



## Glossaire des Termes

**Abandon (abandonnement)** Lorsqu'un usager abandonne son panier de magasinage y contenant des articles, avant de compléter la transaction.

**Action sociale** Une action entreprise par un utilisateur sur un réseau social, comme aimer une page fan Facebook, partager un contenu sur un réseau social ou partager le gazouillis d'un autre utilisateur de Twitter.

**Activité publicitaire (Ad activity)** Mesure alternative aux clics pour mesurer une campagne en ligne. Notez que ce ne sont pas tous les clics (actions) sur un créatif interactif (média enrichi) qui génèrent un clic vers le site de l'annonceur.

**Adresse IP (Internet Protocole Address)** Numéro constitué de quatre nombres entiers séparés par des points, qui identifie de façon unique un ordinateur connecté au réseau Internet et en permet la localisation. [Office de la langue française]  
Exemple : 000.000.000.0

**Adresse IP dynamique (Dynamic IP address)** Lorsque l'accès Internet d'un abonné n'est pas dégroupé, son fournisseur d'accès lui attribue à chaque établissement d'une connexion (par le modem) une adresse IP différente dite adresse IP dynamique. Une adresse IP dynamique est donc dans le temps utilisée par plusieurs utilisateurs. L'adresse IP dynamique ne permet donc pas l'identification d'une machine d'une session à l'autre et encore moins celle d'un utilisateur. Elle permet cependant la géo-localisation plus ou moins précise du point d'accès. (Définitions Web-Marketing)

**Adresse réponse (Reply-to)** L'adresse réponse est l'adresse électronique utilisée automatiquement par le logiciel de messagerie lorsque le destinataire d'un courriel utilise la fonction « répondre ». Elle doit être le plus souvent configurée avant émission d'un message de façon à ce que les réponses ne parviennent pas au prestataire technique émetteur mais à l'annonceur utilisateur de la plate-forme de diffusion. Dans le cadre d'une diffusion de campagne effectuée en interne, elle peut également être utilisée pour que les réponses ne parviennent pas au responsable technique émetteur mais à un responsable de la relation client. (Définitions Web-Marketing)

**Affichage** Terme générique désignant les publicités affichées, englobant les bannières et les interstitiels, dont le modèle économique est basé sur un coût par mille affichages (CPM).

**Affiliation (Affiliate marketing)** Principe par lequel un partenaire rémunère un affilié qui met des liens de son site vers celui du partenaire. (Vent Solaire)

**Alerte (Alert)** Signal prévenant qu'un seuil a été atteint, qu'une défaillance s'est produite ou pourrait se produire, généralement transmise par un outil de gestion des systèmes (par exemple par courriel). (Le Grand Dictionnaire)

**Algorithme (Algorithm)** Ensemble des règles opératoires qui permettent la résolution d'un problème par l'application d'un nombre d'opérations de calcul à exécuter en séquence, comme par exemple la technologie permettant à un moteur de recherche de vous livrer des résultats de recherche pertinents. (Le Grand Dictionnaire)

**Amis** Le réseau de gens auquel un utilisateur individuel est connecté sur Facebook.

**Analyseur de réseau (Sniffer)** Outil de vérification et de dépannage utilisé par les administrateurs de réseau pour détecter et identifier les problèmes de trafic dans les réseaux locaux. Peut aussi détecter les capacités d'un navigateur (Java, Flash, plugiciels, résolution d'écran, bande passante, etc...) (Le Grand Dictionnaire)

**Analytique (Analytics)** Terme large pour un outil offrant des possibilités d'analyse approfondies des statistiques de fréquentation, dont la création de rapports personnalisés. Utilisé en CPC. (Vent Solaire)

**Animateur de communauté** Un poste où un employé interagit avec les utilisateurs d'une communauté Web, comme un forum, une page fan Facebook ou les commentaires sur un blogue. Habituellement, l'animateur de communauté répond.

**Animation** Une séquence d'images générée par un logiciel, donnant l'illusion de mouvement. Pas du vidéo numérique tel que défini dans ce document (consultez Vidéo numérique plus bas).

**Annuaire (Directory)** Directory – Site de référence répertoriant des sites web, dont le contenu est organisé par rubriques, à l'image d'un annuaire papier. (Vent Solaire)

**Anonymiseur (Anonymizer)** Serveur équipé d'un dispositif logiciel qui permet à un internaute de naviguer sans laisser de traces, en masquant ses informations personnelles. (Le Grand Dictionnaire)

**API (Application Programming Interface)** Application informatique modulaire et indépendante réalisant des fonctions de manière autonome. Les APIs, véritables briques logicielles, souvent disponibles en « open source », simplifient la programmation lorsqu'elles sont utilisées pour du développement. (Vent Solaire)

**App** Abréviation du mot « application ». En termes sociaux, une app peut être une application mobile ou Web qui permet des fonctions sociales (p. ex. : app mobile Facebook pour iPhone).

**Appâtage (Link bait)** Ensemble de pratiques ayant pour but d'attirer des liens entrants vers son propre site et donc d'améliorer son classement (« page rank ».) L'appât par le lien (« linkbaiting »), pratiqué en particulier sur les blogs, utilise les procédés les plus variés, basés sur le contenu éditorial et l'intérêt qu'il suscite : polémique, humoristique, novateur, décalé... ou encore sur la fourniture d'un produit ou service. (Vent Solaire)

**Appel à l'action (Call to action)** Le « call to action » est un petit texte percutant qui au sein d'une publicité, d'un courriel ou d'une « landing page » incite l'internaute, en utilisant généralement un verbe d'action, à effectuer l'action recherchée. Cliquez ici ! Commandez, Je m'inscris, (Définitions Web-Marketing)

**Application composite (Mashup)** Fusion de deux ou plusieurs éléments de contenu pour créer un nouveau contenu média.

**Attractivité (Stickiness)** Capacité d'un site Web à attirer et à retenir ses visiteurs le plus longtemps possible lors d'un passage sur le site. (Le Grand Dictionnaire)

**Attribut** Une donnée unique connue d'un usager et sauvegardée dans un profil comportemental qui peut être utilisée pour lui présenter une publicité pertinente. Les attributs consistent d'information démographiques (âge, genre, localisation géographique), segment ou autre information (ex.: amateur automobile), et information de ciblage (ex.: a visité Site X il y a 2 jours).

**Audio** Fichier écoutable (avec son) qui accompagne une publicité. L'audio publicitaire ne devrait jamais démarrer sans être initié par l'utilisateur.

**Audit** Sur une demande de l'annonceur ou de son agence, certification par un tiers des données chiffrées relative à une campagne de publicité. Sur Internet, l'audit de campagne est en fait essentiellement fait à partir des serveurs publicitaires agence qui centralisent les données de diffusions à partir des différents serveurs publicitaires utilisés par un code de redirection. (Définitions Web-Marketing)

**Auditoire (Audience activity)** Réfère généralement au nombre d'utilisateurs Internet qui accèdent à un contenu et/ou à de la publicité via un navigateur, filtré pour éliminer toute activité non-humaine.

**Authentification (Authentication)** Procédure consistant à vérifier ou à valider l'identité d'une personne ou l'identification de toute autre entité, lors d'un échange électronique, pour contrôler l'accès à un réseau, à un système informatique ou à un logiciel. (Le Grand Dictionnaire)

**Auto-répondeur (Autoresponder)** Logiciel qui permet de répondre automatiquement et immédiatement à un courriel. (Le Grand Dictionnaire)

**Autoréglementation OBA** Développée par les principales associations industrielles en marketing et publicitaires Américaines, Canadiennes et Britanniques afin d'appliquer des standards d'exécution pro-usager à travers Internet. Le programme d'autoréglementation consiste en quatre principes tels que proposés par le Federal Trade Commission en février 2009 et qui assurent l'éducation du public ainsi que la responsabilité de chaque intervenant. IAB Canada administre ce programme au Canada dès 2012. <http://www.votrechoixdepub.ca> pour plus d'information.

**Babillard** Format publicitaire « Rising Star » d'IAB U.S. qui inclut des options pour interactivité en médias enrichis. Ce format s'intègre de façon imposant entre l'entête d'un site et son contenu. Il inclut un « X pour fermer » qui effondre la publicité si l'utilisateur n'est pas intéressé. Consultez <http://www.iab.net/risingstars> pour plus de détails.

**Baladodiffusion (Podcast)** Élément diffusé au format audio ou vidéo sur Internet. La baladodiffusion est le mode de diffusion correspondant des fichiers. Il est réalisé grâce à l'emploi de flux RSS qui permettent aux utilisateurs de télécharger des émissions audio ou vidéo dans leur baladeur numérique ou leur ordinateur pour une utilisation ultérieure. (Vent Solaire)

**Balise** Un mot ou quelques mots pour décrire un contenu. P. ex. : une photo de l'affiche du film Moneyball peut porter une balise avec des mots comme « film », « baseball », « Brad Pitt ».

**Balise (Ad tag)** Également appelé "tag", il s'agit d'un élément introduit dans chacune des pages ou élément publicitaire à mesurer, pour témoigner de leur diffusion. Il est inséré dans le code source de la page. (IAB France)

**Balise Méta (ou marqueur de mots-clés) (Meta Tags)** Marqueur HTML inséré dans l'en-tête d'une page Web, après le titre, qui permet de décrire le contenu de la page afin de la référencer correctement et plus facilement dans les moteurs de recherche. [Office de la langue française]

**Balise titre (Title tag)** La balise titre (en fait "title" dans le codage HTML en anglais des pages web) est une balise du code HTML utilisée pour donner un titre à une page web. Ce titre est repris dans la barre de titre du navigateur et peut être également affiché dans le descriptif d'un site dans les pages de résultats des moteurs. (Définitions Web-Marketing)

**Bande passante (Bandwidth)** Capacité d'une voie de communication à transmettre des données. (Le Grand Dictionnaire)

**Bannière (ou bandeau) publicitaire (Advertising Banner)** Espace publicitaire, de différents formats, animé ou non, annonçant un produit ou un service, et générant habituellement un lien hypertexte avec le site d'un annonceur. ) [Pour plus d'information sur les standards entourant les bandeaux publicitaires, consultez le CUAP.](#)

**Bannière (ou bandeau) saturé(e) / en déclin (Banner Burn out / banner fatigue)** Bandeau publicitaire en surexposition. La fréquence trop élevée diminue l'efficacité publicitaire du bandeau.

**Bannière en rotation (Banner in rotation)** Espace publicitaire permettant de diffuser en alternance (rotation) plusieurs bandeaux ou publicités, de différents annonceurs.

**Bannière extensible (Expandable banners)** Il s'agit d'un bandeau publicitaire qui s'agrandit vers le bas lorsque la souris le survole ou s'y attarde ou plus rarement directement à l'ouverture de la page. En position étendue la taille du bandeau peut être multipliée par 2 ou 3. Celui-ci reprend normalement sa forme initiale après quelques 3 à 4 secondes. L'extension permet d'attirer l'attention, de favoriser l'interactivité et donne un terrain d'expression plus large et la possibilité d'un message publicitaire plus détaillé. Les grattes-ciels et les gros carrés ont aussi leurs versions extensibles. Les formats extensibles sont généralement classés dans la famille du rich media. [Pour plus d'information sur les standards entourant les bandeaux publicitaires, consultez le CUAP.](#)

**Bannière vidéo (Video banner)** Une vidéo livrée à l'intérieur d'un format publicitaire standard plutôt que via un lecteur à contenu vidéo.

**Barbotte (Catfish)** Un format publicitaire qui s'étend sur la largeur d'un site web avec une hauteur de 90 pixels. Il est ancré au bas du fureteur Internet et n'est pas extensible. Consultez « Slider » un format américain « Rising Star » qui lui est extensible.

**Barre de progression (Progress Bar)** Un contrôle d'animation ou vidéo qui indique à l'utilisateur où il est rendu dans la durée totale du contenu.

**Bas de page (Footer)** La zone à la fin (au bas) d'un courriel où le contenu demeure le même à chaque envoi. Par exemple ceci peut inclure l'information contact, liens pour s'abonner ou se désabonner, note légale, logiciel d'envoi courriel utilisé, etc.

**Blocage (Block)** Un refus par un FAI ou serveur courriel de faire suivre votre courriel au destinataire. Le refus sera basé sur le contenu ou encore domaines courriels qui figurent sur des listes noires.

**Blogoliste (Blog roll)** Liste de blogues qu'on retrouve normalement dans une colonne de droite sur un blogue. Il s'agit de recommandations faites par le blogueur des autres blogues qu'il estime beaucoup.

