

Le lexique des définitions marketing, communication, publicité

- **1:1** : Voir One-to-one.
- **1 to 1** : Voir One-to-one.
- **1/2 D1** : Une des résolutions d'image MPEG-2 de 352 x 576 (PAL/SECAM) ou 352 x 480 (NTSC) utilisé dans le format DVD-Video.
- **2/3 D1** : Résolution d'image MPEG-2 de 480 x 576 (PAL/SECAM) ou 480 x 480 (NTSC) exploitée dans le format SVCD.
- **2-2 pulldown** : Le processus de transfert d'un film cinéma 24 images par seconde en vidéo PAL/SECAM 25 images par seconde. Le film est enregistré avec une augmentation de sa vitesse de lecture de 4 %.
- **2-3 pulldown** : Le processus de transfert d'un film cinéma 24 images par seconde en vidéo NTSC 30 images par seconde en diffusant une des images en deux trames puis la suivante en trois trames.
- **3-2 pulldown** : Variation du 2-3 pulldown. La première image est diffusée sur 3 trames au lieu de deux.
- **4:1:1** : Méthode d'échantillonnage de vidéo numérique par composante qui utilise un échantillon luminance/Bleu Cb (composante bleue) et un échantillon luminance/Rouge Cr (composante rouge) pour 4 échantillons de luminance (Y).
- **4:2:0** : Méthode d'échantillonnage de vidéo numérique par composante qui utilise un seul échantillon Cb (composante bleue) et Cr (composante rouge) ,soit 1 ligne sur deux, pour 4 échantillons de luminance. Utilisé entre autre dans le cadre du DVD-Video.
- **4:2:2** : Méthode d'échantillonnage professionnelle de vidéo numérique par composante. Tous les pixels sont échantillonnés sur leur valeur de luminance (Y) . Un pixel sur deux est échantillonné pour la différence luminance/Bleu Cb (composante bleue) et luminance/rouge Cr (composante rouge). Rien à voir avec le foot ;)
- **4:3** : (dire "quatre tiers") Format de télévision écran large dont le rapport d'écran largeur sur hauteur d'image est 4 / 3 soit 1.33 fois plus large que haut.
- **4:4:4** : Format de vidéo numérique composante ou chacun des pixels dispose d'un échantillon Cb, Cr et luminance.
- **4C** : Sigle qui représente les 4 entreprises IBM, Intel, Matsushita, Toshiba (www.dvdcca.org) qui a défini entre autre la technologie de protection numérique CPPM.
- **5:1** : Configuration de haut-parleurs la plus classique du Home Cinéma sur 4 enceintes plus 1 caisson spécial pour les effets type explosion et effets spéciaux.
- **10 i** : Remplacerait selon certains théoriciens du marketing les 4P du mix. 10i comme : innovation, intégration, interactivité, immédiateté, interconnexion, information, intermédiation, individualisation, itération, invitation.
- **525/60** : Système de diffusion TV de 525 lignes par image et 60 trames entrelacées (30 images) par seconde. Correspond au standard de télévision NTSC.
- **625/50** : Système de diffusion TV de 625 lignes par image et 50 trames entrelacées (25 images) par seconde. Correspond aux standards de télévision PAL et SECAM .
- **16:9** : Format de télévision écran large dont le rapport d'écran largeur sur hauteur d'image est 16 / 9 soit 1.78 fois plus large que haut. Parfois référencé sur les jaquettes des DVD-Video par les chiffres 1.78:1.
- **8/16 modulation** : Une des étapes de la transformation de données brutes en données stockées sur un DVD, aussi appelée EFM+.

A

- **ABC** : Abréviations utilisées en marketing direct dans lesquelles A signifie le pays d'origine, B le pays de transit et C le pays de destination. Compte tenu des objectifs de distribution, des contraintes financières et des délais, on peut par exemple avoir des distributions de plis en ABB par exemple.
- **AC-3** : Ancien nom du format Dolby Digital des laboratoires Dolby.

- **ACD** (Automatic Call Distributor) : Distributeur automatique d'appels entrants en fonction du flux et de la disponibilité des équipes.
- **ADPCM** : Adaptive differential pulse code modulation. Technique de compression d'un fichier audio qui encode la différence entre un échantillon sonore et le suivant par prédiction, de manière non destructive ou destructive selon ses déclinaisons.
- **ADSL** (Asymmetric Digital Subscriber Line) : Standard de télécommunications permettant un signal numérique élevé (6 mégabits par seconde ou plus). Nota : l'ADSL a une largeur de bande plus importante pour le téléchargement que pour la télétransmission.
- **ADV** : Axe De Visibilité. Voie de circulation piétonne ou automobile d'où l'on peut voir un support d'affichage (la distance de visibilité est au maximum de 80 mètres).
- **AID**(Automatic Interaction Detector) : Méthode statistique de segmentation.
- **ANFR** (Agence Nationale des FRéquences) : Cet organisme assure la gestion et le contrôle du spectre des fréquences radioélectriques en France. Il coordonne aussi l'action de la représentation française dans les négociations internationales pour ce domaine.
- **API** (Application Programming Interface) : Interface de programme d'application. Elle définit l'interface logicielle qui fait le lien entre les programmes d'application (ceux dont se sert l'utilisateur) et l'interface des services réseau (programmes qui communiquent entre eux).
- **ASP** (Application Service Provider) : Éditeur de logiciels proposant d'héberger l'application sur ses propres serveurs contre un paiement pour les consultations.
- **ASR** : Automated Speech Recognition, reconnaissance vocale.
- **ATL** : Above the line. Voir cette définition dans *Lexicom*, édité chez Bréal
- **A plat** : Complète la définition (2) du Lexicom. Certains papiers réagissent plus inégalement que d'autres en présence de l'humidité, provoquant un gauchissement préjudiciable à une impression avec repérage.
- **Abandon d'appel** : En télémarketing, un appel est dit abandonné lorsqu'une connexion a été établie par le système alors qu'aucun opérateur n'est disponible sur le moment.
- **Abandonnistes** : Voir Churns.
- **Accès conditionnel** : Technique alliant des opérations d'embrouillage et de gestion d'abonnement limitant l'accès aux programmes en diffusion grâce à une carte à puce assurant le désembrouillage dans le terminal de l'abonné. Ex : Viaccess et Médiaguard.
- **Access panel** : Groupe d'internautes qui ont accepté de participer de façon ponctuelle à des enquêtes différentes pour des clients différents. Le recrutement s'effectue via un ou plusieurs sites, des campagnes d'emailing, d'autres sources off line.
- **Achats spéculatifs** : Achats supérieurs aux besoins nécessaires à la satisfaction d'une demande afin de bénéficier d'une tarification plus avantageuse.
- **Actifs cachés** : Voir Voir Adjacence.
- **ActiveMovie** : Ancien nom de la technologie DirectShow de Microsoft.
- **Activité discrète** : Activité pouvant être gérée indépendamment des autres (concept lié à la stratégie d'entreprise).
- **Ad impression** : Voir Expositions (nombre d').
- **Ad request** : Lors d'une requête sur une page éditoriale web, appel de chacun des objets publicitaires destinés à cette page.
- **Adcept** : Mot valise composé de ad (publicité) et concept. Concept publicitaire.
- **Additifs** : Matières premières auxiliaires et non cellulosiques introduites au cours de la fabrication du papier afin d'agir sur ses caractéristiques (résistance, opacité, état de surface, blancheur...). Ces additifs sont les charges, les colles, le sulfate d'albumine, les agents de rétention, les colorants...
- **Adjacence** : Actif caché de l'entreprise qui offre le double avantage d'être gratuit (elle le possède déjà) et presque immédiatement rentable. L'adjacence est très souvent recherchée en interne et repose dans ce cas sur la marque, le réseau de distribution, la logistique, le savoir-faire... Synonyme : Actifs cachés.
- **Advertiser Domain** : Domaine vers lequel pointe la création publicitaire. Ce nouveau critère de ciblage offre la possibilité de réaliser une analyse agrégée (dédupliquée) de toutes les créations publicitaires (bannières) pointant vers un même domaine Web.

- **Affichage temporaire** : Campagnes utilisant des affiches imprimées pour des durées de conservation courtes, par opposition à la longue conservation.
- **Affiliation** : Programme par lequel une entreprise rémunère par une commission les sites partenaires qui établissent des liens vers ses produits ou son site. 2 - Adhésion à un réseau ou à une centrale (dans le cas de la distribution franchisée) ; à l'expiration du contrat de franchise, certains réseaux prévoient une clause de "non affiliation" à un réseau concurrent pendant un certain temps et sur une zone géographique donnée.
- **Affimétrie** : GIE créé en 1992 par Avenir, Dauphin et Giraudy et ayant développé un logiciel de médiaplanning permettant de déterminer l'audience précise des réseaux d'affichage exprimée en ODV, couverture, répétition et GRP. Ces données sont obtenues par le croisement des déplacements effectués par les Français et les ADV des panneaux.
- **Agent** : 1 - Intermédiaire mandaté par un ayant-droit pour trouver et négocier des contrats. 2 - Voir Téléopérateur.
- **Agrégateur** : Logiciel ou service en ligne permettant de lire des fils RSS, en particulier les derniers billets publiés sur ses blogs favoris. On parle également de "lecteur RSS".
- **Agrément du successeur** : Condition contractuelle entre un franchiseur et un franchisé donnant droit au premier d'agréer le successeur du second. Cela s'explique par le caractère intuitu personae du contrat.
- **Aire urbaine** : Ville au sens "zone d'influence". Il s'agit d'un pôle urbain complété par les communes périphériques qui envoient au moins 40% de leurs actifs travailler dans le pôle urbain ou dans des communes attirées par celui-ci. L'aire urbaine mesure le pouvoir d'attraction "au quotidien" des villes sur les communes périphériques. Il existe 361 aires urbaines en France métropolitaine (définition INSEE de 1997).
- **Aldisierung** : Néologisme allemand créé à partir du nom de marque Aldi (le hard discounter), signifiant littéralement "Aldirisation". Nous pourrions le traduire par "Edisation"....
- **Algorithme** : Procédure informatique qui prend des valeurs en entrée et produit un jeu de valeurs en sortie.
- **Alter consommateur** : Consommateur se battant pour défendre les intérêts de la collectivité (à la différence du consommateur qui se bat pour défendre ses intérêts propres), se méfiant de la raison marchande et du "tout consommer". Pour l'alter consommateur, le produit ne doit pas être une fin en soi : il n'est qu'un moyen.
- **Ambient marketing** : voir Médias tactiques
- **Ambiguïté causale** : Désigne la difficulté pour un compétiteur de connaître quelles sont les ressources et / ou les compétences qui sont à l'origine de la performance d'une firme donnée.
- **Analogique** : Caractérise la représentation d'un phénomène physique par la variation continue d'un signal électrique. Il qualifie donc un type de codage des informations et s'oppose au numérique.
- **Annuaire de recherche** : Site qui classe de façon thématique les sites qu'il sélectionne. Des éditeurs analysent le contenu des sites et créent des résumés de ce contenu pour orienter leurs visiteurs.
- **Antériorité** : Droit de propriété intellectuelle ou industrielle, tel qu'un droit d'auteur, une marque, un dessin, un modèle, un brevet, une dénomination sociale, un nom commercial, une enseigne, une appellation d'origine, etc., existant antérieurement et conférant à son titulaire le droit d'interdire l'utilisation de son droit par un tiers, sans son consentement.
- **Appellation d'origine** : Dénomination d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus au milieu géographique, comprenant des facteurs naturels et des facteurs humains.
- **Application Service Provider** : Voir ASP.
- **Apprentissage consommateur** : Modifications des comportements du consommateur tenant compte des bénéfices et des pertes antérieurs face à des situations données.
- **Approvisionnement** : Une des fonctions primaires de la distribution consistant à acheter des produits. Elle va de pair avec le Sourcing (Voir de mot) puis le stockage. La fonction d'approvisionnement a pour mission de procurer à l'entreprise les produits (biens et services) nécessaires à son fonctionnement en qualité, en quantité et dans les délais requis par les utilisateurs, au coût d'achat le plus réduit et au coût d'utilisation le plus rentable.
- **Arbre de décision** : Ensemble de nœuds, branches et feuilles qui commence à partir d'un seul nœud communément appelé nœud racine ou tronc. Chaque nœud représente un test ou une décision.

- **Argumentaire** : 2 - Texte que le téléacteur doit parfaitement maîtriser pour émettre ou réceptionner les appels d'une campagne donnée. L'argumentaire est souvent préparé avec la participation du client.
- **Artefact** : Terme générique pour définir un défaut visuel non présent dans la vidéo d'origine (effets de blocs, moustiques, neige, bruits vidéo) et indépendant des réglages du téléviseur. Ce défaut a été ajouté par un des traitements dont a fait l'objet la vidéo : problème de transfert, de compression, de lecture, ...
- **Article** : (ajout de précisions) 1 - Synonyme : item, référence.
- **Assistant d'achat** : Voir Shopbot.
- **Assistance à jeter** : Il s'agit d'un des objectifs assignés à l'emballage et au conditionnement. Il consiste à mettre en place une réduction du volume et une séparation des matériaux afin de permettre au consommateur de trier ses déchets et de les mettre dans la bonne poubelle.
- **Atawad** : Any time, any where, any device. Mode d'accès à l'information multimédia s'affranchissant des contraintes de temps, de lieu et de support matériel / terminal.
- **Atelier de valeur** : Structure économique proposant à un acheteur ses compétences et une approche unique de résolution d'un problème... sans garantie du résultat. Ex. : agence de communication.
- **Authoring** : Terme général employé pour désigner la création d'un titre vidéo (DVD, Video-CD, SVCD, ...) : cela comprend l'encodage de la vidéo et des images, le dessin des interfaces, l'organisation de l'interactivité, ...). Les logiciels qui réalisent ce type d'opération sont appelés des systèmes auteurs.
- **Avantages comparatifs** : Avantages concurrentiels liés aux ressources de la firme.
- **Avantages compétitifs** : Avantages concurrentiels dus au positionnement d'une entité sur un marché.
- **Avantages recherchés** : Bénéfices principaux dont le client espère profiter lorsqu'il achète ou consomme un produit ou un service.

B

- **B2B** : Voir Business to business.
- **B2C** : Voir Business to consumer.
- **B2R** : Voir Business to retail.
- **BP** : Voir Business plan.
- **B to B** : Voir Business to Business.
- **B to C** : Voir Business to consumer.
- **B to R** : Voir Business to retail.
- **BIN** : Abréviation pour ".biz", ".info" et ".name".
- **BTL** : Below the line. Voir cette définition dans *Lexicom*, édité chez Bréal
- **Babillard** : Voir Chat.
- **Baboons** : Abréviation de "Baby Boomers No Savings". Génération de seniors préférant investir (souvent dans les loisirs et les activités égocentriques) plutôt que dans l'épargne.
- **Bâche** : Dispositif tendu devant un mur ou une structure spéciale qui permet des réalisations de dimensions géantes. Peut être peint ou imprimé à l'unité. Synonyme : Toile.
- **Back-office** : 1 - Appui à des structures de vente. 2 - Structure chargée de reprendre contact avec les appelants après une première communication et d'assurer le suivi des dossiers. 3 - Système informatique de gestion qui n'est pas en relation avec la clientèle d'une organisation (gestion des stocks, ressources humaines, paie... Contraire : Front-office.
- **Back out** : Un back out intervient lorsqu'un visiteur clique sur une bannière publicitaire qui active le chargement d'une page mais qui interrompt le chargement par l'usage des touches stop et back.
- **Bailleur** : Personne physique ou morale signant un engagement de location (ou bail) avec une société d'affichage, pour autoriser l'implantation de panneaux sur un terrain ou un mur dont elle est propriétaire.
- **Bande de fréquence** : Espace physique dans lequel les ondes électromagnétiques peuvent être transmises. La télévision hertzienne terrestre est diffusée en France dans les bandes de fréquences

UHF(Ultra High Frequency) ou VHF(Very High Frequency). Les ondes sont captées par des antennes appelées "antennes râteau".

- **Bande large** : Classe de technologies permettant un accès Internet ultra-rapide. Les lignes d'accès numériques et les modems câblés sont des exemples de technologie à bande large. Synonyme : broadband.
- **Bande passante** (d'un multiplex) : Dans le cadre de la télévision numérique terrestre, il s'agit du débit en Mégabits/seconde maximal offert dans un multiplex.
- **Bandeau** : 3 - Forme de publicité sur Internet qui apparaît sur l'écran et dont le format, variable, est cependant standard (taille la plus courante : 468x60 pixels). Synonyme : Bannière.
- **Bannière** : Voir Bandeau.
- **Barrière de sortie** : 1 - Un internaute ayant investi dans une relation d'apprentissage avec un site web commercial va se heurter à une barrière psychologique et pratique lorsqu'il envisagera de s'adresser à un site concurrent. Cette barrière est due à la nécessité de recommencer une relation d'apprentissage avec le nouveau site pour obtenir le même niveau ou la même commodité de service.
2 - Voir Obstacle à la sortie.
- **Base de données marketing** : Ensemble des données disponibles sur les clients et / ou les prospects (profil quantitatif et qualitatif des achats, occasions de contacts avec l'entreprise...) qui permettent de personnaliser et d'anticiper les relations avec eux. Cette base de données peut être alimentée par le front ou le back office (Voir ces mots).
- **Base de données multidimensionnelle** : Base dont les données sont stockées de manière à optimiser l'accès aux informations suivant des requêtes non prévues lors de la création de la base.
- **Béquet** : Voir Béquet.
- **Benchmark** : Processus continu et systématique d'évaluation des produits, services et méthodes de concurrents et / ou d'entreprises reconnues comme étant les meilleurs.
- **Béquet** : Petit morceau de papier collé ou agrafé à hauteur d'un passage que l'on veut compléter.
- **Besoins orphelins** : Besoins auxquels aucune offre ne correspond.
- **Bible opératoire** : Document confidentiel produit par le franchiseur et mode d'emploi de l'entreprise franchisée. Il contient le savoir-faire du franchiseur, parfois ventilé en plusieurs tomes : gestion, marketing, communication, identité visuelle et charte. Notons aussi qu'une approche thématique des fonctions est souvent choisie : manuel du directeur, manuel du vendeur... Ces éléments servent de support de formation et sont à remettre au franchiseur à l'issue du contrat de franchise. Synonymes : Manuel opératoire, Manuel de franchise.
- **Bidonner** : 2 - Terme argotique signifiant inventer les éléments d'une information.
- **Billboard** : Voir Carré.
- **Billet** : Entrée publiée sur un blog. Synonyme de "note" ou d'actualité, au sens large. Peut se limiter à un simple lien ou à une photo, mais se compose le plus souvent d'un texte court enrichi de liens externes. Souvent, chacun des billets publiés peut être commenté par les visiteurs du blog. Post en anglais.
- **Blancheur** : La blancheur d'un papier est obtenue par l'utilisation de produits chimiques sur la pâte écrue et / ou d'adjuvants dans la composition de la couche. La blancheur affecte le contraste recherché lors de l'impression.
- **Bling bling attitude** : Exposition ostentatoire des breloques, chaînes, bracelets, croix et insignes divers par les acteurs des cultures urbaines. Par extension, la bling bling attitude recouvre tous les signes extérieurs de richesse, le luxe ostentatoire, les voitures chromées, les villas de rêve, les bimbos...
- **Bloatware** : Service comprenant de nombreuses fonctionnalités... dont l'acheteur n'en utilise qu'une partie, à l'exemple des logiciels bureautiques.
- **Bloc adresse** : Espace rectangulaire formé par l'adresse postale dans un support de marketing direct.
- **Blocage** : Lors de la réservation d'un réseau d'affichage, on dit que telle ou telle campagne est mise " sous option ". Lorsque le client décide réellement d'acheter ce réseau, son option se transforme en blocage. Ce blocage vaut pour bon de commande.

- **Blog** : Contraction de "Web Log". Site Web caractérisé par un format qui prend la forme de textes, de liens hypertextes et/ou d'images publiés au fil de l'eau, en général par un auteur unique, à titre personnel. Définition plus détaillée ici.
- **Blogosphère** : L'ensemble des blogs existants, ou la communauté des blogueurs.
- **Blue cat** : Sujet à la personnalité singulière et différenciante. On peut ainsi qualifier une marque très différente de ses concurrents de blue cat.
- **Bluecasting** : Technique de marketing et de communication consistant à envoyer à un destinataire des messages ou des contenus via Bluetooth, par ex. à partir d'une borne, d'une affiche ou de tout autre émetteur.
- **Bogof** (ou **bogoff**) : Buy one, get one free (ou buy one, get one for free). Mécanisme promotionnel consistant à proposer un produit gratuit pour le même acheté.
- **Border (produit)** : Voir Produit border.
- **Border line** : Limite limite ! Ex : "cette créa est border line" ; elle est aux limites du bon goût, ou de l'éthique, ou du trash, ou de ce qu'il est possible de faire compte tenu de contraintes juridiques par exemple.
- **Borne interactive** : Borne généralement située dans une surface de vente permettant au client d'accéder aux offres produits services d'une marque et / ou à ses données personnelles.
- **Bouffant** : Papier dit " brut de machine " de composition fibreuse, dont la main est égale ou supérieure à 1,70.
- **Bounce** : Équivalent des NPAI (Voir ce mot) mais pour les e-mails. Taux des e-mails renvoyés au serveur du fait d'un adressage incorrect.
- **Brick and mortar** : Entreprise traditionnelle (faite de briques et de mortier). Contraire : Pure player
- **Brief agence** : Ensemble des informations communiquées par un annonceur qui permettront à une agence de proposer une stratégie de communication puis une stratégie des moyens adaptées.
- **Broadband** : Ensemble des technologies permettant un débit rapide sur Internet. Voir Bande large.
- **Broadcast** : Emission d'informations (audio, TV) vers les abonnés. Contraire : Webcast. Cette définition complète celle du **Lexicom**.
- **Brouillage** : Signaux autres que le signal reçu de l'émetteur utile et qui risquent de perturber la réception de ce dernier s'ils dépassent un seuil donné. Ce seuil dépend du canal sur lequel le brouillage est reçu par rapport au canal du signal utile et des caractéristiques du récepteur. Les brouillages les plus connus sont ceux qui arrivent sur le même canal que le signal utile (brouillage co-canal) et ceux qui arrivent sur les canaux adjacents (brouillage canal adjacent). Synonyme : interférences.
- **Bulker** : 1 - Organisation envoyant des mails (spams) en masse à partir de fichiers ou d'adresses récupérés en ligne. 2 - Logiciel permettant de télécharger (illégalement) les adresses mail de participants à des forums afin de procéder à des publipostages en nombre.
- **Bundle** : Littéralement paquet. Un bundle désigne souvent un lot d'articles destiné à la vente dans le cadre d'une offre.
- **Burn out** : Voir Effet d'usure.
- **Business intelligence** : Intelligence économique. Ensemble des technologies favorisant la prise de décision, en organisant la chaîne de valeur qui transforme les données en information puis en connaissance, enfin en décision, puis en action. Application stratégique permettant d'optimiser l'analyse et le pilotage de l'activité commerciale et marketing : force de vente, commandes de produits, facturations, livraisons, analyse de la concurrence... Elle fournit des rapports et synthèses destinés à l'analyse de la performance commerciale (ex. : évolution du CA), à piloter les forces de vente, à mieux cibler les campagnes de communication, etc. Synonyme : Informatique décisionnelle.
- **Business model** : Ensemble des éléments et facteurs qui définissent le métier d'une entreprise, son savoir-faire, l'origine de ses résultats (CA, marge) en fonction de plages de progression temporelles.
- **Business plan** : Matérialisation du projet futur d'un entrepreneur et comprenant, entre autres, les plans de financement, de développement et d'investissement. Abréviation : BP.
- **Business to consumer** : Relations commerciales menées auprès d'une cible de consommateurs finaux.
- **B to B** : Business to Business. : Secteur des entreprises offrant des biens et services à d'autres entreprises.

