

Ecrit par le 3 février 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 3 février 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 3 février 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 ».

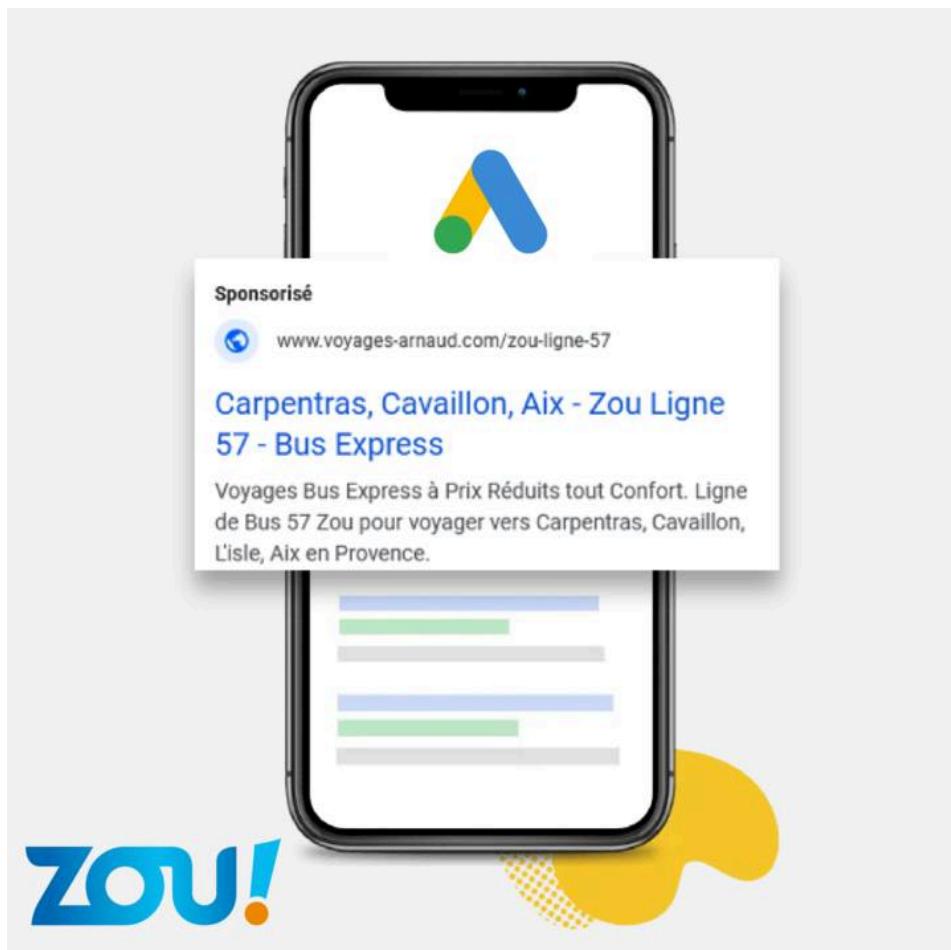
Quels effets sur le référencement ?

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 3 février 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 3 février 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 ».

(Vidéo) Un centre de données 100% vert et local dédié aux images numériques à Avignon

Ecrit par le 3 février 2026



Les échanges de données permanents, gérés par des data centers, ont un impact significatif sur l'environnement. C'est pourquoi les acteurs des industries culturelles et créatives d'Avignon et ses alentours ont décidé de s'allier et de créer le projet ICC H2 Digital, qui devrait donner naissance à un centre de données 100% énergie renouvelable dans les prochaines années qui devrait contribuer à leur décarbonation.

C'est au 5 Route de Lyon à Avignon, aux portes du centre-ville, que le premier centre de données numériques 100% énergie renouvelable, nommé 'L'arbre' fonctionnant à l'énergie solaire et à l'hydrogène vert, devrait sortir de terre d'ici 2027. Ce bâtiment devrait permettre la décarbonation des industries culturelles et créatives, en particulier pour la création des images numériques, qui est enjeu majeur pour les studios d'animation et de jeu vidéo.

Ce mardi 30 janvier, les acteurs d'ICC H2 Digital se sont réunis à la Scierie, où un format pilote du projet, EcoBio H2, a été mis en place et est déjà opérationnel, pour présenter le projet. « C'est une vraie fédération des acteurs des industries culturelles et créatives », affirme [Julien Deparis](#), directeur de l'[École des nouvelles images](#).

Ecrit par le 3 février 2026

Vidéo réalisée par les étudiants de l'École des nouvelles images.

Des acteurs locaux majeurs

Le consortium est composé d'acteurs majeurs des industries culturelles et créatives au niveau local : le studio arlésien [TNZPV](#) qui est le plus grand studio de la Région Sud, les studios [Circus](#) et [La Station Animation](#) implantés à Avignon, ainsi que le studio [Ellipse Animation](#), leader européen de la filière, qui pourrait bientôt s'implanter à Avignon, mais qui a déjà un pied dans le Vaucluse puisqu'il est à l'origine des films 3D réalisés pour les simulateurs numériques du Parc Spirou Provence à Monteux.

Ce projet, ce sont aussi des acteurs de la formation comme l'[École des nouvelles images](#), à Avignon, la [Villa créative](#) d'Avignon Université, et le [Conservatoire national des arts et métiers Paca](#). Enfin, il y a également deux acteurs de la filière numérique : [ZenT](#), gestionnaire de projets spécialisé en éco-conception, et H2 Digital, à l'origine du projet pilote EcoBio H2.