**Blogue** Un carnet Web sur lequel des personnes ou des entreprises affichent un contenu, qui est publié en ordre chronologique inversé, et qui est habituellement ouvert aux commentaires des utilisateurs.

**Blogueur** Nom de la personne qui écrit un blogue.

**Bloqueur de témoins (Cookie buster)** Logiciel qui bloque ou supprime systématiquement les fichiers témoins (« cookies ») sur un ordinateur.

**Bombe courriel (Bombard) (Mail bomb)** Une bombe courriel est une réaction agressive à l'envoi d'un courriel commercial non sollicité qui se traduit par l'envoi d'un ou plusieurs fichiers très volumineux à l'émetteur du message. L'objectif est de saturer le ou les serveur(s) de l'émetteur. Cette pratique n'est quasiment plus en vigueur. (Définitions Web-Marketing)

**Bouchon de bande passante (Bandwidth competition)** Il s'agit de plusieurs transmissions de données (envoi de fichiers ou accès à une page web) sur une même connexion.

**Bourrage de mots-clés (Keyword stuffing)** Bourrage de mots-clés – Méthode de spamdexing consistant à répéter des mots-clés dans l'URL, les métadonnées ou le contenu textuel d'une page afin d'améliorer son positionnement dans les moteurs de recherche. (Vent Solaire)

**Bouton (Button)** Le bouton publicitaire est un format publicitaire Internet de petite taille qui, comme son nom ne l'indique pas, est de forme rectangulaire. (Définitions Web-Marketing)

**Bulletin courriel (Email newsletter)** Lettre d'information envoyée régulièrement dans les boîtes mail de toutes les personnes qui en ont fait la demande (abonnement gratuit ou non). Les informations contenues dans la lettre peuvent renvoyer sur le site de l'éditeur par le biais de liens hypertexte. (IAB France)

**Bureau d'échange (Trading desk)** Technologie de négociation publicitaire interactive connectée à une plateforme côté-achat ou un échange publicitaire.

**Bureau d'échange d'agence (Agency Trading Desk)** Outil de négociation de la publicité en ligne branchés à une DSP (plateforme côté achats) ou à un échange publicitaire.

**Bureau d'échange indépendant (ITD)** Compagnie tiers qui licence et supporte une plateforme côté-achat dont la technologie agit comme bureau d'échange pour l'agence ou l'annonceur.

**Cadence de prise de vue (FPS frames per second)** La vitesse de prise de vues est traditionnellement de 24 images par seconde pour le cinéma et de 25 images par seconde pour la vidéo dans les pays européens utilisant les normes PAL ou SECAM, elle est de 29.97 images par seconde en Amérique du Nord et au Japon, pays qui utilisent la norme NTSC.

**Campagne (campaign)** La période publicitaire pendant laquelle une stratégie et un ensemble de tactiques sont exécutés.

**Canal RTB (API) (Pipe (API))** Fournit une connexion côté serveur à une source d'inventaire et pousse les impressions, en temps réel, aux acheteurs admissibles. Il annonce les impressions au fur et à mesure qu'elles sont admissibles à l'achat – Google.

**Cap de fréquence (Frequency capping)** La capacité d'établir une limite quant au nombre de fois où un annonceur expose un utilisateur à sa publicité dans une période fixe.

**Carte de tarifs (Rate card)** Tarification publicité pour les divers produits et services offerts par une entreprise media.

**Carte postale audio (Audio postcard)** Carte postale courriel intégrant de l'audio

**Chargement du fichier initial (initial file load)** La taille du fichier créatif publicitaire, mesuré en kb ou mb qui se charge avec les fichiers de la page web lorsqu'un usager fait appel à la page initialement. La taille du chargement initial du fichier est limitée pour conserver la performance de chargement de la page en entier pour agréementer l'expérience usager.

**Chargement poli du fichier (polite file load)** Rétenion d'une portion de la taille complète du fichier (à part le chargement initial) jusqu'à ce que la page web ait complètement été téléchargée.

**Chiffrement (Encryption)** Opération par laquelle est substitué, à un texte en clair, un texte inintelligible, inexploitable pour quiconque ne possède pas la clé permettant de le ramener à sa forme initiale. (Le Grand Dictionnaire)

**Churn** Le « taux de churn courriel » est une expression mélangeant français et anglais utilisée parfois pour désigner le taux de désabonnement newsletter. (Définitions Web-Marketing)

**Ciblage comportemental (Behavioral targeting)** Technique de ciblage publicitaire Internet qui permet de cibler les internautes à partir de leur comportement passé sur un site, un réseau de sites ou face à la publicité. Dans le domaine de la publicité, le ciblage comportemental permet par exemple de cibler les internautes ayant consulté au moins une fois dans le mois écoulé la rubrique automobile sur un site éditorial sans qu'au moment où l'individu est touché par le message il soit sur un contenu relatif à l'automobile. (Définitions Web-Marketing)

**Clavardage (Chat)** Activité permettant à un internaute d'avoir une conversation écrite, interactive et en temps réel avec d'autres internautes, par clavier interposé. (Le grand dictionnaire)

**Clic (Click)** Action de l'internaute qui active des éléments ou des liens hypertextes dans une page Web ou une publicité – un acte délibéré, initié par l'utilisateur. La plupart du temps un clic est réalisé à l'aide d'une souris mais peut aussi être réalisé avec la touche « entrer » dans certains cas, ou par le touché sur des écrans tactiles.

**Clic frauduleux (Invalid click)** Les clics frauduleux sont des clics qui n'émanent pas réellement de prospects dans les programmes marketing internet (liens sponsorisés, affiliation, etc.) proposant aux sites supports une rémunération aux clics. Ces clics frauduleux d'origine humaine ou logicielle permettent de générer artificiellement des revenus aux sites supports qui

sont à l'origine de la fraude. Dans le cas des clics frauduleux, l'annonceur paye pour des "visites fantômes" ou pour des visites n'étant pas le fait de réels prospects. (Définitions Web-Marketing)

**Clic publicitaire (Ad Click)** Clic effectué sur un élément publicitaire affiché dans une page Web (bandeau, bouton, etc.) conduisant l'internaute visiteur directement sur le site de l'annonceur. [Office de la langue française] Nombre de fois où il a été cliqué sur un bandeau ou un objet publicitaire, mesuré à partir de la page d'origine.

**ClickTAG** Le « clicktag » est un code spécifique que l'on intègre dans les fichiers flash correspondant aux créations publicitaires et qui permet d'enregistrer les clics au niveau du serveur publicitaire. (Définitions Web-Marketing)

**Client de messagerie (Courriel client)** MUA (Mail User Agent) – Logiciel servant à recevoir, lire et envoyer des courriers électroniques. Le client ou logiciel de messagerie utilise des protocoles tels que POP, IMAP et SMTP pour effectuer les tâches. (Vent Solaire)

**Co-abonnement (Co-registration)** Le co-abonnement newsletter est une procédure par laquelle un internaute, après avoir validé son inscription à une newsletter sur un site, se voit proposer de cocher une case pour s'abonner également à la newsletter d'un autre site partenaire. Le co-abonnement peut être mis en place à travers un accord de partenariat entre deux sites complémentaires ou se faire à travers un réseau ou régie spécialisée. (Définitions Web-Marketing)

**Code court (Short code)** Un numéro téléphonique pour échanger des SMS ou MMS via des appareils mobiles ou cellulaires, généralement composé de 5 chiffres.

**Code QR/2D (QR/2D Code)** Sorte de code barre conçu pour être décodé rapidement, le code 2D, mis au point en 1994 pour la gestion de stocks, trouve de nouvelles applications avec les mobiles. Grâce à la fonction appareil photo, les informations produites se téléchargent instantanément via Internet sur le portable. (IAB France)

**Commentaire** Un message laissé par un utilisateur sur le blogue d'un éditeur, une page Facebook ou une autre plateforme sociale.

**Commerce électronique (Electronic Commerce ou e-Commerce)** Ensemble des activités commerciales effectuées à l'aide de réseaux informatiques (tel Internet), incluant la promotion et la vente en ligne de produits et services, la vente d'information, ainsi que l'échange de correspondance électronique. [Office de la langue française]

**Consentement affirmatif (Affirmative consent)** Demande explicite d'un usager ou abonné à être exposé à de la publicité. Ceci exclut toutes formes de pièges tels une case pré-cochée.



**Contenu dynamique (Dynamic content)** Contenu sur des pages Web qui change automatiquement selon des entrées dans un système de gestion de contenus.

**Contenu généré par l'utilisateur (UGC)** Média qui est généré par les utilisateurs d'un site, et non par les producteurs du site.

**Contrôle (control)** Éléments actifs d'une publicité qui donnent à l'utilisateur un certain contrôle sur son expérience publicitaire. Un exemple de contrôle est le « Fermer X » dans une publicité extensible ou flottante, ainsi que les options « Play/Pause/Mute » sur un élément vidéo.

**Conversion** Action attendue de la part du visiteur d'un site et effectuée, par exemple inscription à une newsletter, abonnement, achat. Le taux de conversion est un indicateur d'efficacité du site. (Vent solaire)

**Courriel généré par un événement (Event triggered email)** Message automatiquement envoyé lorsqu'un événement se produit. Par exemple, cela peut inclure un anniversaire, abonnement ou désabonnement.

**Courriel vidéo (Video email)** Un courriel vidéo est un courriel qui comprend dans le corps du message une séquence vidéo dont la lecture se déclenche à l'ouverture ou sur commande (cas le plus fréquent) de l'internaute. L'insertion d'une séquence vidéo est utilisée pour renforcer l'efficacité du message. (Définitions Web-marketing)

**Coût d'acquisition (Acquisition cost)** En marketing, le prix d'achat d'un nouvel abonné à son bulletin courriel ou client acheteur.

**Coût par acquisition, CPA (Cost per acquisition, CPA)** Le CPA est un coût fixe unitaire ou en pourcentage applicable sur les ventes générées par l'exposition d'une cyberpublicité.

**Coût par clic, CPC (Cost per Click, CPC, PPC)** Coût d'une publicité en ligne établi en fonction du nombre de clics effectués par un visiteur unique sur un élément publicitaire (bandeau, bouton, etc.). En combinant le coût par mille avec le taux de clics, on obtient le coût par clic. [Office de la langue française]

**Coût par mille, CPM (Cost per Thousand, CPM)** Coût d'une publicité par tranche de mille impressions publicitaires.

**Coût par prospect, CPL (Cost-Per-Lead)** Le CPL calcule le coût d'acquisition d'un nouveau prospect dans la base de données.

**Coût par transaction ou vente, CPS (Cost-Per-Sale / Order)** Le CPS calcule le coût d'un élément publicitaire par rapport au nombre d'internautes ayant effectué au moins une transaction. (Termium Plus)

**Couverture (Coverage)** Nombre d'individus de la cible ayant été en contact au moins 1 fois avec un ou plusieurs supports du dispositif média. On parle le plus couramment de couverture à au moins 1 contact et on l'exprime en milliers ou en %. (En % d'une cible, on parle aussi de pénétration). (IAB France)

**CPM dynamique (dCPM)** L'approche de gagner de l'achalandage publicitaire en augmentant le CPM misé par le minimum nécessaire pour miser plus que la concurrence.

**CPU % / % d'usage du CPU** Une directive pour la quantité d'usage du processeur requise pour afficher une unité publicitaire comparativement à ce qui est disponible par l'ordinateur. Elle peut être mesurée en direct, pendant l'exécution publicitaire. En plus de la taille du fichier, la complexité des dessins, dégradés, mouvement lents et détails du mouvement peuvent affecter le nombre de calculs effectués par le processeur pour chaque séquence d'une animation.

**Créatif (Creative)** Une unité de publicité créée par un designer publicitaire, en concordance avec les directives et spécifications techniques d'IAB Canada ou d'un éditeur spécifiquement, qui a pour but de transmettre un message marketing à un auditoire particulier. Un créatif peut consister de multiples fichiers de divers formats tels des images, vidéo, animation, exécutifs (.html, .js) et/ou autres qui travaillent ensemble à créer une expérience interactive pour un usager.

**CRM** Customer Relationship Management (Gestion des relations avec la clientèle); stratégie pour les interactions avec les clients, également appelée SCRm (Social CRM).

