

Ecrit par le 29 janvier 2026

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



**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

Ecrit par le 29 janvier 2026

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 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. »

Ecrit par le 29 janvier 2026

« 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 appeler 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’essouffler. 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

Ecrit par le 29 janvier 2026

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*

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.

---

## Communication : à la découverte de la 'Najim touch'

Ecrit par le 29 janvier 2026



Il ne reste plus que quelques places pour participer à [Vibexpérience](#) la journée de formation immersive proposée par [Najim Barika](#). Objectif : affûter sa communication pour mieux booster sa confiance et révéler son style.

### Raconter une histoire et donner du style à son image

« Vibexpérience est une immersion pour affûter sa communication, s'affranchir de ses peurs et surtout débloquer ce qui nous empêche d'envoyer du lourd, insiste ce 'storymaker' consultant en communication travaillant notamment avec de grands groupes comme NGE, Enedis, Eurotunnel, ID Logistics ou bien encore Biocoop. Photo, vidéo, lumière, son montage, prise de parole face caméra ou en public... tout ce qu'il faut pour capter l'attention, raconter une histoire et donner du style à son image. Cette cession vise surtout à révéler le truc en plus qui fait notre signature car, on ne va pas se mentir, trop de monde fait la même chose. »

Pour cela, Najim Barika propose donc une masterclass réunissant un petit groupe de participants autour d'échanges pratiques afin de « monter en puissance pour déclencher l'étincelle et ainsi révéler son

Ecrit par le 29 janvier 2026

potentiel ».



### Au programme

**9h30 :** Accueil & Réseautage : Café, échanges et premières connexions.

**Matinée :** Présentation des bases, hacks et techniques : photos, vidéos, lumière, son, montage, prise de parole... Tout pour capter l'attention et affirmer ton image.

**12h à 13h30 :** Pause libre pour prendre le temps de souffler ou d'échanger avec les autres participants.

**Après-midi :** Mise en pratique et montée en puissance avec des exercices concrets « pour appliquer ce que tu as appris et révéler ton truc en plus » explique Najim Barika.

**Fin de journée :** Quiz final pour valider les acquis et repartir avec une vraie valeur ajoutée.

L.G.

*Masterclass Vibexpérience. Tarif : 290€ (inscription obligatoire, place limitées). Jeudi 29 mai. 9h30 à 17h30. [Espace Cowool](#). Avenue Mazarin Avignon. Renseignements et inscription : [newcomprod@gmail.com](mailto:newcomprod@gmail.com)*

Ecrit par le 29 janvier 2026



## Sud Evasion : ce carpentrassien devenu

Ecrit par le 29 janvier 2026

# leader des voyages de randonnée



**Leader dans le voyage randonnée pour les groupes, le carpentrassien [Sud Evasion](#) vient de remodeler sa communication 'éditoriale' autant que digitale. Pour cela, la société familiale comtadine s'appuie sur une autre entreprise vauclusienne : l'agence de communication [Arôme](#) qui l'accompagne dans cette mutation.**

Fondée à Carpentras en 1989 par Michel Girotto et son épouse Chantal, Sud Evasion était à l'origine une agence de voyages en autocar proposant des séjours thématiques en France. Puis au fil des évolutions, elle a étendu son offre avec de nouveaux modes de transport, l'avion et le bateau ainsi que les randonnées en groupe. Peu à peu Sud Evasion s'est ainsi orienté davantage dans le domaine du voyage et la partie autocar a été cédée il y a une quinzaine d'années maintenant. Par ailleurs, alors qu'avec ce secteur des autocars l'entreprise travaillait localement avec une clientèle provenant plutôt de Carpentras, d'Avignon ainsi que du Vaucluse et de ses environs, l'essor de la partie voyage en randonnée de groupe lui a permis d'étendre ses activités partout en France. De quoi devenir aujourd'hui le leader national sur ce marché qui cible principalement les retraités.

« Actuellement, nous sous-traitons les autocars un peu partout et maintenant la majorité de notre

Ecrit par le 29 janvier 2026

clientèle provient de la région parisienne, devant les secteurs de Lyon et Saint-Etienne ainsi que le Nord, les Alpes-Maritimes et les Alpes-de-Haute-Provence », explique Tristan Girotto, président de Sud Evasion, qui a complètement repris les rênes de l'entreprise familiale il y a un peu plus d'un an maintenant.