Un projet en accord avec la transition écologique

Le centre de données EcoBio H2 de la Scierie a donc fait de l'œil aux écoles et studios de production d'Avignon. « Nos studios et écoles sont des grands consommateurs du numérique, qui est une filière très polluante, explique Julien Deparis, dans un contexte où la transition écologique est un enjeu majeur de notre société, on ne peut qu'envisager des solutions pour se décarboner. »

« Les ordinateurs sont 56 fois plus puissants aujourd'hui qu'il y a dix ans. L'innovation numérique a un impact significatif sur l'environnement. »

Julien Deparis

Le numérique représente plus de 2% des émissions de dioxyde de carbone dans le monde, ce qui équivaut à l'empreinte de l'aviation civile. Ces émissions sont dues à trois facteurs : la fabrication des équipements (écrans, serveurs de calculs, etc), le calcul intensif informatif, et la diffusion de contenus (plateformes de streaming, etc). En 20 ans, il y a eu énormément d'évolution, qui génère de plus en plus de pollution. Par exemple, le film d'animation Shrek 1, sorti en 2001, a demandé 5 millions d'heures de calcul. C'est 10 fois moins que Shrek 4, sorti en 2010, qui en a nécessité 50 millions, soit l'équivalent de 25% de la consommation en énergie de la ville d'Avignon. Toy Story 4, sorti en 2019, lui, a généré 216 millions d'heures de calcul.

Une réglementation pour réduire les impacts écologiques du numérique

Ce centre de données a donc pour objectif de réduire l'empreinte carbone des secteurs du cinéma d'animation, du jeu vidéo et de la postproduction numérique qui induisent une consommation importante en ressource énergétique. Au niveau national et européen, la réglementation évolue d'ailleurs en ce sens.

Ecrit par le 3 février 2026

Le [Centre national du cinéma et de l'image animée](#) (CNC) a déjà mis en place une éco-conditionnalité. Depuis le 31 mars 2023, le CNC demande aux bénéficiaires d'aides à la production de remettre un bilan prévisionnel ainsi qu'un bilan définitif des émissions carbone engendrées par la production de leurs œuvres. Depuis le 1^{er} janvier 2024, le dépôt de ce double bilan carbone conditionnera le versement des aides à production du CNC. Cette mesure permet notamment d'accompagner les studios dans leur transition environnementale.

Un centre de données unique au monde

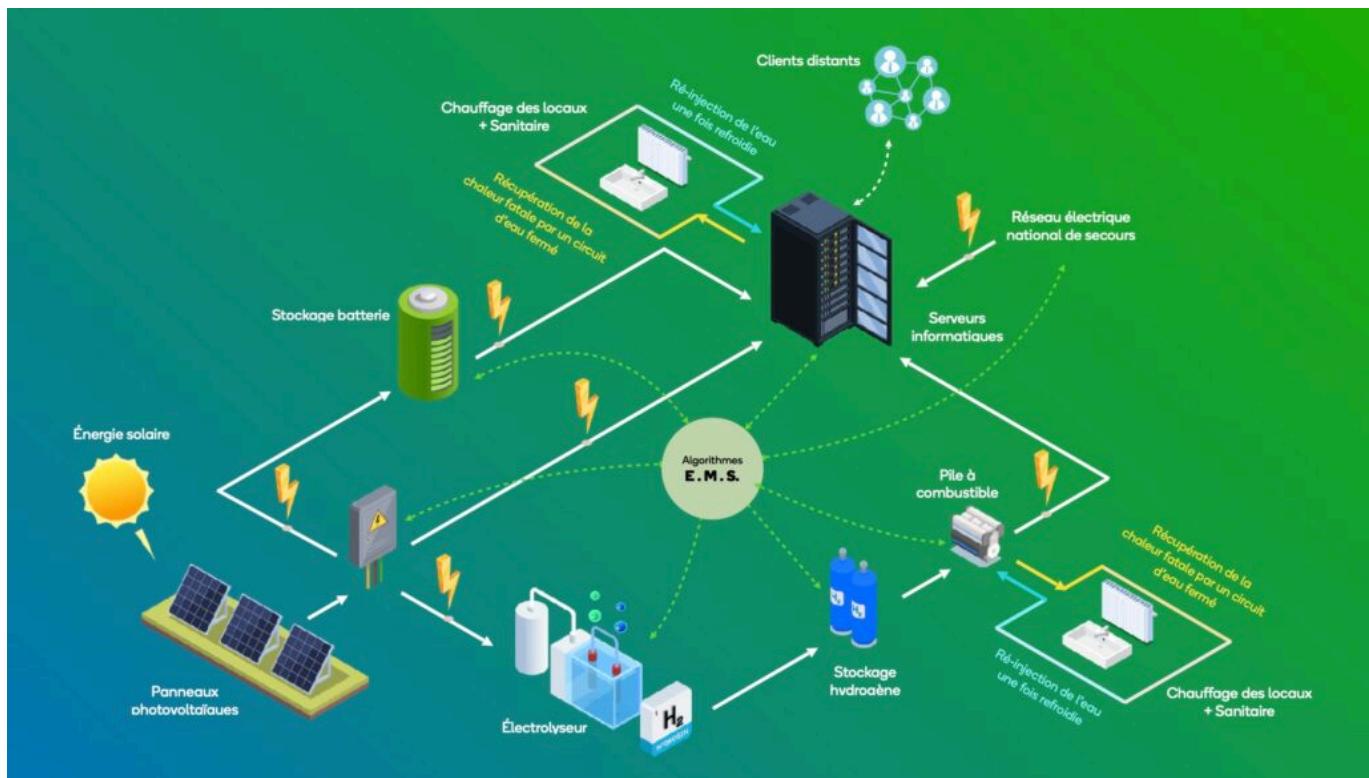
Pour le moment, l'objectif est de pouvoir augmenter la capacité du centre pilote de la Scierie, doté d'une puissance de 10 kW aujourd'hui, qui ne permet pas encore une utilisation intensive. Le centre de données 'L'arbre' devrait quant à lui naître d'ici 2027 et augmenter cette puissance à 100 kW. Pour ce faire, les acteurs d'ICC H2 Digital ont déposé le dossier de leur projet auprès de France 2030, dont la réponse devrait être annoncée d'ici le mois de mars.

« On n'a aucune connaissance d'un data center HPC (haute performance de calcul) équivalent dans le monde.»