**Curseur (Cursor)** En informatique, en termes d'Interface utilisateur graphique, un curseur est une sorte de repère qui est utilisé pour montrer à l'utilisateur la zone de l'écran qui va réagir dans l'immédiat à ses instructions. C'est donc sur cette zone qu'il doit se concentrer et se préparer à observer les éventuelles conséquences des ordres qu'il va donner à la machine (via souris, pad tactile, écran tactile, stylos ou autre périphérique d'entrée). Les curseurs constituent donc un élément de base fondamental dans la communication homme-machine, ils sont indispensables.

**De (From)** Le champ "from" ou champ expéditeur comporte une adresse ou un nom d'expéditeur lors d'une campagne courriel. Le champ "from" joue un grand rôle dans l'ouverture d'un message courriel. Les études montrent que c'est le champ de référence devant l'objet pour la décision d'ouverture d'un message. (Définitions Web-Marketing)

**Déduplication (Deduping)** Élimination de données redondantes dans un système de sauvegarde afin de réduire les espaces de stockage. (Le Grand Dictionnaire)

**Délais de livraison (Delivery lead time)** Le nombre de jours ouvrables avant le début de la campagne quand un matériel publicitaire doit être livré à l'éditeur pour validations et tests.

**Déployer (Deploy)** L'acte d'envoyer un courriel à une liste après l'avoir testé

**Désabonnement invisible (Invisible unsubscribe)** Phénomène par lequel un abonné ne lira plus les newsletters d'un émetteur sans pour autant suivre les instructions de désabonnement. Cela peut se faire simplement en supprimant systématiquement les messages dans le logiciel de messagerie ou par la mise en place d'un filtrage spécifique. Le désabonnement est considéré comme invisible, car l'émetteur n'a pas l'information (sauf mise en place d'une boucle de rétroaction pour la mise en boîte spam). (Définitions Web-Marketing)

**DHTML (Dynamic Hypertext Markup Language)** Modèle d'édition de documents HTML, qui permet à l'auteur d'utiliser des langages de script pour modifier un document HTML plus facilement, et depuis son navigateur. (Le Grand Dictionnaire)

**Diffusion (Broadcast)** Le processus d'envoyer un même courriel à plusieurs individus simultanément.

**Diffusion publicitaire (Ad stream)** Série de publicités affichées auprès d'un usager pendant sa visite d'un site.

**Dimensions créatives (creative dimensions)** Mesuré en pixels (largeur par hauteur). La largeur est toujours identifiée en premier, suivi de la hauteur (ex. : 300×250 est 300 pixels de large par 250 pixels de haut).

**Dimensions d'extension (expansion dimensions)** Les dimensions exprimées en pixels (largeur par hauteur) de la zone complète, ou étendue, d'une publicité extensible. Les dimensions initiales concordent avec le format de base (ex. : 728×90) puis les dimensions d'extensions concordent avec la zone complète (ex. : 728×360) qui inclut le format de base plus l'extension.

**Dimensions initiales (initial dimensions)** Les dimensions exprimées en pixels (largeur par hauteur) de la zone initiale (ex.; 728×90), ou le format de base, d'une publicité extensible (ex. : 728×360).

**Distribution de fréquences (Frequency distribution)** – Ensemble de données classées, triées et ordonnées par rapport à un ou plusieurs caractères. (Termium Plus)

**Données comportementales** Données liées aux utilisateurs particuliers et à leurs schémas d'interaction historiques avec les sites Web et le contenu publicitaire.

**Données contextuelles** Données liées au contenu et au contexte d'une page Web en particulier sur laquelle l'annonce est diffusée.

**Durée d'une visite (Visit Length)** Laps de temps écoulé entre la première et la dernière requête de page lors de la visite d'un site.

**Écart (Discrepancy)** Le terme de « discrepancy » désigne un phénomène bien connu par lequel les chiffres d'auditoire publicitaire peuvent diverger pour une même campagne entre le serveur

publicitaire de l'éditeur support, celui de la régie et celui de l'agence. L'écart qui dépasse parfois les 10 % vient souvent de différences techniques dans le mode de comptabilisation. Il peut également désigner la différence entre les chiffres d'auditoire d'un panel pour un site et les chiffres internes de web-analytique du site. (Définitions Web-Marketing)

**Échange privé (Private exchange)** Marché virtuel opéré par les fournisseurs pour y présenter leur inventaire publicitaire haut de gamme fournissant un accès automatisé à certains acheteurs (via un DSP / plateforme côté achats) qui s'entendent à transiger selon des termes négociés (périodes de campagnes, prix planchés, types d'encan, budgets...). Un vrai échange privé offre un accès à un inventaire qui n'est pas disponible via un échange publicitaire normal.

**Échange publicitaire (Ad Exchange)** Marché virtuel où les fournisseurs participants mettent leurs impressions aux enchères aux acheteurs admissibles. Un ad exchange annonce chaque impression, en temps réel, et demande aux acheteurs s'ils souhaitent acheter lesdites impressions et à quel prix.

**Échantillon (Sample)** Un ou plusieurs articles pris dans un même lot en vue de fournir une information sur le lot ou de servir de base à une décision sur le lot. (Le Grand Dictionnaire)

**Écran fugitif (Splash Screen)** Page écran affichant une image, un graphique ou un court texte avant d'amener l'internaute visiteur vers la page d'accueil proprement dite d'un site Web. [Office de la langue française]

**Éditeur (Publisher)** Une organisation, entité ou individu qui édite le contenu d'un site web soit en l'alimentant de textes, photos, vidéos, audio ou encore d'annonces classées ou résultats de recherche, qui est recherché et consulté par des usagers qui eux sont recherchés par un annonceur.

**Éditeur de la longue traîne (Long Tail Publishers)** Petits éditeurs sur Internet tels des blogues, sites de contenus ou commerciaux très nichés.

**Effondrement (collapse)** Un événement publicitaire lorsque l'utilisateur clique volontairement pour rapetisser une publicité en extension, ou refermer une publicité flottante.

**Enchère au second prix** Le gagnant de l'enchère paie le prix du 2<sup>e</sup> enchérisseur le plus élevé + un cent (1 ¢) (également connu sous le nom d'enchère de Vickrey).

**Enchères en temps réel (Real Time Bidding-RTB)** Le RTB, un modèle d'achat programmatique fondé sur les données, permet aux annonceurs ou à leur agence d'enchérir sur les médias numériques (affichage, vidéo, mobile, social, etc.) en temps réel, au niveau des impressions – Mike on Ads.

**Enchérisseur RTB (Bidder)** Se raccorde à un ou plusieurs canaux de communication et évalue chaque impression annoncée. L'enchérisseur en temps réel a la responsabilité de prendre les

meilleures décisions en matière d'acquisition d'inventaire pour le compte de l'annonceur – Google.

**Engagement** Une interaction souhaitée entre un utilisateur et une marque. L'engagement peut prendre la forme des « J'aime » sur une page fan Facebook, les partages d'un gazouillis envoyé par une marque, les commentaires sur un blogue ou le temps passé sur un jeu social.

**Entête courriel (Header)** L'entête de courriel est la partie d'un courriel non directement visible par le destinataire comprenant des informations techniques sur le serveur émetteur, le format utilisé, les serveurs relais utilisés, l'expéditeur, ... Dans un contexte marketing, le contenu du « header » est important car il est pris en compte par les solutions de filtrage anti-spam. (Définitions Web-Marketing)

**EPUC – Ensemble publicitaire universel canadien (CUAP – Canadian Universal Ad Package)** Ensemble de quatre formats standardisés (728×90, 300×250, 160×600 and 180×150 pixels) offerts par tous les éditeurs Canadiens et Américains offrant aux annonceurs la possibilité de rejoindre simplement un maximum d'utilisateurs en ligne. [Pour plus d'information sur les standards entourant les bandeaux publicitaires, consultez le CUAP.](#)

**Épuisement de liste (List fatigue)** Lorsque le ROI d'une liste d'abonnés courriels commence à diminuer pour cause de sur-utilisation.

**FAI (Fournisseur d'accès à Internet) (ISP Internet Service Provider)** ISP (Internet Service Provider) – Entreprise proposant à leurs abonnés une connexion au réseau Internet. (Vent Solaire)

**Faux positif (False positive)** Un faux positif est un message légitime qui est rejeté ou filtré à tort par les dispositifs anti-spam. Avec la levée de bouclier des fournisseurs d'accès ou gestionnaires de messagerie liée à l'ampleur du phénomène du spam, les faux positifs ont tendance à devenir plus nombreux et à gêner les diffuseurs légitimes (routeurs et annonceurs). (Définitions Web Marketing)

**Fenêtre contextuelle (Pop-up window)** Fenêtre apparaissant à l'intérieur d'une autre fenêtre, sans intervention de l'utilisateur, et qui sert à proposer des choix ou à envoyer un message quelconque en rapport avec la situation (un message d'erreur ou d'avertissement, par exemple). [Office de la langue française]

**Fenêtre visible / Premier écran (Above the fold)** Anglicisme sans équivalent français désignant la problématique de visualisation du contenu d'un site sans avoir à utiliser les ascenseurs verticaux, voire horizontaux. La partie "above the fold" est donc la partie immédiatement visible sans scrolling qui pour les créateurs de sites varie en fonction de la taille d'écran et de la configuration. La problématique est la même pour le contenu d'un courriel. (Définitions Web-Marketing)

**Ferme de liens (Link Farm)** Site dédié à l'hébergement de liens hypertextes destinés à améliorer artificiellement le positionnement d'autres sites web dans les moteurs de recherche. Le recours aux "link farms" permet d'augmenter le "Pagerank" d'une page mais constitue une méthode frauduleuse, combattue par les moteurs de recherche. (Vent Solaire)

**Fermer X (Close X)** Un contrôle créatif qui permet à l'utilisateur de fermer, désactiver, ou effondrer un volet étendu (extensible) d'une publicité.

**Fichier joint (Attachment)** Fichier contenant du texte, des images ou du son, qui, dans un logiciel de courrier électronique, est envoyé en même temps qu'un message et récupérable par le destinataire. (Le Grand Dictionnaire)

**Fichier journal (Log file)** Relevé chronologique des opérations informatiques constituant un historique de l'utilisation des programmes et des systèmes sur une période donnée. Remarque : ce fichier généré par le serveur d'un site est utilisé pour mesurer les requêtes de pages.

**Fichiers PDF (Portable Document Format)** Le format PDF a été développé par Adobe pour produire des documents indépendants des plates-formes et des périphériques. Il permet de visualiser, de transmettre, d'imprimer et d'archiver des fichiers (Termium Plus)

**File d'attente (Queue)** Liste construite et gérée de telle façon que le prochain élément à extraire (courriel ou document pour impression) soit celui qui a été inséré en premier. (Termium Plus)

**Filmstrip** Format publicitaire « Rising Star » d'IAB U.S. qui inclut des options pour interactivité en médias enrichis pour un contenu publicitaire de 350x3000 pixels qui est affiché dans une fenêtre de 350x600 à l'écran. Consultez <http://www.iab.net/risingstars> pour plus de détails.

**Filtre anti-spam (email filter)** Le filtrage anti spam désigne l'ensemble des pratiques et procédures mises en place par les FAI, Webmail et responsables informatiques d'entreprises pour éliminer les messages courriels de spam. (Définitions Web Marketing)

**Filtre Bayésien (Bayesian filter)** L'approche Bayésienne permet de calculer la probabilité d'une maladie, ou d'un SPAM ou virus dans un logiciel de courriels, en se basant sur les observations du comportement passé de l'expéditeur et du contenu envoyé.

**Flash™** Technologie propriétaire d'Adobe d'animation visuelle et sonore permettant de produire des sites web. Malgré les progrès réalisés, les pages en Flash ne sont pas idéalement conçues pour le référencement. Lorsqu'une animation Flash doit être utilisée, le compromis possible est d'introduire l'animation dans une page HTML classique. (Vent Solaire)

**Flottant (Floating)** Portion d'un format publicitaire qui s'affiche au-dessus du contenu d'une page lorsqu'il est initié / activé volontairement par un utilisateur.

**Follow Friday (vive vendredi)** Une tendance sur Twitter chaque vendredi, dénotée par le mot-clic #FF. Les gens l'utilisent sur Twitter pour recommander de suivre un utilisateur en particulier.

**Fond d'écran (Wallpaper)** Le fond de page est une image ou motif apparaissant sous le contenu d'une habitude d'une page web (texte + images). Certains sites éditoriaux proposent aux annonceurs d'utiliser le fond de page de leur page d'accueil à des fins publicitaires sous une forme événementielle. L'achat du fond de page est généralement combiné avec visuels publicitaires. (Définitions Web-Marketing)

**Formats standards (standard ad formats)** L'ensemble de formats publicitaires avec leurs spécifications techniques, comportant des images et animation intégrées au gabarit d'un site web, représentant l'inventaire publicitaire du site.