Tristan Girotto. Crédit : Sud Evasion

### **L'entreprise familiale dans le sang**

Il faut dire que 'la marmite' de l'entrepreneuriat, Tristan Girotto y est tombé quand il était petit : « Cela fait 17 ans que je travaille dans l'entreprise que mes parents ont créé il y a 35 ans. J'ai toujours eu à cœur de vouloir travailler dans ce domaine. J'ai toujours aimé ce qu'ils faisaient et, depuis tout jeune, mon objectif était de reprendre la société familiale. »

Si à l'époque les voyages font plus penser à des excursions pour le 3<sup>e</sup> âge, aujourd'hui le marché de la randonnée de groupe a largement évolué pour la clientèle de Sud Evasion constituée quasi exclusivement de personnes dont l'âge est compris entre 60 et même 85 ans. Des clients qui affichent plus de 15 ans de fidélité pour certain.

« Maintenant à 60 ans, on n'a plus envie d'aller jouer à la belote dans le village du coin, confirme Tristan

Ecrit par le 29 janvier 2026

Giroto. Les gens veulent profiter de leurs dernières années pour découvrir le monde et certains peuvent même faire 2 à 3 voyages par an. »



Crédit : Sud Evasion.

### **Une demande individuelle grandissante**

Dans cette logique de découverte, les 10 salariés de Sud Evasion proposent chaque année une quarantaine de destinations lors de 160 voyages clef en main. Principalement des destinations en Europe et un peu en France. Aujourd'hui, c'est une offre complète de séjours et de services qui séduisent un très grand nombre de groupes et d'amateurs de randonnée, avec des randonnées mi-rando mi-touristique, de la marche nordique ou bien encore du longe-côte (une sorte de marche aquatique).

De quoi hisser l'entreprise familiale au rang de leader sur ce segment touristique en accompagnant plus de 6 500 clients chaque année : essentiellement avec des groupes même si une clientèle individuelle à la possibilité de se greffer sur des voyages afin de compléter les offres.

Une part d'ailleurs de moins en moins marginale confirme Tristan Giroto : « Les individuels représentent 30% de nos clients désormais et cela continue d'augmenter. Il y a même certains voyages qui sont désormais ouvert uniquement à ce type de demande sans qu'il y ait de groupe. »

### **Une communication innovante**

Afin de poursuivre ce développement, le nouveau patron de Sud Evasion s'est donc engagé dans une série d'innovations dont la communication est l'un des volets stratégiques.

Dans les priorités, la refonte du site internet vitrine, ses fonctionnalités, sa navigation et le catalogue imprimé qui sont des vecteurs importants dans ce secteur où, même si les jeunes retraités se mettent de plus en plus au numérique, les habitudes du 'papier' sont encore largement ancrées dans les usages.

Pour réussir ces missions de communication, elle engage l'agence de communication vauclusienne

Ecrit par le 29 janvier 2026

Arôme, créée il y a 20 ans à Avignon et désormais installée à Vedène. Dirigée par Rémi Vicente, l'agence experte en communication digitale s'est d'abord vu confier la refonte de la maquette du catalogue puis la refonte complète du site et de l'image. Un partenariat qui a débuté autour d'une passion commune entre les deux chefs d'entreprise : la pêche à la truite.



Crédit : Sud Evasion.

### Le spécialiste de WordPress en Vaucluse

« On a commencé par le catalogue il y a 2 ans, confie Rémi Vicente, puis nous nous sommes vus confier la mission de refondre globalement le site internet vitrine qui est un média fondamental pour l'entreprise. Une réflexion a d'abord était ainsi menée sur la qualité de l'image, des contenus, leur positionnement, la navigation, l'arborescence et les fonctionnalités de fond (paiement en ligne, formulaire de contact...). L'agence spécialiste de WordPress en Vaucluse (c'est elle qui a accompagné l'Echo du mardi dans sa transition numérique lorsque nous sommes devenus le premier journal d'annonce légale de France à basculer 100% numérique en 2021) s'est ensuite attelée à la conception du thème et le déploiement des fonctionnalités. En l'espace de 3 mois, le site a été entièrement repensé ainsi que la stratégie de référencement dans Google.

« Il y a une vraie valeur ajoutée à payer une prestation de cette qualité. »

Ecrit par le 29 janvier 2026

« Depuis, le nouveau site mis en ligne en septembre a déjà rempli pleinement ses objectifs », se félicitent les deux entrepreneurs vauclusiens. Dans la foulée, Tristan Girotto, a aussitôt confié à Arôme dont la refonte du catalogue 2025 et en 2026. Un lifting de l'identité visuelle est également prévu.