Jérôme David, fondateur de ZenT

Ce centre de données fonctionnera à l'énergie solaire et à l'hydrogène vert produit au sein même du centre. Il devrait pouvoir alimenter les besoins en journée, stocker l'hydrogène et être doté d'un système qui permet de récupérer la chaleur émise par les équipements informatiques pour chauffer les lieux voisins, l'eau, etc. Avec 'L'arbre', les acteurs du projet ICC H2 Digital visent une division par deux de la consommation électrique pour les calculs intensifs, une division par dix de la consommation électrique des postes de travail, et une division par quatre de l'utilisation du matériel informatique grâce à la mutualisation des ressources en un seul lieu.

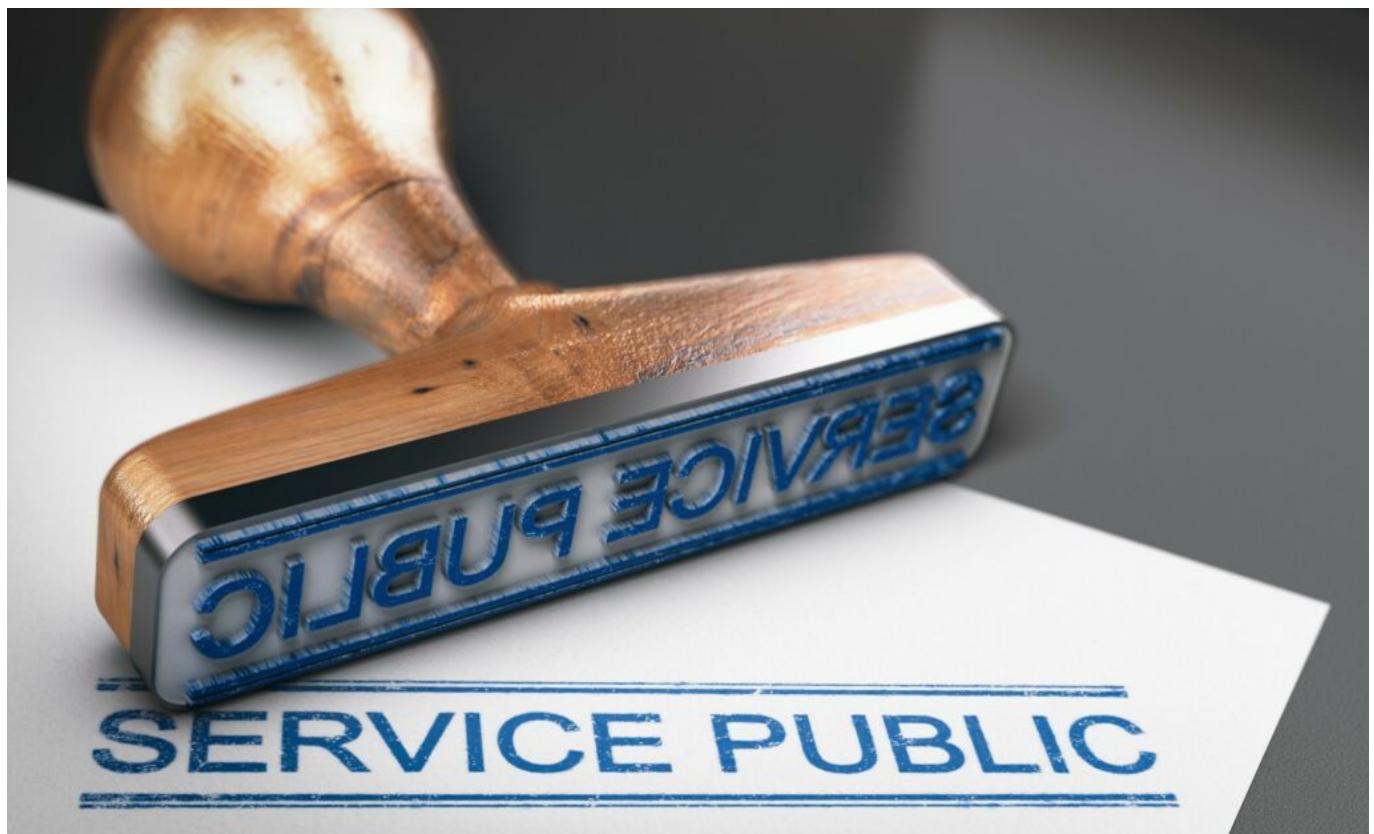
Ecrit par le 3 février 2026



Ce projet 100% local, soutenu par la [Direction régionale des Affaires culturelles](#) (DRAC), la [Région Sud](#), la [préfecture de Vaucluse](#), le [Département de Vaucluse](#) et son agence du développement [Vaucluse Provence Attractivité](#), le [Grand Avignon](#) ainsi que la [Ville d'Avignon](#), représente un atout majeur pour l'attractivité du département auprès des entreprises et pour la création d'emplois.

Service-public.fr a enregistré 605 millions de visites en 2023

Ecrit par le 3 février 2026



En 2023, [Service-public.fr](#), comptabilise une audience record avec 605 millions de visites, soit plus 6% par rapport à 2022.

Le site de référence de l'administration française, a pour but de faciliter les démarches administratives, en orientant vers le bon service public et en présentant clairement et simplement la marche à suivre. Les usagers sont accompagnés sur tous les sujets qui rythment leur quotidien : mariage, déménagement, naissance, mais aussi arnaques en ligne, opération tranquillité vacances, ou encore les dates des vacances scolaires....

Co-construit avec les usagers et les administrations partenaires, il est régulièrement adapté aux besoins des Français et à l'évolution de la réglementation, il centralise les droits des Français et facilite la gestion administrative de chacun.

Les sujets et démarches les plus consultés par les Français

En 2023, 6 millions de français ont consulté le renouvellement de la carte d'identité, 5,4 millions l'acte de naissance, 4,7 millions le livret d'épargne populaire, 4,6 millions les indemnités carburant, 3 millions les frais professionnels et barèmes kilométriques, 2,7 millions les nouvelles obligations de déclaration des logements et 2 millions la vente ou le don de son véhicule.