- **Business to retail** : Relations commerciales menées auprès d'une cible de distributeurs / revendeurs.
- **Buteau** : Plaque fixée sur le panneau et portant une mention indiquant le nom du réseau et le nom de la société (obligatoire, cf art. 5 Loi 79).
- **Buzz** : Bruit autour d'un sujet de communication (organisation, marque...) qui accroît sa notoriété.
- **Buzzing** : Technique consistant à inciter une star à utiliser une marque lors de soirées VIP et de créer ainsi un effet de bouche à oreille.

C

- **CAA** : Car audio specialists and auto accessorists. Distributeurs spécialisés dans les autoradios et les accessoires pour l'automobile.
- **CAMM** (customer attributes management method) : Méthode d'évaluation des attributs d'une offre reposant sur des interviews en profondeur de clients auxquels sont proposés des arbitrages simples, ce qui permet par chaînage de quantifier avec précision la valeur relative d'attributs à différents niveaux de qualité et de prévoir le comportement de l'utilisateur face à différentes offres ("multi-attribute utility theory").
- **CATI** (Computer Assisted Telephone Interview) : Système permettant de recueillir des données en direct durant l'entretien téléphonique sans avoir recours au papier.
- **CES** : Consumer Electronic Stores. Cette catégorie de magasins comprend les grands multi-spécialistes, les petits spécialistes et les spécialistes photo.
- **CITI** : Collecte Informatisée de Trajets Individuels. Logiciel développé spécifiquement pour Affimétrie, permettant la saisie et le stockage des trajets d'un individu interrogé. Il consiste en un maillage de nœuds développé sur une cartographie informatique. Chaque nœud représente sur la carte un carrefour ou une intersection. Il suffit à l'enquêteur de relier les nœuds les uns aux autres pour reconstituer chaque déplacement du trajet-veille.
- **CLI** (identification de l'appelant) : Mécanisme permettant, en télémarketing, de connaître le numéro de celui qui appelle.
- **CMYK**(Cyan, magenta, yellow, black) : Les quatre couleurs de l'imprimerie.
- **CNO** : Abréviations pour ".com", ".net" et ".org".
- **COFDM** (Coded Orthogonal Frequency Division Multiplex) : Technique de modulation de la télévision numérique et de la radio (DAB). C'est une modulation par multiplexage à multiples fréquences orthogonales. Son principal avantage est de rendre les échos constructifs, offrant ainsi une réception sans interférences, même dans des conditions de propagation difficiles.
- **CPC** : Voir C.P.O.
- **CPMPAP** (Coût pour mille pages avec publicité vues) : Coût d'achat de l'espace publicitaire sur un site Internet, ramené à une base de 1000 pages vues avec publicité. Cet indicateur permet d'évaluer et de comparer les tarifs publicitaires des différents sites en fonction du nombre de pages vues avec publicité. C'est à ce jour l'indicateur de référence pour la commercialisation de l'espace publicitaire.
- **CPO** : Coût par ordre.
- **CRM** (Customer Relationship Management) : Gestion de la relation client. Système réorientant la stratégie de l'entreprise autour des besoins et des désirs du client. Il suppose une base de données marketing.
- **CSD** : Catégorie Socio-Démographique. Catégorie de population répondant à des caractéristiques socio-professionnelles familiales et d'âge.
- **CSP+** : Regroupement des catégories socio-professionnelles comprenant les artisans, commerçants, chefs d'entreprises, cadres, professions intellectuelles supérieures et professions intermédiaires. Préférer le terme P.C.S.+
- **CSS** : Voir OER / CSS.
- **CtoC** : Voir Consumer to consumer.
- **CTI** (Computer Telephony Integration) : Couplage téléphonie / informatique permettant de faire fonctionner ces deux systèmes de manière conjuguée.
- **CTP** (Computer To Plate) : Technologie d'impression permettant d'insoler les plaques offset directement à partir de fichiers numériques. Synonyme : Plaque directe.

- **CUB** (Contacts Uniques Bandeaux) : Nombre de personnes différentes qui ont visualisé le bandeau au moins une fois. Cela nécessite l'identification de l'internaute.
- **CVM** (Customer Value Management) : Gestion de la valeur client. Stratégie, organisation et technologies plaçant les valeurs du client au cœur des préoccupations de l'entreprise.
- **Cadre** : 3 - Dispositif sur lequel est apposée l'affiche. Les panneaux dits "grand format" mesurent entre 8 m² et 16 m², dimension légale maximum. Dans la majorité des cas, il s'agit de 8m² (3,20 x 2,40 m), de 12m² (4 x3 m) ou de 12m² type More O' Ferral de Dauphin (5,53 x 2,17 m). Voir Face ou Panneau.
- **Call blending** : Voir Mixage d'appels.
- **Call center** : (annule et remplace) Centre d'appel. Département ou entreprise spécialisée dans le traitement / suivi des appels téléphoniques entrants (appels "in-bound") suite à des opérations marketing et / ou dans l'activation via des appels téléphoniques (appels out-bound) de clients et/ou prospects, en vue de vendre un produit ou service, collecter des informations, effectuer une étude de marché etc.
- **Call for action** : Invitation à l'action. Généralement une action Direct Marketing incite les personnes ciblées à réagir en renvoyant une carte-réponse pour une commande, une demande de catalogue etc. ou en visitant un point de vente.
- **Canal adjacent** : Un canal adjacent dans une zone desservie par un émetteur en service est le canal qui précède immédiatement (canal adjacent inférieur) ou qui suit immédiatement (canal adjacent supérieur) le canal de cet émetteur dans le plan de canalisation concerné.
- **Canal / fréquence** : Notion physique indiquant la position dans le spectre des fréquences. Il s'agit d'un numéro dans un plan de canalisation normalisé. Il est indifféremment utilisé pour un signal analogique ou numérique. Exemple : Diffusion numérique sur le canal 42, diffusion analogique sur le canal 40.
- **Capital d'amorçage** : Capital nécessaire pour faire démarrer une entreprise, par exemple une start-up. Synonyme : Seed.
- **Canal / service** : Notion logique, partie d'un Multiplex correspondant à un service élémentaire (par exemple un programme de télévision). Il est identifié par son contenu et requiert un débit donné ou une fourchette de débit.
- **Canaux tabous** : Désignent les canaux théoriquement interdits aux émissions analogiques sur un site donné. Si N désigne le canal de l'émetteur en service sur le site, les canaux tabous sont alors les deux canaux adjacents (N-1 et N+1), les canaux de l'oscillateur local du récepteur (N-4 et N+4) et les canaux conjugués par rapport à l'oscillateur local du récepteur (N-9 et N+9) selon le type de récepteur.
- **Capacité** (d'un multiplex) : Dans le cadre de la télévision numérique terrestre, il s'agit du débit en Mégabits/seconde maximal offert dans un multiplex.
- **Capping** (taux de) : Nombre d'affichage d'un bandeau par visiteur. Ce taux permet de déterminer un nombre maximum d'exposition des bandeaux par individu. Il nécessite l'utilisation de cookies.
- **Carré** : Le billboard, littéralement "Panneau publicitaire", est un format de publicité apparu courant 2001 sur Internet. C'est un rectangle massif de 336 pixels sur 280 qui se positionne au milieu de la page web et qui permet le plus souvent à l'internaute de naviguer au sein de cet espace publicitaire tout en restant sur la page qu'il consulte, d'où son autre nom de nom de "mini-site". Le billboard souvent réalisé au format Flash permet aussi d'accueillir de la vidéo. Synonyme : Mini site.
- **Cartes raster** : Reproduction de cartes de papier utilisée en géomarketing, mais ne comprenant pas, à l'inverse des Cartes vecteur, d'informations associées. Contraire : Cartes vecteur.
- **Cartes vecteur** : Cartes issues de la numérisation de cartes papier et utilisées en géomarketing. Elles sont constituées d'objets auxquels on peut associer des informations, permettant ainsi de placer des données visualisées : emplacement des point de vente, pénétration de certains produits face à ceux de la concurrence... Contraire : Cartes raster.
- **Cartographie** : 1 - Représentation (généralement plane) de la répartition dans l'espace de phénomènes concrets ou abstraits (données alphanumériques). 2 - Technique qui, à l'aide des sciences géographiques et de leurs annexes, a pour objet l'établissement, la rédaction et l'édition de cartes de géographie.
- **Case base reasoning** : Algorithme utilisé dans les BDD qui associe un nouveau cas à un ensemble de cas déjà traités et rencontrés.

- **Category killer** : Grande surface spécialisée pratiquant des prix très agressifs et visant à une supériorité concurrentielle dans une zone de chalandise donnée.
- **Category management** : Gestion par catégories de produits. Principe de gestion des produits consistant à appréhender le marché non article par article, mais par regroupements d'articles correspondant à des motivations d'achat homogènes chez les consommateurs. Le category management constitue l'un des outils de l'ECR.
- **Catégorisation** : Recherche des catégories naturelles inconnues dans l'intérieur d'une BDD. Cette recherche demande beaucoup d'informations, y compris les indicateurs démographiques et comportementaux.
- **C-commerce** : Commerce collaboratif. Processus par lequel la gestion des achats et de l'approvisionnement n'est plus un circuit rigide entre un nombre limité d'acteurs, mais un échange perpétuel au sein d'une communauté.
- **Cedex** (Courrier d'Entreprise à Distribution EXceptionnelle) : Code attribué aux entreprises, organismes et services recevant un important trafic postal.
- **Centrale d'achat** : Organisme sélectionnant et groupant les achats pour plusieurs points de ventes (voire pour des enseignes). Structure de recherche (sourcing), de mise au point, de négociation d'achat des produits services vendus ou utilisés par une entité.
- **Chapeau** : 1 - Début d'un article sur une plus grande justification et donnant l'impression de couvrir le texte. 2 - Court texte coiffant ou précédant le corps d'un article et le résumant.
- **Chapo** : Voir Chapeau.
- **Charges** : Cette précision vient à la suite de la définition du Lexicom. Les charges sont minérales (talc, kaolin, carbonates, oxyde de titane). Utilisées pour le couchage, elles deviennent des pigments.
- **Chat** : 1 - Site de discussion (de " tchatche ") sur Internet. 2 - Discussion sur un de ces sites.
Synonyme : Babillard.
- **Chronomarketing ou chrono marketing** : Approche marketing consistant à s'intéresser à la manière dont le temps doit être accéléré ou ralenti dans l'expérience du consommateur (cas du fast food vs. slow food par ex.). Synonyme : Time-based marketing.
- **Churns** : Abandonnistes. Consommateurs se tournant vers une autre marque et donc défidélisés.
- **Classification** : Rangement des clients à l'intérieur des catégories et sous-catégories établies lors de la Catégorisation (Voir ce mot). Cette phase est utile principalement pour les entrepôts de données.
- **Clic** (taux de) : Nombre de clics constaté sur une publicité, divisé par le nombre d'expositions. Il s'agit d'un indice de performance de la campagne ; c'est aussi le pourcentage de réponse à l'incitation publicitaire.
- **Click and mortar** : Entreprise évoluant sur Internet *et* dans le monde réel, proposant ainsi deux canaux de distribution et d'accès à ses produits et services.
- **Click interactive** : Clic sur une bannière développée en Rich media. Synonyme : Click within.
- **Click through** : 1 - Clic menant, par un lien, un internaute à un autre site. 2 - Plus précisément, nombre de fois où le clic sur une bannière a abouti sur le site de l'annonceur, provoquant le téléchargement complet de la page de destination.
- **Click within** : Voir Click interactive.
- **Clics** : Nombre de personnes qui ont cliqué sur un bandeau ou un objet publicitaire, mesuré à partir de la page d'origine.
- **Clickthrough** (nombre de) : Nombre de clics efficaces constatés, c'est-à-dire nombre de clics ayant engendré le téléchargement complet de la page de destination. Remarque : il est parfois utilisé à tort à la place du clic.
- **Climat de relation** : Élément de l'identité de marque (Voir ce mot) qui unit affectivement le consommateur et la marque.
- **Cloaking** : Le cloaking consiste à créer des doubles des pages réelles du site pour obtenir de bons classements dans les outils de recherche. Ainsi pour une même URL, les moteurs verront une page entièrement optimisée et qui répond à leurs critères de classement tandis qu'en demandant la même URL, l'internaute lambda verra une page tout à fait ordinaire.
- **Cloaking** (meta tag cloaking) : Pratique qui vise à ne montrer les metatags utilisés par un site que sur les requêtes des robots des moteurs de recherche. Le but est d'éviter que la concurrence puisse s'inspirer en affichant le code source de la page.

- **Clustering** : Concernant les moteurs de recherche sur Internet, il signifie que les moteurs de recherche, dans leurs pages de résultats, ne proposent qu'une page par site Web (par nom de domaine, plus exactement). Pour les autres pages, un lien, le plus souvent intitulé "Other pages for this site", est proposé.
- **Co-browsing** : Système par lequel un opérateur peut envoyer une page web à un internaute sur laquelle figure le produit recherché. Il guide ainsi le client dans sa navigation.
- **Codage 3D** : Voir Compression video.
- **Codage inter-images** : Voir Compression video.
- **Codage statistique** : Procédé de codage permettant de faire varier le débit numérique représentant l'information à transmettre en fonction de la richesse de cette information. Le débit baisse lorsque l'information est peu riche (en image, ceci correspond à peu de mouvement ou à un contenu simple comme les dessins animés), et augmente lorsque l'information est riche (en image, ceci correspond à des mouvements rapides comme les émissions de sport ou à un contenu riche comme les films).
- **Collaborative filtering** : Voir Filtrage collaboratif.
- **Commerce collaboratif** : Voir C-commerce.
- **Commerce électronique** : Vente et de l'achat de biens et services et transfert de fonds par ordinateur web & Internet). Synonyme : e-commerce.
- **Commerce éthique** : Il s'agit du volet commercial du Développement durable. Les organisations s'assurent par le biais d'audits sociaux et environnementaux que leurs fournisseurs s'engagent à ne traiter qu'avec des acteurs respectant les droits du travail définis par l'OIT..
- **Communautarisme** : Toute forme d'ethnocentrisme ou de sociocentrisme (avec une intention critique), toute autocentrisme de groupe, impliquant une autovalorisation et une tendance à la fermeture sur soi, dans un contexte culturel dit "postmoderne" où "l'ouverture" , et plus particulièrement "l'ouverture à l'autre", est fortement valorisée. Contraire : individualisme, cosmopolitisme.
- **Composite** : Signal vidéo analogique dans lequel la luminance et la chrominance sont combinées, transmis pas un câble Cinch ou Péritel. Il est de moins bonne qualité que le signal S-Vidéo.
- **Compression numérique** : Procédé de réduction du débit des données numériques en dégradant le moins possible la qualité subjective des images et des sons à transmettre.
- **Compression vidéo** : Compression de séquences d'images. Les algorithmes de compression vidéo tirent parti du fait qu'il n'y a que quelques changements lors du passage d'une "image" au texte. Ils n'ont alors besoin que de coder l'image initiale et la séquence de différences entre les images : c'est le codage inter-image ou codage 3D.
- **Compte d'exploitation prévisionnel** : Ensemble des documents prévisionnels regroupant le compte d'exploitation, bilan, trésorerie, etc. Un tel document est fourni par le franchiseur à son futur franchisé, pour appréciation.
- **Computer To Plate** : Voir C.T.P.
- **Concession** : Autorisation donnée par les collectivités pour l'occupation de leur domaine (privé et/ou public) à des fins publicitaires.
- **Concurrence déloyale** : Agissements contraires aux principes de la libre concurrence et de l'exercice loyal et honnête du commerce, résultant de la Loi et des usages, constitutifs d'une faute et causant un préjudice à un concurrent.
- **Connaissance tribale** : Concept développé par Peppers et Rogers consistant à accumuler des connaissances sur les goûts et les comportements d'un groupe de clients (tribu). Le client se voit ensuite proposer une offre produit correspondant aux achats des membres de sa tribu.
- **Consom'acteur ou consommacteur** : Relation dans laquelle le consommateur est co-producteur (généralement d'un service) grâce à son expérience et à son expertise. Terme parfois employé lorsqu'on parle de marketing expérientiel (voir ce mot).
- **Consumer to consumer** : de consommateur à consommateur. 1- Ensemble des techniques marketing permettant de développer la relation entre ces deux cibles finales. 2- Le CtoC (que l'on écrit également C2C) concerne les échanges entre consommateurs, qu'il s'agisse de biens ou de services, d'échanges marchands, de trocs ou de revente. Que ces échanges soient pratiqués via les nouvelles technologies de la communication (internet, peer to peer, enchères en ligne...) ou sur le "terrain" (vide grenier, brocante, petites annonces...). Nous considérons que ce qui définit le CtoC est la nature des acteurs (à titre individuel ou privé) et le type de l'interaction (marchand ou orienté produit, marque). A partir du moment où deux individus communiquent pour vendre, acheter, recommander ou prescrire un

produit ou un service, on peut qualifier cet échange de CtoC (source : <http://www.consumertoconsumer.net>)

- **Contact argumenté** : Voir Contact utile.
- **Contact utile** : Se dit d'un contact lorsque le téléacteur de marketing téléphonique a eu la bonne personne et a déroulé l'argumentaire en entier quelque soit, par la suite, la réponse du prospect. Synonyme : contact argumenté.
- **Contacts uniques bandeaux** : Voir C.U.B.
- **Contrat de franchise** : Contrat par lequel un titulaire de signes distinctifs (marque, enseigne, etc.), ou un détenteur d'un savoir-faire ou d'une collection de produits ou de services - le franchiseur - concède à des revendeurs, prestataires de services ou fabricants - franchisés - l'exploitation de son droit.
- **Contrat de licence** : Contrat par lequel le titulaire d'un droit concède le droit d'exploitation de son droit à un tiers, en contrepartie du versement de redevances ou royalties. Le contrat de licence s'analyse comme un contrat de louage. Le concédant reste propriétaire du titre. Lorsque cette autorisation est réservée à un bénéficiaire unique, on parle de licence exclusive.
- **Contrat de louage** : Contrat par lequel l'une des parties s'engage à faire jouir l'autre d'une chose pendant un certain temps, moyennant un prix que celle-ci s'oblige à lui payer.
- **Contrat de représentation ou d'agent** : Acte par lequel une personne, le représentant, donne à une autre le pouvoir de faire quelque chose pour le mandant et en son nom. Le contrat ne se forme que par l'acceptation du mandataire.
- **Contrefaçon** : Exploitation non autorisée d'un droit de propriété intellectuelle.
- **Contrefacteur** : Personne qui a commis un acte de contrefaçon (voir Contrefaçon).
- **Convergence** (des médias) : Approche des supports et régies visant à développer la complémentarité des médias.
- **Conversion** (taux de) : Rapport entre les personnes ayant effectué une première demande d'information et leurs commandes ultérieures.
- **Cookies** : fichiers envoyés par les serveurs sur le disque dur de l'utilisateur pour dresser son profil, connaître la dernière page qu'il a consulté et le reconnaître à chaque nouvelle arrivée (au cours d'une même session). L'éditeur est tenu de prévenir l'internaute de l'utilisation de cookies.
- **Coopération commerciale** : Somme payée par les fournisseurs aux distributeurs au nom de la coopération commerciale : référencement dans un catalogue, mise en tête de gondole, participation à la rénovation du magasin, fourniture de statistiques de vente par magasin... Synonyme : marge arrière.
- **Copropriété de marque** : Situation juridique où plusieurs personnes sont titulaires d'une même marque, bénéficiant ainsi d'un droit de propriété ramené à une quote-part et dont chacun peut librement disposer.
- **Copyright** : Mécanisme légal américain conférant le droit de contrôler l'exploitation d'une oeuvre de l'esprit. Il comprend de nombreux droits exclusifs, tels que le droit d'exploiter, le droit de faire des copies, d'autoriser des tiers à réaliser des copies, de créer des oeuvres dérivées, de vendre et de commercialiser.
- **Cost plus** : Prix de revient majoré de la marge souhaitée.
- **Couchage** : Dépose sur l'une ou les deux faces de la feuille imprimable d'une composition de liants et de charges minérales destinées à en améliorer l'imprimabilité.
- **Couleurs vidéo** : Voir R.V.B.
- **Coupon** : (annule et remplace) Bon de réduction, souvent ajouté à un courrier publicitaire dans le but d'activer la vente d'un produit ou service. Ces coupons peuvent être personnalisés (avec le nom de la personne adressée) ou anonymes. De plus ils sont souvent traçables grâce à un code-barre qui permet d'identifier l'origine du support utilisé.
- **Couronne périurbaine** : Communes ou des unités urbaines situées en périphérie des pôles urbains , dont 40% ou plus des actifs résidents vont travailler dans l'aire urbaine.
- **Courtier d'adresses** : Entreprise spécialisée dans la collecte, la location ou la vente d'adresses structurées selon des critères socio-démographiques et souvent enrichies de données complémentaires permettant un ciblage plus fin des clients ou prospects que l'on veut toucher : par ex. les ménages du nord du pays ayant 2 enfants et possédant un jardin. Synonyme : listbroker.

- **Craiefiti** : (mot valise entre craie et graffiti) permet de marquer à la craie l'existence des réseaux sans fil Wi-Fi à l'aide de symboles. On l'appelle également warchalking en anglais.
- **Cross-over** : Procédé consistant à créer un croisement entre deux séries (TV, BD...) et donc à mélanger les personnages, l'univers, l'intrigue, les auteurs, les droits, le lectorat... Cela permet de faire connaître respectivement chaque série à l'autre lectorat, de créer un "événement" susceptible de relancer les intrigues, de créer des "produits" supplémentaires...
- **Culture d'entreprise** : Cette notion recouvre deux approches assez différentes. La première considère la culture comme un sous-système interne de l'ensemble entreprise qui permet aux individus de s'adapter à leur environnement (approche descriptive). Dans la seconde approche, l'entreprise est une culture, c'est à dire un système de connaissances que chacun des membres peut interpréter (approche dynamique). Définition d'Edgar Morin : la culture est un système qui fait communiquer une expérience existentielle personnelle et un savoir collectif constitué. Le contenu et le fonctionnement de la culture peuvent être appréhendés à plusieurs niveaux : croyances, valeurs et normes prévalant dans les groupes ; mythes et histoires sur organisation ; rites collectifs · tabous, zones d'ombres...
- **Custom publishing** : Fourniture de contenus (web, print...) à un client selon un cahier des charges en vue d'une utilisation sur un ou des support(s) de communication du client (intranet, site web, consumer magazine...). Synonyme : production déléguée
- **Cryptage** : Procédé technique qui consiste à modifier le signal représentatif d'une information afin de la rendre illisible, inaudible ou invisible.
- **Customer equity** : Force de la marque dans l'esprit du consommateur : sa capacité à générer de l'engagement et à répondre de façon cohérente aux trois niveaux de besoins des consommateurs : fonctionnels, sociaux et émotionnels.

D

- **DDD** : Détecteur de doubles (en techniques d'impression).
- **DDDE** : Détecteur d'épaisseur (en techniques d'impression).
- **DI** (Digital Impression) : Face à l'essor du numérique, certains fabricants de machines offset ont fait évoluer leurs équipements en y intégrant un graveur laser de plaques. Ces presses deviennent ainsi des machines numériques nommées DI.
- **DI** : Décision Influence. Nom que donne Ipsos à une catégorie de population au profil proche des cadres.
- **DICO** (Digital Change Over) : Marque déposée. Il s'agit de systèmes numériques d'impression.
- **DIP** : Voir Document d'information pré-contractuel.
- **DNIS** (service d'identification du numéro appelé) : Fonction du réseau téléphonique permettant d'identifier le numéro appelé pour que l'écran flash correspondant soit appelé automatiquement.
- **DON** (Disque optonumérique) : Ensemble des supports de stockage faisant appel à une technologie optique et s'appuyant, la plupart du temps, sur le faisceau laser. Le cédérom fait partie de cette famille.
- **DTT** : (Digital Terrestrial Television). Télévision numérique terrestre. Voir TNT.
- **DTV** : (Digital TV). Terme général utilisé pour la télévision numérique. Bien que d'abord utilisé pour identifier la diffusion numérique terrestre, ce terme est également utilisé pour décrire toute forme de télévision numérique incluant le câble numérique et les lecteurs DVD.
- **DVB** (Digital Video Broadcasting) : Nom du projet européen associant plus de 180 structures (des industriels aux diffuseurs et aux instances de régulation) de plus de 20 pays en Europe, qui a défini les standards de diffusion numérique Satellite (DVB-S), Câble (DVB-C) et Hertzien terrestre (DVB-T). Il a également défini un système de cryptage pour le contrôle d'accès. D'autres standards DVB ont également été définis, comme le DVB-TXT (télétexte), DVB-ISC (services interactifs) et DVB-MHP (moteur d'interactivité).
- **DVB-MHP** (Digital Video Broadcasting-Multimedia Home Platform) : Diffusion vidéo numérique-Plate-forme multimédia domestique) - Il s'agit d'une spécification logiciel établie par le DVB qui sera intégrée aux décodeurs, aux récepteurs TV numériques intégrés ainsi qu'aux PC multimédia. La plate-forme multimédia domestique (MHP) reliera les secteurs de la diffusion, d'Internet, de la télévision, de l'informatique et des télécommunications grâce à ces dispositifs et leurs périphériques associés.

