expérience de 25 ans dans la communication dont 18 comme directrice d'agence, Ivy Robin a repris l'entreprise de conseil en communication et marketing AttrAction. Elle y était auparavant salariée en tant que directrice marketing depuis 2005. Fondée en 2001 par Pascal Leost, cette entreprise basée à Pernes-les-Fontaines a évolué depuis. Elle a en effet connu une dizaine de salariés. Aujourd'hui, Ivy Robin gère seule cette entreprise, avec de nombreuses prestations externes. Diplômée de la London Business School et de l'école de communication ESIAE, Ivy Robin a pour avantage d'apporter un conseil permanent à ses clients dans la communication et le marketing.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Du conseil

« Après le rachat de l'entreprise en 2012, j'ai eu l'avantage de ne pas partir de zéro et d'avoir un portefeuille de clients existant. J'ai apporté ma manière de travailler et j'ai ajouté une nouvelle compétence, à savoir le conseil. J'ai la particularité de proposer à mes clients des contrats d'une année pérennes pour un meilleur suivi et des conseils plutôt que du *one shot*« , explique Ivy Robin.

Quatre métiers

L'entreprise propose désormais quatre domaines d'activité : création graphique, sites internet, marketing digital et conseil. Elle utilise pour ces différentes compétences de nombreux prestataires extérieurs compétents, tous basés sur le Vaucluse ou les départements limitrophes. « Le métier a complètement changé depuis la reprise en 2012, avec l'évolution technologique du numérique. Par exemple, pour la création d'un site internet pour une entreprise, il y avait un site pour l'ordinateur et un pour le téléphone mobile. À ce jour, il y a du web design présent sur un seul et même site accessible depuis l'ordinateur ou le téléphone. » Il faut également apporter une attention toute particulière à l'expérience client pour lui donner un confort d'utilisation optimale sur le site. Pour assurer un bon site internet, il y a également une mise à jour permanente à assurer. Au bout de trois ans, un site internet devient obsolète. Des robots chez Google regardent cela mettent un site qui n'est plus à jour au bout de la liste du référencement.

L'arrivée de l'IA

Dans le domaine du graphisme, la technologie a également énormément évolué avec l'ajout depuis peu de l'intelligence artificielle pour la création de logos ou de plaquettes d'entreprise. Auparavant, il y avait des logiciels spécifiques qui sont aujourd'hui remplacés par l'IA. « À ce jour, la technologie est devenue tellement complexe et évolutive qu'il faut faire appel à des spécialistes en externe. J'ai ainsi un carnet d'adresses de différents métiers autour du numérique. » L'entreprise travaille ainsi avec des webmasters, des développeurs pour les sites internet.

Le marketing digital

L'entreprise propose également à ses clients la rédaction des newsletters hebdomadaires ou mensuelles qui doivent avoir une information riche, pertinente et synthétique. « Il y a un gros regain d'intérêt pour ce concept. Nous devons donc pouvoir le gérer. Pour l'animation sur les réseaux sociaux par ailleurs, je fais appel à une jeune personne passionnée par ce métier. »

Métier de conseil

« J'assure en direct avec mes clients le métier de conseil en communication marketing. Ceci constitue l'ADN de l'entreprise, avec mes 25 ans d'expérience dans ce domaine. Je m'adapte à chaque type d'entreprise avec ses problématiques et aux dirigeants », explique Ivy Robin. L'entreprise a la particularité de travailler sur tous les secteurs d'activité. La grande majorité de ses clients concerne des TPE et PME de 5 à 20 salariés, caractéristiques du panorama économique du Vaucluse.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Quelques clients :
– Nougaterie Silvain Saint Didier
– LSI Velleron créateur de logiciels
– Ecole d’ébénisterie du Thor ESEA
– Distrimex Avignon (import-export de fruits et légumes)
– Centre culturel de Pernes-les-Fontaines
– Ventoux fruits Carpentras
– PEJ fruits Carpentras

Quand Jimmy Cliff choisissait une agence de com’ vauclusienne



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Grande figure de la musique jamaïcaine, Jimmy Cliff, qui est décédé ce lundi 24 novembre, avait croisé le chemin du Vaucluse au cours de sa carrière. Depuis 2017, l'agence de communication Arôme gérait les réseaux sociaux et le site officiel de l'artiste.