Les parcours usagers se sont encore simplifiés en 2023, contribuant à des fortes augmentations d'audience sur certaines fiches, comme par exemple, 77% d'augmentation de consultation de la fiche sur

Ecrit par le 3 février 2026

le livret d'épargne populaire, 87% sur le Bafa et 85% sur la sortie scolaire au collège et lycée. Ces croissances d'audience attestent de l'efficacité du référencement et de la qualité du contenu éditorial accessible et compréhensible pour le plus grand nombre.

Les simulateurs de situation progressent avec 26 millions de visites. Le modèle de lettre administrative le plus téléchargé est l'attestation d'hébergement avec près de 4,5 millions de visites.

Simplifier la vie des Français : la mission première du site

Service-public.fr vise la simplicité depuis sa création. Concis, avec des entrées thématiques ou par événements de vie, il fluidifie l'accès aux démarches et aux recherches. Les usagers peuvent réaliser leurs démarches en ligne, être rappelé par téléphone par des informateurs spécialisés dans un certain nombre de domaines (*Allo Service Public*), poser leurs questions par courriel. Grâce à l'annuaire de l'administration, les usagers peuvent aussi se rendre directement à un guichet près de chez eux, notamment dans le réseau des France Services.

Le site poursuit son évolution en restant en contact direct avec les usagers, en multipliant les partenariats et collaboration avec les administrations partenaires. Sa mise à jour régulière, en lien avec l'évolution de la réglementation en fait le premier point d'entrée pratique et complet, indexant l'ensemble des démarches et sites publics afférents et précisant les textes de droit applicables par des liens vers le site Légifrance.

Nouveaux services, nouveaux parcours

En 2023, un nouveau parcours pour gérer les nombreuses questions administratives concernant la perte d'un proche, a été amélioré en fonction de la personne en charge de la démarche (j'organise ma succession, un proche est décédé), dans le cadre d'un partenariat interministériel (DITP). Les résultats sont concluants, avec une audience en hausse de 31 %, soit 462 000 visites sur la démarche en 2023. Un service téléphonique dédié a également été mis en place pour mieux accompagner les usagers confrontés à cet événement douloureux dans leurs démarches administratives et un guide imprimé a été réalisé en complément. S'ajouteront prochainement d'autres événements de vie comme le retour en France après un long séjour à l'étranger.

Une API d'accès aux données de l'annuaire de l'administration et des services publics, utilisable gratuitement, a également été ouverte pour faciliter leur réutilisation. Cette API est libre d'accès et permet de consulter les données suivantes : le référentiel de l'organisation administrative de l'Etat (les institutions, les juridictions, les ministères, les directions d'administration centrale, les autorités indépendantes, les hautes autorités, les établissements publics, les ambassades, etc.) et les bases de données locales (les mairies, les services de l'Etat, les organismes sociaux, etc.). Elle fournit leurs coordonnées, l'arborescence de leur organisation, le nom de leur(s) responsable(s).

Ecrit par le 3 février 2026

L'année 2022 en chiffres :

- **605 millions** de visites
- **6,2 millions de dossiers transmis pour instruction dans le cadre des démarches en ligne service-public.fr**
- **185 000 messages usagers traités**
- **230.000 appels téléphoniques traités** dont 64.400 via le service de rappel téléphonique
- **85.095 abonnés Facebook**
- **85.300 abonnés sur X**

Les contenus de Service-public.fr :

- **3 504** fiches d'information
- **166** simulateurs
- **355** lettres type
- **76 114** organismes locaux et nationaux référencés

Parmi les faits marquants 2022 :

- Annuaire : plus de 76 114 entrées et une API depuis décembre 2023 pour se connecter et suivre les mises à jour
- Nouveau dispositif pour retrouver son véhicule en fourrière (une moyenne de 15 000 requêtes par mois)
- Nouveau RDV commissariat : mise en service en octobre 2023, auprès des commissariats d'Arcachon, de Bordeaux puis de la région Nouvelle Aquitaine. Extension progressive en 2024 sur tout le territoire
- Enrichissement de l'information et amélioration du parcours de l'usager confronté au décès d'un proche
- Début du chantier « numérique écoresponsable »
- Respect de 100% des critères du RGAA (Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité), vocalisation des contenus

