

Ecrit par le 29 janvier 2026

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 ! ».

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... »

Ecrit par le 29 janvier 2026



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 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. »

Ecrit par le 29 janvier 2026

« 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 »

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 »](#)

Ecrit par le 29 janvier 2026

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.

Mazan : l'équihomologie fête ses 20 ans



L'équihomologie, en tant que discipline d'enseignement et d'action sociale par le dialogue avec le cheval, fête ses 20 ans à Mazan, ce jeudi 8 juin.

Cette journée de célébration, ouverte à tous, aura lieu à la ferme pédagogique du Lucky Horse à Mazan, de 9h30 à 14h. Au milieu des chevaux et

Ecrit par le 29 janvier 2026

autres animaux de la ferme, ce rassemblement proposera différents temps forts.

Programme

- 9h30 : accueil autour d'un café parmi les chevaux.
- 10h : « L'équihomologie au service de l'action sociale ».
 - Dispositif pilote pour les femmes victimes de violences, témoignages CAF et AMAV.
 - Dispositifs pour les jeunes et majeurs sous-main de justice, témoignages PJJ et SPIP.
 - Présentations d'équihomologie sur le thème de la « confiance ».
- 11h : prises de paroles officielles.
 - Visite des nouvelles installations (chalets bois, parcours santé, piste de galop, étangs, paddocks).
- 12h : buffet convivial sous les arbres, préparé par les bénévoles de l'association d'Isofaculté, cheval, nature et santé.

Jeudi 8 juin de 9h30 à 14h, Lucky Horse, 1775 chemin d'Aubignan, Mazan.

Réservation souhaitée par mail : info@isofaculte.fr

French Tech Grande Provence x Créativa : découvrez les clés du marketing et de la communication

Ecrit par le 29 janvier 2026



Formation French Tech x Créativa



Formation French Tech x Créativa

Les clés marketing & communication pour construire efficacement votre marque, pitch argumentaire de vente site web etc.

Jeudi 08 juin 2023

9h à 17h

Créativa

81/85 rue du Traité de Rome
84000 Avignon

PARTENAIRES OFFICIELS



RÉGION SUD



grand avignon

VAUCLUSE
PROVENCE
ALPES-CÔTE D'AZUR

Le French Tech Grande organise une formation sur les clés du marketing et de la communication le jeudi 8 juin, chez Créativa.

Dans le cadre du soutien du Grand Avignon aux entreprises, la French Tech Grande Provence déploie depuis janvier 2023 des ateliers et formations à Créativa, pépinière d'entreprises du Grand Avignon en apportant des experts sur les sujets de digitalisation, automatisation et performance des entreprises.

La formation organisée le 8 juin portera sur les clés du marketing et de la communication. Elle sera animée par Odiles Desbruères, consultante senior en marketing, avec plus de 20 ans d'expérience dans des entreprises telles que Nestlé et Buitoni. Depuis 7 ans, elle accompagne les TPE, PME et startups en partageant son expertise en stratégie marketing.

Cette formation gratuite proposera : de découvrir les différentes techniques et astuces pour convaincre de façon concrète, du pitch au logo ; de maîtriser les techniques de communication efficaces ; de construire des arguments percutants pour convaincre ; d'adapter le discours en fonction des cibles.

Pour rappel, cette formation est gratuite et ouverte à toutes les entreprises.

*Jeudi 8 juin de 9h à 17h chez Créativa, 81/85 rue du Traité de Rome, Avignon.
Inscription obligatoire en cliquant [ici](#) (nombre de places limitées).*

Ecrit par le 29 janvier 2026

Carpentras : formation sur les bases de la communication pour les associations



Le jeudi 25 mai, l'équipe d'Aprova 84 sera présente à Carpentras pour animer une formation dédiée aux associations. Cette journée est organisée dans les locaux de la Maison du Citoyen.

Aujourd'hui, il faut « communiquer toujours plus, toujours mieux », ce qui n'est pas toujours évident pour certaines associations. Cette formation proposera de (re)voir les bases de la communication et de mettre en place des piliers méthodologiques pour communiquer au nom d'un collectif. Une place à l'échange et aux expériences de chacun est laissée pour apporter des réponses aux interrogations de terrain.