En 2017, Jimmy Cliff et sa femme Latifa décident de faire appel à l'agence de communication Arôme, qui était installée à Avignon pendant près de 20 ans et qui est désormais basée à Vedène.

« Pendant 8 ans, nous avons eu l'honneur et l'immense chance de collaborer et d'échanger avec Jimmy, son équipe et son entourage, toujours dans une ambiance chaleureuse et bienveillante », explique l'agence. Celle-ci avait eu pour mission de créer un nouveau site regroupant les actualités de Jimmy Cliff, ses musiques, ses dates de concerts, ou encore sa biographie. Arôme s'occupait également d'alimenter la page Facebook et le compte Instagram du chanteur.

« Nous avons beaucoup appris à leurs côtés, et surtout que l'amour prime sur tout, tout le temps », conclut l'agence dans un hommage à l'un des monuments du reggae, connu notamment pour ses titres *Many Rivers to Cross*, *The Harder They Come*, ou encore *Reggae Night*, et qui avait remporté deux Grammy Awards dans la catégorie 'meilleur album de reggae'.

---

20 ans de l'agence vauclusienne Arôme : comment le marché de la communication a-t-il évolué ?

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Implantée sur le territoire vauclusien depuis 2005, l'agence Arôme fait tous les métiers traditionnels et digitaux de la communication. Son fondateur, Rémi Vicente, revient sur ces 20 années d'évolution du métier et du marché.

Née à Avignon en 2005, l'agence de communication Arôme a quitté la Cité des papes l'année dernière pour s'installer à Vedène. Si ces agences sont nombreuses sur le territoire, elles ont rarement autant d'ancienneté. « On est une vraie agence de communication avec un code APE (Activité principale exercée) spécifique '73.11Z', qui est le code des métiers de la publicité, explique Rémi Vicente, fondateur d'Arôme. On opère sur un marché, vauclusien en particulier, qui est très déstructuré dans le sens où on a quasiment plus de confrères, à proprement parler, qui ont le même code d'activité. »

Beaucoup d'entreprises ou d'auto-entrepreneurs qui proposent de la communication ou font des sites internet prennent aussi l'étiquette d'agence de communication, mais « n'en ont ni la compétence, ni la formation », selon Rémi, et n'englobent pas forcément tous les métiers que regroupe le secteur d'activité.

Des métiers traditionnels aux digitaux

Depuis sa création il y a 20 ans, l'agence Arôme a évolué au même rythme que le digital, avec, entre

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

autres, l'apparition des réseaux sociaux ou encore le développement de l'intelligence artificielle qui ont quelque peu bousculé le secteur et l'ont forcé à se renouveler et à s'adapter.

Le logo, la plaquette, le catalogue, la campagne de publicité à la radio ou en affichage, etc. L'agence vauclusienne couvre une large gamme de prestations, qu'elles soient traditionnelles ou digitales. « On est pionnier sur le territoire en termes de création de sites web, mais aussi sur ce qui relève de l'accompagnement, pour être vu dans les moteurs de recherche, sur les réseaux sociaux, les campagnes de bannières, etc », ajoute Rémi Vicente.

Un secteur de plus en plus déstructuré…

Si le secteur de la communication est riche, il est aussi très prisé, mais avec des métiers non réglementés. « C'est difficile pour les clients de savoir où ils mettent les pieds parfois, comme on fait des métiers qui ne sont pas réglementés, tout le monde fait tout et n'importe quoi », déplore le fondateur d'Arôme.

> « Le secteur est très fragmenté et mal structuré. »
>
> *Rémi Vicente*

Selon Rémi Vicente, des agences de communication avec un code APE qui ont une mission de conseil, de production et de développement de la communication publicitaire des entreprises, il y en a deux, voire trois fois moins qu'il y a 10 ou 15 ans.