**Formats "Rising Stars" (Rising Star ad formats)** Collection de six nouveaux formats retenus par IAB U.S. suite à une invitation à l'industrie à soumettre leurs idées. Il s'agit dans tous les cas de formats plus gros que ceux standardisés auparavant. Ils sont tous interactifs et offrent de multiples options d'exécutions. Consultez <http://www.iab.net/risingstars> pour plus de détails.

**Forum (Newsgroup)** Les newsgroups sont à l'origine des forums spécialisés par sujets accessibles par un logiciel de newsgroup et où chacun après s'être abonné peut s'exprimer ou poser ou répondre à des questions. (Définitions Web-Marketing)

**Forums** Fils de discussion par sujet où les utilisateurs peuvent laisser des commentaires et réagir aux commentaires des autres utilisateurs. Contrairement aux commentaires sur les blogues, le sujet d'un fil particulier d'un forum est souvent lancé par un autre utilisateur du forum, et non par un éditeur.

**Frais de présentation (Slotting fee)** Paiements forfaitaires versés par l'annonceur aux entreprises média pour s'assurer un emplacement ou positionnement exclusif ou tout autre traitement spécial tel l'exclusivité de catégorie. (Termium Plus)

**Fraude aux clics (Click fraud)** Initialement présente sur les programmes d'affiliations, la fraude aux clics s'est surtout développée sur les sites partenaires des programmes de liens commerciaux. La fraude aux clics est principalement le résultat de la création de clics artificiels (humains ou techniques) sur leurs propres sites par des éditeurs partenaires des programmes qui touchent ainsi un reversement en fonction du nombre de clics. Sur les programmes de liens commerciaux, elle peut également être le résultat d'actions de clics provenant de concurrents des annonceurs. Dans ce cas, il s'agit plus d'une action de concurrence déloyale (pas forcément au sens juridique) qu'une action de fraude. (Définitions Web-Marketing)

**Fréquence (Frequency)** La fréquence est le nombre de contacts publicitaires moyen par individu exposé à une campagne publicitaire. Une fréquence de 5 signifie qu'en moyenne les individus exposés à une campagne ont vu 5 fois l'objet publicitaire. La fréquence se détermine grâce aux

“cookies” dans le cadre d’une campagne Internet. La fréquence peut être volontairement limitée par du “capping” pour éviter l’effet d’usure ou une irritation provoquée par des formats intrusifs. (Définitions Web-Marketing)

**FTP (File Transfer Protocol)** Protocole de communication et d’échange de fichiers entre ordinateurs raccordés au réseau Internet. FTPS est la version sécurisée du protocole FTP. (Vent Solaire)

**Fureteur ou Navigateur (Browser)** Browser – Logiciel permettant de lire des fichiers au format HTML, de consulter des pages web et de parcourir le web de site en site en suivant les liens hypertextes figurant dans les pages. Les navigateurs les plus connus sont Internet Explorer et Firefox, qui est un logiciel “open source” performant. (Vent Solaire)

**Gamification (Ludification)** Néologisme qui signifie l’application des principes de jeu à des éléments qui ne sont pas un jeu. Par exemple, Nike encourage ses clients à faire un suivi de leurs courses et à partager les données sur Facebook. Cette action donne des points aux consommateurs, qui peuvent ensuite être échangés contre un produit Nike.

**Gazouiller (Tweet)** Verbe utilisé pour décrire un message qui contient un maximum de 140 caractères, affiché par un utilisateur par l’entremise de son compte Twitter.

**Génération de trafic (Traffic generation)** Outils de communications en ligne qui génèrent du trafic vers votre site Internet.

**Géo-ciblage (Geo-targeting)** La publicité sur Internet, que ce soit par la publicité d’affichage ou les liens commerciaux permet de nombreuses applications de ciblage en fonction de critères géographiques.

**Gestion de rebond (Bounce handling)** Le processus de gestion des courriels ayant rebondi ou non reçus par l’abonné. Ce processus est important pour l’entretien de la liste afin de maintenir un bon taux de livraison.

**Gestionnaire de liste (Throttling)** Un gestionnaire de liste de diffusion est un “robot” logiciel ou petit service ASP basique qui permet d’automatiser les tâches répétitives (abonnements, désabonnements, etc.) liées à la gestion d’une liste de diffusion.

**GIF** Format d’image employé sur le web principalement pour les images constituées d’à-plats car il est limité à 256 couleurs. Le GIF gère la transparence et est utilisé pour ses capacités de restitution d’images superposées qui permettent un effet d’animation (GIF animé).

**Gif animé (Animated GIF)** Le Gif animé est un fichier gif comprenant plusieurs images qui permettent d’obtenir une animation par affichage successifs en boucle. Le nombre de répétition de la boucle peut être limité pour éviter un phénomène d’irritation de l’internaute.



Le gif animé fut le premier format graphique utilisé pour la création d'animations visuelles dans le domaine de la publicité Internet. (Définitions Web-Marketing)

**GPU** Un processeur graphique, ou GPU (de l'anglais Graphics Processing Unit) est un circuit intégré présent sur une carte graphique et assurant les fonctions de calcul de l'affichage. Un processeur graphique a généralement une structure hautement parallèle (voir accélération matérielle) qui les rend efficaces pour une large palette de tâches graphiques comme le rendu 3D, en Direct3D, en OpenGL, la gestion de la mémoire vidéo, traitement du signal vidéo, décompression MPEG, etc.

**Gratte-ciel (Skyscraper)** Format publicitaire vertical. Un de trois formats standardisés par IAB Canada. Il y a 2 types de gratte-ciels : 160 X 600 intégré dans une page, qui peut s'extentionner en média enrichi à 320 x 600. [Pour plus d'information sur les standards entourant les bandeaux publicitaires, consultez le CUAP.](#)

**GRC (CRM)** GRC (Gestionnaire de relation clients) ou CRM (Customer Relationship Management) – Moyens technologiques mis en œuvre pour gérer la relation avec le client dans le cycle de vie (prospection, transaction, maintien de la relation), au travers de canaux de communication (téléphone, internet, courrier), par les différents intervenants (marketing, commercial, support). (Vent Solaire)

**Gros carré/îlot (Big Box)** Un des trois formats publicitaire internet standardisé par IAB Canada. Sa taille est de 300 x 250 pixels, extensible en média enrichi à 600 x 250. [Pour plus d'information sur les standards entourant les bandeaux publicitaires, consultez le CUAP.](#)

**Habillage (Skins)** Images permettant de personnaliser et de changer à sa guise l'apparence de l'interface graphique d'un logiciel, bureau ou navigateur, d'en améliorer l'aspect en lui attribuant comme une nouvelle peau. (Le Grand Dictionnaire)

**Hameçonnage (Phishing)** Technique frauduleuse visant à obtenir des informations confidentielles en se faisant passer auprès des victimes pour quelqu'un digne de confiance ayant un besoin légitime de l'information demandée. (Vent Solaire)

**HTML** Langage de base des pages web permettant de mettre en forme des documents destinés à être publiés sur Internet. La particularité du HTML réside dans le système de liens hypertextes qui associent un mot à une page, facilitant ainsi la navigation par associations d'idées. Le HTML est un langage constitué de balises, mais qui ne permet pas d'assurer la séparation entre le contenu et sa mise en forme, principe de base du web sémantique. (Vent Solaire)

**HTTP** Protocole d'échange de pages web (écrites en langage HTML) entre clients et serveur web. HTTPS est la version sécurisée du protocole http (Vent Solaire)

**Hypertexte** Procédé permettant d'accéder à une information ou à une page web en cliquant sur un lien constitué d'un mot mis en exergue ou d'une image cliquable. Ce mode d'accès à l'information, typique du web, présente l'intérêt d'être rapide et intuitif. (Vent Solaire)

**ICP** Indicateur clé de performance. Utilisé pour déterminer les barèmes de réussite ou d'échec d'une stratégie de média social.

**Identifiant (Login)** Identification pour entrer dans une zone sécurisée, compose d'un nom d'utilisateur et d'un mot de passe.

**Impression** Nombre de fois où un objet publicitaire est totalement téléchargé sur le poste connecté, excluant les robots et erreurs de codes. (IAB France)

**Impression publicitaire (Ad Impression)** Exposition à un élément publicitaire dont le fichier a été téléchargé. Le nombre d'impressions est souvent évalué sur une base mensuelle par les sites médias.

**Impressions publicitaires en tampons (Cached ad impressions)** La livraisons d'impressions publicitaires à un navigateur directement de la mémoire tampon (cache) d'un navigateur – n'est pas comptabilisée par le serveur publicitaire de la régie ou de l'annonceur.

**Incorporation** Affichage de photos ou de vidéos dans un média social qui est hébergé par un autre réseau, c.-à-d. : YouTube.

**Indésirables (répertoire indésirables) (Bulk Folder)** Là où les courriels jugés indésirables se retrouvent automatiquement selon les règles établis par le logiciel de gestion courriel (ex. : Outlook) ou tel qu'identifié par l'utilisateur. L'utilisateur doit manuellement identifier un courriel souhaité comme « courrier légitime » afin qu'il ne se retrouve pas dans ce répertoire.

**Indice-Z (Z-Index)** Énumération des couches d'éléments de programmation, contenu, images, navigation et publicités sur une page web d'éditeur. L'objectif de la directive segmentant l'usage de l'Indice-Z par type d'élément est d'améliorer l'expérience usager.

**Influenceur** Une personne ou un groupe de personnes qui, par sa présence, a une forte influence sur un média social et qui est souvent ciblé par les responsables du marketing comme le promoteur d'une marque dans le média social.

**Informations agrégées** Données combinés de plusieurs usagers individuels qui ne peuvent être identifié personnellement.

**Informations anonymes** Faits ou données qui n'identifient pas une personne spécifiquement tel un groupe d'âge ou sexe.

**Inhibiteur de mémoire cache (Cache busting)** Le « cache busting » est une technique utilisée pour délivrer les créations publicitaires au niveau d'un serveur publicitaire en évitant que la mise en cache des images ou fichiers puisse donner lieu à une sous estimation des impressions délivrées. Le « cache busting » est obtenu en insérant dans le tag publicitaire un code

numérique qui varie aléatoirement à chaque requête et qui empêche le recours au cache.  
(Définitions Web-Marketing)

**Initié par l'utilisateur (User initiated)** L'initiation par l'utilisateur est l'acte délibéré par l'utilisateur d'interagir avec une publicité. L'utilisateur peut interagir en cliquant sur la publicité ou en passant sa souris au-dessus d'elle (ou une portion). Un passage de la souris est défini comme l'acte délibéré de l'utilisateur de laisser son curseur sur la portion cible d'une publicité permettant une interaction, la pause devant durer plus de 1 seconde avant que la publicité ne démarre quelque action (ex.: étendre la publicité vers la gauche ou le bas ou démarrer un son, etc.). Cette pause/ délai prévient les interactions non-désirées et faux rapports d'engagements.

**Inscription (User registration)** L'adhésion à une liste courriel, forum ou site web inclus généralement le nom, l'âge, sexe, code postal et autres.

**Insertion publicitaire dynamique** Processus par lequel une publicité est insérée dans une page en réponse à une demande de l'utilisateur. L'insertion publicitaire dynamique permet la modification de publicités selon les données disponibles sur l'utilisateur et la campagne en question. À son plus simple, il permet la rotation de multiples publicités dans une même espace, affiché selon un modèle créatif (creative template). Par exemple, un commerçant peut présenter un lecteur DVD à un utilisateur et un iPod à un autre, utilisant le même code publicitaire.

**Intelligence d'auditoire** L'usage de données primaires et tertiaires pour identifier l'auditoire d'un annonceur.

**Interaction publicitaire (Ad interaction)** Mesure de média enrichi. Il s'agit de comptabiliser le nombre d'actions effectuées auprès d'une publicité (« mouse-over » et clic) pour accéder à plus de contenu.

**Interactivité (Interactivity)** Stratégies employées par les spécialistes du marketing dans différents environnements virtuels où les internautes sont appelés à interagir avec le système en modifiant le déroulement du contenu du programme informatique. Ces stratégies (jeux et activités en ligne) sont utilisées pour fidéliser les internautes à différents produits. (Media Awareness)

**Interface API** Application Programming Interface (Interface de programmation), permet à une application logicielle d'interagir avec le système d'exploitation d'une autre application logicielle.