- **DVI** : (Digital Video Interface-Integrated). Connexion numérique d'un appareil à un écran ou à un projecteur. La liaison DVI améliore l'affichage par rapport à une connexion en VGA.
- **DVR** : Voir Numériscope
- **Data mining** : Terme général désignant l'ensemble des procédures mathématiques qui consiste à extraire des informations significatives d'un ensemble de données pouvant être très complexes ou très fournies. On parle aussi de text mining, d'info mining.
- **Data warehouse** : Collection de données orientées sujet, intégrées, non volatiles et historisées, organisées pour le support du processus d'aide à la décisions.
- **Datamart** : Base de données orientée métiers. Elles sont extraites de la datawarehouse.
- **Déclaration préalable** : 1 - Déclaration obligatoire des fichiers à la C.N.I.L. 2 - Depuis 1996 (Loi BARNIER), l'installation, le remplacement et la modification des dispositifs qui supportent de la publicité sont soumis à une double déclaration auprès du Maire et du Préfet.
- **Débit** : Terme propre au mode de représentation numérique de l'information. Il désigne le nombre de bits transmis par unité de temps, mesuré en bits/seconde (bits/s). Les multiples de cette unité les plus utilisés sont le kilobits par seconde (kbits/s) qui vaut 1 024 bits/seconde et le mégabits par seconde (Mbits/s) qui vaut 1 024 kbits/s.
- **Décodeur** : Dispositif électronique dans un boîtier conçu pour être placé au-dessus et relié à un récepteur TV standard (82 chaînes) permettant de recevoir des chaînes supplémentaires et d'obtenir des fonctionnalités avancées.
- **Déflation** : Elle traduit une baisse simultanée des prix et des volumes vendus. Ne pas confondre avec inflation négative et désinflation (voir ces mots).
- **Dénomination sociale** : Appellation légale sous laquelle une société est enregistrée au Registre du Commerce et des Sociétés et ayant pour fonction de l'individualiser dans l'ensemble de son activité, tel un patronyme pour une personne physique.
- **Départ** : Jour ouvrable de la semaine à partir duquel démarre une campagne de communication.
- **Déplacement** : Tout trajet consistant à partir d'un point de départ identifié vers un point final d'arrivée identifié constituant le but du trajet. Cette notion est très utilisée en affichage.
- **Déplacement domicile travail** : Trajet d'un individu pour se rendre à son travail.
- **Déplacement veille** : Utilisé pour les enquêtes sur les déplacements de population.
- **Dépôt de marque** : Acte par lequel une personne demande à un office national de propriété industrielle (en France : INPI) d'enregistrer un signe à titre de marque, dont elle sera le légitime propriétaire, en précisant le modèle de la marque et l'énumération des produits et services auxquels elle s'applique.
- **Déroulant** : Se dit d'un dispositif technique qui permet l'apparition sur un panneau de plusieurs affiches successives, chaque affiche s'enroulant verticalement ou horizontalement sur la précédente.
- **Désinflation** : Ralentissement de l'inflation. Voir ce mot.
- **Développement durable** : Mis en avant au sommet de Rio en 1992, il entend réconcilier une croissance performante avec le respect de l'environnement et l'équité sociale. Il est défini par la Commission Brundtland en 1987 comme "un développement qui permette aux générations présentes de satisfaire leurs besoins sans remettre en cause la capacité des générations futures à satisfaire les leurs". S'applique à une région, à un pays ou aux Entreprises, lesquelles commencent à utiliser ce vocabulaire d'origine militante. Contre-exemple : un État surendetté ou une entreprise polluante n'assurent pas un développement durable.
- **Diffuseur technique** : Prestataire technique assurant la diffusion des signaux (hertziens, satellites...).
- **DirectHit** : Système basé sur la "mémoire" des liens cliqués dans le passé par les internautes pour le mot clé demandé dans la page de résultats. DirectHit prend en compte les liens le plus souvent cliqués auparavant ainsi que le temps passé par l'internaute avant de revenir éventuellement sur le moteur. Un classement de pertinence est ainsi disponible pour un certain nombre de mots clés "populaires".
- **Direct overwrite** : Nouveau dispositif permettant aux D.O.N. (Voir ce mot) de réaliser des opérations d'effacement et d'écriture des données en même temps. Il possède de bonnes performances en écriture, sans égaler celles des disque magnétiques (car le gain n'est pas constant). Il suppose cependant un lecteur et des cartouches spéciales.

- **Disque optonumérique** : Voir D.O.N.
- **Distributeur commercial** : Concernant la TNT, société, distincte des éditeurs de services, chargée d'assurer la commercialisation de leurs services auprès du public.
- **Distribution sélective** : Système règlementé et mode contractuel par lequel un fournisseur sélectionne ses distributeurs.
- **Document d'information pré-contractuel** : Texte dans lequel le franchiseur consigne les renseignements exigés par la Loi et concernant le réseau, sa marque, les perspectives de développement, l'évolution du réseau depuis 5 ans et les comptes officiels des deux derniers exercices. Ce dossier doit être remis au moins 20 jours avant la signature du contrat entre le franchiseur et le franchisé.
- **Donnée localisée** : Donnée comportant une dimension géographique. Elle servira à identifier un endroit précis situé sur le globe. Cette donnée peut être géocodée (Voir Géocodage).
- **Dotcom** : Entreprise évoluant dans l'univers Internet (donc, au départ, entreprise qui avait un nom de domaine en .com).
- **Dotcorp** : Grande entreprise (corporation) évoluant dans l'univers Internet.
- **Double opt-in** : Procédé consistant à demander à l'internaute de confirmer par retour de mail s'il souhaite vraiment recevoir des propositions commerciales, et à détailler les propositions afférentes.
- **Drill down** : Fonction d'interactivité avec les données permettant d'enchaîner des résultats par une suite de questions réponses.
- **Droits d'entrée** : Somme à verser par le franchisé pour rentrer dans une chaîne. Synonyme : Redevance initiale forfaitaire.
- **Droits de propriété industrielle** : droits exclusifs et temporaires d'exploitation, faisant partie des droits de propriété intellectuelle, et comprenant le brevet, la marque de fabrique, de commerce et de service, les dessins et modèles, le nom commercial, l'enseigne, les appellations d'origine, les indications de provenance et la concurrence déloyale.
- **Durée de consultation par visite** (Internet) : Somme des durées de consultation de chacune des pages constituant la visite. Remarque : cette notion n'est pas encore acceptable à ce jour car elle dépend encore trop de paramètres technologiques. En effet, deux notions sont à distinguer : 1- le temps subi de transmission de la page demandée qui dépend à la fois de la qualité du serveur, de la vitesse du modem utilisateur, de la complexité de la page demandée...2- le temps choisi de consultation de la page qui correspond, lui, à l'exposition au message.
- **Duppies** : Depressed Urban Professionals. Stressés par leur vie professionnelle, ils auraient tendance à remplacer les yuppies selon les sociologues US. Terme apparu en 2003.

E

- **EAI** (Enterprise Application Integration) : Système informatique permettant de faire communiquer entre elles et avec l'extérieur toutes les applications de l'entreprise.
- **EGP** : Electronique Grand Public.
- **EIP** (Enterprise Information Portal) : Portail à l'origine en intranet proposant de l'information, généralement acquise auprès d'infomédiaires (Voir ce mot).
- **EIS** (Executive Information System ou Enterprise Information System) : Désigne un système simplifié d'accès à des données parmi lesquelles l'opérateur peut naviguer. Ce système ne permet pas de poser des questions non prévues initialement.
- **EPG** : Voir Guide électronique des programmes.
- **ERP** (Enterprise Resource Planning) : Système de gestion et d'automatisation de tâches de gestion, de comptabilité, de ressources humaines...
- **ETL** : Extraction, transformation, loading. Outil d'extraction de données, utilisé en Business intelligence.
- **Early adopter** : Découvreur d'une marque. Consommateur ayant une propension à essayer les nouveaux produits.
- **Early mover** : Un des premiers concurrents à avoir évolué sur un marché ou à s'y être implanté..
- **E-commerce** : Voir Commerce électronique.
- **E-CRM** : Gestion de la relation client via le web.

- **Echantillonnage** : Mesure périodique de la valeur d'un signal analogique principalement en vue de sa conversion en numérique.
- **Eco-design** : Intégration créative dans le design du produit des paramètres liés à l'éco-conception..
- **Ecran flash** : Dans le cas d'appels sortants en télémarketing, l'ordinateur ou le système téléphonique examine les caractéristiques de l'appel et affiche sur l'écran du téléopérateur l'argumentaire et / ou les données concernant l'appelant.
- **Eco marketing ou ecomarketing** : Voir Marketing éthique.
- **Editeur de contenus** : Toute personne morale, constituée sous forme de société ou d'association, qui édite un service de télévision, composé des éléments de programmes qu'elle a produits, coproduits ou achetés, qu'elle met à la disposition du public à titre gratuit ou payant. L'éditeur de service est soumis au contrôle du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.
- **E-learning** : méthode interactive d'enseignement à distance passant par l'ensemble des N.T.I.C.
- **Effet Corona** : Effet physique qui réside dans la forte différence de potentiel entre un fil Corona et une grille métallique. Cet effet provoque une ionisation de l'air. Au contact du photorécepteur, l'air ionisé le charge.
- **Effet d'usure (burn out)** : Diminution de l'effet d'une publicité suite à une trop grande exposition (= une trop forte répétition).
- **Electrophotographie** : Principe consistant à détruire localement, par la lumière, la charge électrostatique (produite par Effet Corona) d'une couche photoconductrice recouvrant un support métallique. Cette opération génère une image latente qui sera ensuite développée.
- **Elevator pitch** : Exercice (spécial start-up !) consistant à se présenter dans un temps aussi bref qu'une montée en ascenseur.
- **E-market place** : Voir Place de marché.
- **Empowerment marketing** : Approche marketing capable de redonner du pouvoir au client dans sa relation avec l'entreprise.
- **Emprise (taux d')**: Taux égal au pourcentage du chiffre d'affaires d'une enseigne de distribution, rapporté au potentiel total de la zone de chalandise.
- **Enregistrement de marque** : Inscription par l'INPI de la marque déposée et reconnue valable, après examen ou rejet d'une opposition, au Registre National des Marques. Cette inscription fait l'objet d'une publication au BOPI.
- **Enseigne** : 2 - Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Signe visible, constitué d'une inscription, forme, image apposée sur un immeuble, qui sert à distinguer un établissement commercial et à individualiser la localisation d'un fonds de commerce.
- **Entente** : Action de plusieurs entreprises ayant pour objet ou pour effet d'entraver ou fausser le libre jeu de la concurrence (Cf. Abus de position dominante).
- **Entrelacement** : Forme d'affichage vidéo dans laquelle une image est affichée en deux balayages de demi-images (cas de la télévision).
- **Entrepreneurship marketing** : Voir Marketing entrepreneurial
- **Entreprise socialement responsable** : Les entreprises ont intérêt à développer leur Responsabilité Sociale et Environnementale pour accroître leurs performances commerciales et financières, réduire à terme les risques industriels et écologiques, renforcer leur compétitivité : elles s'imposent des critères sociaux et environnementaux, elles respectent chacun de leurs "partenaires" (les salariés, les clients, les fournisseurs, les actionnaires, les membres de la communauté et les habitants de la planète.), elles participent à la vie de la Cité, elles élaborent et appliquent des chartes éthiques, et elles collaborent à l'harmonie sociale et écologique de la planète. Ce mouvement s'inscrit directement dans les concepts du développement durable et de la responsabilité sociétale des entreprises. .
- **Entretien** : En affichage, remplacement par une affiche neuve d'une affiche abîmée. En prévision, les annonceurs doivent fournir une quantité d'affiches supérieure de 20% minimum au nombre de panneaux réservés.
- **Epair** : Aspect du papier examiné par transparence. Uni, fondu ou nuageux selon l'homogénéité de la répartition des fibres.
- **E-procurement** : Ensemble des technologies permettant à une entreprise d'automatiser sa chaîne d'achat et de passer commande auprès de fournisseurs via Internet.
- **Equivalent clavier** : Voir Raccourci clavier.

- **Ergonomie** : Ensemble des connaissances scientifiques relatives à l'homme et nécessaires pour concevoir des outils, des machines et des dispositifs qui puissent être utilisés avec le maximum de confort, de sécurité et d'efficacité (A. Wisner).
- **Escalader les appels** : Basculer des appels à un niveau technique ou de compétence plus pointu.
- **Escalier** : Annule et remplace dans le **Lexicom**. Effet produit par des titres qui se côtoient avec un léger décalage d'une colonne à l'autre.
- **Escort filling** : Voir Partage de formulaires.
- **Etoile** : Lorsqu'une étoile est apposée sur une enveloppe utilisée dans une opération de marketing direct, il s'agit d'un envoi groupé selon le seuil 1 du produit Postimpact proposé par La Poste. Lorsque deux étoiles sont inscrites, il s'agit d'un envoi de seuil 3 (le seuil 2 étant symbolisé par un triangle).
- **Eviction technologique** : Phénomène par lequel le recours à une technologie récente va priver le site utilisateur (ou le bandeau publicitaire) d'une partie de son audience potentielle. Cette partie d'audience est celle qui ne dispose pas de matériels ou de logiciels permettant de visualiser la technologie employée par le site.
- **Examen préalable de la marque**: Examen par l'INPI des conditions de forme de la demande d'enregistrement et des conditions relatives à la représentation graphique, au caractère distinctif, et à la licéité de la marque déposée.
- **Expositions** (nombre d'): 2 - Nombre de fois où un objet publicitaire est totalement téléchargé sur l'ordinateur de l'utilisateur. Le nombre d'expositions permet de calculer l'occasion de contact indépendamment de la page dans laquelle l'objet publicitaire est intégré. Le site facturera l'annonceur du nombre d'impressions effectivement constaté. Synonyme : Impressions. *Remarque 1* : La notion d'exposition permet de comptabiliser l'occasion de contact avec la publicité, indépendamment de la page dans laquelle l'objet publicitaire est inséré. *Remarque 2* : Certains outils de mesure comptent les "ad requests" et non les expositions. Des tests seraient nécessaires pour déterminer s'il s'agit d'une estimation acceptable.
- **Externalisation** : Transfert d'une activité à l'extérieur d'une entité (entreprise, généralement). Synonyme : Outsourcing.
- **Externalités** : Conséquences indirectes de l'action de l'entreprise sur l'environnement, la santé publique, les agrégats macro économiques...
- **Extranet** : Réseau Internet privé accessible aux clients, fournisseurs et partenaires d'une entreprise.

F

- **FAI** : Fournisseur d'accès à l'Internet proposant des services (plusieurs adresses e-mail, pages perso, information push...) en plus de l'accès. Synonyme : F.A.I.
- **FCR** (Fibres Cellulosiques Recyclables) : Une des composantes du papier. Elles représentent près de 50% de l'approvisionnement en fibres de toute l'industrie papetière.
- **Faces** : 2 - La face intérieure dite " côté toile " conserve la marque de la toile de fabrication. La face supérieure, dite " côté feutre ", possède un état de surface plus régulier. Cette différence, du fait des progrès technologiques, s'amenuise et ne concerne pas le papier couché.
- **Façonneur** : Entreprise spécialisée dans l'assemblage définitif d'un document imprimé (le façonnage).
- **Factorielle** (analyse) : Traitement dont le but est de représenter graphiquement et de décrire les liaisons entre des phénomènes. Il existe plusieurs méthodes : analyse en composantes principales, analyse des correspondances, etc.
- **Fansubbing** : Mot valise forgé à partir des termes anglais « fan » et « subtitle » ou sous-titre. Le fansubbing consiste à insérer un sous-titre au sein d'une oeuvre protégée. En pratique, c'est une équipe de traducteurs amateurs, membre du fanclub, qui se charge du sous-titrage. Le linguiste procède par étape : il copie l'épisode qui circule via le Net, traduit ce programme dans la langue choisie et intègre le sous-titre au support copié. Outre le réseau de fans, tout internaute peut ainsi télécharger l'oeuvre modifiée.
- **Feuille de style** : En P.A.O., fonction qui consiste à rassembler sous une seule commande toutes les caractéristiques typographiques des textes.
- **Fiche brûlée** : Feuille de renseignements d'un prospect de marketing téléphonique qui n'a pas pu être complétée au bout de 4 à 10 appels (selon le type d'opération).

- **Field marketing** : Une des techniques de marketing opérationnel consistant à réaliser des événements et des actions terrain, par exemple par le biais de street marketing. Ces actions sont généralement orientées vers de l'événementiel : ateliers de démonstration et de pratique sportive dans un centre commercial ou en centre ville par exemple.
- **Fil RSS** : Les fils RSS (Really Simple Syndication) sont des fils de contenus gratuits en provenance de sites Internet éditoriaux. Ils contiennent des titres des articles, et des liens hypertexte vers les articles intégraux.
- **Filtrage collaboratif** (collaborative filtering) : recommandations de produits ou de services s'appuyant sur les évaluations d'internautes ayant des goûts similaires.
- **First mover** : Premier concurrent à avoir évolué sur un marché ou à s'y être implanté.
- **First pipe** : Mode de diffusion d'informations utilisant le câble télé.
- **Flagship store** : Magasin de grande surface dédié à une marque et proposant une gamme très large des produits de l'entreprise en question (et exclusivement). Ce magasin "porte-drapeau" se veut la vitrine de la marque à laquelle il est dédié ; il symbolise la matérialisation de son territoire, de sa mission, de son image, de ses valeurs, mais aussi une revendication tangible de sa notoriété.
- **Flash** : Format d'animation proposé par Macromedia. Il est composé de graphiques vectoriels et permet des fonction d'interactivité simples. Les fichiers, petits et pratiques pour connexions modem à faible vitesse, peuvent offrir de la vidéo en temps réel.
- **Flash EPROM** (Erasable Programmable Read Only Memory) : Voir FlashROM.
- **FlashROM** : Composant situé sur un modem ou un téléphone mobile permettant de mettre à jour la ROM à mesure des évolutions technologiques. Synonyme : Flash EPROM. On parle généralement de mémoire Flash.
- **Flexographie** (ou flexo): Annule et remplace la précédente définition du Lexicom. Technique d'impression utilisant une plaque de caoutchouc flexible ou de polymère sur laquelle on découpe une image en relief qui s'imprime directement sur la surface à imprimer. La plaque flexible permet d'imprimer sur des surfaces irrégulières ou non planes (tasses à café, boîtes alu, carton ondulé...).
- **Folksonomie** : Technique permettant aux utilisateurs d'un outil (site web, logiciel...) de voter, de donner leur opinion sur tel ou tel site ou page web, ces indications permettant d'améliorer notamment les résultats de recherche des futurs utilisateurs. De nombreux moteurs s'orientent vers cette voie pour améliorer leur technologie de recherche.
- **Fond** (grand): Marge extérieure, par opposition au petit fond.
- **Fond** (petit) : Marge intérieure, par opposition au grand fond.
- **Fond de carte** : Voir Information géographique.
- **Forfait** : Prix ferme et définitif fixé par avance en rémunération d'une prestation de service, d'une licence, etc., qui devrait recevoir rémunération proportionnelle.
- **Format** : Forme et dimension d'un livre, souvent désignées par les termes : in-folio, in-quarto (in-4°), in-octavo (in-8°), etc. Ces termes font références au nombre de plis dans la feuille imprimée. Ainsi, in-folio désigne la feuille pliée en deux et formant 4 pages ; in-quarto désigne la feuille pliée en quatre et formant 8 pages ; in-octavo désigne la feuille pliée en huit et formant 16 pages ; etc. Comme le format de la feuille d'origine est variable, la dimension obtenue au pliage l'est aussi. Les principaux formats de papier sont les suivants, par ordre croissant : pot, couronne, écu, coquille, carré, raisin, jésus, colombier. Ces appellations proviennent des motifs qui étaient autrefois filigranés dans le papier, suivant le format. On parlera donc, pour plus de précision, d'in-octavo jésus, in-octavo couronne, etc. Ces termes sont de moins en moins utilisés par les libraires et les bibliographes qui préfèrent maintenant indiquer les dimensions d'un volume en centimètres (le format conventionnel).
- **Format conventionnel** : In-12 : à 20cm de hauteur, In-8 : de 20 à 25cm, In-4 : de 25 à 35cm, In-folio : de 35 à 50cm, Gr. In-folio (in-plano) > 50cm.
- **Formation en ligne** : Voir E-learning.
- **Fournisseur de contenu** : Dans le sens littéral du terme, il peut s'agir de l'entité qui envoie le signal TV au téléspectateur. Cependant, il s'agit plus généralement des fournisseurs de télévision par satellite et/ou par câble et des membres de stations de télévision de réseau local.
- **Fournisseur de services** : Une entreprise qui offre des services aux fournisseurs de contenus et aux utilisateurs d'un réseau informatique. Le fournisseur de service peut éventuellement être le fournisseur du réseau.

- **Franchise associative** : Franchise dans laquelle les franchisés sont associés au capital du franchiseur.
- **Franchise corner** : Franchise portant sur une partie d'un magasin ou d'une surface de vente (stand par exemple). Synonyme : franchise partielle.
- **Franchise financière** : Franchise regroupant des investisseurs n'exploitant pas directement les points de vente.
- **Franchise partielle** : Voir Franchise corner.
- **Franchisé** : Personne morale ou physique qui achète une franchise à un franchiseur auquel elle se lie par contrat.
- **Franchiseur** : Personne physique ou morale possédant un réseau de franchise et qui s'occupe du recrutement des franchisés, du contrôle et de la coordination des points de vente franchisés.
- **Fréquence** : La fréquence est l'un des paramètres caractérisant l'onde radioélectrique. Son unité de mesure est le « Hertz » appelé autrefois « cycle par seconde ». Dans le domaine de la radiodiffusion, ce sont en fait certains multiples de cette unité qui sont le plus fréquemment utilisés : le kilohertz (kHz) vaut 1 000 Hz, le mégahertz (MHz) un million de Hz, le gigahertz (GHz) un milliard de Hz.
- **Friço** (au) : Information mise de côté parce qu'elle ne peut pas être publiée immédiatement.
- **Friço** : Biographies de personnalités et autres documentations d'archives.
- **Front-office** : Ensemble des systèmes informatiques situés au contact de la clientèle : centre d'appel, site web, standard téléphonique... Contraire : Back-office.