…et de plus en plus bouché

Alors que les agences polyvalentes, qui maîtrisent conseil, création et conception publicitaire, se font de plus en plus rares, le nombre d'étudiants en communication, eux, est de plus en plus important. Les écoles affichent complet chaque année, et pourtant, nombreux sont ceux qui ne trouvent pas d'emploi à l'issue de leurs études et qui déplorent « un secteur bouché. »

> « Aujourd'hui, les écoles forment plus d'étudiants que le marché de l'emploi ne peut absorber. »
>
> *Rémi Vicente*

Les études se font généralement en alternance, ainsi, les entreprises font de moins en moins appellent

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

aux agences de communication, mais prennent directement un alternant en interne. « Finalement, ce ne sont pas forcément les autres agences, nos principaux concurrents, mais ce sont ces alternants, ajoute Rémi Vicente. Et aujourd'hui, on a beaucoup d'étudiants qui nous appellent au travers du syndicat parce qu'on leur demande de tout faire, alors qu'on ne peut pas être graphiste, codeur et designer à la fois. » C'est donc à travers cette concurrence que le marché de la communication est en train de se restructurer aujourd'hui.

L'intelligence artificielle et la communication

À l'apparition des smartphones, le marché de la communication a entamé une restructuration et il se disait que le *print* allait s'essoufler. Pourtant, même si les imprimeries sont moins nombreuses à l'heure actuelle, il en existe toujours et il y a encore des personnes qui impriment. Aujourd'hui, l'intelligence artificielle fait l'objet du même discours.

> « On ne peut pas dire que l'intelligence artificielle nuit au secteur, je dirais plutôt que les marchés se restructurent. »
>
> *Rémi Vicente*

« On utilise l'intelligence artificielle, mais le problème est que ça enduit dans l'esprit du client une gratuité parce qu'ils pensent qu'on ne fait plus rien et qu'on délègue tout ou presque, ce qui est faux », explique le fondateur d'Arôme. Mais l'agence de communication vauclusienne insiste sur le fait que rien ne remplacera le travail de ses collaborateurs, qui utilisent surtout l'IA pour les tâches d'automatisation. « Nos clients l'utilisent notamment pour leurs publications sur les réseaux sociaux, pour qu'elles apparaissent sur leur site par exemple, ou pour produire, mais pas pour de l'image », ajoute Rémi Vicente.

Une agence qui vit avec son temps

Ces 20 dernières années, Arôme a su faire face et s'adapter aux évolutions. Si aujourd'hui l'agence travaille avec l'intelligence artificielle, fut un temps où elle a été pionnière sur le référencement naturel de site, sur Google AdWords (aujourd'hui Google Ads), sur la création de sites en open source sur WordPress, etc.

> Nous ne remercierons jamais assez nos clients et fournisseurs pour leur confiance et pour certains avec des records de longévité. La confiance c'est sacré, la créativité l'est aussi.
>
> *Agence de communication Arôme*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Une capacité d'adaptation et une qualité de travail que beaucoup de clients recherchent encore à l'heure actuelle. « On n'a pas attendu que le marché de l'impression soit mort pour se repositionner, notre agence vit avec son temps », conclut Rémi Vicente.

Arôme : artisan haut de gamme de la communication digitale



L'agence de communication Arôme, installée en centre-ville d'Avignon, a récemment été missionnée par la Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur pour réaliser la campagne publicitaire digitale des transports « Zou ! ».