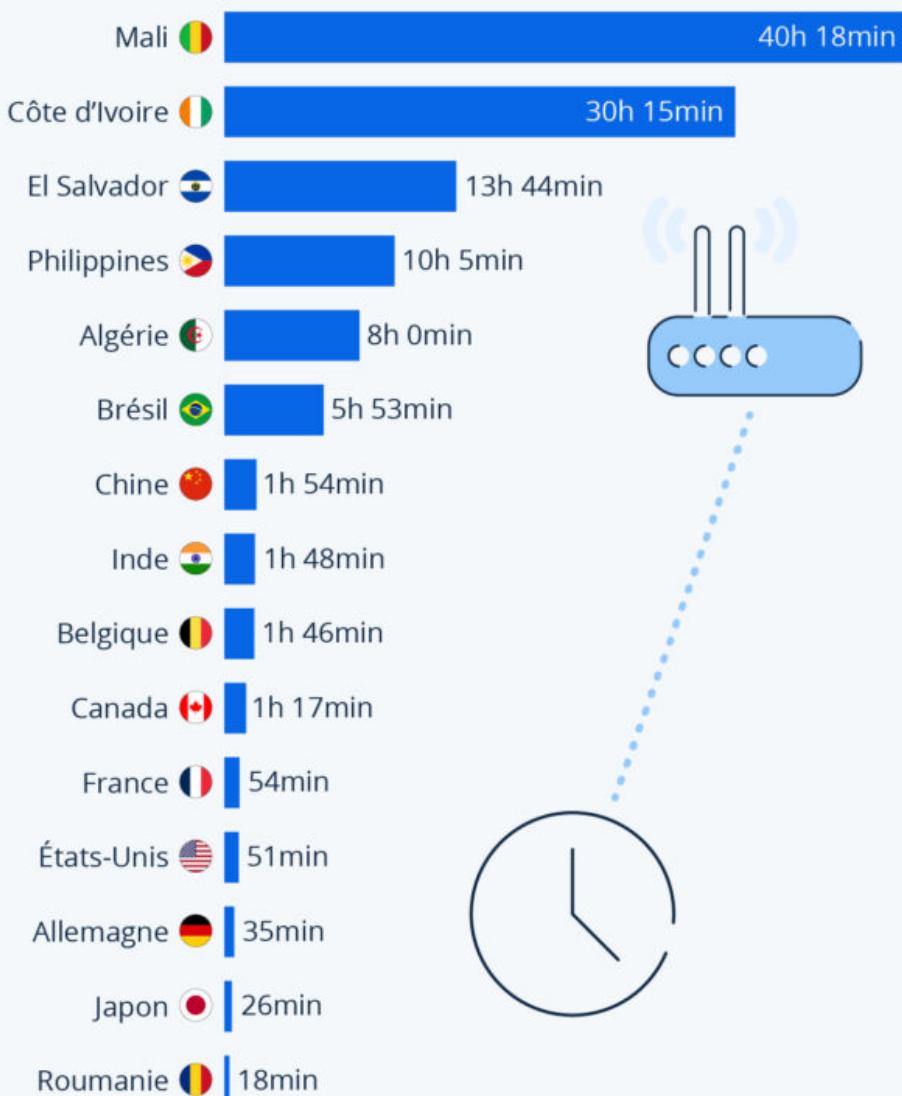
Ecrit par le 3 février 2026

Combien d'heures de travail sont nécessaires pour payer un abonnement à Internet ?

Ecrit par le 3 février 2026

Combien d'heures de travail pour payer Internet ?

Durée mensuelle de travail nécessaire pour payer l'abonnement à Internet fixe haut débit le moins cher *



* Basée sur le salaire net moyen, données de 2023.

Sélection de pays sur un total de 121 étudiés.

Source : Surfshark - Digital Quality of Life Index 2023



statista

Ecrit par le 3 février 2026

Selon l'étude « [Digital Quality of Life Index](#) » publiée chaque année par Surfshark, la France est le pays qui offre la meilleure [qualité de vie numérique](#) à ses citoyens en 2023. Couvrant plus d'une centaine de pays, cette analyse se base sur plusieurs critères comme les [performances du réseau Internet](#), la cybersécurité, le développement des infrastructures et services en ligne, mais aussi l'accessibilité pour la population en matière de prix.

Comme le révèle notre graphique, le coût d'un abonnement à Internet fixe haut débit peut peser très lourd dans le budget des ménages, en particulier en Afrique. Au Mali, si l'on se base sur le salaire net moyen, il faut une semaine entière de travail (40 heures) pour pouvoir se payer l'abonnement le plus abordable. Et qui dit cher ne veut pas forcément dire de bonne qualité, les infrastructures numériques du pays obtenant l'un des pires scores de l'étude.

L'accès à Internet haut débit est également relativement coûteux dans certains pays d'Amérique latine et d'Asie du Sud. Il faut par exemple plus de 10 heures de travail au salaire moyen pour se payer l'abonnement le moins cher au Salvador et aux Philippines.

À l'opposé de l'échelle, c'est en Roumanie que l'accessibilité financière est la meilleure : seules 18 minutes de travail au salaire moyen sont nécessaires pour couvrir les frais d'une connexion fixe dans ce pays. Le Japon (26 minutes) et l'Allemagne (35 minutes) font également partie des bons élèves en la matière.

On observe de grandes disparités entre les pays européens. S'abonner à Internet haut débit revient par exemple à plus de 3 heures de labeur en Grèce, près de 2 heures en Belgique (1 heures 46 minutes) et un peu moins d'une heure en [France](#) (54 minutes).

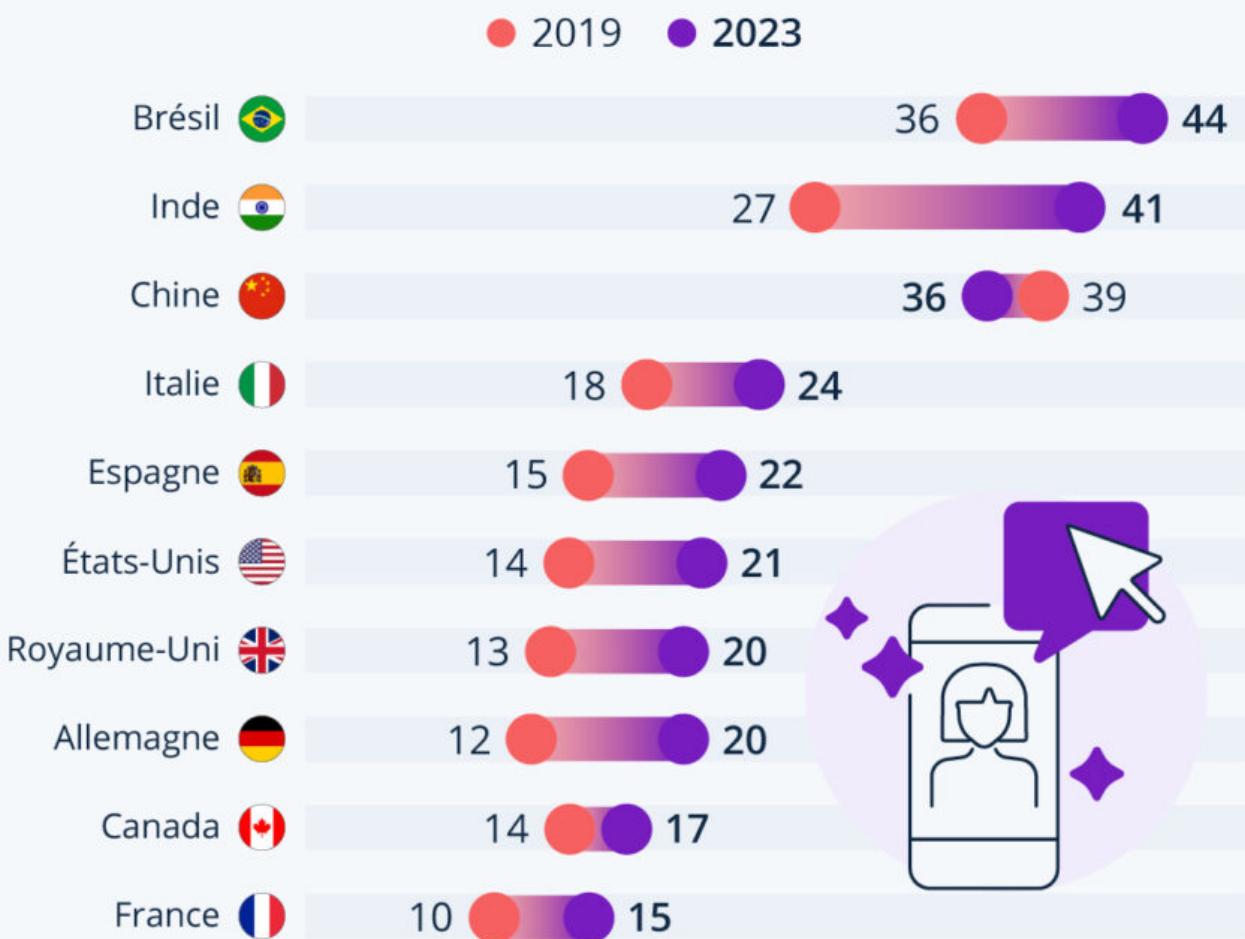
Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