G

- **G.Dis.P.** (Gross Display Point) (Internet) : Indice obtenu en multipliant le pourcentage d'internautes par le nombre d'affichages de pages. Un indice GDISP 100 correspond à 100% des internautes ayant affiché une page du site. Par rapport au GPP, le GDISP mesure le fait que les internautes ont vu une même page plusieurs fois.
- **GDurP** (Gross Duration Point) (Internet) : Pourcentage d'internautes multiplié par la durée (en minutes de connexion) par internaute. Un GdurP 300 équivaut à 15 minutes de connexion pour 20% des internautes. Cet indicateur fournit une part de marché en durée équivalente à la notion de part d'audience.
- **GDP** (Gross Day Point) (Internet) : Indice obtenu en multipliant le pourcentage d'internautes par le nombre moyen de jours. Un indice GDP de 100 correspond à 100% des internautes ayant visité le site un jour et un seul dans la période.
- **GMS** : ATTENTION ! Cette définition s'ajoute à la précédente (cf. la version écrite de Lexicom) mais ne s'y substitue pas. voir Grands multi-spécialistes.
- **GP2S** (Get paid to surf) : Technique consistant à rémunérer les internautes pour qu'ils surfent sur le Net.
- **GPP** (Gross Page Point) (Internet) : Pourcentage d'internautes multiplié par le nombre de pages distinctes web par internaute. Un GPP 200 est l'équivalent de 10 pages vues par 20% des internautes.
- **GRPM** : En affichage, G.R.P. moyen par cadre d'un même réseau sur un jour de campagne.
- **GRC** : Gestion de la relation client. Voir C.R.M.
- **GRI** : Gestion de la relation internet. Voir I.R.M.
- **GSesP** (Gross Session Point) (Internet) : Indice obtenu en multipliant le pourcentage d'internautes par le nombre moyen de sessions. Un indice GsesP 100 correspond à 100% des internautes ayant visité le site au cours d'une et une seule session dans la période. Cet indicateur permet de classer les domaines.
- **Gap filler** : Voir Réémetteur isofréquence.
- **Géocodage** : Localisation géographique de données alphanumériques. Elle s'effectue par ville, code postal... Un S.I.G. (voir ce mot) propose des fonctions de géocodage automatique.
- **Géomarketing** : (cette définition complète celle du **Lexicom**) 1 - Modélisation et analyse de l'ensemble des facteurs de corrélation entre le lieu de vie et de travail du consommateur, et son mode de consommation. 2 - Branche du marketing qui favorise les critères géographiques pour l'optimisation des actions commerciales. Synonyme : marketing spatial (peu usité).

- **Géomatique** : Discipline qui regroupe l'ensemble des techniques et des applications dédiées à la représentation et à l'analyse de données numériques à composante géographique et cartographique.
- **Gestion de la connaissance** : Voir K.M.
- **Gestion de la relation client** : Voir C.R.M.
- **Get paid to surf** : Voir GP2S.

• **Godwin (loi de-)** : En 1990, Mike Godwin énonça la règle (empirique) suivante : « Plus une discussion sur Usenet dure longtemps, plus la probabilité d'y trouver une comparaison avec les nazis ou avec Hitler s'approche de un ». N'importe quel sujet peut remplacer le nazisme dans l'énoncé de cette loi ; en effet plus une discussion est longue plus on a de chance d'y mentionner n'importe quoi. Cette « loi » s'appuie sur l'hypothèse selon laquelle une discussion Usenet qui dure dans le temps amène peu à peu les esprits à s'échauffer et à remplacer les arguments par des insultes. On estime alors qu'il est temps de clore le débat, dont il ne sortira plus rien de pertinent, pour repartir sur des bases saines. On dit alors qu'on a atteint le « point Godwin » de la discussion.

L'expression point Godwin a, par extension, également pris un autre sens : un point Godwin est un point donné au participant qui aura permis de vérifier la loi de Godwin en venant mêler Hitler, le nazisme ou toute idéologie peu flatteuse à une discussion dont ce n'est pas le sujet.

Voir aussi : Troll [Merci à Wikipédia pour la définition].

- **Gouvernance d'entreprise** : Ensemble de relations entre la direction d'une entreprise, son conseil d'administration, ses actionnaires et les autres parties prenantes. La gouvernance d'entreprise fournit également le cadre au sein duquel sont fixés les objectifs de l'entreprise et définit les moyens de les atteindre et de surveiller les performances (Code OCDE 1999). Synonyme : Corporate governance.
- **Grand format** : Catégorie d'affichage qui rassemble les panneaux dont la dimension est comprise entre 8 m² (soit 3,20 x 2,40 m) et 12 m² (soit 4 x 3 m ou 5,53 x 2,17 m).
- **Grands multi-spécialistes** : Agrégat de magasins faisant partie des CES et comprenant des enseignes comme par exemple Darty, la Fnac, Boulanger, But, Connexion (qui sont aussi des GSS !)... Abréviation : GMS. Ne pas confondre avec GMS (grandes et moyennes surfaces).
- **Gravanning** : Mot valise composé de graffiti + vanity décrivant les produits et services qui offrent à chacun la possibilité de laisser une trace publique, écrite ou en images (cf. les blogs, les timbres et T-shirts personnalisables...).
- **Gravure** : Action de graver sur une plaque dans la préparation d'une forme d'impression.
- **Greenwashing** : "Verdissement d'image", terme utilisé par les groupes de pression environnementaux pour désigner les efforts de communication des entreprises sur leurs avancées en termes de développement durable, qui ne sont pas forcément accompagnés d'action à la hauteur de cette communication. Le terme de "Bluewashing" est aussi utilisé pour désigner le rapprochement des entreprises avec l'ONU dans le cadre du Global Compact.
- **Grown-up** : Start-up adulte.
- **Guide électronique des programmes** : Un guide électronique de programmes permet à un utilisateur de consulter les offres de programmes disponibles et de choisir les programmes en cours en utilisant un système de contrôle à distance afin de définir des listes de programmes spécifiques. Cette caractéristique répandue est considérée comme un avantage clé des récepteurs TV et câbles numériques. Certains décodeurs permettent également de programmer l'enregistrement d'une émission avec un magnétoscope. Synonyme : EPG.

H

- **HDMI** : High Définition Media Interface, ou interface média haute définition. Cette interface de connexion numérique prend en charge les signaux audio et vidéo sans compression, ni perte d'information.
- **HTML** : L'HTML (langage de balisage hypertexte) est un langage de description standard de documents utilisé sur le Web.
- **Hacker** : Pirate du Net
- **Héliogravure** : Cette définition vient à la suite de celle du Lexicom. On distingue trois types d'héliogravure. L'hélio conventionnelle s'utilise pour les documents de haute qualité à impression

rapide. L'hélio à zone et profondeur variables est destinée à la reproduction de magazines, journaux et catalogues. Enfin, l'hélio par transfert direct s'utilise pour le conditionnement.

- **Help desk** : Service d'assistance auprès des clients, chargé de la prise en charge rapide de toute question posée et de sa résolution dans un délai raisonnable.
- **Heuristique** : Règle empirique reflétant l'expérience accumulée par un expert dans la résolution d'un problème.
- **High contact** : Se dit de services pour lesquels les clients se rendent dans les locaux de l'entreprise et y restent jusqu'à la fin de la prestation (par ex. chez le coiffeur). Contraire : low contact.
- **Hits** : Nombre d'appel des différents fichiers qui constituent une page web.
- **Home and office delivery** : Mode de distribution consistant à livrer à des clients, entreprises ou particuliers, des bonbonnes d'eau de 5 gallons (environ 19 litres).
- **Horeca** : Marché hors domicile qui réunit le CHR et le 3eme marché : vente à emporter, fast food, distributeurs automatiques...
- **Hot line** : 2 - Service d'assistance assurant la seule prise en charge des appels.
- **Hot spot** : Lieu public à forte affluence et à la surface limitée (café, aéroport, centre commercial...) équipé d'une borne wi-fi qui permet aux utilisateurs de terminaux mobiles (PC portables, PDA...) de se connecter à l'Internet par ce système de connexion sans fil.
- **Hub** : Noeud (matériel ou logiciel) d'interconnexions.
- **Hypertext markup language** : Voir HTML.
- **Hypervideo** : Association de séquences vidéos avec des liens hypertextes. Dans un flux vidéo, un flux télévisé par exemple, il est possible de cliquer sur des objets et, ainsi, d'obtenir des informations complémentaires.

• **In-4** : L'in-4° a la feuille pliée en 4, contient 8 pages ; ses pontuseaux sont horizontaux. Nota : L'in-quelque chose a, comme la plupart des autres formats, diverses dénominations qui proviennent de la grandeur du papier employé par l'imprimeur.

• **In-8** : L'in-8° a la feuille pliée en 8, contient 16 pages ; ses pontuseaux sont perpendiculaires.

• **In-12** : L'in-12 a la feuille pliée en 12, contient 24 pages ; ses pontuseaux sont horizontaux

• **In-16** : L'in-16 a la feuille pliée en 16, contient 32 pages ; ses pontuseaux sont horizontaux.

• **In-18** : L'in-18 a la feuille pliée en 18, contient 36 pages ; ses pontuseaux sont perpendiculaires.

• **In-24** : L'in-24 a la feuille pliée en 24, contient 48 pages ; ses pontuseaux sont perpendiculaires ou horizontaux.

• **In-32** : L'in-32 a la feuille pliée en 32, contient 64 pages ; ses pontuseaux sont perpendiculaires.

• **In-36** : L'in-36 a la feuille pliée en 36, contient 72 pages ; ses pontuseaux sont horizontaux

• **In-48** : L'in-48 a la feuille pliée en 48, contient 96 pages ; ses pontuseaux sont horizontaux

• **In-64** : L'in-64 a la feuille pliée en 64, contient 128 pages ; ses pontuseaux sont horizontaux.

• **In-72** : L'in-72 a la feuille pliée en 72, contient 144 pages ; ses pontuseaux sont perpendiculaires.

• **In-96** : L'in-96 a la feuille pliée en 96, contient 192 pages ; ses pontuseaux sont perpendiculaires.

• **In-128** : L'in-128 a la feuille pliée en 128, contient 256 pages, et ses pontuseaux sont perpendiculaires. Synyme : Pouce. Format autrefois employé pour de très petits almanachs.

• **INPI** (Institut National de la Propriété Industrielle : Établissement public administratif, doté de l'autonomie financière et placé auprès du ministre de l'industrie, chargé notamment de centraliser et diffuser toute information nécessaire pour la protection des innovations et pour l'enregistrement des entreprises, de recevoir des dépôts de demandes des titres de propriété industrielle ou annexes, de les examiner, les délivrer ou les enregistrer, de surveiller leur maintien, et de les publier. Le siège de l'INPI est à Paris et 10 délégations régionales sont réparties sur le territoire français, dans les principales villes de province.

• **IPG** (Interactive Program Guide) : L'expression "Guide de programmes interactifs" sous-entend un EPG (Voir ce mot) doté de caractéristiques améliorées comme la recherche de programme par genre ou titre ou la programmation du magnétoscope en un seul clic.

• **IPO** (Initial public offer) : Introduction en Bourse d'une entreprise.

- **IRIS 2000** : Pour les communes de plus de 5000 habitants, l'IRIS 2000 est la zone géographique minimale, d'un seul tenant d'environ 2000 habitants, définie par l'INSEE, pour la diffusion des comptages, listes et tableaux du recensement 1999 et du fichier logements.
- **IRM** (Internet Relationship Management) : Gestion de la relation Internet. Terme couvrant toute l'offre logicielle dédiée à la fidélisation des clients sur Internet : moteur de personnalisation, serveur de contenu. Il s'agit donc du CRM (Voir ce mot) appliqué à l'Internet.
- **ISP** (Internet service provider) : Voir FAI.
- **ISS** (Interactive Selling System) : Assemblage dynamique, visuel et guidé de composants / produits sur un site web, pour constituer une offre adaptée aux besoins de l'internaute.
- **ITM** : Internet, télécoms, médias ; agrégat économique de secteurs évoluant dans les technologies de l'information.
- **Identité de marque** : Concept fédérateur, charte, qui ne varie pas selon les communications ; elle définit ce qui, dans une marque, doit rester permanent ou peut évoluer. L'identité permet à l'organisation d'exister comme un être cohérent, ayant son histoire et sa place par rapport aux autres. Elle comprend 6 facettes : le physique, la personnalité, un univers culturel, la mentalisation, le reflet, un climat de relation (Voir ces mots).
- **Image latente** : Image invisible située à la surface photosensible du tambour d'impression. Elle est générée par la différence de potentiel entre les points à imprimer et les points blancs. Pour être visible, elle devra être développée.
- **Impartition** : Externalisation des activités non essentielles et non productrices de revenus. Il s'agit d'un outil de gestion stratégique qui se traduit par la restructuration d'une entreprise autour de sa sphère d'activités : ses compétences de base. Elle diffère de la prestation extérieure de services.
- **Impressions per user** (of ads) : Nombre moyen de fois, par période et par utilisateur, où ce dernier a chargé une création publicitaire donnée.
- **Inbound calls** : En marketing téléphonique, appels entrant, réception d'appels. Contraire : Outbound calls.
- **Indice de popularité** (d'un site web) : Calculer l'indice de popularité d'un site consiste à mesurer le nombre de pages qui ont mis en place un lien vers ce site Web.
- **Indice ESOMAR** : "European Society for Opinion and Marketing Research" Cet indice, également appelé "indice de mode de vie", mesure le nombre de biens d'équipement présents dans le foyer parmi une liste de dix articles : téléviseur couleurs, appareil photo, magnétoscope, caméra vidéo, radioréveil, perceuse électrique, friteuse électrique, deux voitures et plus, micro-ordinateur, résidence secondaire.
- **Inertie** : Degré de propension ou d'aversion au changement chez le consommateur. L'inertie peut être sectorielle (liée au manque d'information, d'intérêt ou de compétence du client dans le secteur, ou bien à des barrières au changement de fournisseur), mais aussi générale, c'est-à-dire au profil psychologique plus ou moins "zappeur" du client, quel que soit le secteur concerné.
- **Inflation masquée** : Inflation due au renouvellement de l'offre ; elle concerne les produits ayant fait l'objet d'une innovation modification, d'un habillage, d'une légère évolution... Lorsque les prix de ces produits, qui viennent en remplacement de produits existants, est plus élevé que ces derniers, on parle d'inflation masquée.
- **Inflation négative** : Elle correspond à une baisse des prix sans baisse des volumes vendus. Ne pas confondre avec déflation et désinflation (voir ces mots).
- **Infomédiaire** : Intermédiaire proposant un contenu spécifique acheté à des prestataires de contenu (titres de presse, chaînes TV, agences presse, portails d'information...) à des sites web n'en ayant pas ou traitant de thématiques différentes. L'infomédiaire est un agrégateur de contenus thématiques doublé d'un acheteur " en gros " d'informations.
- **Information géographique** : Ensemble des données géographiques nécessaires au repérage et à l'analyse de données localisées : villes, réseau routier, infrastructures. Elle constitue l'information de base d'un S.I.G. (Voir ce mot).
- **Informatique décisionnelle** : Voir Business intelligence.
- **Infrastructure** : Partie « gros-œuvre » d'un site de diffusion comportant le terrain, le pylône et éventuellement un local pour abriter des équipements. Il y a un lien d'unicité entre un site de diffusion et son infrastructure. Un site, donc une infrastructure, peut accueillir techniquement plusieurs équipements de diffusion, correspondants à des services similaires ou différents, pour un même

opérateur ou pour des opérateurs différents. Plusieurs sites, donc plusieurs infrastructures, peuvent parfois co-exister sur un même point haut.

- **Initial public offer** : Voir IPO.
- **Innovation** : Selon Porter. La conception et la réalisation de quelque chose de nouveau, encore inconnu et inexistant, de manière à établir des contributions économiques nouvelles à partir de la combinaison d'éléments anciens, déjà connus et existants en leur donnant une dimension économique nouvelle.
- **Innovation ascendante** : Innovation réalisée grâce aux utilisations d'un produit par les consommateurs (suite à un détournement, une micro innovation, une astuce, etc.), généralement par coopération et se diffusant majoritairement via les consommateurs ; la marque se contentant souvent de reprendre l'innovation, de la suivre.
- **Innovation de valeur** : Proposition de valeur émanant d'une marque et maximisant la valeur apportée par une caractéristique, quitte à supprimer les caractéristiques jugées jusqu'alors indispensables. Ex. : les compagnies low cost offrent au consommateur un prix très bas en supprimant tout service. L'innovation valeur s'adresse à un client qui veut optimiser une valeur en particulier, quitte à en abandonner d'autres.
- **Intelligence économique** : Voir Business intelligence.
- **Interférences** : Voir Brouillage.
- **Intergiciel** : Voir Middleware.
- **Interlettrage** : Modification de l'espace normal qui sépare les lettres d'un mot.
- **Interligner** : Disposer du blanc entre les lignes d'un texte en modifiant la hauteur des interlignes.
- **Intermédiation** : Rencontre virtuelle entre deux intervenants parts d'un échange économique (acheteur / distribution par exemple) .
- **Internet service provider** : Voir ISP.
- **Interopérabilité** : Possibilité pour l'utilisateur de recevoir l'ensemble des services de télévision numérique de terre sur un même terminal, quels que soient les opérateurs. Cette notion concerne à la fois le moteur d'interactivité et le système d'accès sous condition.
- **Interstitial** : Ecran publicitaire web non cliquable apparaissant en pleine page (ou presque) pendant quelques secondes.
- **Intervalle de Suppression vertical** : Les tubes cathodiques, dont sont dotés presque tous les téléviseurs et ordinateurs, nécessitent un certain laps de temps afin que les circuits de balayage se retrouvent en haut de l'écran après un balayage complet de la dernière ligne du fond. Le signal vidéo standard marque ce fait en insérant un nombre de lignes vierges au début de chaque nouvelle image. Ces lignes verticales constituent ce qu'on appelle "l'intervalle de suppression vertical". Synonyme : VBI.
- **Isochrone** (courbes) : Courbes, à l'image des courbes de niveau, illustrant le temps nécessaire à un consommateur pour se rendre dans un point de vente donné.
- **Isolé** : Un panneau est strictement isolé quand il ne comporte aucun autre panneau de 8 m² et plus dans un rayon de 40 m.

J

- **Java** : Langage informatique utilisé pour créer des pages web. Java est un langage de programmation de niveau élevé de plate-forme indépendante, développé par Sun Microsystems. Il se distingue de JavaScript, un langage script de navigateur Web développé par Netscape.
- **JavaScript** : Langage script interprété de Netscape permettant l'amélioration de la présentation et des fonctionnalités des pages Web. C'est la base du standard international ECMAScript. Malgré quelques similitudes de structure, ce langage se distingue de Java, le langage de programmation de niveau élevé développé par Sun Microsystems.
- **Jeune pousse** : Voir Start-up.
- **Job board** : Nom donné aux sites de recrutement en ligne.
- **Junk mail** : Voir Pourriel.
- **Justifier** : Disposer une composition de texte selon la largeur prescrite en jouant de l'emplacement des mots, de telle sorte qu'elle soit rigoureusement alignée à gauche comme à droite.

K

- **K.M** (Knowledge Management) : Gestion de la connaissance. Concept reposant sur un l'échange des connaissances dans une organisation et permet, par des outils, de mieux partager des informations par défaut non structurées telles que l'expertise des salariés.
- **KPI** : Key Performance Indicator ; indicateur clé de performance.
- **Kgoys** : Kids Getting Older Younger, enfants qui entrent dans l'adolescence de plus en plus tôt.
- **Knowledge marketing** : Approche marketing dans laquelle les clients de l'entreprise deviennent les co-créateurs de la connaissance organisationnelle en construisant leurs projets de consommation au sein de l'entreprise. Elle implique donc les clients dans un processus de co-création de valeur et d'expériences.
- **Knowledge worker** : Travailleur disposant d'une réelle expertise et dont la principale fonction dans une organisation implique l'utilisation ou le transfert de connaissances particulières. Synonyme - traduction (peu heureux !) : travailleur de la connaissance.

L

- **LTV** : Life time value. Durée pendant laquelle le client est en relation avec la marque.
- **Label social** : Mot ou symbole apposé sur un produit dont le but est d'influencer la décision d'achat des consommateurs en apportant une garantie sur la qualité sociale et éthique de la fabrication et de la commercialisation du produit.
- **Lexicom** : Lexique, glossaire incontournable des termes du marketing, de la communication, de la publicité et des techniques de production comme l'imprimerie. Auteurs : Milon et SH Saint-Michel, éditeur : Bréal.
- **Libre service assisté** : Situation dans laquelle le client peut se servir lui-même avec ou sans intervention d'un conseiller. Le règlement des achats s'effectue en caisse de sortie.
- **Licencié** : Bénéficiaire du droit d'exploitation donné en licence par le donneur de licence, en contrepartie du versement de redevances ou royalties (voir Contrat de licence).
- **Lien catégoriel** : Lien hypertexte conduisant vers une page contenant d'autres liens.
- **Lien de contenu** : Lien hypertexte conduisant vers une page comportant du contenu.
- **Link analysis** : Analyse des relations entre des événements ou des individus. Croisement réalisé entre la demande d'un produit et la demande statistiquement probable d'un autre.
- **Lissé** : En typo et hélio (quasi exclusivement), apprêt mécanique en supercalandres.
- **List broker** : Voir Courtier d'adresses.
- **Load balancing** : Méthode permettant d'optimiser l'utilisation de la bande passante sur des serveurs.
- **Localier** : Journaliste chargé de la rubrique locale.
- **Logisticien répartiteur** : Prestataire de services assurant sur ordre du fournisseur et / ou du distributeurs, le transport, la manutention, le stockage, la livraison, la gestion des stocks...
- **Logistique** : Ensemble des opérations et des supports nécessaires à la gestion des flux physiques, financiers et d'information sur l'ensemble de la chaîne de l'offre (ou de la communication).
- **Lohas** : Famille, typologie de consommateurs regroupés sous cet acronyme mis pour : Lifestyle of health and sustainability.
- **Longue conservation** : Location de longue durée d'un panneau à un annonceur (par opposition à l'affichage temporaire). Synonyme : Affichage permanent.
- **Loueur** : En affichage, personne chargée, en affichage, de la recherche des emplacements pour y installer des panneaux, ainsi que des relations avec les bailleurs.
- **Loup** : 2 - Synonyme de ratage.
- **Lovemark** : Concept dans lequel une marque est unie à son client par un lien émotionnel et bon plus rationnel, fondé sur deux sentiments très humains : d'une part le respect reconnu à la performance, la confiance et la réputation, d'autre part l'amour entretenu par la sensualité, l'intimité et une part de mystère.
- **Low contact** : Contraire de High contact, voir ce mot.

- **Low-fi** : Réduction de "Low fidelity". Consommateurs qui, en réaction à la hi-tech, militent pour une création qui serait moins dépendante d'une technologie qui standardise et uniformise tout ce qu'elle touche. Certains produits low-fi mentionnent par exemple "aucun ordinateur n'a été utilisé pour écrire, enregistrer, mixer et masteriser ce disque".
- **Loyalty marketing** : Ensemble des actions publi-promotionnelles destinées à fidéliser la clientèle. Le plus souvent il s'agit d'offrir des avantages.
- **Lumens** : Norme de quantification de la luminosité d'ensemble d'un matériel de projection selon neuf points de mesure centraux et périphériques pris sur l'image projetée.