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Installée en centre-ville d'Avignon, l'agence de communication Arôme, composée de quatre membres, s'est spécialisée au fil de ses 18 années d'existence dans la communication digitale. Si l'agence réalise toujours des plaquettes, des logos et des cartes de visite, plus de la moitié de son volume d'activité est aujourd'hui consacré à la production digitale (site internet, campagne digitale, référencement, newsletters, etc.). « On a des clients de tous secteurs d'activité, explique Rémi Vicente, fondateur et directeur de l'agence Arôme. Des domaines de vin, des assurances, des médias, des marques alimentaire, des agences immobilières… »



Nouvelle campagne digitale Zou ! réalisée par Arôme © DR

Récemment, l'agence a été missionnée par la Région SUD pour réaliser la campagne publicitaire digitale des transports « Zou ! ». Elle a également réalisé la boutique en ligne et refondu le site internet de la marque Salaison Rinjonneau ou encore conçu la nouvelle communication digitale du Groupe Cardiologique du Rhône, avec notamment un nouveau site internet. « Depuis un peu moins de 10 ans, on est devenu des spécialistes de WordPress. »

100% fait maison

Chez Arôme, tout est local, fait sur place en interne « il n'y a pas de sous-traitance. On n'achète pas des

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

sites tout faits. Tout est fait ici de A à Z ». Une fierté pour Rémi Vicente, qui revendique ce côté artisanal haut de gamme. « On est des artisans dans le sens où tout est fait maison. Tout est fabriqué à Avignon, en centre-ville. C'est important. On n'a pas recours à de l'externe. » Cet esprit « fait maison » se retrouve aussi dans la volonté de ne pas s'agrandir et de rester une petite équipe, qui accueille occasionnellement des stagiaires, « On n'a jamais voulu être un gros format. Après, on ne contrôle plus rien. »

> « On n'achète pas des sites tout fait. Tout est fait ici de A à Z »
>
> *Rémi Vicente*

Si l'agence ne refuse pas de client – sauf exception, si le feeling ne passe pas, confie Rémi Vicente – Arôme souhaite se concentrer sur les entreprises du territoire. « On a un peu de clients nationaux et beaucoup de clients en Paca et Vaucluse. De plus en plus, on recentre, car on se rend compte qu'il y a tellement à faire dans le Vaucluse. » Une volonté de se focaliser sur le territoire et en particulier sur des entreprises de taille moyenne, « On est consulté par de plus en plus de grosse boîte, ce qu'on ne veut pas forcément. On aime bien les boîtes de taille moyenne qui démarre. Après, c'est le marché. »

Une évolution du secteur

Depuis le Covid-19, Rémi Vicente observe une évolution du secteur. « On vit une espèce de mutation du secteur qui n'est pas très belle. On a de moins en moins de boîte de com', de moins en moins de concurrents et de confrères. Ce sont les effets du Covid-19, des départs à la retraite, des gens qui changent de métier. Les clients ça les perturbent un peu. »

> « Il y a la paranoïa de la facture EDF, du plein qui a doublé, il faut rembourser les crédits… Là, c'est tendu »
>
> *Rémi Vicente*

Si l'agence n'a pas été impactée par la crise sanitaire, Rémi Vicente juge la période actuelle plus compliquée, « Il y a la paranoïa de la facture EDF, du plein qui a doublé, il faut rembourser les crédits… Là, c'est tendu. Depuis le Covid-19, c'est très cyclique : il n'y a pas de boulot, il y a beaucoup de boulot, etc. On fait partie des budgets qui sont secondaires pour les entreprises. » Malgré ce constat, Arôme réussit à renouveler sa clientèle, « On a plein de jeunes clients, on touche enfin les 25-35 ans. »

« Les clients agissent souvent en réaction »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Si Rémi Vicente devait donner un conseil en communication à ses clients, ce serait celui de la régularité. « En local, les gens agissent souvent en réaction : 'ça ne va pas, je réagis, je fais de la pub'. Mais c'est souvent trop tard. Le problème, c'est qu'après ça s'enchaîne. Il faut être régulier dans ce qu'on fait. La communication s'est plus de l'endurance qu'un sprint. Et en ce moment, on a beaucoup d'effet de sprint : ça bosse, ça ne bosse pas, ça bosse, etc. »

Lire aussi – « Arôme : un parfum de succès depuis 17 ans »

Avec l'expérience, l'agence a appris à s'adapter aux clients et aux budgets. « On oriente les clients quand on peut en leur disant 'il faudrait régulariser'. Après les gens font avec les budgets qu'ils ont. On n'est pas là pour épuiser les budgets, il faut que le client ne se sente pas lésé. En même temps qu'il investit dans sa communication, il faut qu'il y ait un rendement. Il doit sentir le retour sur investissement. Plus jeune, on mesurait mal, les clients parfois ça les épuisait financièrement. Avec plus de sagesse, on arrive à avoir un bon équilibre. »

J.R.