**Interface de programmation applicatif (API)** Ensemble de règles et spécifications que les programmes / logiciels peuvent suivre afin de communiquer entre eux / transmettre des données.

**Interface graphique utilisateur (GUI – Graphical User Interface)** Mode de communication entre ordinateur et utilisateur utilisant pour l'essentiel des pictogrammes (ou icônes) et une souris, ce qui limite l'utilisation du clavier. (Termium Plus)

**Interstitiel (ou publicité interstitielle) (Interstitial)** Écran publicitaire de transition qui apparaît entre deux pages Web, notamment pendant que l'internaute attend le chargement de la page Web demandée. [Office de la langue française]

**Intranet** Réseau informatique privé qui utilise les protocoles de communication et les technologies du réseau Internet. Pour assurer leur sécurité lorsqu'ils sont reliés au réseau Internet, les intranets sont dotés d'un pare-feu. (Media Awareness)

**Inventaire non-résidu** Inventaire publicitaire vendu directement par un éditeur à un annonceur. L'inventaire résidu est habituellement vendu via un tiers parti.

**Inventaire résidu** L'inventaire publicitaire qu'un éditeur est incapable de vendre directement qu'il rend disponible à un parti tiers à un tarif moindre.

**IPS (FPS)** En informatique, les termes anglais de Frame ou FPS (frame per second) sont couramment utilisés pour désigner le nombre d'images par seconde employées dans un contenu animé ou vidéo.

**Jarretière (Catfish)** Format publicitaire flottant mince qui repose au bas du navigateur – il est fixé au bas de façon à ce que lorsqu'on monte ou descend sur la page, la pub reste ancré sur le bas du navigateur. Peut être fermé par l'utilisateur. N'est pas fixé à la page web par dessus laquelle il flotte.

**Jeu social** Un jeu interactif qui est joué avec d'autres personnes sur un espace social ou qui encourage fortement le partage du contenu du jeu sur des espaces sociaux. P. ex. : Farmville.

**JPEG (Joint Photographic Experts Group)** Format d'image utilisé sur le web pour les photos, restituant les demi-teintes et les nuances fines. Le JPEG est un format dont la compression permet de réduire la taille des fichiers, mais qui provoque des artefacts dans les images contrastées en cas de taux de compression élevé. (Vent Solaire)

**Kilooctet (KB) (Kilobyte)** Un multiple d'octets pour mesurer le poids d'un fichier informatique. 1 kilo-octet est équivalent à 1 000 octets, ou plus techniquement  $2^{10} = 1,024$  octets.

**LAN (Ligne d'abonné numérique)/DSL (Digital Subscriber Line)** Ligne installée entre le terminal d'un abonné et le commutateur d'un réseau de télécommunication, qui utilise une des techniques permettant d'obtenir des hauts débits de transmission de données, généralement de l'ordre de plusieurs mégabits par seconde, sur les fils traditionnellement employés pour la téléphonie analogique. (Le Grand Dictionnaire)

**Large bande (Broadband)** Les services à large bande ou [...] Internet à haute capacité servent à envoyer ou à visualiser des grandes quantités de données y compris des extraits vidéo et audio en direct sur Internet. (Termium Plus)

**Lecteur média (Streaming media player)** Un logiciel qui décompresse des contenus médias audio et/ou vidéo pour le bénéfice de l'utilisateur (Real Player™, Windows Media, iTunes, Quick Time Player).

**Lien brisé (Broken link)** Lien hypertexte qui pointe vers une destination qui n'existe plus (appelé aussi lien mort), provoquant une erreur 404. (Vent Solaire)

**Lien commerciaux (Paid link)** Liens figurant dans les résultats d'un moteur de recherche pour une requête sur un mot-clé donné, dont la position est liée au budget investi. Il s'agit d'une publicité contextuelle qui présente des offres commerciales à un public intéressé. Les liens commerciaux sont situés dans la colonne de droite des résultats de recherche et parfois au-dessus des résultats naturels, sur fond coloré. (Vent Solaire)

**Lien en dur (fixe) (Hard Link)** Lien hypertexte classique, par opposition aux liens constitués de redirections temporaires, souvent utilisés dans les annuaires. (Vent Solaire)

**Lien entrant (référentiel) (Referral link)** Un lien entrant est un lien situé sur un autre site qui pointe vers une page du site de référence. Outre le fait qu'ils sont une source de visites directe, la présence et la nature des liens entrants sont très importants pour le référencement naturel. (Définitions Web-Marketing)

**Lien hypertexte (Hyperlink)** Connexion activable à la demande dans le Web, reliant des données textuelles ayant une relation de complémentarité les unes avec les autres, et ce, où qu'elles se trouvent dans Internet. [Office de la langue française]

**Lien texte publicitaire (Textual ad impressions)** Le lien texte publicitaire est un format qui ne doit pas être confondu avec le lien commercial. Le lien texte est un format publicitaire qui comme son nom l'indique prend la forme d'un simple texte. Il est souvent vendu au forfait pour un emplacement fixe mais peut également être commercialisé au CPM et affiché de manière dynamique. (Définitions Web-Marketing)

**Liste (List)** Une liste consistant d'adresses courriels à laquelle un bulletin courriel (newsletter) peut être envoyé. Peut être une liste maison ou d'un tiers.

**Liste blanche (Whitelist)** Liste blanche – Liste d'adresses ou de domaines ou de personnes de confiance, dont les e-mails ne pourront pas être bloqués ou mis à la corbeille. (Vent Solaire)

**Liste d'exclusion ou l'opt-in passif (Passive Opt-in)** Une case est déjà pré-cochée (ou un menu déroulant déjà présent) sur la réponse affirmative. (IAB France)

**Liste d'inclusion (Opt-in)** Modalités de collecte des données personnelles des internautes. On considère en général quatre types (IAB France)

**Liste maison (House list)** Une liste d'abonnés courriels bâtie à l'interne (non achetée à un tiers).

**Liste noire (Blacklist)** Liste noire – Liste d’adresses ou de personnes radiées d’un service ou d’un accès. Les dispositifs anti-spam des messageries électroniques constituent une blacklist afin de filtrer les spams et d’éviter que l’utilisateur ne les reçoivent. (Vent Solaire)

**Livraison (Delivered Email)** La livraison d’un message ou d’une campagne courriel désigne sa capacité à parvenir à ses destinataires. En dehors des problèmes de validité des adresses utilisées, la livraison d’un message, même si il ne s’agit pas d’un message de spam, est essentiellement conditionnée par sa capacité à franchir les filtres anti-spam qui bloquent de plus en plus de messages légitimes. (Définitions Web-Marketing)

**L’opt-in actif (Active Opt-in)** L’internaute doit volontairement cocher une case (ou faire défiler un menu déroulant) pour que les données puissent être utilisées ultérieurement à des fins commerciales.

**L’opt-out actif (Active Opt-Out)** L’internaute doit cocher une case (ou sélectionner un menu déroulant) pour ne pas recevoir de message ultérieurement. (IAB France)

**L’opt-out passif (Passive Opt-Out)** Lorsqu’il s’inscrit ou s’abonne à un service, l’internaute est inscrit d’office sans qu’il ait la possibilité de changer son choix. Il ne peut se désinscrire qu’à posteriori. (IAB France)

**Magazine électronique/Webzine (e-Zine)** Publication distribuée par l’intermédiaire d’un réseau informatique, tel Internet. [Office de la langue française]

**Marketing à la performance (Performance pricing model)** Le marketing à la performance regroupe l’ensemble des techniques par lesquelles l’annonceur rémunère le support publicitaire ou marketing en fonction des résultats de la campagne. Cette rémunération peut être basée sur : les transactions réalisées, les visites ou clics, des formulaires divers complétés (Définitions Web Marketing)

**Marketing de la permission (Permission marketing)** Le marketing de la permission est un principe marketing popularisé par Seth Godin, par lequel il convient de demander à un internaute son autorisation avant de le solliciter commercialement sur Internet. (Définitions Web-Marketing)

**Marketing interactif (Interactive marketing)** Partie du marketing s’appliquant à l’Internet, couvrant un vaste domaine d’activités, acquisition des clients, optimisation des ventes et fidélisation. Le SEM (Search Engine Marketing) constitue une discipline à part entière du web marketing dont l’enjeu majeur est le positionnement des sites dans les résultats des moteurs de recherche. (Vent Solaire)

**Marketing par moteur de recherche (SEM)** Partie du web marketing qui s’applique spécifiquement aux moteurs de recherche. Ce marketing des moteurs de recherche comprend le Search Engine Optimization et le Pay Per Click. (Vent Solaire)

**Marketing Viral** Techniques marketing visant à faire connaître une entreprise ou à développer son offre en utilisant les consommateurs eux-mêmes comme prescripteurs et Internet comme canal de communication. (Vent Solaire)

**Média enrichi (Rich Media)** Appellation générique désignant l'ensemble des technologies nouvelles qui permettent d'inclure dans une publicité des contenus multimédias (vidéo, son, animation, texte, photos, etc.) et interactifs, parfois accompagnés d'effets spéciaux, qui exigent par conséquent une plus large bande passante. [Office de la langue française] Remarque : Parmi les technologies les plus couramment utilisées pour créer ce type de bandeaux publicitaires interactifs dans les sites Web, mentionnons : Java, JavaScript, DHTML, RealAudio, RealVideo, Enliven, Shockwave, Flash et VRML.

**Média social** Contenu, comme des photos, des vidéos ou des histoires, qui est partagé. Meme un contenu média, souvent une photo et une copie réunies, qui inspire des imitations qui deviennent souvent virales.

**Mégaoctet (MB) (Megabyte)** Un multiple d'octets pour mesurer le poids d'un fichier informatique. 1 mégaoctet est équivalent à 1 000 kilo-octets, ou plus techniquement  $2^{20} = 1,048,576$  octets.

**Mémoire cache (Cache Memory)** Espace disque alloué au navigateur lui permettant de remplir sur l'ordinateur de l'internaute, les pages qui font l'objet des requêtes les plus fréquentes dans le but d'accélérer le téléchargement.

**Messagerie instantanée (MI)** Discussion électronique de personne à personne par l'entremise d'une plateforme sociale, comme MSN ou Skype. Ces clients permettent également la messagerie vidéo.

Messagerie vidéo outil de communication qui facilite les discussions de personne à personne ou en groupe, et qui permet aux gens de s'entendre et parfois également de se voir. P. ex. : Google+ Hangouts, Skype.

**Mesure centrée sur le site (Server centric measurement)** Site centrique est un terme qui s'applique à une technique de mesure d'audience s'effectuant à partir de données enregistrées au niveau du site dont on mesure l'audience. Cette mesure peut être distante par marquage des pages ou se faire en local par analyse directe des fichiers logs (cette dernière pratique à quasiment disparue). (Définitions Web-Marketing).

**Mesure centrée sur l'utilisateur (User-centric measurement)** User centrique se dit d'une technique de mesure d'audience par collecte de données effectuée au niveau du poste de l'utilisateur Internaute. Les panels Internet sont basés sur des techniques user centrique. (Définitions Web-Marketing)

**Mesure de recensement (Census-based measurement)** Opération statistique qui consiste à dénombrer ou à mesurer, à un moment donné sur un territoire donné, habituellement un État,

l'ensemble de la population en indiquant son origine ethnique, ses croyances religieuses, ses occupations, son activité économique et sociale ainsi que les biens et les services dont elle dispose de façon à obtenir un ensemble de renseignements cohérents. (Le Grand Dictionnaire)

**Métrique sociale** Utilisée pour mesurer l'engagement sur un média social.

**Mise en cache des témoins (Cookie Caching)** Un processus de collecte des témoins de différents utilisateurs qui peut être porté sur un ad exchange.

**MicroBlogging** Le microblogging désigne l'activité de création de contenus courts sur des réseaux sociaux de type Twitter. Le microblogging permet de diffuser rapidement et parfois à partir de SMS des contenus sous forme de brèves (Définitions Web-Marketing).

**Microsite** Site Internet, composé de quelques pages, destiné à une vocation publicitaire sporadique ou événementielle, généralement conçu pour accompagner une campagne publicitaire.