J.G.

Infos pratiques

Formation gratuite pour les bénévoles. De 14h30 à 17h30. Jeudi 25 mai. Dans les locaux de la Maison du citoyen. 35, rue du Collège. Carpentras. [Voir le programme et s'inscrire](#). 04 90 86 87 07.

Ecrit par le 29 janvier 2026

Paluds de Noves : afterwork à la maison de la communication, l'occasion d'échanger et de réseauter



Le mercredi 24 mai, [la maison de la communication des paluds de noves](#) organise son afterwork thématique sur la créativité. Il rassemblera des personnes passionnées par la communication.

La maison de la communication

[Ce nouveau lieu](#) est entièrement dédié à la communication et au web, avec de nouvelles opportunités, dans un univers unique. Sa vision : Transmettre, partager, informer, en mettant en relation des professionnels et des demandeurs d'emploi, en proposant des formations en communication, ou encore en mettant à disposition des salles et un studio photo.

Le principe des afterwork

Chaque avant dernier jeudi du mois est marqué par un afterwork thématique destiné aux entrepreneurs, communicants, dans les secteurs privés, associatifs ou publics, étudiants passionnés de com'. L'objectif de ces évènements : partager sa créativité et faire briller son imagination.

Ecrit par le 29 janvier 2026

Les afterwork débutent par une conférence de 25 minutes, suivie d'un jeu pour clôturer l'évènement. Le gagnant remporte le "Trophée de la Maison de la com" du mois.

Infos pratiques

Gratuit pour les 2 premières participations (sinon comptez 30€ d'adhésion au club de la Maison de la Com'). À partir de 18h30. Mercredi 24 mai. [Maison de la communication](#). Avenue de la République. Paluds de Noves. 06 47 67 98 45. contact@lamaisondelacommunication.com

Najim Barika : « A une époque digitale, nous sommes à fond dans l'humain. »



Ecrit par le 29 janvier 2026

« Si tu peux voir détruit l'ouvrage de ta vie, et sans dire un seul mot te mettre à rebâtir : tu seras un homme. » S'il y a bien une personne à qui ce poème de Rudyard Kipling pourrait être destiné c'est bien [Najim Barika](#). Il faut dire que depuis 20 ans, ce natif de la Cité des papes a multiplié les aventures professionnelles. N'hésitant pas à se remettre en cause alors qu'il était, chaque fois, en pleine réussite.

A l'orée des années 2000, c'est avec sa multiple casquette de chanteur, musicien, auteur et même producteur qu'il connaît le succès avec le groupe de rap avignonnais Talisman où figure également son frère [Akim](#). Avec en point d'orgue, le titre [Torrid amor](#) qui sera le tube de l'été de TF1 en 2001. Une période d'enregistrement en studio et de tournage des clips à travers le monde où, après la musique, Najim Barika commence aussi à se passionner pour l'image. En pleine lumière, l'envie de partir à la rencontre des gens est pourtant trop forte. Il décide alors de lâcher cet univers pour se consacrer pleinement à sa nouvelle passion : la photographie.



© Hédi Barika

Là encore, le succès est au rendez-vous. Il devient notamment un photographe de mariage particulièrement demandé dans toute la France. Il croule sous les demandes et, de 2004 à 2018, il parcourt l'Hexagone quasiment tous les week-ends multipliant les shootings. Avec le temps, il étoffe ses équipes, fait de la vidéo, apprend à piloter un drone via le diplôme de la DGAC (Direction générale de

Ecrit par le 29 janvier 2026

l'aviation civile)... Le tout, toujours avec son sourire et sa bonne humeur communicative. Une boulimie de travail qui l'éloigne cependant de plus en plus des siens.

De quoi le motiver à tenter un énième tapis dans le poker de sa vie professionnelle. Fini les mariages et autres festivités : il arrête tout à nouveau pour se lancer pleinement dans la vidéo.

