Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

Res Mobilis, Mobilier et objets du XXe siècle, design,Vintage et mobilier scandinave



Philippe Le Roy, commissaire-priseur de ventes volontaires, propose ce samedi 24 février à 15h, une belle vente d'objets du XXe siècle design, vintage, mobilier, tapis et tableaux scandinaves, ainsi que des luminaires. L'exposition des objets se fera vendredi 23 févier de 9h30 à 12h30 et de 14h à 18h ainsi que samedi matin de 9h à 11h.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

Parmi les plus belles pièces ce sofa d'angle de Peter Hvidt et Orla Mølgaard-Nielsen, une paire de fauteuils en cuir par Sam Grabinski et une applique murale Ilva.

Au fil des ventes, de grands noms du design comme Philippe Starck, Karl Mathsson, Bruno Mathsson, Thomas Sandell, Marian Grabinski, Borge Mogensen, Alvar Henrik Aalto, Peter Hvidt & Orla Mølgaard-Nielsen, Johannes Andersen, Carl Malmsten, Anna Ehrner, Yrjö Kukkapuro, Bertil Fridhagen, Hans J . Wegner, Sam Larsson, Arne Jacobsen, Sven Markelius.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

Tout le catalogue ici.

En savoir plus
Res Mobilis est une maison de ventes aux enchères implantée à Avignon et dirigée par Philippe Le Roy Commissaire-Priseur de ventes colontaires. Res Mobilis est l'émanation du cabinet d'expertises en mobilier et objets d'art créé en 1987 à Lyon ; Les ventes se font en salle, en live, online et sur place.

Les infos pratiques
Res Mobilis. Hôtel des ventes 32, boulevard Raspail, Avignon intra-muros.Samedi 24 février à 14h15. Prochaine vente samedi 9 mars, à 14h15. Belle vente immobilière, bijoux anciens et montres. resmobilispdg@gmail.com et www.resmobilis.info
Mireille Hurlin

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

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 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. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 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 »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 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.

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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

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 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.

Table ronde : 'Quand le design s'invite dans les entreprises'

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026



‘Quand le design s’invite dans les entreprises’, voici l’intitulé de la prochaine table ronde, animée par Rémi Sabouraud, consultant en créativité. Le 24 septembre, à 17h à la salle de l’étoile à Chateaurenard, 5 entreprises partageront leur expérience : La Grangette, Dusud, Isovation, Alyscamps et TrakMy.

Ainsi s’achève la seconde édition de la France design week pour les territoires Arles, Nîmes, Avignon. Table ronde et témoignages de collaborations entre entreprise et designer prendront place à Chateaurenard. « Le design, ce n’est pas que du beau. C’est avant tout de l’analyse et de la stratégie. Cinq entrepreneurs en BtoB ou BtoC (Start up, fabricant commerçant, PME, TPE) viennent témoigner des bénéfices reçus par leurs entreprises ou marques suite au travail réalisé par un designer ou agence de design (graphique, produit, espace, service, numérique,…). »

Quelles retours d’expérience ? Pour répondre à quels enjeux ? Comment construire une bonne relation avec ce partenaire stratégique et créatif ? Quels conseils à partager ? De 17h à 19h, place à la table ronde. A 19h, cocktail de clôture de la France Design Week Arles, Nîmes, Avignon. Les entreprises présentes :

La Grangette (84)
Créée par Thibaut Pradier, La Grangette offre une expérience de vie extraordinaire en matière de potager à domicile, apportant sans effort dans votre assiette, tout au long de l’année, des gouts et fraicheur inimaginables.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 13 novembre 2026

Dusud (30)
Huile d'olive Française, en circuit court, bio et responsable.

Isovation (84)
Spécialiste des solutions isothermes autonomes et de la chaîne du froid. Isovation crée chaque année des centaines de solutions isothermes sur mesure.

Alyscamps (13)
Fondée à Arles, en Provence par un docteur en pharmacie, Alyscamps offre des soins complets aux formulations naturelles, composés d'ingrédients sélectionnés pour leur efficacité et leur sécurité.

TrakMy (30)
La géolocalisation et les systèmes de tracking sont des solutions permettant de répondre aux différentes problématiques que les professionnels peuvent rencontrer. L'entreprise propose une solution simple, ergonomique comprenant des traceurs GPS autonomes et une interface web associés donnant accès à des indications clés.

Inscriptions, cliquez ici.