Quelle est l'impact des influenceurs sur les décisions d'achat ?

Ecrit par le 3 février 2026

L'influence des influenceurs

Part des internautes déclarant avoir acheté un produit parce qu'un influenceur/célébrité en a fait la promotion, en %



Base : entre 2 000 et 10 000 internautes interrogés par pays (18-64 ans).

Source : Statista Consumer Insights



statista

Ecrit par le 3 février 2026

Lorsqu'il s'agit de prendre une décision d'achat, la plupart des gens font généralement confiance à l'opinion de leur cercle social : famille, amis ou collègues. Mais ils sont aussi de plus en plus nombreux à suivre les recommandations des [influenceurs](#), ces blogueurs et créateurs de contenu sur Internet et les [réseaux sociaux](#).

Selon une étude issue des [Consumer Insights](#) de Statista qui couvre une dizaine de pays, c'est au Brésil, en Inde et en Chine que les influenceurs semblent avoir le plus d'influence sur le choix des consommateurs. Si la part d'internautes déclarant avoir acheté un produit suite à une promotion de ce genre a augmenté au Brésil et en Inde ces dernières années (pour dépasser 40 %), elle a en revanche diminué en Chine, tout en restant à un niveau relativement élevé (34 %).

En Europe et en Amérique du Nord, la tendance à suivre les conseils d'achat des influenceurs gagne aussi du terrain, même si elle semble pour le moment moins répandue (15 % à 25 % des internautes interrogés en 2023). C'est en France que le taux le plus bas des dix pays analysés a été mesuré.

Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

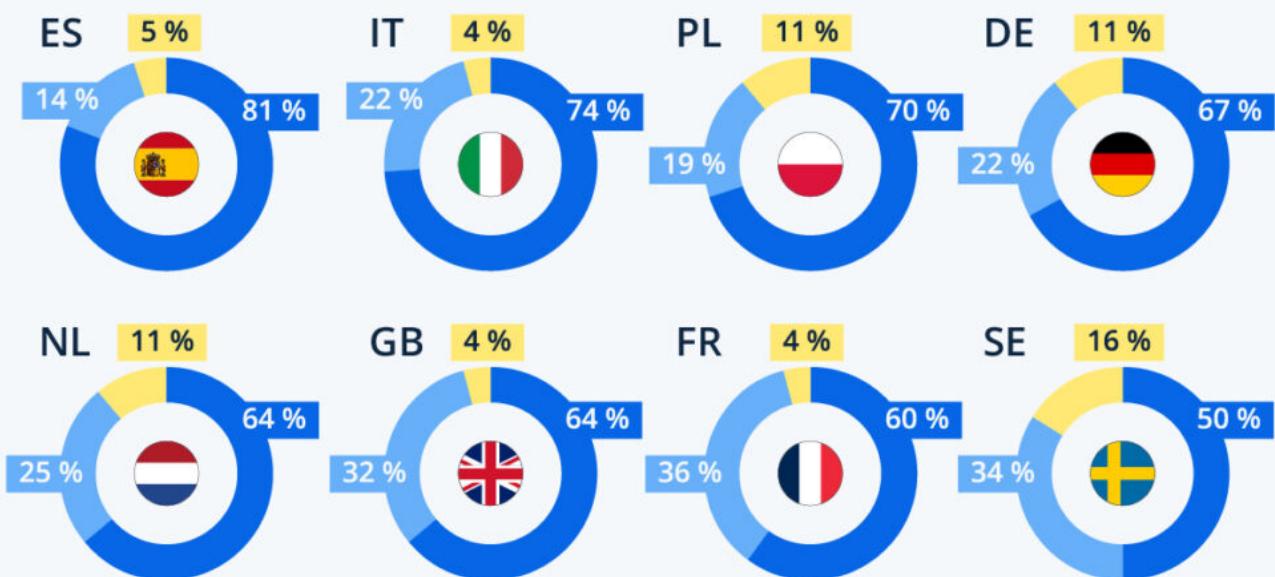
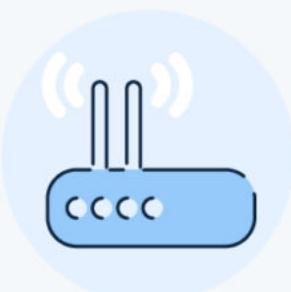
Faut-il réglementer Internet ? Et si oui, comment ?