M

- **MAYA** (Most Advanced, Yet Acceptable) : Acronyme de George Loewy énonçant une sorte de limite au-delà de laquelle le design ne peut aller sans prendre le risque d'être rejeté par le consommateur.
- **MFN** (Multiple Frequency Network : réseau à fréquences multiples) : Voir Réseau multifréquences.
- **MHEG** : La norme ISO MHEG a été élaborée par le Groupe d'experts pour le codage des informations multimédias et hypermédias pour le script, l'affichage et l'interaction utilisateur multimédia. Elle est considérée comme une alternative aux langages HTML et Java pour la télévision améliorée.
- **MHP** : La plate-forme multimédia domestique (MHP) est un standard faisant partie du DVB destiné à la télévision améliorée. Il s'agit d'une interface générique entre les applications numériques interactives et les terminaux sur lesquels sont lancées les applications. La plate-forme MHP supporte différents types d'application incluant les guides de programmes électroniques, les services d'informations, les améliorations synchrones, l'e-commerce et les transactions sécurisées. Elle nécessite un moteur d'exécution Java intégré à un décodeur, permettant ainsi le développement d'applications complexes.
- **MOLAP** : Multidimensionnel OLAP Voir ce mot.
- **MP3** : Type de fichier audio électronique qui peut être copié à partir d'un serveur vers un dispositif d'utilisateur final, comme un PC.
- **MPEG** : Moving Pictures Expert Group. Nom du comité international qui a développé sous l'égide d'organisations internationales (ISO/IEC) les techniques de compression vidéo et audio du même nom.
- **MPEG 1** : Premier des standards MPEG, utilisé principalement par le format Video-CD. La résolution d'image est généralement de 352 * 288 (PAL) même si de plus hautes ou basses résolutions sont acceptées (jusque 4095 x 4095). Le débit maximum de donnée est de l'ordre de 1,5 mbps, ce qui correspondait lors de sa mise sur le marché au débit d'un lecteur CD-ROM simple vitesse.
- **MPEG 2** (Motion Picture Expert Group) : Norme mondiale de compression numérique (réduction de débit) pour la partie image de la télévision.
- **MPEG 3** : Standard de compression initialement destiné à la télévision haute définition (TVHD) mais ensuite abandonné pour être incorporé dans le MPEG-2. Ne pas confondre avec le format audio MP3.
- **MPEG 4** : Méthode de compression utilisant une approche par objet naturels (vidéo, photos) ou de synthèse avec lesquels l'utilisateur peut interagir. Sans utiliser d'approche objet, la compression MPEG-4 appliquée à une sources vidéo traditionnelle est plus performante que la compression MPEG-2. Souvent associé au Divx :-).
- **MPEG 7** : Son principe n'est pas de définir une nouvelle méthode de compression mais de standardiser la description du contenu d'un document multimédia pour utilisation avec les méthodes de compression MPEG existantes (pour pouvoir faire des recherches en fonction du contenu d'une vidéo par exemple).
- **MRAM** : Magnetoresistive random access memory. Mémoire magnétique à accès aléatoire ; utilisé en informatique comme support de stockage.
- **Machines/IP** : Chaque ordinateur se voit attribuer, lors de sa connexion, un numéro (comme un N° de téléphone !) qui permet à un serveur de lui faire parvenir les pages/fichiers demandés lors de la visite d'un site, mouvements comptabilisés par le serveur. Mais, un même N° IP peut être attribué à plusieurs ordinateurs (notamment pour les personnes se connectant par le réseau de leur entreprise). De même, différentes personnes peuvent utiliser le même ordinateur (Cybercafés, Universités, ordinateur familial...). Toutefois, ce nombre d'IP différents est un bon indicateur du nombre d'utilisateurs différents d'un site.

- **Machinima** : Contraction de machine, animation et cinéma. Film créé à partir de séquences de jeu vidéo.
- **Magasin d'usine** : (annule et remplace) Surface de vente exploitée par un fabricant, qui vend exclusivement les produits de sa fabrication avec un rabais important par rapport au prix public.
- **Magnéto-optique** : Les lecteurs / enregistreurs utilisant cette technologie combinent un support de type magnétique et la technique optique pour le guidage des têtes, la lecture et l'écriture des données. Partie intégrante des D.O.N. (Voir ce mot), ils sont réinscriptibles grâce à un procédé de chauffage qui modifie physiquement la surface magnétique du support. Comme sur les disques durs, la surface est divisée en de multiples pistes qui autorisent des temps d'accès rapides ; mais le procédé de chauffage pénalise les taux de transfert en écriture.
- **Main** : Appréciation par le toucher de l'épaisseur et de la résistance d'un papier. Un papier a une main lorsque son épaisseur semble élevée pour sa masse au mètre carré.
- **Mainstream** : Courant principal de consommation constituant donc le segment principal de la demande.
- **Malternative** : Mot valise (malt + alternative) et néologisme se référant aux bières mélangées à d'autres alcool ou parfums (whisky, vodka, tequila...). Il est probable que ce terme désigne sous peu le nom de ce segment des bières.
- **Manager** : En marketing direct téléphonique, responsable du choix des actions, du brief des équipes composant le centre d'appel, de l'élaboration du script, de l'interface avec les autres départements de l'entreprise. Il est aussi chargé d'optimiser la productivité et la rentabilité du centre, en liaison avec la technologie utilisée.
- **Manuel opératoire** : Voir Bible opératoire.
- **Manuel de franchise** : Voir Bible opératoire.
- **Marché à double face** : Marché sur lequel une cible finance la consommation d'une autre cible, réduisant le coût d'achat de cette dernière. La PQG est un marché de ce type, les annonceurs permettant la gratuité du support pour le lecteur. Synonyme : marché à deux versants.
- **Marché à deux versants** : Voir Marché à double face.
- **Marché pertinent** : Ensemble des consommateurs susceptibles d'être intéressés par un certain type d'offres.
- **Marge arrière** : Voir Coopération commerciale.
- **Market equity** : Force de la marque sur toutes les variables de marché : prix (valeur perçue, accessibilité...), distribution, actions promotionnelles et hors-médias...
- **Marketing** : 1 - Discipline de la gestion qui, dans une économie de marché, fait appel à des études & recherches menant à l'anticipation et à la mise en place de moyens d'action fondés sur l'adaptation du produit, du prix, de la distribution et de la communication, dans le cadre d'un plan d'actions contrôlé à l'aide d'indicateurs, afin d'adapter l'appareil productif & commercial et satisfaire les besoins, désirs, motivations, valeurs (...) d'une cible pouvant être une organisation ou un individu en lui proposant un bien, un service ou une idée.
2 - "Le marketing est le mécanisme économique et social par lequel individus et groupes satisfont leurs besoins et désirs au moyen de la création et de l'échange avec autrui de produits et services de valeur" (Kotler, Dubois).
3 - "Le marketing consiste à planifier et mettre en oeuvre l'élaboration, la tarification, la communication et la distribution d'une idée, d'un produit ou d'un service en vue d'un échange mutuellement satisfaisant pour les organisations comme pour les individus" (Kotler, Dubois).
4 - "Le marketing est la conception, la mise en oeuvre et le contrôle de tout processus, quelle que soit sa nature - psychologique, technique, commerciale, scientifique, organisationnelle... - qui optimise pour la firme la valeur pour le client rapportée au risque qu'il encourt par l'acquisition du bien ou service qui lui est proposé par la firme, et ce dans le temps. Il y a donc trois domaines du marketing, un marketing de la valeur, un marketing du risque et un marketing du temps" (L. Maruani).
- **Marketing collaboratif** : Système dans lequel chaque client est invité à imaginer, définir, configurer, commander, fabriquer, payer lui-même son produit.
- **Marketing entrepreneurial** : 1 - Identification proactive et exploitations d'opportunités à travers une approche innovante, une prise de risque et des actions marketing et visionnaires et non planifiées, en vue de créer de la valeur et en faisant le meilleur usage possible de ses ressources. 2 - Nouvelle

direction, nouvelle branche du marketing qui vise à établir de nouvelles règles de marché à l'occasion du développement de solutions nouvelles.

- **Marketing de partage** : Voir Marketing éthique.
- **Marketing direct** : Toutes les techniques de communication de l'information qui suscitent, valorisent et entretiennent un contact direct et mesurable entre l'émetteur d'un message et celui qui le reçoit.
- **Marketing environnemental** : Voir Marketing éthique.
- **Marketing éthique** : Processus de formulation et de développement d'activités marketing caractérisées par leur contribution spécifique à un effort non marchand particulier qui, en retour, a un effet positif sur les échanges entre les consommateurs et la marque / le produit... et donc sur le profit de l'entreprise. Termes proches et / ou reliés : marketing social, marketing de partage, sustainable marketing, éco-marketing, marketing environnemental.
- **Marketing expérientiel** : Approche marketing se penchant sur l'analyse de l'expérience de consommation, telle qu'elle est vécue par le consommateur.
- **Marketing relationnel** : Approche marketing s'intéressant à la satisfaction des consommateurs et à ses conséquences sur la fidélisation.
- **Marketing sensoriel** : Le fait d'utiliser des facteurs sensoriels (musique, senteurs, sensations tactiles, gustatives) dans le produit et / ou le lieu de vente / service pour susciter des réactions favorables du consommateur et / ou lui faire vivre des expériences sensorielles fortes.
- **Marketing situationnel** : Pôle d'intervention du marketing insistant sur le contexte dans lequel les produits et les consommateurs se rencontrent. Dans ce cadre, les éléments de l'environnement de l'acte d'achat qui exercent une influence sur le comportement de consommation (bruit, lumière, ambiance, nombre de personnes présentes, saison... voire l'humeur du consommateur) sont intégrés aux variables du mix. Cet ancêtre du marketing expérientiel prend donc pour unité de segmentation l'occasion d'usage d'un produit / service (et non les caractéristiques individuelles du consommateur).
- **Marketing social** : Voir Marketing éthique.
- **Marketing spatial** : Voir Géomarketing.
- **Marketing transactionnel** : Approche marketing s'intéressant au processus de choix et à l'acte d'achat.
- **Marketing viral** : Bouche à oreille électronique utilisant plusieurs moyens (e-mail, liste de diffusion) ; technique de promotion sur Internet, parfois involontaire, reposant sur une logique proche du bouche à oreille : les internautes eux-mêmes deviennent vecteurs de la marque ou du service en l'utilisant (marketing viral passif) ou bien en le recommandant à leurs connaissances (marketing viral actif). Les modes de propagation du marketing viral et sa vitesse sont peu maîtrisés. Employé de façon involontaire, le marketing viral ne coûte rien tout en se révélant très efficace.
- **Marketplace** : Voir Place de marché.
- **Marque** : Signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale.
- **Marque blanche** : Solution consistant pour un fournisseur d'accès Internet à livrer des solutions d'accès gratuit à Internet aux couleurs et à la marque d'autres intervenants.
- **Marque communautaire** : Marque qui produit une protection uniforme, c'est-à-dire qu'elle ne peut être enregistrée, transférée, déchue ou annulée que pour l'ensemble de la Communauté, et dont l'examen et l'enregistrement sont effectués par l'Office de l'Harmonisation dans le Marché Intérieur (OHMI).
- **Marque complexe** : Marque qui associe plusieurs éléments (par exemple une image et un slogan) possédant ainsi un fort pouvoir distinctif.
- **Marque internationale** : Les marques internationales sont régies par l'Arrangement de Madrid concernant l'enregistrement international des marques du 14 avril 1891 ou/et par le Protocole relatif à l'Arrangement de Madrid du 27 juin 1989. Ce système est administré par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) à Genève. L'enregistrement international est basé sur une demande devant l'office national du requérant. La demande est ensuite présentée devant l'OMPI par l'administration nationale, mentionnant les États où la protection est souhaitée. Chaque administration nationale étudiera ensuite la demande et offrira une protection dans son pays si la marque y est considérée comme valable. La marque internationale est valable 10 ans.

- **Marque notoire** : Marque notoirement connue dans un pays et qui bénéficie d'une protection, même sans dépôt préalable.
- **Mass M.** : Mass Merchandisers. Hypermarchés, grands magasins, vente par correspondance, grandes surfaces spécialisées (en bricolage, jardinage, meuble, etc.).
- **Mastige** : Produit de masse haut de gamme (cf. le mot valise masse + prestige).
- **Matching** : Voir Moteur de règles.
- **May carry** : Programme dont la diffusion est possible pour les câblo-distributeurs. Les may carry sont une des typologies de programmes ; voir May carry if et Must carry.
- **May carry if** : Programme dont la diffusion par les câblo-distributeurs est possible sous conditions. Les May carry if sont une des typologies de programmes ; voir Must carry et May carry.
- **Médias tactiques** : Médias de contact direct et privilégié avec le consommateur qui, parce qu'ils sont parfaitement intégrés dans son quotidien, permettent de capter son attention dans un moment propice à la communication, dans le cadre d'un marketing ciblé, affinitaire et de proximité. Synonyme : ambient marketing
- **Mél** : Francisation de Mail (voir ce mot).
- **Member gets member** : Action de direct marketing destinée à recruter de nouveaux clients par le biais des clients existants qui communiquent des noms et adresses de personnes de leur entourage susceptibles d'être intéressés par les produits. En général une récompense leur est donnée en remerciement.
- **Mentalisation** : Élément de l'identité de marque (Voir ce mot) qui est la relation que le consommateur entretient face à lui même grâce à la marque. On l'appelle aussi miroir interne de la cible.
- **Mentions légales** : Dispositions devant obligatoirement figurer sur un support de communication. Par exemple en affichage : dénomination sociale de l'annonceur, numéro de son RCS, nom et adresse de l'imprimeur. Les mentions légales sont aussi exigées dans le cadre de certaines réglementations, comme " l'abus d'alcool est dangereux pour la santé " dans le cadre de la Loi Evin.
- **Meta données** : Données décrivant les données. Elles englobent l'ensemble des informations relatives à la provenance, à l'historique et au traitement associés aux données d'un data warehouse.
- **Meta moteur** : Moteur de recherche sur Internet qui interroge sur la base de mots-clé d'autres moteurs et synthétise les réponses.
- **Meta tag cloaking** : Voir Cloaking.
- **Métrique** (variable) : Voir Quantitatives (variables).
- **Métrosexuels** : Hommes de moins de 40 ans, "métropolitains" (= urbains) et hétérosexuels, dandys assumant leur part de féminité sans avoir peur de passer pour des homosexuels.
- **Middleware** : Couche logicielle intermédiaire entre les applications et le réseau, permettant le dialogue entre des applications hétérogènes. Synonyme : Intergiciel.
- **Mind mapping** : Une mind map ou mindmap ou encore carte heuristique en français (c'est-à-dire littéralement carte du cerveau, ou plutôt carte des idées) est un diagramme qui représente les connexions sémantiques entre différentes idées, les liens hiérarchiques entre différents concepts intellectuels.
- **Mini site** : Voir Carré.
- **Miroir externe de la cible** : Voir Reflet.
- **Miroir interne de la cible** : Voir Mentalisation.
- **Mirroring** : Méthode de duplication (ou de sauvegarde) des données en temps réel d'un disque vers un autre ou d'un site vers un autre.
- **Mixage d'appels** : En télémarketing, système permettant la commutation transparente entre une application en appels sortants et une application en appels entrants, permettant ainsi de passer facilement de l'une à l'autre en fonction des points creux dans les systèmes de production. Synonyme : Call blending.
- **Mobilité** : Notion caractérisant un terminal pouvant fonctionner dans un moyen de transport qui se déplace (train, automobile...). Ces terminaux ont recours à l'antenne du véhicule et à son alimentation électrique. Notion proche : portabilité, portativité.
- **Mode multipart** : Grâce à une fonction de l'outil de routage, l'e-mail s'adapte automatiquement à la messagerie de l'internaute.

- **Mortar** : Entreprise "en dur", c'est-à-dire proposant des services distribués dans des magasins "réels", par opposition à l'entreprise "click" (qui évolue sur Internet).
- **Moteur de recherche en intégral** : Un moteur de recherche comme Altavista permet d'effectuer des recherches en deux étapes. Tout d'abord, son spider parcourt le web, effectue des copies des pages qu'il trouve sur Internet et analyse les mots-clés contenus dans ces pages. Ensuite, l'indexeur retourne ce fichier, et le structure autour des mots-clés de façon à autoriser des recherches par mots-clés.
- **Moteur de règles (matching)** : Pilotage dynamique des campagnes, attribuant une offre spécifique à chaque client, selon ses préférences exprimées, constatées ou supposées. On s'appuie pour cela sur l'identité du client, sur son cheminement dans le site, son comportement d'achat, le temps passé et la fréquence des visites (cf. RFM) ; il s'agit d'une observation comportementale.
- **Moteurs hybrides** : Cas de certains outils de recherche comme Voilà qui utilisent à la fois une base de données de type annuaire (Quiquoui dans le cas de Voilà) et une technologie de recherche en texte intégral (celle d'Echo dans le cas de Voilà).
- **Moteurs sémantiques** : Cas de certains outils de recherche comme Semio qui n'effectuent pas une recherche sur des mots-clés mais sur des concepts. A partir d'un mot-clé, l'outil de recherche est capable d'élargir le champ de ses recherches à des concepts-liés au moyen d'un thesaurus. Le thesaurus est une liste de mots-clés qui possèdent des relations entre eux (ex : Citroën INCLUS DANS automobile INCLUS DANS transport).
- **Mouchard** : Voir Cookie.
- **Multicanal** : Communication multi-canaux ou intégrée (multi-channel communication): Communication de messages liés entre eux par leur contenu, leur forme visuelle, leur synchronisation et véhiculés par l'ensemble ou la plupart des canaux de communication "above" (TV, radio, presse quotidienne et périodique, affichage etc.) et "below" (Direct Mail, promotions etc.).
- **Multicrypt** : procédé qui permet à un même équipement de réception (décodeur) d'accueillir simultanément plusieurs types de systèmes d'accès conditionnel.
- **Multifranchisé** : Franchisé propriétaire de plusieurs points de vente d'une même chaîne.
- **Multiplex** : Désigne le flux numérique transporté par un canal/fréquence et utilisé pour véhiculer un certain nombre de programmes audiovisuels, de services associés, de services interactifs, de données de signalisation et autres. Il est caractérisé par un débit total donné. Il désigne également le regroupement en réseau d'un ensemble de canaux/fréquences sur différents sites, diffusant un contenu identique vers une couverture cible donnée. Abréviation : Mux.
- **Multiplexage** : Action de combiner plusieurs flux par exemple un flux audio et vidéo.
- **Multiplexage statistique** : Multiplexage de débits de plusieurs programmes soumis au codage statistique précédent, visant à exploiter les variations en sens opposé des débits des programmes pour optimiser (minimiser) le débit global.
- **Multitasking** : Le fait pour un consommateur de fréquenter deux médias en même temps. Terme concernant surtout des médias numériques.
- **Mur peint** : Réalisation d'une fresque sur le mur d'un bâtiment ; elle peut-être artistique, culturelle, publicitaire. Sa réalisation est soumise à une autorisation préalable de la ville.
- **Mural** : Panneau implanté sur un support tel qu'un mur de bâtiment commercial ou d'habitation s'il est aveugle.
- **Musicam** : Procédé de compression du débit de données sonores qui élimine certains signaux non perceptibles pour l'oreille humaine.
- **Must carry** : Programme dont la diffusion est une obligation pour les câblo-distributeur. Voir aussi d'autres types de contrainte avec May carry et May carry if.
- **Mux** : Abréviation de Multiplex (voir ce mot).

N

- **N.D.A.** : Note de l'Auteur.
- **N.D.L.R.** : Note de la Rédaction.
- **NIP** : Nouveaux instruments promotionnels ou nouvelles techniques promotionnelles. Les NIP comprennent les écrans plasma, les écrans tactile, les SMS, les TG en 3D, les dalles holographiques...

- **NPAI** : Synonyme : Bounce (cette précision s'ajoute à la définition du Lexicom).
- **Narrowcast** : Production et diffusion d'émissions pour des audiences de niche (via Internet, le câble ou le satellite).
- **Nettoyage de fichier** : (mise à jour de la définition) Ensemble des opérations visant à mettre à jour un fichier en corrigeant, éliminant les adresses NPAI/PSA, les changements d'adresse, les modifications géographiques et postales diverses (parfois facilitées par l'utilisation de référentiels adresses) les caractéristiques client...
- **Nombre de page par internaute** : Nombre de pages distinctes affichées par un internaute sur la période.
- **Nombre d'affichage** (Internet) : Nombre de pages vues ou affichées, distinctes ou non, téléchargées à partir d'un site ou provenant de mémoires caches ou de serveurs proxy.
- **Nom commercial** : Appellation sous laquelle une personne morale ou physique exploite son fonds de commerce et se fait connaître à sa clientèle. Le nom commercial constitue également un élément de ce fonds de commerce.
- **Nom de domaine** : Appellation utilisée pour représenter une personne physique ou morale sur Internet. Le nom de domaine est de plus en plus assimilé en droit français à un signe distinctif de l'entreprise soumis au régime du droit des marques.
- **Nom de plume** : Pseudonyme.
- **Nomadisme** : Nouvelle forme de mobilité pratiquée par les citoyens.
- **Nominale** (variable) : Voir Qualitatives (variables).
- **Nourriture** (taux de) : Part de marché d'une marque ou d'une enseigne dans la consommation de ses clients.
- **Numérique** : Caractérise la représentation d'un phénomène physique par une succession de bits 0 et 1. Cette représentation permet d'effectuer des traitements aboutissant à économiser la ressource (par la compression) ou à combattre les dégradations (par les procédés de correction d'erreurs).
- **Numérscope** : « Magnétoscope » numérique comprenant un disque dur et faisant parfois office, aussi, de décodeur TV. Synonyme de personal video recorder (PVR) ou digital video recorder (DVR).
- **Numéro noir** : Numéro payant pour l'appelant. Utilisé quand le coût de la communication n'est pas un frein à l'acte d'appel.
- **Numérotation assistée** : Système dans lequel le téléopérateur décide de la composition du numéro. L'opérateur dispose d'informations sur son interlocuteur avant que l'appel ne soit lancé.
- **Numérotation évoluée** : Principe identique à celui de la numérotation prédictive, mais utilisant un algorithme de numérotation moins précis, nécessitant des agents plus nombreux pour prendre les communications en surnombre.
- **Numérotation prédictive** : Principe consistant, en télémarketing, à utiliser un logiciel de numérotation téléphonique cherchant à repérer le moment idéal pour composer le numéro de téléphone qui doit suivre ; il permet donc de composer plus de numéros qu'il n'y a de téléopérateurs de libres.
- **Numérotation progressive** : Principe de numérotation utilisé en télémarketing utilisant un algorithme de prénumérotation. Dans ce cas, la durée de prévisualisation des appels qui aboutissent demeure inférieure à dix secondes (temps moyen constaté pour que l'utilisateur décroche). A la différence de la numérotation assistée, le téléopérateur ne dispose pas d'éléments sur son interlocuteur avant que l'appel soit lancé.

O

- **OCR** : Reconnaissance par caractère optique.
- **OER / CSS** : Office equipment retailers / computer shop & system houses. Ensemble de tous les canaux de distribution informatique et bureautique vers la cible de professionnels.
- **OLAP** (On Line Analytical Processing) : Désigne une catégorie d'outils d'exploration de données qui permettent de visualiser des valeurs dans plusieurs dimensions.
- **OMR** : Reconnaissance par marque optique.
- **Objet publicitaire** : 2 - Sur Internet, synonyme de bandeau, icône.

- **Observation participante** : Technique d'étude des consommateurs consistant à vivre avec eux et à partager leurs expériences & activités.
- **Obstacle à la sortie** : Facteurs empêchant ou restreignant la sortie d'une entreprise d'un marché, comme par exemple les investissements réalisés, les coûts sociaux...
- **Offre média** : Synonyme valorisant de " couplage "... qui consiste à prendre une cible puis à essayer de regrouper des supports la touchant à des prix attractifs.
- **One-to-many** : Le one-to-many désigne une opération de marketing ou de communication émanant d'un seul émetteur (l'annonceur) et s'adressant à de multiples personnes (le public), bref des actions de communication traditionnelles. Contraire : One-to-one.
- **One-to-one** : Concept marketing reposant sur la communication personnalisée avec un individu-consommateur considéré comme unique. Contraire : "One to many".
- **Open source** : Se dit de logiciels qui peuvent être modifiés et redistribués librement (mais pas forcément gratuits !). Linux et GNU font partie de l'univers open source.
- **Opérateur de multiplex** : Toute société, distincte des éditeurs de services, chargée d'assembler les signaux de la ressource radioélectrique qui lui est assignée.
- **Opposition** : La demande d'enregistrement d'une marque peut être contestée devant l'administration française par le titulaire d'une marque antérieure dans les deux mois suivants la publication de cette demande.
- **Opt in** : Cette technique suppose l'accord express de l'internaute pour tout envoi (par exemple) de sollicitations commerciales. L'internaute doit alors cocher une case s'il souhaite être la cible de telles actions. Cette pratique peut être renforcée par le Double opt-in (Voir ce mot).
- **Opt out** : Intégration de l'accord de l'internaute par défaut dans un formulaire web ; la case d'accord à la réception (par exemple) de sollicitations commerciales est préalablement cochée.
- **Option** : Réservation temporaire d'un réseau espace publicitaire pour un annonceur, en attendant son accord définitif. Plusieurs options peuvent être posées par plusieurs annonceurs sur un même emplacement à une même date.
- **Ordinale** (variable) : Voir Qualitatives (variables).
- **Origine géographique des consultations** (Internet) : Il n'est pas toujours possible de la déterminer. Habituellement, on utilise, lorsqu'elles sont disponibles, l'adresse IP de l'utilisateur ou des procédures complémentaires (bases de données, langue du navigateur). Remarque : les adresses électroniques à terminaison ".com" (par exemple car elles sont nombreuses dans ce cas) ne correspondent pas à une origine géographique certifiée.
- **Orphelins** : Voir Besoins orphelins
- **Output deals** : La production à venir des studios fait l'objet de contrats d'exclusivité, dénommés « output deal », qui portent sur les droits de diffusion en paiement à la séance, première fenêtre et deuxième fenêtre payante, d'une durée de cinq ans en général. Sont vendus dans le même temps, systématiquement, des droits de diffusion portant sur 100 à 200 titres en catalogue des studios.
- **Outbound calls** : Appels sortants, émission d'appels. Contraire : Inbound calls.
- **Outsourcing** : Voir Externalisation.