« Il y avait des choses que l'on faisait nous auparavant, explique le patron de Sud Evasion. Mais à un moment donné, il ne faut pas hésiter à se tourner vers des 'pros'. Cela nous permet de nous recentrer sur ce que nous savons faire et, au final, il y a une vraie valeur ajoutée à payer une prestation de cette qualité. »

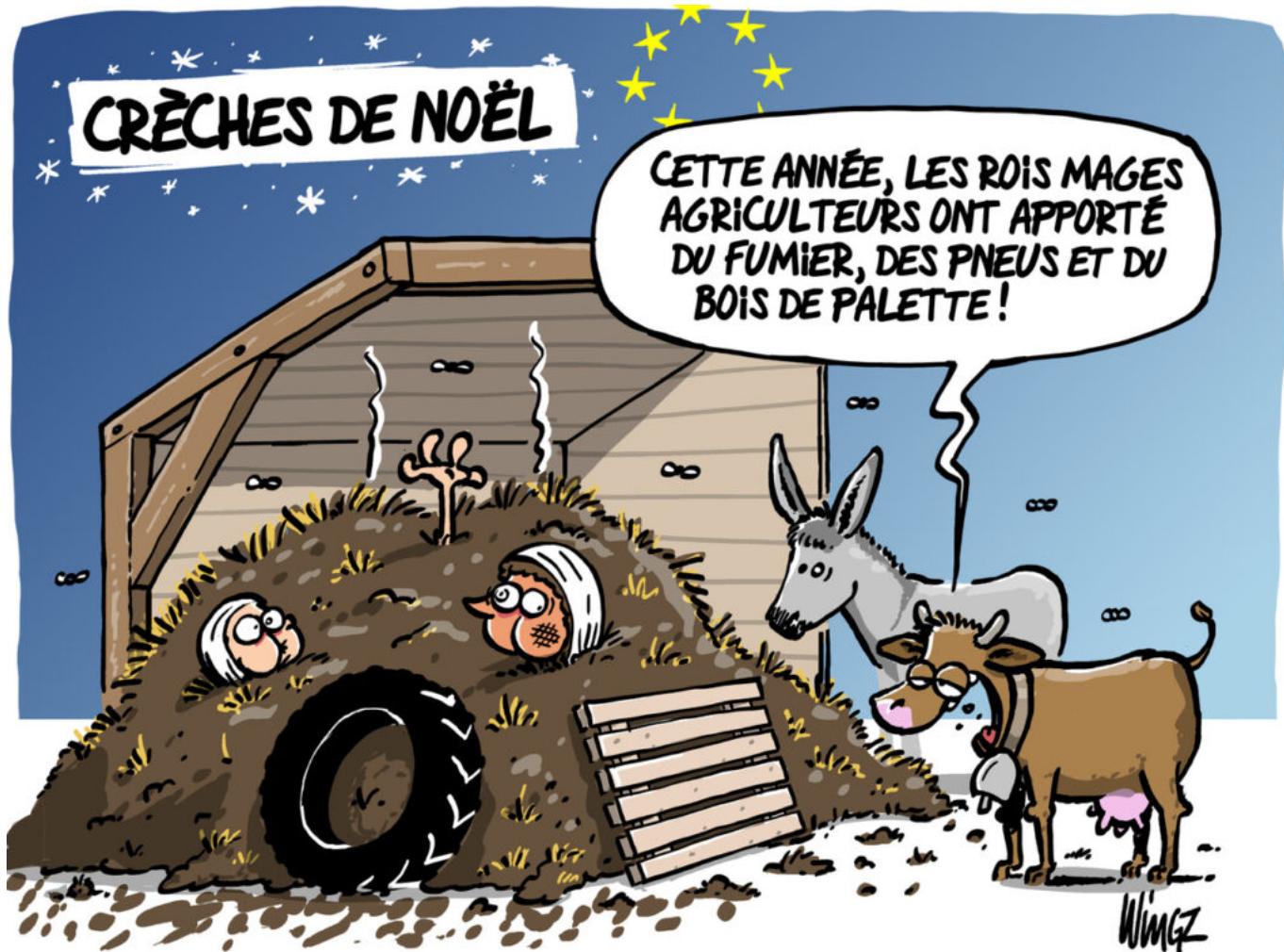
Laurent Garcia

#### **Sud Evasion en quelques chiffres**

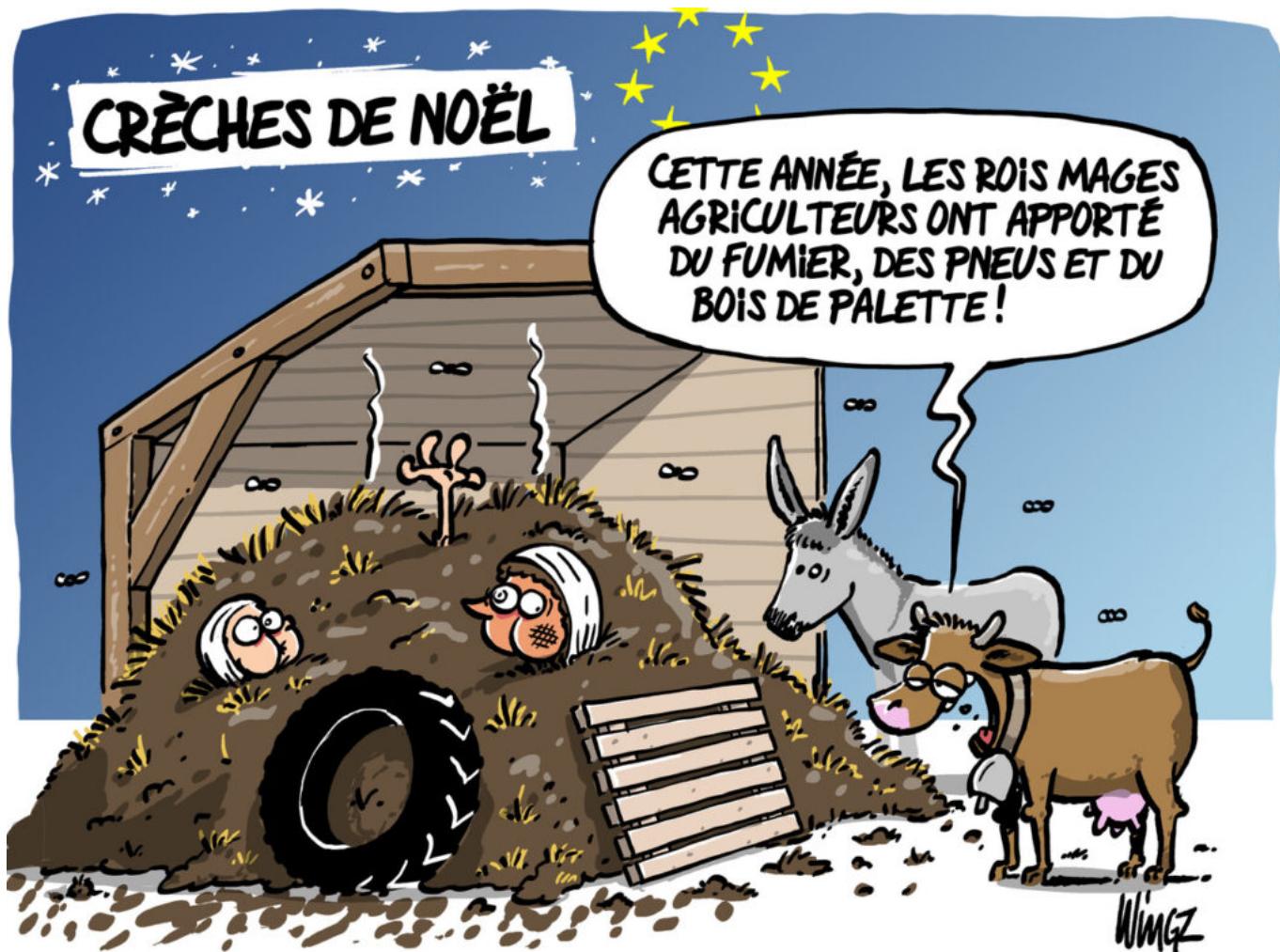
- 38 destinations de randonnée touristique en Europe
- 6 500 clients par an
- 10 salariés
- 6,5M€ de CA

## **La gronde paysanne vue par Wingz pour l'Echo du Mardi**

Ecrit par le 29 janvier 2026



Ecrit par le 29 janvier 2026



## Le Mercosur vu par Wingz pour l'Echo du Mardi

Ecrit par le 29 janvier 2026



Ecrit par le 29 janvier 2026



## (Vidéo) Le groupe Fondasol lance le premier atelier de forage 100% électrique

Ecrit par le 29 janvier 2026



**Le groupe avignonnais Fondasol, expert en ingénierie dans le domaine de la construction et acteur historique de la géotechnique en France depuis 1958, vient de lancer son premier atelier de forage 100% électrique intitulé « CLEA ». Au-delà de l'aspect environnemental, ce prototype sera capable de bénéfices en matière d'ergonomie, de connexion et de communication des données.**

[Le groupe avignonnais Fondasol](#) dont le siège social se trouve à Montfavet poursuit son expansion. Après avoir annoncé un chiffre d'affaires prévisionnel de plus de 100 Millions d'euros sur l'année 2024, l'entreprise qui compte plus de 800 salariés vient de se doter d'un nouvel outil révolutionnaire pour sa structure. La structure vient de terminer la conception de « CLEA », le premier atelier de forage 100% électrique qui va leur permettre d'apporter de nombreuses améliorations dans plusieurs domaines.