« Nous sommes avant tout des 'fabricants d'histoires'. »

2019 : naissance de Newcom au Thor

C'est comme cela qu'il crée en 2019 [New com](#), son agence de création de contenu audiovisuel basée au Thor. Sa cible : les entreprises et les institutionnels tout particulièrement.

Newcom c'est ainsi des films corporate, publicitaires, du reportage, des documentaires, des courts-métrages, des web-séries mais c'est aussi les réseaux sociaux, des podcasts, de l'événementiel, du conseil, des visites virtuelles 3D à 360°, des vues par drones et, quand même, encore un peu de photo.

« Si nous proposons de la vidéo, nous sommes avant tout des 'fabricants d'histoires' », explique Najim Barika pour qui « l'essentiel ce n'est pas la technique mais le regard que l'on apporte. C'est ce qui fait toute la différence. » Et ce décalage, c'est l'une des marques de fabrique de Newcom.



Savoir mettre les gens à l'aise est l'une des clefs du succès de New com.

Savoir bousculer

« Quand on participe à des réunions de travail, il faut savoir bousculer, interrompre, rebondir sur un besoin ou une idée qui est émise, insiste le quadragénaire. Et au final, une réunion qui devrait durer 3 heures, dure trois quart d'heure avec de la rigolade et des M&M's. »

Ecrit par le 29 janvier 2026

Une énergie que cet autodidacte a su préserver avec le temps. « Savoir y voir clair avec la bonne paire de lunette, c'est très important, confirme-t-il. Cela ne s'achète pas, cela s'acquiert avec le temps. Ma technique c'est d'avoir appris à diriger les gens. Je les laisse s'entraîner, je les laisse parler. J'observe, je suis en train de les 'apprendre'. On est là pour saisir l'essentiel. Les gens peuvent parler 100 ans, j'écoute, j'écoute, j'écoute et finalement il n'y a que 4 trucs qui vont me faire rebondir. Et c'est là que je vais choisir l'angle. »

« Quand on regarde une vidéo qui est coupé 150 fois, ce n'est pas celui qui est filmé qui a des problèmes d'élocution c'est celui qui filme qui est mauvais. »

« Ensuite je leur demande de parler de ça, de ne pas trop s'étaler, de rester axé sur le thème, poursuit le patron de Newcom. Je leur demande de ne pas avoir le regard fuyant quand ils parlent, de prendre confiance... C'est un travail de direction. Il faut faire en sorte que la personne ne se contente pas d'un simple témoignage mais vive une vraie expérience. Je suis désolé, mais quand on regarde une vidéo qui est coupé 150 fois, ce n'est pas celui qui est filmé qui a des problèmes d'élocution c'est celui qui filme qui est mauvais. Avec nous, ce qui est différent, c'est que les gens se sentent valorisés. Et du coup, ils aiment leur interview. »

Ne pas être trop poli, ni trop gentil

« Ce qu'il faut, c'est comprendre l'émotion des gens, précise-t-il. La capter car ils nous donnent une partie d'eux-mêmes. Une fois, je suis allé en immersion dans Eurotunnel. Il y a des normes de sécurité avec des sas où l'on reste parfois jusqu'à 5 heures.

Durant ce temps passé ensemble, mon guide était tellement investi et passionné qu'il m'a tout raconté dans les moindres détails. Et moi, caméra en main et sans stylo dans l'autre j'ai dû tout résumer en 3 minutes ! On peut alors avoir tout le matériel du monde mais, au final, c'est à la technique de s'adapter car il y en a qui se contentent de faire des images alors qu'ils y en d'autres qui racontent une histoire. A une époque digitale, nous, nous sommes à fond dans l'humain. »

Ecrit par le 29 janvier 2026



Faire parler les gens et raconter une histoire : c'est la vision que Najim Barika a de son métier afin de ne pas se contenter d'un simple témoignage mais d'une véritable expérience.

Loin de jouer les 'gourous', Najim ne veut toutefois pas se contenter d'être un prestataire de service qui pose sa caméra.