P

- **P to P** (peer to peer) : Mode de diffusion des données permettant aux internautes de se connecter sans passer par un serveur (cf. autrefois le site Napster). Autre graphie : P2P.
- **P to P** (path to profitability) : Voie menant au profit, que doit suivre toute entreprise en phase de lancement et de croissance.
- **PABX** (Private Automatic Branch Exchange) : Autocommutateur privé. Commutateur téléphonique spécialisé permettant la commutation téléphonique à l'intérieur d'une organisation.
- **PAP** : Pages vues sur lesquelles figurent une ou plusieurs annonces publicitaires (bandeau, icône...).
- **PAR** (Puissance Apparente Rayonnée) : Grandeur caractérisant l'intensité du rayonnement d'un émetteur dans une direction donnée. Elle est égale au produit de la puissance fournie à l'antenne d'émission par son gain dans la direction considérée.

- **PCBX** : Private Computer Branch Exchange, carte dédiée s'insérant dans un serveur et ayant les mêmes fonctions qu'un autocommutateur privé (PABX).
- **PDA** (personal digital assistant) : Agenda électronique évolué ayant des capacités de communication.
- **PDC** (Power Disk Cardridge) : Format maintenant la compatibilité en lecture sur les cartouches amovibles monoplateau des marques SyQuest et Nomaï.
- **PIE** : Voir EIP.
- **PMG** (Petits Moyens Gros): Petits, moyens, gros internautes. Classement des internautes en fonction de leur volume d'usage d'Internet : Petits : les 30% d'internautes les moins actifs ; Moyens : les 40% d'internautes moyennement actifs ; Gros : les 30% d'internautes les plus actifs.
- **PNA** : Publicité non adressée. Synonyme : I.S.A. (voir ce mot).
- **PNU** (perdu ou non utilisé) : Taux de non utilisation d'un bon d'achat.
- **POD** : Print-on-demand. Impression entièrement personnalisée d'un document à partir d'une base de données.
- **PPML** (Personalized Print Markup Language): Langage mis au point par les développeurs de frontaux. Il se base sur Postscript, XML et PDF. Il permet d'alléger les réseaux et de gérer les couleurs selon les exigences propres aux industries graphiques. Il traite en fait chaque élément de la page comme un objet interchangeable alors que Postscript stocke, page par page, tous les éléments et de manière totalement figée.
- **PPV** : Voir Pay per view.
- **PVR** : Voir Numériscope.
- **Package** : Voir produit prolongé.
- **Page** (Internet) : Document multimédia composé de fichiers délivrés par un ou plusieurs serveurs, et présenté dans la fenêtre du navigateur de l'utilisateur. Les fichiers sont agencés au sein d'une ou plusieurs frame(s) (subdivision visuelle de la page). Le chargement d'un nouveau fichier au sein d'une ou des frame(s), suite à une action de l'utilisateur, est considéré comme un changement de page.
- **Pages alias** : Voir Pages satellite.
- **Pages doublon** : Pages permettant de mettre en ligne des pages jumelles de la page d'accueil, avec un code optimisé pour l'indexation.
- **Pages miroir** : Voir Pages satellite.
- **Pages satellite** : Pages déconnectées du site principal destinées uniquement à l'indexation par les moteurs de recherche en texte intégral. Synonymes : pages alias, pages miroir.
- **Page views** : Voir Pages vues.
- **Pages avec publicité vues** : Voir PAP.
- **Pages vues** : Nombre de fois où une page est totalement téléchargée sur la machine de l'utilisateur. On distingue les pages vues sur site et les pages vues hors site. Les pages vues sur site correspondent aux pages vues en provenance directe du serveur principal (site), sans stockage intermédiaire. Elles sont comptabilisées au niveau du serveur. Les pages vues hors site proviennent de mémoires-caches ou de serveurs proxy. Elles sont vues par les utilisateurs mais ne sont pas comptabilisées dans les fichiers logs du site. *Remarque* : En pratique, les outils de comptage ne permettent pas de mesurer directement les pages vues hors site. Soit ils mesurent seulement les pages vues sur site, soit ils mesurent l'ensemble des pages téléchargées, quelle que soit leur provenance.
- **Pages vues hors site** : Pages web en provenance des mémoires cache ou de serveurs proxy ; elles sont vues par l'utilisateur mais ne sont pas comptées dans les fichiers logs du site.
- **Pages vues par visite** (nombre de) : Nombre moyen de pages vues par visite sur un site et pour une période définie.
- **Pages vues sur site** : Pages web en provenance directe du serveur principal et comptabilisées à ce niveau.
- **Palette des spécifications** : Dans un logiciel de P.A.O., palette mobile placée au premier plan, devant les documents ouverts, permettant de modifier les réglages des objets et éventuellement de leur contenu.
- **Palette graphique** : Logiciel de dessin, comportant un pinceau et un stylo et permettant de fabriquer ou de modifier une image.

- **Palissade de chantier** : Bardage clôturant un chantier privé ou public sur lequel peut être exploitée de la publicité.
- **Panel dédié** : Groupe d'internautes dédié à un client qui correspondent à une cible précise. Le recrutement se fait via des sites Internet, des panels postaux, des bases de données propriétaires...
- **Papiers avec bois** : Papiers fabriqués à partir de pâtes mécaniques ou thermomécaniques.
- **Papiers recyclés** : Papiers fabriqués avec une très forte proportion de fibres cellulosiques de récupération, désencrées ou non.
- **Papiers sans bois** : Papiers fabriqués à partir de pâtes chimiques (cuisson du bois).
- **Parallèle** : Se dit d'un panneau d'affichage strictement parallèle à la chaussée.
- **Part dans les sessions** (Internet) : Cet indice représente la part moyenne d'un secteur dans les sessions qui concernent le secteur ; Il est calculé en divisant la durée moyenne passée dans un secteur par la durée totale des sessions où l'internaute a visité les sites du secteur. L'indice global est obtenu en multipliant le pourcentage dans les sessions par le pourcentage d'internautes. Un indice global de 100 pour un secteur correspond ainsi à 100% des internautes qui ont visité au moins un site du secteur au cours d'une session ; toute la session s'est donc déroulée exclusivement dans ce secteur. La part dans les sessions permet de mesurer l'aptitude du domaine à conserver les internautes au cours d'une même session.
- **Part d'audience** (Internet) : L'audience est le temps passé par l'ensemble des internautes sur un domaine rapporté au temps global de connexion sur le web.
- **Part de marché relative** : Ratio obtenu en divisant, pour le leader, sa part de marché absolue par celle de son suivant immédiat. La part de marché relative des suivants est obtenue en divisant leur part de marché absolue par celle du leader.
- **Part des sessions** (Internet) : Part moyenne d'un secteur dans les sessions qui concernent ce secteur.
- **Part des visiteurs multiples** : Part des internautes selon le nombre de visites : 1 visite, de 2 à 5 visites... Cet indice permet de mesurer la capacité d'un site à générer des visites d'internautes occasionnels, réguliers ou assidus.
- **Part de marché relative** : Ventes de l'entreprise rapportées à celles du concurrent. Elle traduit un rapport de forces et exprime l'éventuel leadership d'un intervenant.
- **Part de voix** : 3 - En affichage, indicateur de pression d'un dispositif d'affichage grand format sur un territoire donné. C'est le rapport entre le nombre de panneaux grand format du dispositif par rapport au nombre total de panneaux grand format du territoire de référence de la campagne. Cet indicateur permet donc d'évaluer le potentiel d'émergence des campagnes d'affichage.
- **Partage de formulaires** : Technique utilisée par les call centers mettant en relation un opérateur et un internaute afin de permettre à ce dernier d'être guidé par le premier au cours du remplissage, de l'administration d'un questionnaire. Synonyme : Escort Filling.
- **Patrimoine** : Ensemble des emplacements d'un afficheur.
- **Paupérisation** : Caractérise un marché dont la valeur (CA) est en baisse. Terme un peu fort cependant.
- **Pay per lead** : Rémunération établie en fonction du nombre d'internautes qui s'inscrivent sur le site partenaire.
- **Pay per view** : La télévision à la carte (PPV) s'applique à un moment précis. Les abonnés ne paient que ce qu'ils ont regardé. La télévision à la carte se différencie de la Vidéo sur demande (VoD) où l'abonné commande les programmes qu'il souhaite voir.
- **Performance globale** : Concept selon lequel le progrès d'une Entreprise est tout aussi dépendant de la qualité et de la performance de son environnement (infrastructure, éducation, recherche, fiscalité) que de ses propres compétences (management, fabrication, marketing). D'où la préoccupation des Entreprises "éclairées" et "responsables" de participer à l'harmonie et à la performance de leur environnement (quartier, commune, région, territoire).
- **Permanent** : Panneau comportant une publicité conservée sur une longue durée. Synonyme : Longue conservation.
- **Permission marketing** : Situation par laquelle un consommateur donne la permission à un marchand d'entretenir une relation avec lui. De son côté, le marchand enrichit chaque étape de la

relation par des attentions, des cadeaux... La base de donnée est la matière première du permission marketing.

- **Personal digital assistant** : Voir P.D.A.

- **Personnalisateur** : Imprimeur (souvent) spécialisé travaillant en feuille à feuille ou en continu. La première technique, plus qualitative, est souvent associée au laser. La seconde, plus économique, utilise en général le jet d'encre.

- **Personnalité** : Élément de l'identité de marque (Voir ce mot) qui recouvre la façon que la marque a de parler de ses produits et de ses services (par exemple : franche, authentique, généreuse...).

- **Physique** : Élément de l'identité de marque (Voir ce mot) qui est au fondement de la marque et qui est fondé sur des caractéristiques objectives ou saillantes. Le physique est donc spontanément rattaché au savoir-faire, souvent originel, de la marque.

- **Pigments** : Vient à la suite des définitions du Lexicom. En somme, les pigments, déposés sur la feuille pendant le process d'impression, en améliorent l'état de surface.

- **Pilote** : 2 - Point de vente (magasin, mais aussi restaurant, point de vente, etc.) réunissant toutes les caractéristiques optimales d'un concept dans un format donné servant de base de comparaison et de modèle pour les autres entités.

- **Place de marché** : Lieu virtuel sur lequel se rencontrent acheteurs et vendeurs dans le cadre d'une intermédiation. On parle parfois de plate-forme d'intermédiation. On distingue souvent : la place de marché transversale ou publique (ouverte à tous types d'acteurs), la place de marché sectorielle ou verticale (elle concerne alors les échanges entre acteurs d'un même secteur), la place de marché privée (échanges entre une entreprise et ses fournisseurs ou ses clients).

- **Placement produit** : Technique de communication (et de financement de la production !) consistant à insérer des marques dans un support de communication hors des écrans publicitaires : dans un film cinéma, au cours d'une émission TV ou radio, dans un reportage presse... Synonyme : product placement.

- **Plan de montage** : Dans un logiciel de P.A.O., palette mobile s'affichant au premier plan des documents ouverts, permettant de créer ou de supprimer des maquettes, d'afficher ou de déplacer des pages et d'appliquer des maquettes aux pages d'un document.

- **Plan fichiers** : Choix des fichiers en fonction des objectifs de ciblage. En particulier, on évaluera pour chacun : l'origine, les segments concernés, les quantités extraites, le coût..

- **Plan média fichiers** : Choix des fichiers en fonction des objectifs de ciblage. En particulier pour chacun d'entre eux : origine, segments concernés, quantités extraites, coût...

- **Planification** : Ce terme désigne les activités d'études techniques visant à : - identifier la ou les fréquences utilisables pour une émission analogique ou numérique sur un site donné qui soit compatible avec les émetteurs existants ; - déterminer les conditions techniques de diffusion sur la ou les fréquences identifiées ; - déterminer les réaménagements nécessaires, le cas échéant, d'émetteurs existants permettant de mettre en service la nouvelle émission ; - regrouper les émissions ainsi planifiées en réseaux et évaluer leur desserte. Les études de planification nécessitent souvent la réalisation de campagnes de mesures sur le terrain pour appuyer les conclusions théoriques.

- **Planning stratégique** : Fonction d'une agence de communication qui vise à rechercher puis analyser toute information concernant le produit (qualité, niveau de prix, mode de distribution utilisé, services offerts...), la marque, son historique publicitaire, l'entreprise annonceur, l'environnement (concurrentiel, juridique, consommériste...)..., de manière à ce que la recommandation marketing stratégique soit la plus efficace possible et que la solution créative proposée soit cohérente avec l'ensemble des éléments.

Pour obtenir des résultats à court ou moyen terme sur les ventes, il est nécessaire de planifier sa stratégie, d'être juste et créatif à tous les niveaux : consommateur, marque, produit, communication ; tel est le rôle du planning stratégique : conseiller les responsables marketing et aiguiller les créatifs.

- **Plaque directe** : Voir C.T.P.

- **Plateau** : Ensemble des tôles qui constitue la surface affichable d'un panneau d'affichage.

- **Plate-forme d'intermédiation** : Voir Place de marché.

- **Plate-forme multimédia domestique** : Voir MHP.

- **Plug-in** : Petit morceau de programme venant se loger dans une application pour l'adapter à l'environnement dans lequel elle va fonctionner (quelle que soit la configuration sur laquelle ils sont installés) ou en accroître les fonctions.

- **Pluri franchisé** : Franchisé propriétaire de plusieurs points de vente de chaînes différentes.
- **Podcasting** : Contraction de iPod (le baladeur numérique de la marque à la pomme) et de broadcasting (diffusion à grande échelle de programmes audiovisuels). Ce mode de transmission de contenus audio sur Internet s'inspire des fils RSS qui permettent aux internautes de récupérer automatiquement les articles en provenance de blogs choisis. Le podcasting étend ce procédé aux fichiers audio : l'auditeur indique les adresses des émissions auxquelles il souhaite s'abonner en utilisant un logiciel gratuit puis le logiciel se charge de vérifier si de nouvelles émissions sont en ligne. Il les rapatrie ensuite sur le PC de l'utilisateur afin que ce dernier puisse les écouter sur son baladeur MP3. Ainsi, en s'abonnant à plusieurs programmes, les internautes peuvent se constituer une radio à la carte dont les émissions se renouvellent automatiquement.
- **Poignées** : Petits carrés noirs apparaissant autour d'un bloc de texte ou d'image (ou d'un trait activé) et permettant sa manipulation (déplacement, agrandissement...).
- **Pôle urbain** : C'est la ville au sens "continuité du bâti". Il s'agit d'une unité urbaine, c'est à dire une ville et ses communes agglomérées, offrant au moins 5 000 emplois sur son territoire. Synonyme : Unité urbaine.
- **Pontuseaux** : Les pontuseaux sont des raies transparentes qui traversent entièrement le papier dans la distance de 12 à 15 lignes (ou de 27 à 33 traits selon la grandeur de la feuille), elles coupent, à angle droit, d'autres raies extrêmement rapprochées et moins sensibles que l'on nomme vergeures.
- **Popularité** : Voir Indice de popularité.
- **Pop-up** : 2 - (annule et remplace la définition du **Lexicom**) Sur Internet, petite fenêtre s'ouvrant automatiquement lors de la navigation.
- **Pop-up survey** : Système de sondage qui consiste à ouvrir une fenêtre sur un site web et à proposer à l'internaute de répondre à une enquête de quelques questions. Permet de sonder une cible donnée ou d'évaluer un site.
- **Portail** : Éventail ou agrégat de sites.
- **Portabilité** : Notion caractérisant un terminal recevant des programmes à l'aide de son antenne intégrée ou portable. Le récepteur peut être déplacé de pièce en pièce et doit, en général, être raccordé à une prise électrique. Notion proche : mobilité, portativité.
- **Portativité** : Qualité d'un terminal, généralement numérique, pouvant fonctionner sans alimentation externe, sans antenne importante et tolérant les déplacements à des vitesses allant jusqu'à 130 km/h. Notion proche : portabilité, mobilité. Synonyme : handheld service.
- **Post** : Voir Billet.
- **Pouce** : Voir In-128.
- **Pourriel** : Mot valise résultant de pourri + courriel, caractérisant un des e-mails non sollicités arrivant en masse. Synonymes : junkmail, spam.
- **Position** : Orientation d'un panneau par rapport à l'axe de visibilité. La position du panneau peut-être barre-route, parallèle ou pan-coupé (Voir ces mots).
- **Prédateurs** : Voir Prix prédateurs
- **Predictive dialing** : Voir Numérotation prédictive.
- **Préenseigne** : Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité. Elle fait partie de la famille de l'affichage.
- **Première position** : Panneau qui, sur un emplacement en comportant plusieurs, est placé le plus près de l'axe de passage automobile.
- **Prénumérotation** : Procédure analysant le déroulement des appels dans le cadre d'opérations de télémarketing à travers les étapes de discussion et de conclusion. La prénumérotation permet de composer un nouveau numéro en anticipant le moment où l'opérateur sera libéré.
- **Pre-roll** : Insertion d'écrans publicitaires avant des vidéos à télécharger gratuitement sur Internet.
- **Preview dialing** : Voir Numérotation assistée.
- **Prévisualisation automatique** : Dès qu'un opérateur de télémarketing est libre, ce système permet de composer le numéro suivant et d'afficher les coordonnées de l'appelé en incrustation sur l'écran du PC.
- **Pricing** : Terme désignant autant la stratégie de prix (l'action) que le résultat de cette action, à savoir le niveau de prix.

- **Prime de marque** : Surcoût accepté par le consommateur pour payer plus cher une marque qu'une autre (par ex. parce qu'elle est perçue comme étant plus innovante, plus tendance, plus efficace...).
- **Principe de spécialité des marques** : Une marque est un signe dédié à une classe de services ou produits qu'elle a pour fonction de désigner. Le droit de propriété qui en découle est donc un droit limité aux produits et services désignés dans la demande d'enregistrement. La contrefaçon d'une marque ne sera dès lors constituée qu'en cas de produits ou services similaires reproduisant la marque en question. C'est en application de ce principe que coexistent de façon parfaitement régulière la marque "Montblanc" pour des stylos d'une part, pour des crèmes dessert d'autre part.
- **Principe de territorialité** : Le droit résultant de l'enregistrement d'une marque ne couvre que le territoire dans le pays duquel il a été effectué, hormis l'exception de marque communautaire. La protection à l'étranger nécessite l'accomplissement de formalités prévues par l'administration des territoires visés.
- **Prix prédateurs** : La prédation est la pratique par laquelle une entreprise en position dominante fixe ses prix à un niveau tel qu'elle subit des pertes ou renonce à des profits à court terme dans le but d'évincer ou de discipliner un ou plusieurs concurrents, ou encore de rendre plus difficile l'entrée de futurs compétiteurs sur le marché, afin ultérieurement de remonter ses prix pour récupérer ses pertes.
- **Pro-am** : Professionnel amateur. Amateur développant des activités personnelles en relation avec sa sphère professionnelle ou utilisant des modes de fonctionnement connus en entreprise (fonctionnement par projet, allocation de temps et de ressources, exigence d'efficacité...) pour mener à bien un projet personnel ou collectif.
- **Product placement** : Voir Placement produit.
- **Produit border** (à prononcer avec l'accent !) : Produit issu de mélanges et mariages de genres différents mais complémentaires, comme les produits à base d'aromathérapie à la rencontre du parfum et du soin, ou des fonds de teint hydratant permettant soin et maquillage. Il s'agit donc d'une approche fusionnelle.
- **Produit prolongé** : Produit tangible avec l'ensemble des services qui l'accompagnent. Synonyme : package.
- **Priorité** : Le déposant d'une marque en France dispose d'un délai de six mois pour déposer des demandes similaires à l'étranger. Toute demande d'une autre personne pour le même signe pendant ce délai de priorité est ainsi automatiquement mise en échec.
- **Production déléguée** : Voir Custom publishing (pour un des sens du terme).
- **Produits dérivés** : Utilisation de la notoriété d'une œuvre originale, d'une marque ou d'un personnage en vue d'exploitations secondaires.
- **Progressive dialing** : Voir Numérotation progressive.
- **Propriété intellectuelle** : Ensemble regroupant d'une part les droits d'auteur et d'autre part les droits de propriété industrielle. Depuis 1992, la totalité des textes régissant la propriété intellectuelle est réunie dans le Code de la Propriété Intellectuelle.
- **Prosumer** : voir Consom'acteur.
- **Pseudonyme** (Internet) : Si des noms de domaines différents correspondent en fait à des contenus identiques, un seul nom de domaine est conservé, les autres sont appelés pseudonymes.
- **Publication** : Les demandes d'enregistrement de marques sont publiées dans les six semaines suivant leur dépôt au BOPI. Suite à un examen positif de l'administration, elles sont publiées une nouvelle fois lors de l'enregistrement.
- **Publicité extérieure** : Ensemble des publicités visibles depuis une voie ouverte. Elle inclut l'affichage, les panneaux longue conservation, la signalétique, le mobilier urbain, la publicité lumineuse, la publicité transport, la publicité événementielle sur toile, les murs peints, etc...
- **Publicité non adressée** (P.N.A.) : Voir I.S.A.
- **Publicité subliminale** : Publicité s'adressant en deça du seuil de perception conscient, cherchant ainsi à miser sur une mémorisation inconsciente du message.
- **Pure player** : Entreprise dont l'activité se déroule exclusivement sur le Net.
- **Push mail** : Mail commercial non sollicité envoyé à partir d'un fichier. Le push mail, lorsqu'il permet à la cible de se désinscrire, n'est pas du spam.
- **Push** : 2 - Envoi direct d'informations recherchées par un internaute après qu'il ait formalisé ses centres d'intérêt.

Q

- **Qualitatives** (variables) : Variables ordinales ou nominales. La gamme d'analyses multivariées permettant de traiter ces variables est beaucoup plus réduite que dans le cas de variables quantitatives.
- **Quantitatives** (variables) : Variables métriques ou scalées ; elles permettent, par leur nature, les calculs scientifiques les plus souvent utilisés dans l'analyse multivariée.