Studio One présente « La Mouche SUZUKII »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Studio-One est une agence de communication audiovisuelle, basée à Carpentras, qui réalise des films publicitaires, des vidéos institutionnelles, des clips vidéo, et bien d'autres. Leur dernier film a pour sujet la mouche Drosophila suzukii et la culture des cerises AOP du Ventoux.

Studio-One est une agence de communication audiovisuelle qui réalise des films publicitaires, des vidéos institutionnelles, des interviews, des documentaires, des films didactiques, des vidéos corporate et bien d'autres. Basée à Carpentras, l'agence se déplace régulièrement à l'international.

Leur dernier film a pour sujet la mouche Drosophila suzukii et la culture des cerises AOP du Ventoux. Le tournage de ce film a duré deux journées complètes avec au programme trois interviews et une série de plans de coupe notamment avec drone sous serre et caméra embarquées. Les systèmes de captation étaient les suivants :

- Interviews : Sony Fs7.
- Slow motion 240 FPS : Sony A7 S III.
- Prises de vues aériennes : Drone Parrot Anafi 4K.
- Dji X5 Osmo Pro avec Stabilisateur 3 axes.
- Prises de vue embarquées : Gro pro black Hero 11.

La mouche Drosophila suzukii est une espèce diptère de la famille des Drosophilidae, originaire d'Asie du Sud-Est. Cette espèce, invasive en Amérique du Nord et en Europe, est un ravageur redoutable des petits fruits (cerise, fraise, framboise, myrtille, prune…). Apparue en France en 2010, elle est aujourd'hui

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

présente sur l'ensemble du territoire notamment sur le territoire de culture des cerises AOP du Ventoux. Contrairement aux femelles des autres espèces du genre qui pondent dans des fruits en surmaturité, les femelles de cette espèce pondent dans les fruits avant qu'ils ne soient mûrs. Présente dans un nombre croissant de pays, dont en Europe, cette mouche est un ravageur majeur des cultures fruitières à l'échelle mondiale.

Studio One, 2923 route de Malaucène, Carpentras.

Arôme, un parfum de succès depuis 17 ans





En 2022, Arôme célèbre son 17e anniversaire. L'occasion de revenir sur le parcours de cette agence de communication qui, très tôt, a fait le pari du digital.

Pour Rémi Vicente, l'aventure Arôme a commencé en 2005. D'abords aux côtés de François Verlant, co-

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

fondateur de l'agence avant de la quitter en 2012, puis en compagnie de Delphine Goyon, qui vient de prendre une autre voie depuis quelques mois.
Intervenant dans la conception de tous supports, 'print' et web, de la création de logo, plaquette, site web aux campagnes publicitaires tous médias en passant par la réalisation de charte graphique ou bien encore le domaine du packaging, Arôme est aussi un expert dans la communication digitale et le web marketing.
« Nous nous sommes orientés très tôt vers le digital, confirme Rémi Vicente. C'est un domaine où nous avons une vraie expertise notamment sur Google et les réseaux sociaux comme Instagram et Facebook par exemple. Nous avons aussi fait des choix forts en nous appuyant sur des outils comme WordPress utilisable en 'open source' là ou d'autres vendaient du leasing déguisé entraînant ainsi des coûts inutiles pour les clients pour une qualité médiocre de design et de référencement. »

Un pionnier du digital
Ce n'est donc pas un hasard si ce pionnier du digital a figuré, dès 2012, dans le top 100 des agences françaises présentes sur Facebook via le palmarès établit par LLLLITL, le blog des agences de publicité créatives.
Côté moteur de recherche, l'agence joue aussi dans la cours des grands au niveau référencement : sur Google, Arôme en première position quand son nom ou 'agence de communication' est associé à la requête 'Avignon' et en deuxième place lorsque l'internaute utilise le mot 'Paca'. Dans ces conditions, normal que le digital représente désormais plus de la moitié de l'activité de l'agence avignonnaise.