« Avant de tourner avec la personne, il faut passer un moment avec elle, martèle-t-il à nouveau. Je ne suis pas un 'énergie-thérapeute' mais il faut passer du temps avec les gens pour les ressentir. Et des fois cela ne peut prendre que seulement 2 minutes avant d'y aller car le bon moment se présente. Nous arrivons ainsi à faire s'exprimer des gens dont on nous avait dit qu'ils seraient difficiles à faire parler. Ça c'est quelque chose que nous savons très bien faire. C'est pour cela, qu'il ne faut pas être trop poli, trop gentil. »

Etablir une relation de confiance réciproque

« Aujourd'hui, nous sommes arrivés à un stade où les boîtes avec qui nous bossons régulièrement n'envoient plus leur chargé de communication sur certains reportages qu'ils nous commandent. Ils nous

Ecrit par le 29 janvier 2026

disent désormais 'c'est toi qui nous représente'. Cela veut dire que nous avons franchi un cap : celui de la confiance qui est si vital pour nous. L'essentiel ce n'est pas d'avoir du boulot, ça c'est facile. L'essentiel, c'est comment le conserver et établir une relation de confiance avec ses clients qui deviennent des partenaires. Bien évidemment, si nous devons connaître nos clients, il est également important qu'ils apprennent aussi à nous connaître. C'est comme cela, en devenant plus intime, que nous parlerons le mieux d'eux. »



« Dans 80% des cas, quand nous allons en immersion dans un groupe on s'aperçoit également que grâce à notre présence les gens découvrent des choses sur les autres alors que cela fait parfois 10 ans qu'ils bossent ensemble, poursuit ce fou de chaussures de sport qui achète régulièrement des baskets aux couleurs des entreprises où il intervient. Notre façon d'aborder les choses sous un angle différent séduit beaucoup de dirigeants qui estiment que notre présence facilite leur travail de cohésion. »

« Nous sommes là pour aider les gens. »

« Récemment, nous avons aussi interviewé un chef d'entreprise, complète Najim Barika. Il est venu avec une problématique. On l'a écouté et en parlant, nous avons résolu son souci en moins d'une heure. Il nous a ramené son sac de problème, son sac d'épines et finalement il est reparti tranquille. Nous sommes là pour aider les gens. Car si chaque jour qui passe nous produisons des images, nous sommes des facilitateurs avant tout. Nous ne sommes pas là pour vendre de la vidéo. Nous sommes des faiseurs de solutions. Et c'est ces valeurs qui intéressent les entreprises lorsqu'elles font appel à nous. Des valeurs que nous incarnons par notre cheminement et notre histoire fondée sur le respect de la parole donnée, de

Ecrit par le 29 janvier 2026

la qualité du travail bien fait, des délais... »



Une partie de l'équipe de New com lors d'un tournage.

Un état d'esprit, une philosophie même, qui semble avoir séduit de nombreux grands groupes comme NGE, Biocoop, le Crédit agricole, KP1, Agilis, Eurotunnel, ID Logistics, Loc+... pour qui New com a autant réalisé des suivis de chantiers, que des films en immersions terrain avec les équipes, des vidéos QSE (qualité, sécurité et environnement) ou RSE (Responsabilité sociétale des entreprises) ou bien encore des vidéos événementielles.

Pour cela, l'agence de Najim Barika s'appuie sur une équipe de 4 personnes, dont [Kamel Naïb](#), le dernier arrivé, qui a rejoint New com en juin dernier. Par ailleurs, le chef d'entreprise vauclusien s'est aussi constitué un réseau d'une trentaine d'intervenants indépendants ayant le « même ADN » pour couvrir toute la France ou pour venir renforcer sa « team » si nécessaire. « Cela nous permet de répondre très rapidement à un tournage de dernière minute dans tout l'Hexagone où même au-delà si besoin »,

Ecrit par le 29 janvier 2026

explique-t-il.

Être réactif sans perdre notre côté créatif

« Travailler vite, c'est bien. Mais il faut aussi continuer à bien travailler, prévient-t-il. C'est pour cela qu'il faut être réactif sans perdre notre côté créatif même si nous avons cette capacité à répondre promptement à une demande et de l'exécuter aussi rapidement. »

« On peut tout faire en moins de 48 heures, reconnaît-il. On arrive en avion le matin, on filme l'après-midi et on monte dans la foulée à l'hôtel pour être opérationnelle pour une nouvelle mission dès le lendemain. »



Pour Najim Barika, la confiance réciproque est essentielle pour créer du lien avec ses clients.