**Modélisation de l'attribution (Attribution Modelling)** Un processus mathématique pour lier les activités de marketing aux résultats, comme les achats de produit en ligne et hors ligne. La modélisation de l'attribution analyse généralement le degré auquel les différents ensembles d'exposition aux médias, dans différents canaux, génèrent différents résultats finaux afin d'établir la causalité et de créditer chaque canal médiatique de son incidence sur les résultats finaux. Par exemple, les utilisateurs exposés à 100 000 \$ de médias par affichage uniquement peuvent générer 1000 conversions qui peuvent être directement attribuées à la campagne par affichage, mais génèrent également une hausse importante des recherches et des ventes hors ligne qui mènent à des répercussions accrues.

**Modélisation d'auditoire (Look-alikes / Audience Modelling)** Clients potentiels modélisés selon les données propriétaires d'un spécialiste du marketing (habituellement des données de leurs clients qui consultent leurs sites Web et y font des achats). Les attributs des clients du spécialiste du marketing sont jumelés à un public plus large, ce qui crée un bassin d'utilisateurs hautement ciblés et préqualifiés. Certaines entreprises lui donnent le nom de «préciblage».

**Modération** L'acte de choisir si des fichiers médias seront publiés ou non, en fonction de règles et de lignes directrices établies par l'éditeur. Le contenu peut être prémodéré, ce qui signifie qu'il est examiné avant la publication, ou modéré après coup, ce qui signifie que le média est publié immédiatement après l'envoi par l'utilisateur, mais qu'un modérateur le supprime par la suite s'il contrevient aux règles. La modération peut être effectuée par des personnes ou un logiciel.

**Mot-clic (Hashtag)** Utilisation du signe # devant une balise ou un mot-clé. Souvent utilisé sur Twitter pour aider les gens à trouver une discussion sur un même sujet.

**Moteur de recherche (Search engine)** Outil dédié à la recherche d'éléments tels que mot, image, produit... Site offrant un service de recherche de sites web et de documents au moyen



de mots-clés. Les principaux constituants d'un tel moteur sont un robot ou spider, chargé de parcourir le web pour trouver les pages et les sites, un moyen de stockage et de classement des données collectées, un outil de traitement des requêtes de l'internaute. (Vent Solaire)

**Mots-clés (Keywords)** Mots et expressions introduits dans les moteurs et annuaires pour rechercher un site ou de l'information quelconque. Sur certains sites, les mots-clés peuvent être vendus aux annonceurs, qui peuvent ainsi sélectionner leur auditoire publicitaire en ciblant les internautes selon leurs centres d'intérêts.

**Mouse-off** L'acte délibéré par un usager de retirer sa souris d'une zone active. Cet acte doit normalement activer l'effondrement ou la fermeture d'un élément publicitaire extensible ou flottant le moment où la souris est retirée de la zone active – pas à la fin de l'animation ou action en cours – voyez aussi « Zone Active. »

**Mouse-over** Un mouse over est l'action délibérée par un usager de "survoler" la zone active d'un objet publicitaire, d'un élément de menu ou d'une image avec sa souris. Cet acte, soutenu pour plus d'une seconde, active une exécution publicitaire tel qu'étendre une publicité vers le bas ou démarrer une vidéo. L'exécution ne doit pas démarrer sans la pause d'au moins une seconde de la souris sur la zone active . Le mouse-over ne peut pas activer de son.

**Multi-part MIME** Mime pour Multi-purpose Internet Mail Extensions est un protocole de gestion du courrier électronique permettant d'envoyer d'autres éléments que du texte ASCII. (Définitions web-marketing)

**Navigateur ou Fureteur (Browser)** Browser – Logiciel permettant de lire des fichiers au format HTML, de consulter des pages web et de parcourir le web de site en site en suivant les liens hypertextes figurant dans les pages. Les navigateurs les plus connus sont Internet Explorer et Firefox, qui est un logiciel open source performant. (Vent Solaire)

**Nétiquette (Netiquette)** Ensemble des conventions de bienséance régissant le comportement des internautes dans le réseau, notamment lors des échanges dans les forums ou par courrier électronique. [Office de la langue française]

**Nom de domaine (Domain Name)** Partie d'un nom Internet qui identifie spécifiquement le site Internet d'une organisation donnée. [Office de la langue française]

**OBA** Acronyme anglais pour désigner la publicité en ligne ciblée par le comportement (online behavioral advertising). Il s'agit de la diffusion d'une publicité qui cible un ordinateur pour lequel de l'information de comportement a été récoltée. Cette information est récoltée en présumant qu'un comportement de consultation et navigation en ligne témoigne aussi d'un intérêt réel envers une catégorie de produits ou services. Ceci exclut l'information d'inscription d'usager à des sites web, ainsi que les rapports de serveurs publicitaires. Une publicité ciblée par comportement est identifiée pour l'usager par un icône triangulaire bleu en haut à droite.

**Objet courriel (Subject line)** L'objet d'un courriel est l'intitulé d'un message apparaissant dans la file d'attente des messages du logiciel de messagerie électronique. Dans un usage commercial ou marketing, l'optimisation de l'objet d'un courriel est fondamentale car c'est l'objet qui est normalement lu conjointement avec le champ expéditeur et qui conditionne en grande partie l'ouverture d'un message. L'optimisation de l'objet se fait par une application des techniques rédactionnelles mais également par la mise en place de tests d'objets. (Définition Web-Marketing)

**Octet (Byte)** Unité d'information numérique en informatique et télécommunications qui consiste de huit bits. Historiquement, un octet était le nombre de bits requis pour encoder un simple caractère de texte dans un ordinateur. C'est la base de l'architecture de bien des ordinateurs.

**Offre à l'enchère automatique (Auto bidding)** Le contraire de l'offre fixe dans le cadre d'une campagne de recherche prépayée. Un type d'offre par mot-clé pour lequel un annonceur définit une offre maximale pour un mot-clé spécifique, mais pour lequel il est possible qu'il paie moins cher pour chaque clic de ce dit-mot. Par exemple, si l'annonceur A place une offre à 0,10 \$ pour un mot-clé, alors que la prochaine meilleure offre (annonceur B) pour ce même mot est de 0,05 \$, l'annonceur A ne paiera alors que 0,06 \$ pour chaque clic. Cependant, si l'annonceur B augmente son offre de 0,05 \$ à 0,09 \$, l'annonceur A paiera alors le plein montant de 0,10 \$ (soit sa mise maximale) pour chaque clic.

**Offre d'achat (Keyword bid)** Proposition faite par l'acquéreur éventuel d'un bien à un prix qu'il fixe lui-même par exemple pour des mots clés sur un moteur de recherche pour chaque occasion où un usager cliquera sur un lien grâce à ce mot clé. (Le Grand Dictionnaire)

**Offre d'achat minimum (minimum keyword bid)** L'offre d'achat minimal accepté par un moteur de recherche pour un certain mot clé.

**Optimisation (Search engine optimization ou SEO)** Ensemble de techniques qui visent à obtenir le bon positionnement d'un site dans les moteurs de recherche. A l'opposé du spamdexing, l'optimisation, appelée abusivement référencement, poursuit son but en utilisant des moyens légitimes. (Vent Solaire)

**Optimisation de rendement (Yield Optimization)** Technique employé par un éditeur pour déterminer la valeur de ses impressions publicitaire ainsi que comment gérer ses divers inventaires pour en générer un maximum d'argent.

**Origine géographique des consultations (Geographical audience origin)** Identification de la provenance des utilisateurs d'un site Internet donné, à partir, par exemple, du nom de domaine, et/ou de l'hébergeur, du fournisseur d'accès, d'une base de données.

**Page de destination (Landing Page)** Page d'entrée sur un site autre que la page d'accueil. Les landing pages sont utilisées pour présenter les différentes rubriques d'un site et constituent

une introduction aux pages détaillées des rubriques. Elles sont utilisées également comme pages d'arrivée sur le site depuis des annonces publicitaires externes ou des liens commerciaux. (Vent Solaire)

**Page d'accueil (Home page)** Page d'entrée d'un site web. C'est la page qui apparaît lorsqu'on saisit l'URL du nom de domaine dans la barre d'adresse de son navigateur, qui correspond généralement à la page index.htm ou index.php ou default.asp... Il n'est pas recommandé de réaliser une splash page mais plutôt une présentation directe qui permet d'orienter le visiteur sur le site. (Vent Solaire)

**Page vue (Page View)** Valeur informatique utilisée pour mesurer de façon automatique l'achalandage d'un site Web, qui correspond à un cas où une page Web est téléchargée. [Office de la langue française] Remarque : Cette notion se confond souvent avec la requête de page, puisqu'on ne peut pas techniquement mesurer lorsqu'une page a été «vue » (téléchargée) au complet.

**Page Web** Document hypertexte diffusé dans le Web, qui forme un tout couvrant un sujet donné. [Office de la langue française]

**Pages vues avec publicité, PAP** Nombre de pages vues sur lesquelles figurent un ou plusieurs éléments publicitaires (bandeau ou objet publicitaire de toute nature). [CESP]

**Parcours (Clickstream)** Séquence des requêtes de pages ou des clics effectués par un internaute lors de la visite d'un site Web. [Office de la langue française]

**Partage de gazouillis (Retweet)** Dans Twitter, un retweet ou « RT » ou gazouillis partagé, indique un partage textuel d'une mise à jour de média social.

**Partage de signets** Une façon pour les utilisateurs de médias sociaux de partager à grande échelle les URL Web et le contenu sous un nom d'utilisateur, habituellement par une balise (voir balise).

**Pause** Un contrôle d'animation, vidéo ou audio qui permet à l'utilisateur de suspendre pour un temps indéterminé la diffusion d'une publicité, jusqu'à ce qu'il soit prêt à continuer la diffusion.

**Peel over** Publicité flottante normalement ancrée en haut à droite d'un site avec un rabat similaire à une page de magazine prête à être tournée. Lorsque tournée, la pub s'extentionne à 2 ou 3 fois sa taille initiale.

**Personnalisation (Personalization)** La personnalisation est le principe par lequel on personnalise un contenu (page web), une publicité ou un courriel afin de maximiser son efficacité. La personnalisation peut porter sur le message et / ou sur l'offre. (Définitions Web Marketing)

**Pic de CPU** Un pic dans l'usage moyen du processeur (CPU) durant quelques secondes, expérimenté lorsqu'un contenu lourd est chargé ou exécuté sur une page web.

**Pixel (Pixel)** Élément le plus petit d'une surface d'affichage auquel on puisse associer individuellement une couleur (ou un niveau de gris) et une intensité. [Office de la langue française]

**Pixel de suivi (Tracking Pixel)** Image transparente de 1x1 pixel servant à livrer ou compter un fichier témoin afin de reconnaître si une publicité a été livrée à un ordinateur précédemment ou pas ou si une page particulière a été consultée auparavant. Aussi connu comme beacon, action tag et redirect.

**Pixel espion (Web bug)** Image incorporée abusivement à une page Web ou à un message de courrier électronique et conçue pour identifier celui qui lit la page Web ou le courrier électronique.

**Pixels (Tags, Beacons)** Image transparente de 1x1 pixel servant à livrer ou compter un fichier témoin afin de reconnaître si une publicité a été livrée à un ordinateur précédemment ou pas ou si une page particulière a été consulté auparavant. Aussi connu comme beacon, action tag et redirect.

**Plateforme (Platform)** La technologie fondamentale d'un système informatique. De façon générale, une combinaison précise de matériel et de système d'exploitation tels PC, Macintosh et Unix. (Termium Plus)

**Plateforme côté achat (Demand Side Platform) (Plateforme liée à la demande)** La DSP est une plateforme technologique par laquelle les acheteurs (annonceurs ou agences) peuvent planifier, cibler, exécuter, optimiser et analyser les programmes d'achat de médias numériques sur 100 % du plan médias. Par l'entremise d'une DSP, l'acheteur peut établir des critères de ciblage, de prix, de fréquence et d'autres critères qui régissent l'achat d'unités publicitaires numériques. Les DSP avancées offriront des capacités additionnelles à l'acheteur, y compris l'intégration de différentes sources de données en ligne et hors ligne, la capacité d'offrir des achats de médias directs (contrairement aux RTB), une optimisation avancée et des capacités décisionnelles avancées, ainsi que des outils créatifs.

**Plateforme côté ventes (Supply Side Platform)** Une entité qui facilite la vente de l'inventaire d'un éditeur par l'entremise d'un ad exchange.

**Plateforme de gestion des données (Data Management Platform) (DMP)** Un système centralisé pour recueillir des données propriétaires, les intégrer à des données tierces et appliquer ces données à une stratégie publicitaire. Une plateforme de gestion des données avancée permet aux utilisateurs de créer des segments sur mesure, de prévoir les volumes de segment, de synchroniser les segments avec d'autres sources, de superposer des données analytiques avancées et est souvent intégrée dans les plateformes DSP ou dans une partie de celles-ci.