R

- **RFID** (Radio Frequency Identification) : Technique "sans contact" (par opposition au scanning produit par exemple) utilisée dans le comptage de produits ou le contrôle d'accès. Ainsi, par exemple, il suffit à un consommateur de passer son chariot sous un portique pour que le ticket de caisse soit édité, sans aucune manipulation de produit en caisse.
- **RIF** : Voir Droit d'entrée.
- **RIP** (Raster Image Processor) : Cette définition remplace celle du Lexicom. Calculateur qui traduit le fichier numérique issu de la PAO en un fichier au format Postscript, permettant ainsi de le lire et de l'imprimer.
- **RNVP** : Restructuration, normalisation, validation postale. Une des phases du traitement d'adresses en marketing direct, juste avant le dédoublonnage et la détection des NPAI et des déménagés.
- **ROLAP** : Relationnel O.L.A.P. Voir ce mot.
- **RSS** : Acronyme de "Rich Site Summary", résumé détaillé du site. Moyen utilisé par les sites web pour résumer leur contenu, comme des articles d'actualité, pour les publier dans différentes versions. Par exemple, si un site utilise un fil RSS pour publier des actualités.
- **RVB** (Rouge, vert, bleu) : Système de synthèse additive par lequel chaque couleur est restituée à l'écran selon ses composantes rouge, verte et bleue. Synonyme : Couleurs vidéo.
- **RVI** : Réponse Vocale Interactive, intégration d'un système de messagerie vocale et d'une base de données informatique. Les correspondants ont alors un accès en temps réel aux informations.
- **Raccourci clavier** : Combinaison de touches permettant d'effectuer plus rapidement une opération informatique. Synonyme : Equivalent clavier.
- **Rapport d'écran** : Rapport largeur/hauteur d'une image. Les téléviseurs standards ont un rapport d'écran de 4:3. Ils sont 1.33 fois plus larges que haut (4 / 3). Les écrans 16:9 ont un rapport d'écran de 1.78:1 environ. Le cinéma généralement 1.85:1. Le passage d'un format à l'autre s'effectue par des traitements de type Letterbox ou Pan and Scan.
- **Ratage** (à ajouter au **Lexicom**) : synonyme : Loup.
- **Reach** (of ads): Sur Internet, pourcentage d'internautes ayant été exposé à une création publicitaire choisie au moins une fois pendant la période (le mois).
- **Reach utile** (Internet) : Reach du domaine rapporté au reach du secteur.
- **Real audio** : Standard pour la diffusion en continu de fichiers RealMedia audio sur Internet. Il est donc possible d'écouter des contenus en direct ou en rediffusion grâce à une application (RealPlayer par exemple) et à un module d'extension (plug in) pour navigateur.
- **Real TV** : Voir Reality TV.
- **Real video** : Standard pour la diffusion en continu de fichiers RealMedia video sur Internet. Il est donc possible de visionner des contenus en direct ou en rediffusion grâce à une application (RealPlayer par exemple) et à un module d'extension (plug in) pour navigateur.
- **Réalisation du prix** : Le fait d'obtenir le moins de différence possible entre le prix objectif initial et le prix de vente.
- **Réalité augmentée** : Cas particulier de réalité virtuelle consistant à superposer un monde virtuel au monde réel, généralement pour permettre une visualisation d'informations.
- **Reality TV** : Type d'émission de télévision dans lequel l'histoire diffusée est interprétée par ceux qui l'ont eux-mêmes vécue. Les "acteurs" de l'émission sont aujourd'hui filmés dans les conditions du direct

(ce qui n'exclut pas des montages), à la différence des débuts de ce genre, dans lequel des intervenants apportaient leur témoignage ou participaient à une reconstitution. Synonymes : Real TV, TV réalité.

- **Réaménagement** : Changement de fréquences d'émetteurs ou de réémetteurs analogiques en service, dont la fréquence actuelle risque d'être perturbée par une émission numérique en projet dans la région. Ces réaménagements comportent des modifications des équipements d'émission ainsi que des interventions sur les équipements de réception chez les téléspectateurs. Selon les cas, les interventions sur les équipements de réception peuvent aller du simple ajustement des terminaux jusqu'au remplacement de l'antenne de réception, en passant par la réorientation des antennes existantes.
- **Réception fixe** : Mode de réception où le téléviseur est connecté sur une prise d'antenne râteau située sur le toit de manière fixe. Pour les travaux de planification, une hauteur d'antenne normalisée de 10 mètres par rapport au sol est utilisée.
- **Réception mobile** : Mode de réception où la visualisation se fait dans un véhicule en déplacement. Le téléviseur est donc équipé d'une antenne intérieure ou d'une antenne fixée sur le véhicule. La hauteur normalisée d'antenne est de 1,5 m au dessus du niveau du sol.
- **Réception portable** : Mode de réception où le téléviseur est équipé d'une antenne intégrée ou jointe au récepteur. Il peut donc être déplacé d'un point à un autre mais la visualisation se fait en position immobile. Sur la base de la norme DVB-T, deux classes de réception de type portable sont définies : Classe A (récepteur situé à l'extérieur des bâtiments, à au moins 1,5 m au dessus du niveau du sol) et classe B (à l'intérieur des bâtiments, dans les pièces du rez-de-chaussée avec une fenêtre dans un mur extérieur) ; la classe B étant la plus contraignante.
- **Redevance** : Redevance payée par le licencié à l'ayant-droit du fait de l'exploitation d'une licence. Il s'agit d'un pourcentage généralement calculé sur le chiffre d'affaires net du licencié. Synonyme : Royalty.
- **Redevance initiale forfaitaire** : Voir Droit d'entrée.
- **Réémetteur** : Émetteur, analogique ou numérique, de faible ou de très faible puissance, reprenant le signal reçu d'un autre émetteur, de même type, en service (dit émetteur pilote) et rediffusant le même signal sur une fréquence différente.
- **Réémetteur isofréquence** : Émetteur numérique de faible ou très faible puissance, reprenant le signal reçu d'un autre émetteur numérique en service (dit émetteur pilote) et rediffusant le même signal sur la même fréquence que l'émetteur pilote. Synonyme : Gap filler.
- **Référentiel** : Ensemble des tables structurant les données (d'un système d'information marketing par exemple).
- **Reflet** : Élément de l'identité de marque (Voir ce mot) qui conduit les consommateurs à attribuer un statut aux possesseurs de la marque. On l'appelle aussi miroir externe de la cible.
- **Registrar** : Organisme accrédité pour enregistrer les noms de domaine sur Internet.
- **Registre National des Marques** : Registre officiel de référencement des marques enregistrées en France où sont inscrits les actes modifiant ou transmettant les droits sur une marque, rendant ainsi ces actes opposables aux tiers.
- **Regroupement par affinités** : Recherche des événements ou des transactions simultanés, par exemple des combinaisons de ventes dans le panier de la ménagère. L'objectif est de trouver des combinaisons significatives, comme par exemple des pizzas surgelées et des grandes bouteilles de cola.
- **Réintermédiation** : Apparition de nouveaux intermédiaires du commerce sur un nouveau canal.
- **Renouvellement de marque** : Une marque française est renouvelable indéfiniment par période de 10 ans si le signe distinctif est identique à celui ayant fait l'objet du premier dépôt. Il est impossible d'élargir la liste de produits ou services couverts par cette marque.
- **Rentabilité** : Différence entre les ressources consommées et la valeur extraite du marché par l'entreprise.
- **Rente ricardienne** : Ricardienne = théorisée par Ricardo, économiste. Une rente ricardienne provient de l'exploitation par une entreprise d'une ressource rare et de valeur dont l'offre est limitée.
- **Répartiteur** : Voir Logisticien répartiteur.

- **Repères** : Dans un logiciel de P.A.O., lignes non imprimables permettant d'aligner des blocs et autres objets d'une page. Pour créer des repères, il suffit de pointer sur l'une des règles et de faire glisser le pointeur vers l'endroit de la page dans lequel l'insertion doit se faire.
- **Response rate** : Voir Réponse (taux de).
- **Réponse** (taux de) : Nombre de personnes qui ont réagi suite à une action de Marketing direct par rapport au nombre total de personnes qui ont reçu le message. Le taux de réponse n'est qu'une mesure partielle de l'efficacité totale d'une action MD. Il faut en effet calculer le chiffre d'affaires généré par l'action non seulement à court terme mais aussi à long terme. En anglais : response rate.
- **Requête de page** (page request) : Action de l'internaute visant à appeler une page sur son ordinateur. Remarque : Il faut distinguer la " requête de page ", de la requête qui est une demande adressée à un moteur de recherche ou un annuaire.
- **Réseau** : 4 - En affichage, produit regroupant des panneaux selon un concept marketing défini et commercialisé pour une durée déterminée. Il existe des réseaux groupés bâtis dans chaque ville de manière identique qui sont vendus nationalement ou régionalement et des réseaux vendus ville à ville.
- **Réseau hertzien** : Réseau utilisant les ondes radioélectriques comme support de transmission. L'architecture du réseau peut permettre soit d'établir des communications point à point (réseau de transmission), soit d'établir des communications point à multipoint (réseau de diffusion). Le réseau hertzien terrestre est constitué de stations relais installées au sol pourvues d'antennes et réparties sur l'ensemble d'une zone.
- **Réseau monofréquences** : Ensemble organisé d'émetteurs numériques utilisant la même fréquence et diffusant obligatoirement le même contenu de programmes, avec synchronisation des signaux diffusés. Le décrochage local de programme sur un seul émetteur du réseau n'est pas possible. Le mode de fonctionnement SFN implique une réduction du débit utile pouvant aller jusqu'à 1/6ème du débit par rapport à un mode MFN. Synonyme : SFN (Single Frequency Network : réseau à fréquence unique)
- **Réseau multifréquences** : Ensemble organisé d'émetteurs, analogiques ou numériques, utilisant des fréquences différentes, diffusant ou non le même contenu de programmes. Synonyme : MFN (Multiple Frequency Network : réseau à fréquence multiple).
- **Réseau primaire** : Partie d'un réseau de diffusion utilisant principalement des sites points hauts et conçu de manière à assurer le maximum de couverture avec un nombre minimal de sites.
- **Réseau secondaire** : Partie complémentaire du réseau primaire dans un réseau de diffusion destinée à couvrir les zones non couvertes par le réseau primaire en raison du relief du terrain ou à renforcer localement le signal.
- **Réseau de valeur** : Réseau vendant son rôle de médiateur ou de facilitateur, permettant à l'acheteur de simplifier son accès à un bien. Ex. : transporteurs, courtiers, banques d'affaires.
- **Réseaux de neurones** : Algorithme d'apprentissage composé d'une structure de neurones connectés associant des entrées à une ou plusieurs sorties.
- **Résiliation** : Suppression d'un contrat à exécution successive pour l'avenir, suite au défaut d'exécution par une partie de ses obligations.
- **Résistance à l'arrachage** : 2 - Résistance de la feuille de papier à l'arrachage, provoqué, au moment de l'impression, par la séparation du film d'encre et du papier. Le choix du papier, particulièrement en offset, doit intégrer un degré d'arrachage acceptable.
- **Retailing mix** : Mix marketing du distributeur : localisation, offre commerciale, personnel, prix et marges, communication.
- **Retours** : Envois postaux non distribués à leurs destinataires car adresse incomplète, erronée ou départ de la personne (déménagement, décès).
- **Retro marketing ou retromarketing** : Marketing de la nostalgie. Il s'appuie sur la quête nostalgique d'authenticité du consommateur pour retraduire à l'époque actuelle les produits et services anciens.
- **Revenu disponible** : Revenus primaires - impôts directs - cotisations sociales + prestations sociales = autres revenus de transfert.
- **Reverse marketing** : Système dans lequel le consommateur est amené à donner son avis, ce qui permet d'arriver à une individualisation des produits / services. Le reverse marketing est considéré par certains comme l'aboutissement du marketing one to one.
- **Rich media** : Intégration dans un même écran interactif de vidéos, d'images, de slides, d'animations flash, d'espaces virtuels 3D en html, etc.

- **Routeur** : Société spécialisée dans l'organisation d'envois publicitaires depuis la personnalisation des documents, leur assemblage et mise sous pli, leur tri par code postal et centre de tri postal.
- **Royalty** : Voir Redevance.

S

- **S-video** : Signal vidéo analogique dans lequel la luminance et la chrominance sont séparées, et de qualité supérieure au Composite. Il est transmis pas un câble de type Mini-din à quatre broches. Désigne aussi le câble et la connexion.
- **SCM** : Supply chain management. Gestion de la chaîne d'approvisionnement (GCA). Gestion comprenant les fonction d'approvisionnement et la logistique, qui a pour objectif de livrer les marchandises aux meilleurs coûts et dans les meilleurs délais.
- **SCSI** (Small Computer System Interface) : Interface dédiée à la connexion en chaîne d'une série de périphériques à un ordinateur. On peut ainsi connecter jusqu'à sept périphériques sur un seul contrôleur S.C.S.I.
- **SDA** : Sélection directe à l'arrivée des appels entrants.
- **SFA** (Sales Force Automation) : Solutions informatiques pour les forces de vente : télé collecte, gestion des actions, historique client...
- **SFN** : (Single Frequency Network : réseau à fréquence unique) : Voir Réseau monofréquence
- **SGBD** : Système de Gestion de Base de Données. Logiciels gérant les bases de données.
- **SMIL** (Synchronized Multimedia Integration Language) : Technologie qui, sur Internet, permet de synchroniser des fichiers sons, images, vidéo et textes sur Internet, permettant ainsi la création de bannières plus riches.
- **SMTP** : (Simple Mail Transfer Protocol) : Protocole utilisé pour le transfert de courriers électroniques sur Internet.
- **SVI** : Service Vocal Interactif.
- **SWOT** : Initiales de Strengths (forces), Weaknesses (faiblesses), Opportunities (opportunités), Threats (menaces). Modèle d'analyse stratégique diagnostiquant l'interne et l'externe et distinguant quatre types de facteurs stratégiques : au niveau interne les forces et les faiblesses, au niveau externe les opportunités et les menaces. Le SWOT fait l'objet d'une présentation sous la forme d'une matrice.
- **Saisie-contrefaçon** : Procédure visant à faire constater par un huissier l'existence de faits commis en contrefaçon d'une marque.
- **Sampling** : Méthode consistant à appliquer le processus de data mining à une sous-population (zone géographique, échantillon représentatif...).
- **Scalée** (variable) : Voir Quantitatives (variables).
- **Score vu / lu** : L'enquêteur feuillette un magazine déterminé et présente une à une les annonces à l'interviewé. Il lui pose par exemple la question suivante : "Pouvez-vous me décrire ce que vous avez vu, lu ou simplement remarqué sur cette annonce ?"
- **Scoring** : Evaluation d'un client en fonction de ses données commerciales (appelées score).
- **Screen pop** : Montée de page à l'écran permettant au téléopérateur d'avoir devant les yeux toutes les informations relatives à son interlocuteur.
- **Script** : 3 - Remplace la définition du **Lexicom**). Conducteur régissant l'entretien de télémarketing au fur et à mesure des informations et réponses apportées par son interlocuteur.
- **Scrum** : Point presse (RP), conférence de presse.
- **Seamless process** : Processus sans couture. Posture exigeant que le processus d'innovation soit sans couture, multifonctionnel et faisant appel à des compétences variées (marketing, R&D...) sous la conduite d'un chef de projet.
- **Second pipe** : Mode de diffusion d'informations utilisant la ligne téléphonique.
- **Seed** : Voir Capital d'amorçage.
- **Self mailer** : Publipostage tout en un (enveloppe + lettre + carte réponse).
- **Sélection** : Cette définition remplace la (2) fournie dans le Lexicom. Extraction d'adresses en fonction de critères de ciblage (géomarketing, sexe, âge, prénom, comportement...).

- **Services interactifs** : Type de services de télévision dans lequel le téléspectateur a une possibilité d'action sur le programme qu'il regarde. Les champs d'application de ces services sont par exemple : les jeux, le télé-achat, la télévision éducative, mais aussi la vidéo à la demande.
- **Sessions** (Internet) : Terme employé lorsque le même numéro IP demande différentes pages d'un site (page de garde, puis sommaire, puis rubrique X), dans un intervalle de temps donné, fixé arbitrairement d'une demi-heure (norme américaine CASIE). Intervalle temporel compris entre le début et la fin d'une navigation. Lors d'une reprise d'activité après 10 minutes d'arrêt, une nouvelle session commence. Ces sessions ou visites correspondraient à la prise en main d'un magazines ou d'un prospectus. *Remarque* : le nombre de visiteurs ne doit pas être assimilé au nombre de visites. Synonyme : Visites.
- **Set top box** : Boîtier non intégré au téléviseur permettant au téléspectateur de recevoir sur son téléviseur analogique les signaux numériques.
- **Seuil de revente à perte** : Seuil en dessous duquel il est interdit de (re)vendre une marchandise. En ce qui concerne la distribution, la Loi Galland ne permet pas aux distributeurs d'intégrer les ristournes de fin d'année.
- **Shopbot** : Mot valise pour Shopping Robot. Moteur de comparaison de prix sur Internet. Synonyme : Assistant d'achat.
- **Shopper marketing** : Partie du marketing s'intéressant au comportement du client en tant qu'acheteur en situation d'arbitrage dans un magasin.
- **Signe déceptif** : Signe susceptible de tromper le consommateur, notamment sur la qualité ou l'origine des produits ou services désignés par celui-ci. Pour être protégée, une marque ne doit pas présenter un tel caractère.
- **Signe descriptif** : Signe qui constitue la description d'une caractéristique essentielle des produits ou services visés par la marque, rendant nulle celle-ci.
- **Signe distinctif** : Signe destiné à identifier soit une entreprise, soit ses produits et services (dénomination sociale, nom commercial, enseigne, appellation d'origine, marque...). Seules la marque et l'appellation d'origine sont protégées par l'action en contrefaçon, les autres signes distinctifs bénéficiant de l'action en concurrence déloyale.
- **Simulcast** : Diffusion simultanée en analogique et numérique d'un même programme, sur les mêmes zones de couverture et sur deux fréquences distinctes, afin d'assurer une continuité de service en cas de remplacement par le téléspectateur du récepteur analogique par un récepteur tout numérique.
- **Simulcrypt** : Terme qui désigne l'opération d'échange des clés d'accès entre deux opérateurs de système d'accès conditionnel.
- **Singlecasting** : Voir Webcasting.
- **Site compagnon** : Site web dédié à un ouvrage ou un titre de presse (par exemple) précis, intégrant sous le contrôle de l'auteur ou de son éditeur, plusieurs de ses fonctionnalités. L'objectif est de donner un avantage aux clients de la version papier. Dans ce contexte, l'enjeu pour l'éditeur consiste évidemment à ce que l'existence de ce site, loin de dissuader les clients potentiels d'acheter l'ouvrage / support, soit au contraire un argument de vente supplémentaire.
- **Site de diffusion** : Ensemble regroupant sur un point géographique donné une infrastructure aménagée, comportant un terrain, un pylône et des équipements de diffusion incluant émetteurs, antennes, alimentation d'énergie, alimentation de signal, etc.
- **Site point haut** : Site de diffusion implanté sur un point géographique élevé par rapport à l'ensemble des points dans une région donnée ou disposant d'un pylône de grande hauteur, et utilisé pour diffuser un signal sur une zone étendue.
- **Site web** : 1 - Regroupement cohérent de domaines gérés par une même société à hauteur de 51% minimum. 2 - Ensemble d'URL pour lequel l'éditeur exerce sa responsabilité sur le contenu.
- **Smartshopper** : Consommateur arbitrant en permanence entre le discount et le haut de gamme. La versatilité de leur comportement en fait une cible difficile à cerner et toucher.
- **Snail mail** : Courrier traditionnel (donc acheminé à la vitesse d'un escargot : "snail").
- **Snaparazzi** : Contraction de « to snap » (saisir au vol) et « paparazzi ». Nouveaux journalistes reporters amateurs utilisant leur téléphone mobile, leur caméra vidéo personnelle par ex. pour témoigner « journalistiquement » d'un événement.

- **Sneakernet** : Contraction de Sneaker (basket) et de Internet. Le fait de transmettre des données numériques par un autre support, plus rapide, que l'Internet : par exemple des CDrom.
- **Sociométrie** : Science servant à mesurer l'importance de l'organisation qui apparaît dans les groupes sociaux, à la lumière des attractions et des rejets qui se manifestent à l'intérieur de ces groupes.
- **Sourcing** : 1- Méthode de recherche d'information consistant à aller la chercher sur le terrain, par observation ou en contact direct avec la population étudiée (approches ethnographiques par exemple). L'objectif est de faire remonter de l'information. 2- Procédé consistant à trouver de nouvelles sources d'approvisionnement pour un produit.
- **Sous-licence** : Contrat de licence accordé par un licencié. Cette faculté doit être expressément autorisée par l'ayant-droit dans le contrat de licence initial.
- **Spam** : Publicité directe sauvage (i.e. sans autorisation du destinataire) utilisant l'e-mail. Synonyme : Pourriel (voir ce mot).
- **Spamdexing** : Techniques de fraude à l'intérieur du code HTML d'une page pour tenter de tromper les algorithmes de tri des moteurs de recherche. Exemple : répéter 100 fois le même mot, ou le nom des concurrents, insérer du texte en blanc sur fond blanc, répéter la balise de titre, etc. Toutes ces techniques sont aujourd'hui connues (et combattues !) par les moteurs de recherche.
- **Spamming** : Envoi massif d'e mails non sollicités par les cibles.
- **Spectre de fréquences** : Le spectre de fréquences est défini par l'ensemble des fréquences utilisées ou utilisables par les ondes radioélectriques. Suivant leur fréquence, les ondes radioélectriques présentent des propriétés particulières. C'est pourquoi le spectre de fréquences a été découpé en bandes dans lesquelles on peut considérer que les propriétés restent relativement homogènes. Les fréquences utilisées pour la diffusion TV sont situées dans les bandes métriques (VHF, longueur d'onde de 10 m à 1 m, fréquences de 30 Mhz à 300 MHz) et surtout décimétriques (UHF, longueur d'onde de 1 m à 10 cm, fréquences de 300 MHz à 3 000 MHz).
- **Spin-off** : Filiale dédiée à une activité nouvelle pour permettre son décollage plus rapide, hors des contraintes de la maison-mère.
- **Sponsoring** : 2 - Sur Internet, parrainage d'un site ou d'une rubrique par un annonceur qui bénéficie ainsi d'une présence personnalisée s'intégrant dans l'habillage du site.
- **Stakeholder** : Traduit par "partie prenante", "interlocuteur", "détenteur d'intérêt", "intervenant"... Individus ou groupes qui peuvent affecter ou sont affectés par le fait qu'une entreprise donnée atteigne ses objectifs (Freeman, 1984).
- **Start-up** : Nouvelle entreprise, n'évoluant pas nécessairement sur Internet d'ailleurs malgré les assimilations fâcheuses qui en sont faites. Quelques années plus tard, la start-up devient Grown-up (voir ce mot). Familier : starteupe.
- **Starteupe**. Synonyme : Jeune pousse. Voir Start-up.
- **Strate** : Ensemble d'agglomérations réunies selon un niveau de population (exemple : la strate de population de plus de 100 000 habitants regroupe l'ensemble des agglomérations Françaises de plus de 100 000 habitants).
- **Stratégie sélective** : Stratégie de distribution consistant pour une marque à n'être commercialisée que par des points de vente sélectionnés (en fonction de leur zone de chalandise, de l'aspect valorisant du point de vente, du nombre de produit de la gamme de la marque proposés dans l'assortiment, de la participation à des formations dispensées par la marque...). Ce sont donc des critères qualitatifs et quantitatifs. La franchise est un mode de distribution sélectif.
- **Streaming video** : Technique de transfert de son et de vidéo en temps réel sur Internet. Avec le streaming, le navigateur client, peut commencer à afficher des données avant la réception totale du fichier.
- **Street marketing** : (marketing de rue) Technique marketing qui utilise la rue et les lieux publics pour promouvoir un événement, un produit ou une marque. Le street marketing utilise généralement de l'événementiel, de la distribution de tracts ou flyers ou différentes formes originales d'affichage. Technique de promotion intéressante lorsque la cible est concentrée en des lieux particuliers.
- **Sucrer** (remplace " Sucré " dans le **Lexicom**) : Supprimer un passage dans une page ou à l'antenne.
- **Superviseur** : Manager dirigeant une équipe de 8 personnes minimum dans le cadre d'actions de marketing téléphonique. Il écoute les entretiens et en contrôle la qualité afin de donner au téléopérateur

les meilleures solutions pour optimiser sa mission. Il assure aussi la synthèse et l'analyse des résultats de son équipe.