Avant d'ajouter avec un œil malicieux : « Parfois, ce sont même les chargés de com qui mettent plus de temps à télécharger le lien du film que ce que nous avons mis pour fournir la captation complète. » Aujourd'hui, New com réalise environ 200 films par an et ambitionne de doubler son activité d'ici l'année

Ecrit par le 29 janvier 2026

prochaine en ciblant plus particulièrement les acteurs économiques et institutionnels locaux.

Un enfant du pays qui veut dynamiser son territoire

Et si la parcours de celui qui s'est toujours considéré comme un enfant du pays lui a permis d'être connu, il est clair qu'aujourd'hui il veut être reconnu chez lui.

« Je peux faire des choses sur ce territoire, je peux fédérer en nous servant de toutes nos petites réussites au quotidien. Les collectivités de ce magnifique territoire de Vaucluse ont besoin de communiquer, elles ont des choses à dire. Le local cela nous plaît, insiste ce père de 3 garçons de 19 ans (qui travaille désormais avec lui), 17 ans et 10 ans. Je préfère ça que partir à l'international pendant 15 jours. »

C'est avec cette même logique qu'il souhaite que son savoir-faire reste accessible aux petites entreprises qui constituent l'écrasante majorité du tissu économique local. C'est donc pour cela que New com a créé le concept de communication [King.com](#). Des offres de capsules vidéo particulièrement attractives en termes de tarifs avec pour objectifs de permettre aux entreprises disposant de petits budgets de pouvoir être présentes de manières innovantes sur les réseaux sociaux notamment. Le tout, toujours en prenant le temps de raconter une histoire.



« J'aime la direction de projet, mettre en place des scénarios, mettre de l'énergie positive », explique Najim Barika.

Ecrit par le 29 janvier 2026

Coupable d'être soi-même ?

« La musique, la photographie, la vidéo, effectivement d'une manière ou d'une autre on raconte chaque fois une histoire », rappelle celui qui a grandi dans le quartier de la Croix-des-Oiseaux et qui participera bientôt à une conférence 'business & succès', le 4 mai prochain à l'Université d'Avignon sur le site d'Agroparc (voir affiche en fin d'article).

« J'aime la direction de projet, mettre en place des scénarios, mettre de l'énergie positive. Nous avons cette bienveillance naturellement, nous veillons sur les autres. Tout part de l'amour. Notre ingrédient c'est les humains », confesse celui dont les compétences ont mis du temps à le défaire de certaines étiquettes.

Ce n'est d'ailleurs pas un hasard s'il y a quelques années il a aussi lancé une ligne de vêtement : ['Coupable d'être moi-même'](#).

« On a des particularités, pourquoi se fondre dans la masse, s'interroge-t-il dans un cri du cœur afin de revendiquer sa singularité ? Soyons nous-même, car actuellement, à force d'être ce que tout le monde veut que nous soyons, nous devenons personne. »

Nul doute alors que si le chanteur de Talisman de 2001 pouvait croiser aujourd'hui le patron de New com il serait certainement ravi de l'histoire qu'il lui raconterait.

Ecrit par le 29 janvier 2026

BECOMING

CONFERENCE
BUSINESS & SUCCÈS

LIBÉREZ VOS TALENTS POUR ENTREPRENDRE EN PARTANT DE RIEN

4 témoignages de chef d'entreprise autodidacte qui ont bougé les lignes



Yazid Ichemrahen
Champion du monde de pâtisserie

Younès Khattabi
Joueur de rugby international et entrepreneur

Abdel Rchouk
Directeur national du programme d'insertion par le sport

Najim Barika
Patron de l'agence Newcom

4 MAI | 339 Chemin, des Meinajaries, 84140 Avignon
Bâtiment CERI
Stationnement gratuit prévu à cet effet
Réservation par mail : becoming.projet@gmail.com



Ecrit par le 29 janvier 2026

Carpensud organise une formation sur la communication 360°



L'association d'entrepreneurs du bassin de Carpentras et Pernes-les-Fontaines, [Carpensud](#), organise une formation sur la communication à 360° pour les entreprises locales, jeudi 3 novembre.