Sur l'aspect environnementale, le « CLEA », fruit de plusieurs années de travail de R&D et d'innovation devrait représenter une avancée majeure notamment sur le plan environnemental avec une grosse partie sur la décarbonnaison des campagnes de forage mais aussi pour les qualités de mesures, d'ergonomie, de niveau sonore et de maintenance. Ce qui fait du « CLEA » un appareil multifonctionnel aux nombreux atouts. Sur le plan technique ce forage électrique très léger offrira une autonomie d'au moins une semaine tout en assurant une puissance équivalente à une machine thermique de 50 CV ainsi que la

Ecrit par le 29 janvier 2026

réalisation de nombreux sondages et essais de reconnaissance géotechniques et environnementaux. De plus, il s'adapte à de nombreux milieux qu'ils soient urbains, industriels ou agricoles.

« Nous avons engagé notre Groupe dans un plan ambitieux de décarbonation, visant à réduire de 50% nos émissions de gaz à effet de serre d'ici 2050. Conscients que l'acquisition de données du sol, élément central de nos domaines d'expertise, impacte notre bilan carbone en raison de la consommation d'énergies fossiles (pour 10 à 15% de notre bilan global), nous avons travaillé sur deux axes principaux. D'une part, optimiser l'utilisation des données existantes, pour nos ingénieurs et au bénéfice direct de nos clients, ce qui est désormais une réalité. D'autre part, concevoir un atelier de forage exempt d'énergies fossiles, intégrant des avantages supplémentaires en termes d'ergonomie et de qualité de mesure. Le prototype de CLEA est la suite d'une longue série d'innovations au sein de nos agences, en France et à l'international » a déclaré [Olivier Sorin](#), PDG du groupe Fondasol.

## L'électrification de CLEA entre impact carbone et confort sonore

L'un des bénéfices les plus évidents de l'électrification de CLEA est sa contribution immédiate à la décarbonation des campagnes d'investigations, car CLEA n'émet aucune émission de gaz à effet de serre. En comparaison d'un atelier de forage standard, une année de mobilisation de CLEA évite ainsi l'émission de 8,2 tCO<sub>2</sub>eq.

Silencieux, les moteurs électriques apportent un plus grand confort sonore, tant pour les opérateurs que pour les riverains d'un chantier, faune incluse, car seul est audible le son du forage (mesures en cours). N'émettant aucun gaz, CLEA offre également une solution non négligeable pour les chantiers requérant ce critère, en site occupé ou milieu confiné par exemple.

Electrifier les moteurs génère également des impacts positifs sur les paramètres de forage, et au final sur les mesures et les résultats rendus. Le meilleur rendement procuré par les moteurs électriques offre en effet une plus grande précision dans l'application et l'acquisition des paramètres de forage : plus qualitatifs et plus représentatifs, les paramètres sont également suivis dans leur totalité, et visibles en temps réel par l'opérateur.

Ce dernier bénéficie d'une aide au pilotage des paramètres de forage en fonction des terrains rencontrés. Dernière incidence, celle sur la maintenance de l'atelier de forage : les pièces s'usant moins rapidement, la maintenance requise s'en trouve désormais allégée.

Ecrit par le 29 janvier 2026



## Le « CLEA » : le résultat de plusieurs années d'innovation et de R&D

Le projet de création du « CLEA » a débuté en 2017, avec le lancement de l'étude de faisabilité du projet. Une phase de test a ensuite démarré à l'été 2021, qui s'est traduite par la construction d'un démonstrateur, lequel a permis de tester pendant plus d'une année les moteurs électriques activant les fonctions de forage.

Cette phase de test s'étant révélée probante, l'étude du prototype 100% électrique a été lancée dans le courant de l'été 2022, pour électrifier la totalité des mouvements de la foreuse et optimiser les batteries. Affecté à l'agence Fondasol Nantes, le prototype de CLEA est désormais en activité. Ce prototype devrait être la première édition d'une longue série qui sera déployée progressivement au sein des agences du Groupe Fondasol dès 2025.

Ecrit par le 29 janvier 2026

# Agence Arôme : Comment être bien référencé sur google pour une entreprise en 2024 ?



**Au sein d'un univers technologique en changement perpétuel, il n'est pas si aisés que cela de choisir la meilleure option et les outils adéquats pour être bien référencé sur Google en tant qu'entreprise. Pourtant avec 6,9 milliards de recherches effectuées chaque jour sur ce moteur de recherche, la stratégie de référencement est devenue indispensable pour n'importe quelle entreprise ou structure qui souhaite mettre en place la meilleure stratégie marketing possible. Rémi Vicente, créateur et dirigeant de l'entreprise de communication vauclusienne Arôme nous livre son analyse de l'évolution du mode de référencement et sur ce qui est le plus efficace en 2024.**

Publicité, newsletter, site internet, sponsoring sur les réseaux sociaux ... Les moyens et les outils pour mettre en place une politique de marketing et de visibilité efficace sur le web sont très nombreux. Utilisés à bon escient ils permettent à n'importe quelle entreprise, PME ou grandes multinationales d'avoir une bien meilleure maîtrise de leur communication, de leur image ainsi qu'une stratégie de développement commercial percutante sur le long terme.