Ecrit par le 3 février 2026

Faut-il réglementer Internet ?

Réponses à : comment pensez-vous qu'Internet devrait être réglementé ?

- Il doit être mondial et ouvert, avec des normes universelles
- Chaque pays doit fixer ses propres normes
- Il ne doit pas être réglementé



Base : 3 003 adultes interrogés en août 2023 dans dix pays européens.
Sélection de pays.

Source : European Tech Insights 2023 - IE University



Le débat sur la réglementation (ou non) d'Internet et des [réseaux sociaux](#) est un sujet d'actualité brûlant et controversé. En août 2023, une enquête a été menée dans dix pays d'Europe pour connaître les opinions de la population sur la réglementation du Web dans le cadre de l'étude [European Tech Insights](#) de l'université IE. Les données recueillies auprès de plus de 3 000 adultes offrent un aperçu de l'avis des citoyens européens à ce sujet.

Ecrit par le 3 février 2026

Les résultats de l'enquête révèlent une nette préférence dans la plupart des pays étudiés pour un [Internet mondial](#) et ouvert, mais encadré par une réglementation internationale. Les pays les plus enclins à cette approche sont l'Espagne, l'Italie et la Pologne, où plus de 70 % des répondants approuvent cette option. Par ailleurs, on trouve un pourcentage élevé de répondants favorables à l'instauration de règles nationales au Royaume-Uni, en France et en Suède.

En France en particulier, 60 % des personnes interrogées préconisent un cadre réglementaire international, tandis que 36 % préfèrent que chaque pays établisse ses propres règles. Seule une minorité de Français (4 %) estiment qu'Internet ne devrait pas être réglementé.

Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

Arôme : artisan haut de gamme de la communication digitale

Ecrit par le 3 février 2026



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 3 février 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 3 février 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 3 février 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. »

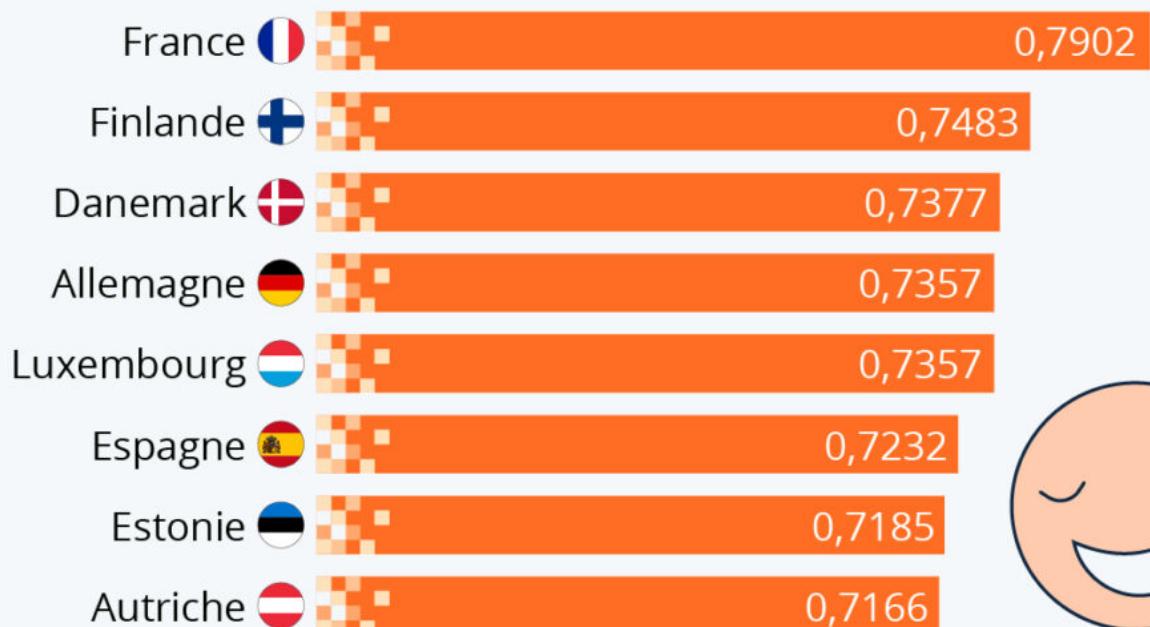
J.R.

La France à la pointe de la qualité de vie numérique

Ecrit par le 3 février 2026

La France à la pointe de la qualité de vie numérique

Classement selon l'indice de qualité de vie numérique en 2023 (meilleur score possible : 1) *



* Basé sur plusieurs critères : accessibilité financière et qualité du réseau Internet, infrastructures numériques, cybersécurité, administration électronique.

Source : Surfshark



statista 

En 2023, la France est le pays qui offre la meilleure qualité de vie numérique à ses citoyens. C'est ce qui ressort de l'[étude annuelle](#) de la société de services VPN Surfshark, qui place l'Hexagone au premier rang de l'indice de qualité de vie numérique sur 110 pays analysés en 2023. Ce classement mondial se base sur plusieurs critères comme l'accessibilité financière et la qualité du réseau Internet, le développement des infrastructures, le niveau d'administration électronique, ou encore la [cybersécurité](#).