- **Supra domaine** : Tous les sites d'un même nom et assortis d'une extension différente.
- **Surnumérotation** : Système utilisé en centre d'appel de télémarketing consistant à prendre en compte le nombre de réponses, le nombre d'opérateurs libres pour définir à chaque instant le nombre de numéros à composer.
- **Sustainable marketing** : Voir Marketing éthique.
- **Switching costs** : Coûts transactionnels, d'apprentissage, contractuels et cognitifs. Les coûts de transaction regroupent le temps pris par le consommateur pour rechercher les offres et le temps nécessaire, par ex., pour se défaire d'un ancien produit (transfert d'abonnement)
- **SyQuest** : Marque déposée qui fut historiquement la première à vendre des lecteurs de cartouches amovibles qui reprennent le fonctionnement d'un disque dur (plateau rigide à surface magnétique et tête de lecture / écriture à guidage mécanique), sans en égaler toutefois la performance.
- **Système d'exploitation** : Partie du logiciel dans un système informatisé qui assure le fonctionnement du matériel informatique. Le système d'exploitation gère la mémoire, les dispositifs d'entrée et de sortie ainsi que les ressources informatiques. Un intergiciel requiert un système d'exploitation sous-jacent afin de faire fonctionner le décodeur.

T

- **TAPI** (interface de programme d'application téléphonique) : Interface de programmation et architecture destinées à favoriser la mise sur le marché, par des développeurs indépendants, de progiciels de téléphonie pour PC et réseaux locaux fonctionnant sous Windows.
- **TCS** : Telecom specialists. Distributeurs spécialisés dans la distribution de téléphones mobiles.
- **TMT** : Technologie Médias Télécoms. Agrégat économique recouvrant ces trois secteurs.
- **TNT** (Télévision Numérique Terrestre) : Mode de diffusion de la télévision utilisant le numérique hertzien.
- **TSAPI** (interface de programme d'application de service téléphonique) : Interface développée pour permettre l'intégration en téléphonie informatisée des réseaux locaux Novell avec les commutateurs d'AT&T.
- **TTS** : Text-To-Speech, lecture d'un texte en synthèse vocale.
- **TVHD** : Télévision Haute définition. Elle offre une plus grande qualité visuelle grâce à ses 1080 lignes (contre 576 pour la basse définition).
- **Table de montage** : 3 - Dans un logiciel de P.A.O., zone non imprimable entourant chaque page dans laquelle on peut assembler divers éléments sans créer de distorsions dans le document affiché.
- **Taquet de tabulation** : Dans un logiciel de P.A.O., éléments servant à aligner correctement des colonnes de chiffres ou de mots.
- **Tchat** : Synonyme de Chat (Voir ce mot) proposé par le Canada francophone. Synonyme : Babillard.
- **Team building** : Processus par lequel on rassemble des individus ayant des besoins, des expériences, des expertises différents, afin de les transformer en une unité de travail intégrée et efficace, pour atteindre des objectifs communs. Dans ce processus de transformation, buts et énergies des participants individuels fusionnent et supportent les objectifs de l'équipe.
- **Teasing** : Terme anglais équivalent à accroche ou "bande annonce" Ce terme anglais est communément utilisé en e-marketing pour définir une accroche dans un élément.
Exemple sur un gif animé par exemple : Image 1 - Teasing : Votre PC rame et plante ?
Image 2 - Message publicitaire : achetez un logiciel d'optimisation chez le magasin.
La fonction principale est d'attirer l'attention de l'internaute afin qu'il soit réceptif au message publicitaire ou pour le pousser à cliquer pour en savoir plus.
- **T-commerce** : Commerce, acte de vente réalisé via la télévision interactive.
- **Telco** : Opérateur télécom. Au pluriel : Telco's.

- **Tenant mix** : (Tenant = locataire). Ensemble de commerces d'un centre commercial, considéré comme une offre globale. Il considère le nombre de points de vente par grands univers de consommation.
- **Téléopérateur** : Personne chargée d'actions de marketing téléphonique et recevant ou émettant des appels. Synonyme : Agent.
- **Télévision à accès conditionnel** : Voir Télévision à péage.
- **Télévision à droit d'accès** : Voir Télévision à péage.
- **Télévision à péage** : Mode de commercialisation de la télévision où le téléspectateur paie : soit proportionnellement à ce qu'il consomme ; soit uniquement pour chaque programme qu'il choisit ; soit pour avoir accès à l'ensemble des programmes d'une ou plusieurs chaînes (paiement à l'abonnement, par exemple : commercialisation de Canal+ ou de chaînes de réseaux câblés). Synonymes : télévision à droit d'accès, télévision à accès conditionnel.
- **Télévision numérique** : Type de télévision où les signaux sont traités sous une forme numérique, d'un bout à l'autre de la chaîne de l'image, du capteur de la caméra jusqu'au récepteur du téléspectateur : la production, la transmission, la diffusion, la réception et le stockage sont numériques.
- **Télévision Numérique Terrestre** : voir T.N.T.
- **Téléwebbing** : Pratique consistant à regarder la télévision et à surfer sur Internet simultanément.
- **Terminal point de vente** : Terminal permettant de consulter les données du back office à partir du front office pour répondre à la demande d'un client (disponibilité d'un produit, livraison...).
- **Territoire d'influence** : Le territoire d'influence se mesure par le pouvoir d'attraction d'un pôle sur les communes périphériques. Ce nouveau concept basé sur des déplacements quotidiens (domicile-travail) permet de mieux mettre en évidence les relations entre la ville, le péri-urbain et la campagne. Concrètement, il s'est traduit, dans l'offre Dauphin, par la création de produits originaux permettant une couverture complète du territoire tels que Jim Tonic, Grand Chelem, Grand Chelem Région... Pour ces réseaux, la délimitation des territoires d'influence s'est appuyée sur les zones d'emploi, qui ont été définies par l'INSEE en 1996. Synonyme : Zone d'influence.
- **Text mining** : Traitement automatisé d'une base de données textuelle.
- **Théâtralisation** : Mise en scène d'une offre commerciale dans un point de vente ou un mall, lieux considérés comme un centre d'expression avec ses intervenants acteurs, ses décors, son scénario promo-événementiel, etc.
- **Thermogravure** : Procédé de finition qui utilise, sur les presses offset, des encres spéciales qui ne sèchent pas. Après avoir placé l'encre sur la surface à imprimer, on y dépose une poudre. On la place ensuite sous une source de chaleur, ce qui fait fondre le mélange encre et poudre et gonfler les zones qui en sont imprégnées, produisant un effet de gravure en relief. L'impression de cartes de visite, de cartes de vœux, d'invitations... utilise souvent ce procédé. Synonyme : Thermographie.
- **Thermographie** : Voir: Thermogravure.
- **Third pipe** : Mode de diffusion d'informations utilisant l'Internet sans fil par ondes radio.
- **Ticket d'entrée** : Montant de l'investissement minimum qu'une marque doit consentir pour atteindre un seuil de visibilité suffisant compte tenu du mode de consommation du support ou du média, de l'encombrement publicitaire et du niveau de présence de ses concurrents. Ce terme s'applique aussi au référencement en point de vente.
- **Time based marketing** : Voir Chronomarketing.
- **Time to market** : Temps écoulé entre le démarrage de l'étude d'un produit et sa disponibilité commerciale.
- **Toile** : Dispositif tendu devant un mur ou sur une structure spéciale qui permet des réalisations de dimensions géantes. Peut-être peint ou imprimé à l'unité. Synonyme : Bâche.
- **Tolérance** : Le propriétaire d'une marque qui a toléré pendant cinq ans l'usage d'une marque identique et déposée postérieurement à la sienne, ne peut plus agir en contrefaçon à l'encontre de celle-ci.
- **Topologie** : Ensemble des relations spatiales (est inclus dans, est voisin de...) existant entre les objets géographiques d'une carte géographique. Dans le cadre d'un S.I.G. (Voir ce mot), la topologie permet l'édition de requêtes spatiales.
- **Trackback** : Protocole établi pour permettre à des sites Web de communiquer entre eux de façon automatique. Le trackback est particulièrement utile pour les blogs. Il permet à un blog A d'informer un

blog B qu'un nouveau post sur A peut l'intéresser. Cela s'effectue par un ping (court message) envoyé de A à B, dès que le post a été publié. A l'inverse, cela permet à un blog de constituer une trace des réactions à ce qu'il publie, même et surtout si ces réactions sont publiées ailleurs sur le Web. Si A publie une réaction à un post de B, B en sera notifié. B pourra alors, à la suite de son post, connaître toutes les réactions émanant d'autres blogs. L'intérêt est que cela s'effectue de façon automatique (et intégrée dans de nombreux outils de publication), et permet de conserver la mémoire des échanges, tout en restant sur son propre blog (A n'a pas besoin d'aller sur le blog B pour poster une réaction à un post de B, ni pour l'informer qu'il l'a fait).

- **Tracking** : 2 - Procédé permettant de pister l'internaute dans le temps, via les cookies. Il permet entre autres de rémunérer les sites affiliés qui apportent des clients, et de proposer des bannières en fonction du profil du visiteur.
- **Trade marketing** : État d'esprit commun à des fabricants et à des distributeurs ayant pour objectifs de mieux satisfaire les besoins et attentes des consommateurs, d'améliorer leur rentabilité et leur position compétitive en tenant compte mutuellement de leurs contraintes et de leurs spécificités.
- **Trailer** : "Trailer" permet de développer une intelligence de la navigation à partir d'une mémorisation des contenus découverts et des parcours qui en résultent. La mémorisation du comportement de l'internaute et la possibilité d'interagir dessus devient alors une nouvelle source d'accès aux richesses du web. "Trailer" permet de mémoriser sur un graphique les pages visitées, d'éditer et d'enregistrer les parcours, visionner automatiquement les liens, commenter les pages visitées et partager des parcours avec d'autres.
- **Trajet-individu** : Voir Trajet-veille.
- **Trajet-veille** : Ensemble des déplacements qu'un individu déclare avoir effectués la veille de son interview. Synonyme : Trajet-individu.
- **Transintermédiation** : Transfert d'une activité de commercialisation d'un canal à un autre, comme la création d'un site de e-commerce par une enseigne en dur.
- **Translucide** : Support laissant passer la lumière, mais au travers duquel on peut distinguer les objets par application directe.
- **Trend setter** : Littéralement : " celui qui fait une tendance ". Il ne s'agit pas nécessairement de jeunes, mais surtout de " early adopters " (Voir ce mot).
- **Triangle** : Lorsqu'un triangle est apposé sur une enveloppe utilisée dans une opération de marketing direct, il s'agit d'un envoi groupé selon le seuil 2 du produit Postimpact proposé par La Poste. Les autres seuils sont symbolisés par une ou deux Étoiles.
- **Tri à plat** : Présentation des résultats d'une étude quantitative, en valeurs absolues ou en pourcentages, pour chacune des questions. Contraire : Tri croisé.
- **Tri croisé** : Présentation des résultats d'une étude quantitative en les plaçant de façon matricielle, les uns en colonnes, les autres en lignes, de façon à croiser les réponses à plusieurs questions. Contraire : Tri à plat.
- **Trigger** : (déclencheur). Message qui arrive à un moment précis lors de la diffusion, avec pour objectif d'activer un contenu amélioré spécifique. L'ATVEF fournit des déclencheurs sur la chaîne 2 de texte pour la lecture des sous-titres (encodage) pour malentendants (ligne 21) de la vidéo NTSC.
- **Triplon** : Cohabitation sur un même fichier de trois adresses identiques.
- **Tripple bottom line** : Concept défini par le cabinet SustainAbility. Il consiste à réconcilier performance économique, respect de l'environnement et équité sociale (en interne comme en externe). Le terme est une allusion à la Bottom Line, ou dernière ligne du bilan, c'est-à-dire le résultat net, qui était auparavant le seul élément pris en compte.
- **Trivision** : Se dit d'un dispositif technique qui permet l'apparition sur un panneau de 3 affiches successives, chaque affiche étant fixée sur des lamelles verticales tournantes.
- **Troisième marché** : Circuit de distribution regroupant la vente à emporter, les fast food, les distributeurs automatiques... Il fait partie du canal Horeca (Voir ce mot).
- **Troll** : Sur les réseaux informatiques, notamment Internet et Usenet, on utilise le terme troll pour désigner une personne, ou un groupe de personnes, participant à un espace de discussion (de type forum), qui cherche à détourner malicieusement le sujet d'une discussion pour générer des conflits en incitant à la polémique et en provoquant les autres participants.
A l'origine un troll (du verbe to trawl qui signifie pêcher au chalut) désigne une personne qui désire détourner un thread (succession de commentaires sur un sujet donné) afin d'enflammer la discussion et

de la faire tourner en eau de boudin. Le conflit israélo-palestinien est un troll classique. Démarrer des le début avec un tel sujet est une véritable incitation à la discussion sans fin, inutile, stérile et venimeuse. Voir aussi : Godwin (loi de). [merci à Wikipédia pour la définition].

- **Tuilage** : Recouvrement de la diffusion entre deux éditions d'un même titre de P.Q.R..
- **TV améliorée** : Cela se réfère à un contenu interactif fourni pour des programmes de télévision spécifiques.
- **TV interactive** : Il s'agit d'un terme généralement utilisé pour décrire la télévision améliorée (contenu interactif fourni par des programmes TV spécifiques), les guides de programmes interactifs (IPG), magnétoscopes (PVR) et le "wall garden" ("jardins murés" -services interactifs fermés).
- **TV Internet** : La TV Internet fait référence au décodeur qui permet de recevoir Internet sur son poste de télévision. Un dispositif marqué 'TV Internet' n'est généralement pas capable de répondre aux triggers d'amélioration synchrones. Etant donné que l'écran de télévision possède une résolution d'image inférieure à celle d'un ordinateur et que l'utilisateur se trouve à une distance plus éloignée, le contenu optimisé pour le Web n'est pas très probant sur un écran de télévision. C'est la raison pour laquelle certains développements appliqués aux décodeurs ne fournissent qu'un accès aux pages Web optimisées pour une lecture sur un écran TV, c'est ce qu'on appelle le concept du "wall(ed) garden".
- **TV réalité** : Voir Reality TV.
- **Tweens** : Pré-adolescents.
- **Two sided market** : voir Marché à double-face.

U

- **U & A** : Usages et attitudes
- **UGC** : (User Generated Content) Contenus créés par l'internaute et mis en ligne sur des sites de partage de vidéo, de musique, de photo...
- **U.M.T.S.** (Universal Mobile Telecommunications System) : Terme désignant la troisième génération de systèmes de radiocommunications mobiles (la deuxième comportait les systèmes numériques comme le GSM, et la première les anciens systèmes analogiques). L'UMTS est spécifié de manière à offrir des services de communication bidirectionnelle étendus allant des messages courts jusqu'aux images mobiles en passant par la voix.
- **U.R.L.** : Adresse Internet reconnue par les navigateurs. Le Localisateur de Ressource Universel est la syntaxe utilisée sur le Web comme identifiant unique pour accéder à des milliards de pages Web personnelles et d'éléments de pages.
- **Unbundling** : Pratique de quelques groupes d'agences de communication qui consiste à externaliser vers les agences médias les activités conseil média et achat d'espace, intégrées jusqu'à présent dans les agences de pub affiliées.
- **Unique visitors** (of ads, 000): Nombre d'internautes, ayant été exposés à une création publicitaire choisie, au moins une fois pendant la période (le mois).
- **Unité urbaine** : L'unité urbaine est définie d'une part par la notion de bâti et par l'importance de la population. Dès lors que le bâti regroupe au moins 2.000 habitants, il s'agit d'une unité urbaine. Elle est appelée ville isolée si elle ne compte qu'une seule commune et agglomération si elle en compte plusieurs. Il existe 1 995 unités urbaines en France Métropolitaine (selon le recensement INSEE de 1999). Synonyme : Pôle urbain.
- **Univers culturel** : Élément de l'identité de marque (Voir ce mot) qui concerne le système de valeur et de culture que la marque développe.
- **Urbain** : Désigne les individus résidant dans une agglomération de plus 20 000 habitants.
- **Urbanisme commercial** : Ensemble des règles concernant l'utilisation du sol à des fins commerciales.
- **Usabilité** : Voir : Utilisabilité
- **Utilisabilité** : Mesure de la qualité de l'expérience utilisateur quand celui-ci utilise un système interactif (web par exemple). L'utilisabilité est composée de la facilité d'apprentissage, de l'efficacité d'utilisation, de la facilité de mémorisation, de l'utilisation sans erreurs et de la satisfaction.

V

- **VBI** : Voir Intervalle de Suppression Vertical.
- **VAD** (annule et remplace) : Vente à distance.
- **VC** (Venture capitalist) : Capital risquer ; individu ou organisation investissant dans les start-up.
- **VC** (Volume / Capacité) : Rapport volume / capacité de présentation d'un meuble en point de vente. Il s'agit de la surface de vente multipliée par sa profondeur moyenne ; l'ensemble est exprimé en mètres cubes.
- **VOD** : La Vidéo sur Demande (VOD) fait appel à une technologie qui permet aux utilisateurs de contrôler le début d'un programme visualisé. Par exemple, grâce à un système de contrôle à distance, l'utilisateur peut faire son choix parmi une liste de films et lancer la projection et l'arrêter à sa guise. Si ce système était appliqué partout, cela entraînerait la fin des magasins de locations vidéo et bouleverserait la nature des services TV. Cela nécessiterait des serveurs et des réseaux vidéo importants qui fourniraient des chaînes vidéo individuelles de chaque foyer vers un emplacement de serveur. La fibre coaxiale câble (HFC) et la ligne de téléphone DSL constituent deux moyens éventuels de fournir ce service.
- **VPN** (Virtual Private Network) : Réseau privé virtuel. Réseau sécurisant les échanges d'informations via Internet, en faisant transiter les données encodées par un canal privé.
- **Vacancier** : Est considéré comme vacancier au sens de l'INSEE tout individu hors de son domicile habituel pour une durée d'au moins 4 jours consécutifs et pour des motifs autres que professionnels.
- **Valeurs d'entreprise** : Les valeurs sont des préférences collectives qui s'imposent au groupe (par exemple l'innovation avant tout). Elles vont guider l'organisation. Exemple : les valeurs du Ministère de l'Économie et du Budget : neutralité, équité, expertise, justice et intérêt général.
- **Vente en réunion** : voir Vente pyramidale.
- **Vente pyramidale** : Vente qui associe un fournisseur de produits et des particuliers non inscrits au Registre du commerce, qui lui achètent un stock et le revendent au détail lors de réunions. Synonyme : vente en réunion.
- **Venture capitalist** : Voir VC.
- **Visiteurs** (Internet) : Individus qui consultent un même site au cours d'une période définie. Le nombre total de visiteurs tient compte de la déduplication du nombre de visites. Remarque : Sans identification individuelle, il est actuellement quasi-impossible de définir le visiteur sur le plan technique. Certains sites utilisent des cookies pour reconnaître un utilisateur d'une visite à une autre. En fait, et sous réserve que les cookies n'aient pas été désactivés par l'utilisateur, seul l'ordinateur appelant est reconnu.
- **Visites** : Voir Session.
- **Visiteur unique** : Un internaute, même s'il se connecte plusieurs fois par jour à un même site, ne sera comptabilisé qu'une seule fois.

W

- **WC3** : Le consortium W3C développe des technologies d'interopérabilité (spécifications, lignes directrices, logiciels et outils) afin d'optimiser le potentiel du Web comme forum destiné à l'information, le commerce, la communication et la compréhension collective.
- **WIM** : WAP Identity Module. Il permet de garantir l'origine, la certification et l'authenticité des applications que le Web pourrait télécharger sur le terminal mobile. Le WIM est intégré dans la carte SIM.
- **WISP** : Wireless Internet Service Provider. Fournisseur d'accès à l'Internet sans fil (via Wi-Fi).
- **WORM** (Write Once Read Many) : Format non réinscriptible reprenant la technologie propre au cédérom. Le WORM est divisé en section, comme un disque dur. Il possède ainsi de meilleurs temps d'accès. Ne pas confondre avec le même mot signifiant "vers" (type de virus informatique).
- **Walled garden** (jardin muré) : Contenu spécialement conçu pour n'être à la disposition que de quelques utilisateurs et généralement non disponible sur le Web.

- **Wap** (Wireless Application Protocol) : Protocole permettant d'accéder à l'Internet par le téléphone mobile.
- **Watermark** : Informations inscrites de manière invisible dans un signal vidéo ou audio pour en connaître l'origine.
- **Wup** (Water Use Permitting) : Mention apparaissant sur certains emballages autorisant leur utilisation comme emballage pour de l'eau ou des liquides non agressifs. Pluriel : WUPs.
- **Web** : Abréviation de World wide web. Voir ce mot.
- **Web agency** : Agence dont l'activité est liée à l'Internet ; elle peut proposer la construction de sites, la publicité en ligne, le référencement, etc.
- **Web call-back** : Centres recueillant et traitant des mails ou des appels téléphoniques provenant des consommateurs.
- **Web call center** : Solution de téléphonie installée sur un site web, avec fonction de rappel (Web call-back, Voir ce mot), de conversation simultanée (Web call through) ou d'appel via le PC (VoIP, voix sur IP).
- **Web TV** : 1 - Système qui permet d'afficher des pages web sur un écran de TV au moyen d'un boîtier spécial. 2 - Le terme web TV est également utilisée pour parler de sites utilisant une diffusion de type live video.
- **Webcast** : Emission vidéo produite et diffusée sur Internet et reposant sur une méthode de pull (demandes d'informations à un système). Contraire : Broadcast.
- **Webcasting** : Diffusion personnalisée et rafraîchie d'informations sur Internet, poussées par l'entreprise en direction de l'internaute suite à la mention par ses soins de ses centres d'intérêt (Téléobs ; compagnie aérienne qui envoie par mail la liste des places libre sur ses vols du lendemain).
Synonyme : Singlecasting.
- **Webmaster** : Responsable d'un site web ou des relations avec les internautes.
- **Web mining** : Analyse des comportements des internautes sur un site web.
- **Web sémantique** : Analyse des contenus d'Internet.
- **Webomercial** : Publireportage réalisé sur un site web.
- **Wiki** : De l'hawaïen "wiki-wiki", signifiant "vite". Site Web susceptible d'être mis à jour facilement et rapidement par n'importe quel visiteur. Par abus de langage, le terme désigne aussi bien les outils utilisés pour créer un wiki (Wiki engines, en anglais) que les sites wiki proprement dit.
- **Workflow** : Gestion optimisée des flux et du traitement suivi de l'information.
- **www** : Abréviation de World Wide Web.

X

- **XML** (Extensible Markup Language) : Format de description des données fondé sur le langage H.T.M.L., utilisé pour l'échange structuré de documents sur Internet.

Y

- **Y/C** : Aussi appelé S-Video. Signal vidéo dans lequel la luminance (Y) et les couleurs (C) sont séparés.
- **Y'CbCr, YcbCr** : Forme de transport de la vidéo avec trois composantes Y (luminance) et les différences de couleur bleu (Cb) et Rouge (Cr). Voir 4:2:2, 4:2:0, 4:1:1
- **YUV** : Forme de transport de la vidéo avec une composante luminance et deux composante chrominance pour les systèmes NTSC et PAL.
- **Yetties** (Young entrepreneurs of technologies) : Jeunes patrons de la high-tech.

Z

- **ZCLV** : Zoned constant linear velocity. Combinaison des modes CLV et CAV et utilisé dans le DVD-RAM.
- **Zone d'emploi** : Partition de l'ensemble du territoire, basée sur la mobilité quotidienne des Français. La zone d'emploi regroupe autour d'un "pôle d'emploi" toutes les communes, urbaines ou rurales, qui en dépendent, c'est à dire toutes celles qui envoient une proportion significative de leurs actifs travailler dans ce pôle ou à proximité. Cette proportion varie selon les conditions locales de l'emploi, mais tourne fréquemment autour d'un seuil de 20% à 25% des actifs de la commune émettrice. Il existe 348 zones d'emplois en France Métropolitaine (délimitations INSEE de 1996).
- **Zone d'influence** : Voir Territoire d'influence.
- **Zone de chalandise** : (remplace la définition donnée dans le *Lexicom*) Zone d'attraction commerciale entourant un point de vente et dans laquelle résident les consommateurs et / ou les prospects. Deux types de données servent à la déterminer : la distance et le temps d'accès.