Alors que le numérique prend de l'ampleur en matière de marketing, la communication 360° est devenue une stratégie de taille pour les entreprises, mais en quoi cela consiste concrètement ?

Quand on parle de communication 360°, on évoque une stratégie qui consiste à solliciter l'ensemble des canaux de communication qui vont permettre de toucher le public cible du client. L'entreprise va alors développer une stratégie multi-canal : identité visuelle ; charte graphique ; réseaux sociaux ; site internet ; emailing ; affichage ; enseignes points de vente ; mood board decoration ; accompagnement dans les ouvertures d'autres points de vente ; radio...

Ecrit par le 29 janvier 2026

Pour vous initier à la communication à 360°, l'association d'entrepreneurs du bassin de Carpentras et Pernes-les-Fontaines, [Carpensud](#), organise une formation pour les entreprises locales autour d'un café-croissant, jeudi 3 novembre, de 8h30 à 9h30.

The poster features a large teal title '#CAFÉ-CROISSANTS' with a coffee cup and croissant icon. To the left, hands hold up a sign with '3 NOV'. Below the title is the Carpensud logo with three stylized human figures and the text 'CARPENSUD ASSOCIATION D'ENTREPRISES CARPENTRAS et COVE PERNES-LES-FONTAINES'. The text 'COMMUNICATION 360° POUR LES ENTREPRISES LOCALES' is centered. A quote follows: 'ALORS QUE LE DIGITAL PREND UNE AMPLÉUR CONSÉDÉRABLE EN TERMES DE MARKETING, LA COMMUNICATION 360° EST DEVENUE UNE STRATÉGIE DE TAILLE POUR LES ENTREPRISES. MAIS EN QUOI ÇA CONSISTE AU JUSTE ?'. A white circle contains 'JOURDAN CREATION ASTRID JOURDAN'. To the right, a blue banner says 'RDV À 8H30' with a small profile icon.

***LIEU DE RDV : TORREFACTION BRES, 76 RTE de Carpentras, 84260 Sarrians**

© Carpensud

Jeudi 3 novembre, de 8h30 à 9h30, à la Torréfaction Maison Bres, 76 route de Carpentras, Sarrians - inscription en suivant ce [lien](#).

J.R.

Ecrit par le 29 janvier 2026

Les Arènes de la Com' : l'événement pour booster sa communication



L'association [Le club de la com'](#) organise les [Arènes de la Com'](#) ce vendredi 24 juin à Châteaurenard et à Nove. Cette première édition, parrainée par le champion olympique Alain Bernard, sera l'occasion d'échanger avec les professionnels de la communication.

Ce vendredi 24 juin, les acteurs du secteur de la communication vous attendent à la salle de l'Etoile à Châteaurenard en journée. L'événement se déplacera aux Arènes des Paluds de Nove en soirée. Différentes facettes de la communication seront représentées lors de cet événement : création de sites web, gestion de réseaux sociaux, objets publicitaires, relations presse, stratégies marketing, communication publique et privée, et bien d'autres.

Tout au long de cette journée, les professionnels répondront à toutes les questions des visiteurs concernant leur stratégie de communication et de marketing telles que :

- Faut-il toujours un site internet pour démarrer son activité ?

Ecrit par le 29 janvier 2026

- Facebook est-il un réseau incontournable pour mon association, mon entreprise ?
- Comment communique-t-on avec la presse ?
- Qu'est-ce qu'une stratégie marketing ?

Les entrepreneurs, les étudiants, les élus, les associations, ou encore les commerçants sont les bienvenus.

Un événement pédagogique, mais aussi festif

Même si l'événement des Arènes de la Com' se veut sérieux et instructif pour les personnes qui s'y rendent, la convivialité sera également au rendez-vous, notamment grâce à des activités ludiques qui seront proposées tout au long de la journée.