**Plateforme de média social** Technologie qui permet les réseaux sociaux, et qui relie les services dans ces réseaux sociaux. P. ex. : Facebook's Open Graph, Twitter's API.

**Play** Un contrôle d'animation, vidéo ou audio qui permet à l'utilisateur de démarrer la diffusion d'une publicité.

**Pli (Fold)** Limite basse d'une page web au-dessous de laquelle il est nécessaire de scroller pour afficher le reste de la page. Utiliser la partie au-dessous du pli (below the fold) – allusion au pli des quotidiens présentés dans les kiosques – pour afficher des informations importantes n'est pas recommandé car celles-ci n'apparaissent pas immédiatement. (Vent Solaire)

**Plugiciel (Plug-in)** Logiciel d'application complémentaire qui, associé à un navigateur Web, entre automatiquement en action en présence d'un objet multimédia, et ce, sans que l'utilisateur n'ait à intervenir. [Office de la langue française]

**Politique de confidentialité (Privacy Statement)** Déclaration publiée dans un site Web, dans laquelle on précise et garantit l'engagement de ce site, et de l'entreprise qu'il représente, à protéger le droit à la confidentialité, notamment à ne pas divulguer ou vendre à un tiers les renseignements personnels recueillis sur les internautes. [Office de la langue française]

**Pollurriel (Spam)** Courrier électronique de masse, non sollicité et souvent indésirable, reçu par l'internaute.

**Pop-under** Une pop-under est une petite fenêtre qui s'ouvre automatiquement sous la page web à laquelle on accède et qui devient visible lorsque la fenêtre initiale est réduite ou fermée. Elle peut contenir, entre autres, un message publicitaire ou une invitation à répondre à une enquête post-visite. (Définitions Web-Marketing)

**Pop-up de sortie (Pop-up transitional)** Une pop-up de sortie est une fenêtre de taille réduite apparaissant lorsqu'on quitte un site. Il peut s'agir d'un objet publicitaire, mais également d'une fenêtre permettant de s'abonner aux newsletters du site ou proposant de répondre à une enquête de satisfaction relative à la visite. (Définitions Web-Marketing)

**Portail (Portal)** Site Web dont la page d'accueil propose, en plus d'un moteur de recherche, une foule d'informations et de services attractifs avec des liens hypertextes. Il est conçu pour guider les internautes et faciliter leur accès au réseau, mais surtout pour les attirer et fidéliser le plus grand nombre d'entre eux, au point de devenir leur porte d'entrée dans Internet. [Office de la langue française]

**Portrait** Format publicitaire « Rising Star » d'IAB U.S. qui affiche jusqu'à trois modules interactifs (sélectionnés par le designer publicitaire) parmi une variété disponible, dans une dimension de 350×1050. Consultez <http://www.iab.net/risingstars> pour plus de détails

**Post clic** Le terme “post clic” est généralement utilisé comme un “adjectif”, on parle alors par exemple d’effets ou de conversion post-clic. Il s’agit alors d’étudier des effets publicitaires, marketing ou des conversions (achats, leads) consécutifs à un clic. Le plus souvent, la mesure post clic se fait immédiatement après le clic sur l’élément publicitaire ou commercial, mais elle peut également se faire lors d’une “revisite” lorsque l’achat n’est pas immédiat ou impulsif. (Définitions Web-Marketing)

**Post Impression** Le terme post impression est généralement utilisé comme un “adjectif”, on parle alors par exemple d’effets ou de conversions post-exposition. Il s’agit alors de la mesure des effets d’une campagne publicitaire ou marketing qui proviennent de l’exposition à l’élément publicitaire sans qu’il y ait eu clic. (Définitions Web-Marketing)

**PPC**(Voir coût par click.)

**Pre-roll** Le pré-roll est un format d’affichage des publicités vidéos sur Internet qui consiste à afficher le message publicitaire vidéo pendant quelques secondes avant la visualisation d’une vidéo de contenu (bande annonce cinéma, émission, vidéo communautaire (YouTube, DailyMotion). (Définitions Web-Marketing)

**Premier regard (First Look)** Premier regard, ou “First look” est une tactique rendue disponible par les fournisseurs qui offrent un accès prioritaire à certains annonceurs dans un environnement de marché ouvert (échange publicitaire). Contrairement à la mise gagnante (formule normale d’un échange publicitaire), le premier regard accord un premier droit de refus pour par impression selon des tarifs négociés au préalable. Si l’acheteur mise (selon les tarifs négociés) il gagne automatiquement l’impression. Ce privilège est accordé lorsqu’un annonceur se commet à une entente annuelle de placement média.

**Processeur (CPU)** Le processeur, ou CPU, aussi désigné « Unité centrale de traitement », est le composant de l’ordinateur qui exécute les programmes informatiques. Avec la mémoire notamment, c’est l’un des composants qui existent depuis les premiers ordinateurs et qui sont présents dans tous les ordinateurs. Un processeur construit en un seul circuit intégré est un microprocesseur.

**Profilage (Profiling)** Le profiling est l’action de collecter des informations relatives aux profils des internautes à partir de leurs réactions aux e-mails (liens utilisés) et de leur comportement de navigation (consultations et achats). Lorsque l’information est déclarative, on parle davantage de qualification. (Définitions Web-Marketing)

**Publicité contextuelle** Publicité qui est ciblée si un site web contre un contenu en particulier. Une publicité est soit ciblée dans une section pertinente à la marque ou à ses attribues, ou encore contre des mots clés pertinents.

**Publicité contextuelle (Contextual advertising)** Publicité qui est ciblée sur un site web contre un contenu en particulier. Une publicité est soit ciblée dans une section pertinente à la marque ou à ses attribues, ou encore contre des mots clés pertinents.

**Publicité Interactive (Interactive advertising)** Ensemble d'activités publicitaires possible sur Internet (publicité d'affichage, bannières, commandite, courriel, moteurs de recherche, vidéo, annonces classées, médias sociaux) et mobile (SMS, MMS, Applications, Contenu, Etc.), ainsi que les jeux vidéos.

**Publicités Flottantes (Floating ads)** Le terme désigne souvent l'élément publicitaire flottant d'un format flash transparent. (Définitions Web-Marketing)

**Pull marketing ou stratégie d'attraction (Pull Marketing)** Stratégie de marketing qui vise à attirer l'attention du consommateur sur le produit ou le service et, par le fait même, à créer ou à augmenter la demande pour le produit ou le service. [Office de la langue française]

**Pushdown** Format publicitaire « Rising Star » d'IAB U.S. qui affiche un contenu en média enrichi dans un espace initial de 970x90 qui s'étend à 970x415.

Consultez <http://www.iab.net/risingstars> pour plus de détails

**Raccourcisseur d'URL (Tinyurl)** Un raccourcisseur d'URL est un service qui permet de transformer des URL longues en URL courtes, sans changer bien sûr la page de destination. (Définitions Web-Marketing)

**Re-ciblage (Retargeting)** Rediriger différents messages vers un bassin collectif de participants en fonction des bassins créés par l'acheteur/client, qui met habituellement en jeu la collecte de données en pixelisant votre site.

**Réacheminement (Forward)** Retransmission; réacheminement : termes tirés du Lexique du Gouvernement en direct. (Termium Plus)

**Rebond courriel (E-mail bounce)** Un rebond est un message d'erreur renvoyé au serveur du courriel émetteur par les différents serveurs Internet participant à la procédure d'acheminement d'un message. Les rebonds peuvent être en partie considérés comme l'équivalent des N.P.A.I. (n'habite pas à l'adresse indiquée) postaux dans le domaine de l'e-mail. (Définitions Web Marketing)

**Rebond doux (Soft bounce)** Un rebond doux est un message d'erreur ou d'échec provisoire envoyé par le serveur du domaine destinataire d'un message e-mail au serveur de l'émetteur de la campagne. Il peut s'agir par exemple d'un message faisant suite à l'indisponibilité temporaire du serveur de messagerie destinataire ou d'une boîte pleine. Dans ce dernier cas, l'erreur n'est souvent que théoriquement temporaire (Définitions Web-Marketing)

**Rebond dur (Hard bounce)** Un rebond dur est un message d'erreur ou d'échec définitif envoyé par le serveur du domaine destinataire d'un message au serveur de messagerie émetteur de la

campagne d'e-mailing. Un rebond dur correspond par exemple à une erreur sur les parties "nom" ou "domaine" d'une adresse e-mail ou à une erreur de syntaxe non corrigée. (Définitions Web-Marketing)

**Recherche en temps réel (Real Time Search)** Résultats d'un moteur de recherche qui comprennent les médias qui sont générés sur des réseaux sociaux au moment où la recherche est effectuée.

**Recherche universelle (Universal Search)** Principe consistant, pour les moteurs de recherche, à faire figurer dans leurs résultats de recherche des données de nature différente, par exemple pages web, vidéos, actualités... La recherche universelle ne s'applique pas à chaque requête, mais plutôt lors de recherches sur des sujets ciblés. (Vent Solaire)

**Redirection (Re-direct)** Procédé de renvoi automatique d'un site web, d'une page ou d'un e-mail vers un autre site, page ou e-mail. La redirection d'une page ou d'un site peut être permanente (code 301 retourné par le serveur) ou temporaire (code 302). (Vent Solaire)

**Référencement natif, naturel ou organique (Native SEO)** Référencement naturel intégré lors de la conception ou de la refonte d'un site web. En matière de positionnement, les résultats obtenus avec le référencement natif sont meilleurs que lorsque le référencement est réalisé après la conception. 2- Référencement à base de pratiques licites et recommandées par les moteurs de recherche. A l'opposé, le spamdexing est une technique de référencement illicite. Le référencement naturel se traduit par les résultats naturels dans les moteurs de recherche. (Vent Solaire)

**Référencement Payant (Paid inclusion)** Référencement contre rémunération. Ce terme recouvre deux notions différentes, le référencement auprès d'annuaires et de moteurs de recherche garantissant un délai d'inscription et le référencement réalisé par un référenceur pour améliorer le positionnement d'un site web. (Vent Solaire)

**Référencement publicitaire (PPC)** PPC – Système de promotion publicitaire auprès de moteurs de recherche, se traduisant par des liens commerciaux figurant dans les pages de résultats. Les liens commerciaux apparaissent généralement dans une colonne à droite des résultats naturels. (Vent Solaire)

**Régie publicitaire/réseau publicitaire (Advertising network)** La régie publicitaire externe Internet est une société qui commercialise les espaces publicitaires de sites éditeurs tiers et qui se rémunère par le prélèvement d'une commission sur la vente des espaces publicitaires ainsi réalisée. Les plus grosses régies externes représentent plus d'une centaine de sites et délivrent plusieurs milliards de PAP par mois. Ces régies commercialisent l'espace publicitaire site par site, mais également sur des offres thématiques (voyage, auto, sport, etc.). (Définitions Web-Marketing)



**Réponse d'identification (Challenge-response system)** Champ figurant sur le questionnaire que remplissent ceux qui s'inscrivent de s'identifier comme un humain (Termium Plus)

**Reprise gratuite (Makegoods)** Second passage d'une publicité lorsque le premier passage ne respecte pas les conditions contractuelles. (Le Grand Dictionnaire)

**Requête (Query)** Demande, définie par des conditions particulières, pour obtenir des données directement ou par traitement à partir d'une base de données, tel un moteur de recherche. (Termium Plus)

**Requête de fichier (Hit)** Connexion enregistrée par un serveur et provoquant l'envoi d'un élément de contenu vers l'ordinateur d'un Utilisateur. Lorsqu'un utilisateur clique sur un lien ou compose un URL, il provoque habituellement plusieurs requêtes simultanées sur un serveur, soit autant de requêtes que d'éléments qui composent la page appelée. Le "hit" n'a aucune valeur de mesure interactive.

**Requête de page (Page Request)** Connexion enregistrée par un serveur et provoquant l'envoi du fichier de base d'une page Web (HTML) vers l'ordinateur d'un utilisateur.

**Requête de page publicitaire (Ad Request)** Connexion enregistrée par un serveur et provoquant l'envoi du fichier de base d'une page Web contenant de la publicité vers l'ordinateur d'un utilisateur.