Un territoire sans limite
« Avec les téléphones portables puis les smartphone, c'est fini le monde d'avant, constate Rémi Vicente. Aujourd'hui, le digital constitue un territoire de conquête sans limite avec des contenus qui accèdent à l'immortalité dans un puits sans fonds. Le digital a aussi réduit les coûts de la publicité et les 'petits' en ont profité. Notre job c'est de mettre en place un rouleau compresseur numérique mais encore faut-il faire un bon dosage entre les différents outils. Et quand on ne sait pas faire, on a la sagesse de ne pas y aller. »
L'Echo du mardi peut témoigner directement de la qualité de ses savoir-faire puisque c'est Arôme qui a accompagné sa transition du 'papier' vers le 100% digital. Résultat : des audiences bien au-delà de nos espérances.

Arme de destruction massive
Arôme, qui dispose d'une nouvelle version de son site depuis l'automne dernier, n'hésite d'ailleurs pas à s'appliquer les recettes qu'elle préconise à ses clients. L'agence envoie aussi mensuellement une newsletter (plus d'une cinquantaine à ce jour) mettant en avant l'actualité de ses clients. « La newsletter, c'est une arme de destruction massive » reconnaît Rémi Vicente pour qui cet outil est l'un des meilleurs moyens pour un client de toucher et communiquer auprès d'une communauté numérique. « Encore faut-il l'alimenter avec du contenu, sinon cela ne sert pas à grand-chose. »
L'occasion pour celui qui a été aussi président de l'UCC (Union des conseils en communication) Grand Sud de 2018 à 2020 de rappeler toutefois que « le digital c'est bien, mais faut-il avoir une maîtrise de la base du métier. Il faudra toujours savoir réaliser des visuel, des logos ou du rédactionnel, produire des contenus et des messages de qualité. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Un marché très concurrentiel

En près de 20 ans d'existence, le patron d'Arôme a aussi constaté les profondes mutations qui ont bouleversé son secteur d'activité.

« Il y a beaucoup en compétition, observe-t-il. En 10 ans, les prix ont chuté de 30% dans le Vaucluse mais nous sommes encore là alors qu'en quelques années 20% des agences affiliées ont fermé. »

Pour s'inscrire sur la durée, Arôme s'est autant appuyée sur des clients renommés (Carrefour, Lidl, Axa et même le site internet du chanteur de reggae Jimmy Cliff !) que de nombreuses entreprises et partenaires économiques locaux comme Chabas Iveco, Aubanel for business (la marque de l'enseignement supérieur du lycée Aubanel) ou bien encore le château du Seuil dans le Pays d'Aix ainsi que le cabinet Pyxis Avocats implanté à Avignon et Carpentras.

Award du design

Arôme est également régulièrement distinguée en matière de design comme en 2019 où l'agence et son client 'Solis Culturae' basé à Châteaurenard ont été récompensé par la plateforme 'Packaging of the world' pour la créativité du 'branding/packaging' (marque/emballage) d'une gamme de produit à base de spiruline.

Plus récemment, l'agence a remporté deux trophées pour ses créations dans le cadre du concours 'A'Design Award' : un award d'argent pour la qualité de l'identité visuelle de la marque Kailani et un award de Bronze pour la créativité du packaging de la marque de Chips BCBG. Auparavant, Arôme avait remporté en 2018 trois prix dans le cadre du concours 'A'Design Award'. Deux awards d'argent et un award de bronze dans les catégories Packaging Alimentaire & Vins.