La soirée, qui est organisée aux Arènes des Paluds de Nove, sera quant à elle animée par de la musique live avec le groupe [Cortesia](#), qui se produira sur scène et mêlera les genres rock et latino. Des foodtrucks seront présents sur les lieux, et des dégustations de vins et de bière seront organisées.

Des ateliers pour tous les goûts

La journée dans la salle de l'Étoile de Châteauneuf sera divisée en 9 parties. Elle débutera avec les réseaux sociaux et l'influence avec des astuces pour animer ses réseaux sociaux, un atelier animé par les agences [Encre virtuelle](#) et [Bicpom](#). Ensuite viendra le sujet des objets publicitaires tels que les goodies ou encore les textiles personnalisés pour booster davantage sa communication, avec l'aide de la société [Les cookies d'Alice](#) et de l'agence [Logo&Co](#). Il y aura bien évidemment un atelier pour perfectionner ses photos, indispensables à la communication, avec les photographes [Régis Cintas Flores](#) et [Yannick Libourel](#).

Viendra ensuite le moment de discuter de son site web, de webdesign, de performances, et de gamification avec [NRJ Global Régions](#) et l'agence [Ambition Web](#). La stratégie et le branding seront également abordés lors de cet événement par l'agence [Com sur des roulettes](#). Le réseau national [Cap'com](#) animera l'atelier concernant la communication publique.

Un atelier sur la facilitation graphique qui abordera les questions de mise en page, de gestion de projet, et de communication interne sera animé par les agences [Éclat d'esprit](#) et [Coach and com](#). Les relations presse seront abordées par l'agence [Real Communication](#) qui évoquera le dossier de presse, les contenus rédactionnels, mais aussi les relations avec les journalistes. Enfin, nous, [L'Echo du Mardi](#), serons présents aux côtés de [La Provence](#) pour délivrer nos astuces concernant votre communication à travers la presse.

En prime, Alain Bernard, le parrain de cette première édition des Arènes de la Com', animera une conférence en début de soirée durant laquelle il retracera son parcours et évoquera les sujets de résilience, de travail en équipe, et de dépassement de soi. Grand timide, il expliquera comment il a vaincu cet obstacle pour devenir aujourd'hui une référence parmi les coachs et mentors inspirants dans le monde sportif.

Ecrit par le 29 janvier 2026

Pour découvrir tout le déroulement de la journée et les intervenants, [rendez-vous sur le site de l'événement.](#)

Informations pratiques

La journée à la salle de l'Étoile à Châteaurenard débutera à 9h et se terminera à 17h. La soirée, quant à elle, débutera à 18h aux Arènes des Paluds de Nove. Il est possible de participer qu'à la journée ou qu'à la soirée, ou de profiter de l'événement dans sa globalité.

Les [inscriptions se font en ligne sur le site de l'événement.](#) Pour participer uniquement à la journée, il vous faudra débourser 20€. Il faudra payer la même somme pour n'assister qu'à la soirée. Le pack journée + soirée, quant à lui, est au prix de 35€, sauf pour les étudiants qui, manient d'un justificatif, paieront 20€.

De nombreux points de restauration se trouvent dans un périmètre de moins de 500 mètres autour de la salle de l'Étoile. Ainsi, les visiteurs pourront aller manger un bout pendant la pause déjeuner entre 12h et 13h45. Pizza, tapas, ou encore cuisine asiatique, il y en aura pour tous les goûts.

Vendredi 24 juin. De 9h à 17h. Salle de l'Étoile. 10 Avenue Léo Lagrange. Châteaurenard.

Vendredi 24 juin. De 18h à 00h. Salle de l'Étoile. 10 Avenue Léo Lagrange. Châteaurenard.

Arôme, un parfum de succès depuis 17 ans

Ecrit par le 29 janvier 2026



En 2022, Arôme célèbre son 17^e 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, 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 où 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 [LLLITL](#), le blog des agences de publicité créatives.

Ecrit par le 29 janvier 2026

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. »

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

Ecrit par le 29 janvier 2026

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.