Ecrit par le 3 février 2026

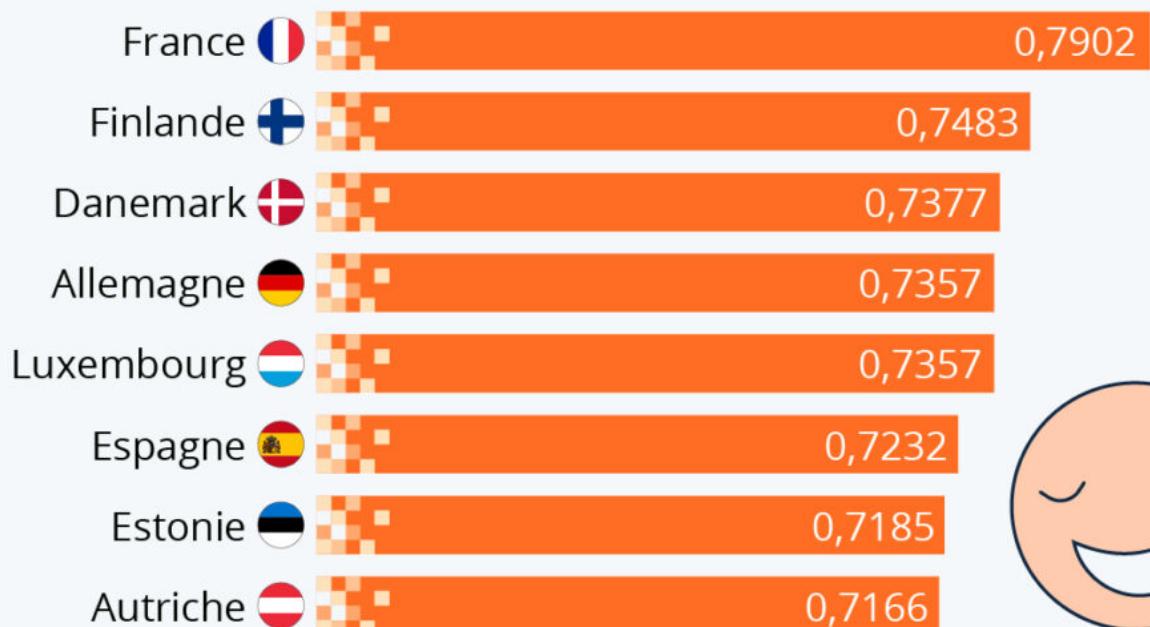
La France progresse ainsi de six places par rapport au classement de 2021, passant d'un score de 0,71 à 0,79 points.

Dans le détail, les principaux points forts de la France dans le domaine numérique restent l'accessibilité financière d'Internet, les lois sur la protection des données et la vitesse du haut-débit. L'Hexagone se situe dans la moyenne des pays développés concernant le développement de ses infrastructures numériques, mais obtient en revanche un score médiocre en matière de stabilité des connexions Internet (36ème sur 110).

Ecrit par le 3 février 2026

La France à la pointe de la qualité de vie numérique

Classement selon l'indice de qualité de vie numérique en 2023 (meilleur score possible : 1) *



* Basé sur plusieurs critères : accessibilité financière et qualité du réseau Internet, infrastructures numériques, cybersécurité, administration électronique.

Source : Surfshark



statista

Cliquez sur l'image pour l'agrandir.

Valentine Fourreau, Statista.

Ecrit par le 3 février 2026

Où sortir ce soir?



Qui ne n'est posé au moins une fois cette question sans trop avoir d'idée ? Où s'informer si on veut aller au spectacle ou voir une exposition ? Pas évident. On peut affirmer qu'il existe une dichotomie importante entre l'offre culturelle d'un territoire et ce que ses habitants en connaissent ou en savent. A l'heure du numérique et de l'intelligence artificielle c'est tout à fait étonnant. La culture fait-elle de la résistance au numérique ?

La culture fait-elle de la résistance au numérique ?

Les Parisiens ont de la chance sur au moins un point, ils ont l'Officiel des Spectacles, un guide hebdomadaire papier et aujourd'hui numérique qui se veut exhaustif. Tous les films, concerts, spectacles, expositions, visites et activités pour les plus jeunes de la région parisienne y sont répertoriés avec toutes les informations pratiques nécessaires. Dans le Vaucluse, comme sur d'autres territoires, il n'existe malheureusement pas de support comparable. Si on cherche par exemple un spectacle vivant il faut partir dans des recherches longues et pas toujours fructueuses. Certes, il y a bien les sites de billetteries en ligne qui s'efforcent de répertorier le maximum d'événements. Mais les petits spectacles, les initiatives locales n'y sont pas proposés. On peut aussi s'abonner aux newsletters des salles que l'on aime. Mais comment avoir une vue d'ensemble ?

Ecrit par le 3 février 2026

La place de la culture dans les médias n'est pas à la hauteur de la richesse et de la diversité de la création

Certes, il y a aussi les journaux qui réalisent des critiques et mettent en avant certains événements culturels. Mais pour un article combien sont-ils à ne pas avoir accès aux colonnes ou aux micros de la presse ? La place de la culture dans les médias n'est pas à la hauteur de la richesse et de la diversité de la création. C'est normal vous dirons les responsables de ces médias, la culture ne fait pas beaucoup d'audience. Ce n'est pas que la culture n'intéresse personne c'est que la thématique n'intéresse pas forcément tout le monde et au même moment. Une critique sur un spectacle de danse ne suscitera que l'intérêt qu'auprès des amateurs de cette discipline, qui ne sont sans doute pas majoritaire dans le lectorat d'un journal. A moins que ce soit un grand nom de la danse. On touche là le cœur du sujet. Comment sortir du mainstream et mettre en lumière la nouveauté et le différent ? C'est essentiel puisqu'il s'agit de l'avenir et du renouvellement. Si on ouvre pas d'avantage sur la nouveauté on risque de tourner en rond assez rapidement. C'est d'ailleurs un peu ce qui se passe aujourd'hui avec la création musicale actuelle qui n'offre malheureusement pas dans sa représentation média la richesse de ce qu'elle est réellement aujourd'hui.

Comment sortir du mainstream et mettre en lumière la nouveauté et le différent ?

A un moment où même votre compagnie d'assurance vous envoie un sms pour vous prévenir qu'il va faire très chaud et qu'il est important de s'hydrater, nous ne sommes pas en capacité de nous prévenir qu'autour de nous il y a peut-être un spectacle qui pourrait nous plaire. On recueille nos données personnelles de partout avec nos parcours numériques, mais étonnamment rien sur la culture. Serait-elle pas suffisamment marchande ? C'est certainement une bonne nouvelle, mais pour une fois que le numérique pourrait avoir une utilité culturelle...