De tous ces leviers, le référencement naturel dit SEO (Search engine optimization ou optimisation pour les moteurs de recherche) est devenu un des outils les plus efficace et indispensable pour être

Ecrit par le 29 janvier 2026

aujourd'hui visible sur internet. Si en tant qu'entreprise vous possédez un site web, le SEO doit grandement aider à attirer beaucoup plus de flux sur celui-ci. Il est depuis plusieurs années, la principale source de trafic sur les différents moteurs de recherche, que ce soit Bing, Yahoo mais surtout Google.

En suggérant l'introduction de mots clés dans vos contenus et de 'backlinks', le SEO permet de vous rendre plus visible à travers le fonctionnement des algorithmes. Depuis plusieurs années, le référencement naturel augmente la crédibilité de marque et de marketing d'une entreprise, améliore l'expérience utilisateur, permet un impact positif sur le cycle d'achat et offre une possibilité de ciblage sur le plan de la vente.

### **Le référencement : une évolution constante**

Rémi Vicente dirige depuis plus de 18 ans l'agence de communication Arôme qui s'est imposée notamment comme l'un des précurseurs de la région en matière de SEO et de communication digitale, mais également dans le domaine publicitaire. En plus de vingt ans de carrière, ce chef d'entreprise a vu passer des clients de tous les secteurs qu'il a accompagné dans leurs choix de communication et de stratégies digitales.



Rémi Vicente, dirigeant de l'agence de communication avignonnaise Arôme.

Ecrit par le 29 janvier 2026

« Nous avons fait très tôt le choix de la communication digitale dans notre agence et nous avons été les premiers à le proposer à nos clients. Avant l'avènement des smartphones et des écrans, le volet digital consistait à avoir un site internet efficace et de qualité. On a été les premiers à équiper nos clients de sites web, à établir des campagnes Google Ads dès 2006 puis on faisait tout notre possible pour que ce site soit aussi bien référencé naturellement dans les moteurs de recherche dont Google en priorité. C'est primordial pour chaque entreprise mais encore plus pour une structure locale qui n'a pas les moyens d'avoir des campagnes publicitaires de grande ampleur explique Rémi Vicente.

Cette stratégie de référencement naturel (SEO) et payant (Google Ads) a toujours fait ses preuves mais a dû s'adapter face aux changements numériques et digitaux qui sont constants. Face aux nombreuses nouveautés emmenées par les évolutions technologiques, l'agence Arôme a toujours su s'adapter, mais surtout anticiper, pour offrir à ses clients les conseils les plus efficaces « les fonctionnalités des nouveaux téléphones ont emmené l'avènement des applications pour les réseaux sociaux qui rapidement sont devenus des interfaces publicitaires efficaces pour les entreprises, il a fallu rapidement l'intégrer dans les campagnes marketing et communicationnelles de nos clients ».

### Quels effets sur le référencement ?

Si la stratégie du référencement SEO avec l'intégration de mots clés...s'est montré très efficace pendant de nombreuses années avec une rentabilité visible pour les entreprises qui voyait leur taux d'audience grimpait en flèche et leurs sites en tête de liste sur les pages Google, ce mode de fonctionnement semble se heurter à une nouvelle réalité « le référencement naturel que vous avez aujourd'hui sur un site, il est très limité à la fiche Google Local. C'est-à-dire que si je suis d'Avignon, j'ai très peu de chance d'apparaître sur les recherches des personnes domiciliés sur Cavaillon ou Orange alors qu'avant, avec les articles ou pages que nous faisions par exemple avec les mots clés j'arrivais par ce biais à remonter en vertical dans les bons résultats, aujourd'hui c'est très compliqué » constate Rémi Vicente.

