Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 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 aisé 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 multi nationales d'avoir une bien meilleure maitrise 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 (*S*earch engine optimization ou optimisation pour les moteurs de recherche) est devenu un des outils les plus efficace et indispensable pour être

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 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'apparaitre 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 divisait par 3 ou 4 », analyse le créateur d'Arome.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 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 ?

Créée 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 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. »

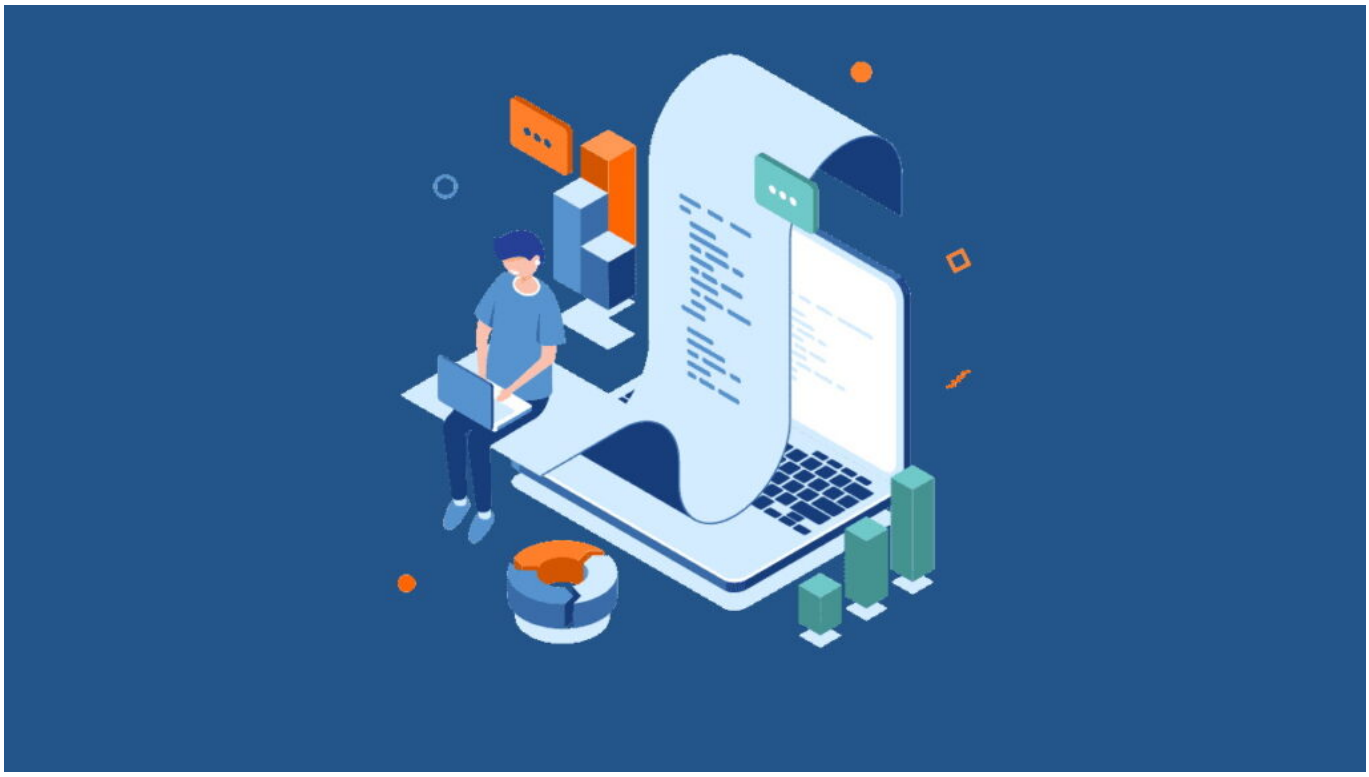
Face à cette alternative, quasi obligatoire, apporté par Google, Rémi Vicente a réussi à optimiser ce dispositif, mais cela n'est pas sans conséquences. « Aujourd'hui les demandes de prospects que les sites avaient naturellement commencent à être drastiquement réduites comme un goulet d'étranglement. 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 Googles 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 ».

La Compagnie Nationale des Commissaires aux Comptes lance The SmartList, la plateforme de référence des entreprises auditées

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026



La Compagne Nationale des Commissaires aux Comptes (CNCC) lance The SmartList, la plateforme de référence des entreprises auditées. D'accès libre et gratuit, The SmartList se veut une contribution tangible en faveur d'une économie plus sûre. Elle entend valoriser toutes les entités économiques engagées dans une démarche de transparence avec un commissaire aux comptes à leurs côtés.

Une plateforme d'accès libre et gratuit au service de l'intérêt général

The SmartList est la nouvelle plateforme éditée par la Compagnie nationale des commissaires aux comptes, instance représentative de la profession en France. Le site, d'accès libre et gratuit, rassemble toutes les entités économiques (entreprises, associations, fondations, etc.) dont les comptes sont certifiés, ou qui ont bénéficié de missions ciblées de diagnostics ou d'attestations réalisées par un commissaire aux comptes.

Avec The SmartList, la profession poursuit trois objectifs :

- mettre en avant ces entités économiques et leur engagement dans une démarche de transparence,
- offrir à tout un chacun la possibilité de les identifier à l'échelle régionale et nationale,
- promouvoir toutes les actions qui nourrissent la confiance au sein de l'économie en capitalisant sur l'intervention d'un tiers indépendant.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

L'intervention du commissaire aux comptes : un label de confiance à faire valoir

« Avec cette initiative, la Compagnie nationale des commissaires aux comptes entend proposer aux dirigeants d'entités dont les comptes sont certifiés un nouvel outil leur permettant de tirer pleinement le bénéfice de la mission de leur commissaire aux comptes en termes de communication, en donnant à voir sur The SmartList la dimension de « label » de confiance de la signature du commissaire aux comptes » précise Yannick Ollivier, président de la CNCC.

Pour le grand public, les entreprises en recherche de partenaires ou d'opportunités commerciales avec des acteurs de confiance, l'onglet de recherche géographique et sectorielle de The SmartList constitue une ressource pour accéder à des données fiables, vérifiées par les commissaires aux comptes des entités concernées et validées par leurs dirigeants.

Au-delà de la mission de certification, The SmartList permet également à toutes les entités économiques faisant appel aux services d'un commissaire aux comptes dans le cadre de missions ponctuelles de diagnostics ou d'attestation d'être référencées. Ce faisant, la plateforme valorise toutes les démarches susceptibles d'entretenir la confiance au sein de l'économie sur des volets aussi divers que l'impact social et environnemental ou la cybersécurité.

Pour en savoir plus, découvrez la vidéo de présentation et rendez-vous sur www.thesmartlist.eu.