« Aujourd'hui, si vous êtes un prestataire ou une entreprise locale, le référencement naturel uniquement sur votre site n'est plus du tout suffisant. »

L'effet de masse sur cette pratique a bouleversé le mode de fonctionnement et ce constat s'applique surtout pour les entreprises territoriales qui ne possèdent pas une image de marque forte « Aujourd'hui, si vous êtes un prestataire ou une entreprise locale, le référencement naturel uniquement sur votre site n'est plus du tout suffisant, c'est beaucoup d'efforts pour très peu de résultats et vous aurez beaucoup de mal à étendre votre offre au-delà de votre localité car Google a réduit la portée naturelle des résultats sur son moteur. En 3 ans, nous avons vu des clients qui ont vu leur trafic naturel divisé par 3 ou 4 », analyse le créateur d'Arome.

Ecrit par le 29 janvier 2026



Le transporteur vauclusien Voyages Arnaud a confié l'agence Arôme la mise en avant sur Google de sa ligne 57 pour compte du réseau 'Zou!' de la Région Sud.

Conscient des modifications apportées par Google, Rémi Vicente a su faire, une nouvelle fois, preuve d'anticipation : « on a accéléré depuis cinq ans le travail de développement au sein de nos offres sur les fiches Google Local. Une tâche importante, car mieux on est référencé, mieux on sera trouvé. Et puis, parce que Google a pris des décisions qui poussent les gens à passer sur sa régie publicitaire Google Ads pour avoir un référencement efficace ».

#### **Google AdWords une solution quasi inévitable ?**

Crée en octobre 2000, Google AdWords, qui s'est transformé depuis plus de 6 ans en Google Ads, est un outil puissant de publicité en ligne mis en place par la plateforme de recherche. Cette interface agit comme une régie, qui moyennant contribution, vous permet de placer des mots clés stratégiques via un système d'annonces et ainsi réaliser des campagnes de publicités percutantes.

Il offre à ses utilisateurs la possibilité de gérer ses campagnes en temps réel qui plus est avec un ciblage établi et précis, il est aujourd'hui le programme de lancement le plus utilisé au monde par les

Ecrit par le 29 janvier 2026

annonceurs. Il permet également une nette amélioration sur la présence transmédia et une optimisation du nombre de contacts qualifiés.

« Le référencement naturel c'est fini. »

Face à cette alternative, quasi obligatoire, apporté par Google, Rémi Vicente a réussi à optimiser ce dispositif, mais cela n'est pas sans conséquences. « Aujourd'hui les demandes de prospects que les sites avaient naturellement commencent à être drastiquement réduites comme un goulet d'étranglement. En tant qu'agence de communication, nous devons apporter une efficacité à nos clients. Je suis alors obligé de monter le budget mensuel quotidien sur Google Ads sur les mots clés que je visais avant. Les grands opérateurs publicitaires digitaux que sont Google, Facebook et Instagram ont fait une réhausse des prix depuis 3 ans qui est tellement importante, qu'ils sont au prix des médias classiques. Il est donc quasiment systématique pour nous de doper les lignes Google Ads pour augmenter le trafic et je pense que c'est sur ça qu'il faut appuyer pour la suite » détaille t-il.

Une nouvelle tendance qui signe, selon l'entrepreneur vauclusien, la mort quasi définitive du référencement SEO « le référencement naturel c'est fini. Le SEO il faut désormais en faire une base de construction mais cela nécessite trop de productions de contenus pour des résultats trop faibles. Si on ne passe pas aujourd'hui par Google Ads et les réseaux sociaux en faisant du 'community management' on ne peut pas mettre en place de campagnes efficaces. Sans cela, vous perdez des clients et des prospects et ce n'est pas négligeable ».

## L'événement autour de la communication 'Les Arènes de la Com' est de retour à Noyes

Ecrit par le 29 janvier 2026



**La 2de édition des Arènes de la Com', organisée par l'association La Maison de la Com' et dédiée à la communication sous toutes ses formes, aura lieu ce vendredi 19 avril à Paluds de Noves. Au programme : des invités, des tables rondes, un jeu, et bien d'autres animations.**

Langage verbal ou non verbal, art rupestre préhistorique, messagers de l'Antiquité, écriture, peinture, gravure, imprimerie, médias... À travers les siècles, la communication s'est révélée être un outil indispensable. Le monde change, les techniques évoluent, mais les besoins sont les mêmes : transmettre, partager, comprendre, informer, discuter et faire savoir.

C'est pourquoi la Maison de la Com' organise les Arènes de la Com' pour la seconde année consécutive ce vendredi 19 avril à Paluds de Noves. Cet événement s'adresse à tous, étudiants, chargés de communication, salariés dans le privé ou dans le public, en reconversion professionnelle, entrepreneurs, cadres dirigeants, commerçants, ou encore sportifs. Cette journée sera l'occasion de développer son réseau et de trouver des idées.

De nombreux invités de marque seront présents lors de cet événement comme Vincent Liberator, professionnel reconnu du domaine équestre, mais aussi participant à de nombreuses émissions TV (L'amour est dans le pré, La France a un incroyable talent), qui est le parrain de cette édition. Il sera joint par Jérémie Marcucili, fondateur de l'entreprise cavaillonnaise Kookabarra, Vincent Pariso, directeur de la communication et RSE d'Orange Grand Sud Est, mais aussi Franck Confino, consultant en communication numérique pour le secteur public.

Ecrit par le 29 janvier 2026

## Programme

- **8h** : lancement de la journée par les élus locaux.
- **8h50** : tables rondes 'Boissons : Enjeux marketing en 2024' et 'Le bio : Les défis de la communication'.
- **9h50** : Marie-Cécile Drécourt présentera 'Le podcast : 10 points clés pour réussir', Olivier Trintignac évoquera l'imprimerie à l'ère du numérique, et Vincent Parisot abordera le 'Naming'.
- **10h50** : Jean-François Rieu parlera de l'intelligence artificielle, de ses risques et ses opportunités.
- **11h30** : Franck Confino, spécialiste du numérique, livrera son expertise sur le marketing digital.
- **12h** : un repas champêtre sera proposé à la pause par le chef Ludovic Durand, vice-champion du monde des Traiteurs 2023.
- **14h30** : le jeu de la Com' avec des équipes et des questions.
- **15h30** : Stéphanie Ingelbach et Christine Vallet, professionnelles du théâtre, animeront un atelier sur le verbal et le non-verbal.
- **16h30** : le lien entre la communication et la presse sera abordé. Il y aura également la remise des [12 travaux de la com'](#) (Trophées) aux entreprises, associations et collectivités méritantes.
- **17h20** : le parrain de cette édition, Vincent Liberator, aura le mot de la fin et parlera de sa communication.

## Le Village de la Com'

Pendant toute la durée de l'événement, les participants pourront se balader dans le 'Village', un espace représentant tout l'écosystème du monde de la communication où les dernières tendances technologiques, les stratégies marketing créatives et les solutions de communication originales seront exposées.

Dans ce village, de nombreux stands seront installés et représenteront plusieurs thématiques telles que : le vin dans la communication, le marketing olfactif, la création d'un film, la réalité augmentée, le marketing de recommandation, la photographie, la force du dessin, ou encore la com' et les Jeux Olympiques. Des experts passionnés seront prêts à guider les participants, les conseiller et les faire vivre de petites expériences.

Une table Job de Com' sera également installée où il sera possible de déposer sa candidature pour un stage ou une alternance. L'occasion idéale de rencontrer des professionnels et peut-être de trouver sa future mission.

**Tarif journée : 40€ (30€ pour les étudiants) / Tarif demi-journée : 15€ (5€ pour les étudiants).**  
[\*\*Inscription ici.\*\*](#)

**Vendredi 19 avril. De 8h à 18h. Domaine équestre de Saint-Rémy. 5170 Route de Noves. Paluds de Noves (Noves).**

Ecrit par le 29 janvier 2026

# Les 12 Travaux de la Com' : un concours organisé dans le cadre des Arènes de la Com'



Dans le cadre de la seconde édition des [Arènes de la Com'](#), un événement entièrement dédié à la communication qui aura lieu le vendredi 19 avril à Paluds de Nove, l'association [La Maison de la Com'](#) et le [Club de la Presse du Grand Avignon et du Vaucluse](#) coorganisent le concours des [12 Travaux de la Com'](#), qui récompense les actions de communication méritantes menées en 2023 ou début 2024 par les entreprises, associations, ou collectivités.

Le concours des 12 Travaux de la Com' récompensera plusieurs projets de communication, tels que : relations presse et médias ; photo, vidéo et podcast ; nouveau site web et application ; communication interne et marque employeur ; communication responsable ; marketing digital et réseaux sociaux ; communication événementielle et campagne.

Le concours est ouvert à toutes les entreprises, associations, collectivités, ou établissements scolaires qui souhaitent mettre en avant un projet de communication qu'ils ont réalisé en 2023 ou début 2024 (avant le

Ecrit par le 29 janvier 2026

30 janvier 2024). Comme le nom du concours l'indique, 12 trophées seront attribués lors des Arènes de la Com' le 19 avril à Paluds de Noves.

Les participants peuvent soumettre plusieurs réalisations, mais chaque réalisation ne peut être présentée que dans une seule catégorie. Les projets seront évalués selon plusieurs critères : originalité et créativité, pertinence du message, efficacité et résultats obtenus, qualité de la stratégie de communication, innovation et utilisation de nouveaux médias / technologies, et respect des valeurs éthiques.

**Les inscriptions [se font sur internet](#) et sont ouvertes jusqu'au dimanche 31 mars.**