**Réseau fédérateur (Backbone)** Partie centrale sur laquelle repose un réseau de télécommunication, caractérisée par son haut débit, qui permet d'interconnecter des réseaux plus petits, à l'intérieur d'une entreprise, d'une région ou d'un vaste territoire. (Le Grand Dictionnaire)

**Réseau social** Un service créé pour faciliter la publication, le partage et la discussion d'un média social. P. ex. : Facebook, Twitter ou Pinterest

**Résultats de recherche (Search engine results pages SERP)** SERP est l'acronyme de "search engine result pages" ou pages de résultats des moteurs de recherche. SERP est un raccourci utilisé fréquemment par les praticiens du référencement, même lorsqu'ils ne sont pas anglophones. (Définitions Web-Marketing)

**Résultats naturels (Natural/Organic Search results)** Résultats affichés par un moteur de recherche à partir d'une requête de l'utilisateur, apparaissant en pleine page. Les liens commerciaux figurent dans une colonne située à droite des résultats naturels. (Vent Solaire)

**Retour sur l'investissement (Return on Investment, ROI)** Mesure optimale de l'efficacité des actions marketing sur Internet. Remarque: Le retour sur investissement d'une campagne cyberpublicitaire se calcule à partir du nombre d'impressions publicitaires obtenues, du nombre

de clics, du nombre de visiteurs uniques sur le site promu, et du nombre d'adhérants à l'offre; On obtient alors le coût pour convertir un internaute en cyberclient.

**RNIS (ISDN – Integrated Services Digital Network)**Réseau numérique intégré doté de commutateurs numériques pour différents services, par exemple la téléphonie, la communication des données, etc. Largement remplacé aujourd'hui par le DSL (Termium Plus)

**Robot (Bot, Crawler, Spyder)**Spider, crawler – Programme d'exploration automatique utilisé par les moteurs de recherche pour rechercher et indexer dans leurs bases de données les nouveaux sites, les nouvelles pages et les pages modifiées. Ces programmes – Googlebot, MSNBot, Slurp (Yahoo!), etc. – laissent des traces de leur passage sur les sites, visibles dans les journaux de connexions (fichiers de log) et donc repérables dans les statistiques de fréquentation. (Vent Solaire)

**ROI**Voir Retour sur investissement.

**Rotation générale (RON/Run-Of-Network)**La rotation générale ou RG est un mode de diffusion d'une création publicitaire Internet qui consiste à diffuser ou afficher la création aléatoirement sur l'ensemble des pages d'un site support ou l'ensemble d'un réseau. Les campagnes diffusées en rotation générale ont un CPM moins élevé que celles diffusées sur une rubrique, car elles sont moins ciblées. (Définitions Web-Marketing)

**Routage (Trafficking)**Instruction de mise en ligne pour la diffusion d'une cyberpublicité.

**RSS (Really Simple Syndication)**Cette abréviation de Really Simple Syndication désigne une technologie permettant d'avoir accès, par un abonnement aux flux, aux dernières mises à jour de sites ou blogs. Un fichier RSS est donc un fichier texte diffusant des informations récentes d'une façon hiérarchisée. Le RSS2 est son équivalent multimédia, audio ou vidéo. (IAB France)

**Sécurité de la marque (Brand Safety)**Technologie contextuelle qui vise à s'assurer que les annonces ne s'affichent pas sur des pages Web où l'affichage aurait des répercussions négatives sur la marque de l'annonceur.

**Segment de données (Segment)**Dans le cadre de l'échange de données informatisé (EDI), ensemble prédéfini et identifié de données qui occupent une position précise dans un document informatisé, qui sont habituellement associées de façon fonctionnelle et qui sont reconnues par leur position séquentielle dans cet ensemble. (Le Grand Dictionnaire)

**SEM**(Voir Marketing par moteur de recherche.)

**Sentiment**Une mesure utilisée pour déterminer la relation émotive des utilisateurs avec un affichage sur un média social ou une présence sur un média social. Il peut être positif, négatif ou neutre.

**SEO**(Voir Optimisation.)

**Serveur (Server)** Statut de l'ordinateur qui répond à une demande de communication d'un client. C'est la même notion que le fournisseur dans une relation client-fournisseur. (Vent Solaire)

**Serveur publicitaire** Technologie qui stocke les annonces par affichage, les livre aux visiteurs du site Web d'une façon qui maximise les revenus de l'annonceur (ou de l'éditeur), surveille la campagne et produit des rapports.

**Serveur publicitaire (Ad Server)** Logiciel de gestion publicitaire en temps réel (mesure dynamique) qui permet d'assurer le routage média (en fonction de la période de diffusion, l'heure de la journée, la zone géographique, etc.) et l'analyse de performance de chacun des éléments publicitaires en fonctions d'objectifs très ciblés (ex. : le nombre d'impressions publicitaires, le nombre de clics, le taux de clics publicitaires ou le taux de transformation).

**Session utilisateur** Intervalle de temps ininterrompu entre l'instant où l'utilisateur commence et met fin à une consultation en ligne avec son navigateur. Par convention, une inactivité du navigateur constatée pendant 30 minutes vaut pour fin de session. Au cours d'une même session, l'internaute peut visiter des sites différents. (IAB France)

**Sidekick** Format publicitaire « Rising Star » d'IAB U.S. qui s'affiche initialement comme un des trois formats d'affichage standards mais qui, lorsque initié par un usager, déplace le site web vers la gauche dévoilant un espace publicitaire de 970×550 pixels en médias enrichis. Consultez <http://www.iab.net/risingstars> pour plus de details

**Signature** Sur un courrier électronique, la signature se fait généralement par insertion d'un fichier signature comprenant l'identité et les références professionnelles de l'auteur du message. La signature est une carte de visite commerciale car elle comprend souvent un lien vers un site de référence ou une adresse électronique. (Définitions Web Marketing)

**Site Internet (Website)** Ensemble d'URL pour lequel l'éditeur exerce sa responsabilité sur le contenu. (IAB France)

**Slider** Format publicitaire « Rising Star » d'IAB U.S. qui affiche une barre de navigation coulissante (slider) de 90 pixels de haut, ancrée au bas du fureteur (comme une barbotte). Lorsqu'il est initié par un usager, il déplace le site web vers la gauche dévoilant un espace publicitaire de 970×550 pixels en médias enrichis. Consultez <http://www.iab.net/risingstars> pour plus de details

**SMTP** Protocole de communication pour le transfert de courrier d'un serveur vers un autre serveur. (Vent Solaire)

**SoLoMo** Acronyme pour « social, local, mobile ». Décrit la tendance voulant que les consommateurs utilisent de plus en plus les services locaux sur des dispositifs mobiles, qui ont des services activés socialement.

**Statut** Contenu bref qu'un utilisateur affiche sur un média social. Également appelé mise à jour de statut.

**Stratégie oblique (Push Marketing)** Stratégie de marketing qui vise à convaincre distributeurs et détaillants de stocker et de vendre un produit, ou de fournir un service, et à pousser le consommateur à acheter le produit ou le service par des actions promotionnelles axées sur la réduction des prix, par exemple les rabais. [Office de la langue française]

**Suivi de clics (Click-through tracking)** Analyse des clics générés par une campagne afin de comprendre la fréquence idéale, ou encore combien de temps et d'actions requis après le clic pour générer l'action désiré (partage à un ami, achat, abonnement...)

**Suivi de la réputation (Reputation Monitoring)** Analyse des conversations sur des médias sociaux concernant un sujet ou une marque en particulier qui indique le sentiment général exprimé par les utilisateurs sur ce sujet ou cette marque.

**Super bannière (Leaderboard)** Format publicitaire horizontale. Un de trois formats standardisé par IAB Canada guidelines. Deux tailles sont recommandés : 728 X 90 intégré dans une page, peut être extensionné en média enrichi à 728 x 360. [Pour plus d'information sur les standards entourant les bandeaux publicitaires, consultez le CUAP.](#)

**SWF** Acronyme pour fichier Shockwave Flash, ou .swf qui est l'extension du fichier Flash normalement distribué comme fichier publicitaire.

**Syndication de contenus (Web syndication)** Sur le Web, ce terme a pris un autre sens: il s'agit de rendre visible sur un site «a» les dernières publications du site «b». Les deux formats de syndication de contenu les plus utilisés sont le RSS et Atom. (Termium Plus)

**Taggage ou balisage (Tagging)** Le processus de placer un pixel sur le site Web d'un annonceur ou sur les pages de renvoi de recherche pour « étiqueter » les utilisateurs comme ayant visité ces pages afin de les rendre admissibles à un ciblage/messagerie subséquent.

**Tarification dynamique** Le prix d'achat pour une impression d'annonce qui est déterminé par une enchère en temps réel plutôt que par un prix fixe prédéterminé.

**Tarification hybride (Hybrid pricing)** Modèle tarifaire basé sur une combinaison de CPM (visibilité) et performance (CPC, CPA...)

**Taux de clics publicitaires (Click-Through Rate, CTR)** Rapport, exprimé en pourcentage, entre le nombre de clics publicitaires constatés et le nombre d'impressions ou pages vues constatées. [Office de la langue française]

**Taux de pénétration (Reach)** Pourcentage des internautes qui se sont rendus dans une application numérique, un domaine global, une propriété ou une catégorie spécifiques, par rapport au nombre total d'internautes ayant utilisé un média numérique au cours de la période de déclaration (on dit aussi auditoire électronique cumulatif). [Média Métrix]

**Taux de rebond (Bounce rate)** Pourcentage d'utilisateurs arrivés sur un site et l'ayant quitté sans avoir visité d'autres pages (navigatus interruptus). Ce taux traduit les erreurs de recherche et éventuellement l'insatisfaction de l'utilisateur, par exemple temps d'affichage de la page trop long, manque d'informations utiles... (Vent Solaire)

**Taux de transformation (Conversion Rate)** Pourcentage de clics ayant abouti à un acte d'achat, d'adhésion à une offre ou simplement à une demande de renseignements, par rapport au nombre total de clics sur l'annonce publicitaire.

**Taux de victoire (Win Rate)** Le nombre d'impressions gagné sur le nombre d'impressions misés (en RTB).

**Taux d'interaction publicitaire (Ad interaction rate)** Le ratio résultant du nombre d'interactions total sur le nombre d'impressions total.

**Taux d'ouverture (Open rate)** Le nombre d'abonnés qui ont ouvert votre courriels HTML sur le total de courriels envoyés. Généralement exprimé en pourcentage.

**Téléphone intelligent (Smart phone)** Téléphone mobile qui intègre toutes les fonctions d'un ordinateur de poche (PDA [assistant numérique]). (Terminum Plus)

**Téléversement (Upload)** Transférer des données depuis l'ordinateur local vers le serveur distant. Opération inverse de télécharger (downloader). (Vent Solaire)

**Téléversement en vrac (Bulk upload)** Un outil principalement utilisé en gestion de campagne sur les moteurs de recherche (SEM) par lequel un annonceur téléverserait un grand nombre de mots clés à la campagne.

**Témoin (Cookie)** Élément d'information qui est transmis par le serveur au navigateur lorsque l'internaute visite un site Web, et qui peut être récupéré par ce serveur lors de visites subséquentes. [Office de la langue française]

**Témoin de session (Session cookies)** Un fichier témoin emmagasiné sur un ordinateur pour la durée d'une session de navigateur. Lorsque le navigateur est fermé, peu importe le temps qui s'est écoulé, le fichier témoin est effacé.

**Témoin mis en mémoire cache (Cookie Caching)** Processus de collection de fichiers témoins d'utilisateurs qui peuvent être achetés via un échange publicitaire.

**Témoin permanent (Persistent cookie)** Un témoin permanent est comme son nom l'indique un fichier témoin qui reste sur le disque de l'internaute d'une session de navigation à l'autre. Les témoins permanents permettent notamment de reconnaître l'internaute, ou plutôt son ordinateur, d'une session à l'autre. (Définitions Web-Marketing)

**Témoin primaire (Cookie, first-party)** Fichier témoin sur un site géré par son propriétaire, tel ceux sur le site d'une banque ou autres sites afin de reconnaître les visiteurs de retour.

**Témoin tiers (Cookie, third-party)** Fichier témoin sur un site géré par un parti tiers tel un serveur publicitaire ou un fournisseur de données. L'information ramassée par ce témoin peut servir à vous identifier dans un groupe socio-démographique basé sur vos activités en ligne. Ces témoins peuvent ensuite être ciblés par un annonceur.

**Témoin unique (Unique cookie)** Sert à compter le nombre d'instances uniques (généralement de visites) à un contenu Internet ou publicité pendant une période de temps (jour / semaine / mois). N'est pas nécessairement un compte non-dupliqué de navigateurs, ou individus, due à la complexité de compter les fichiers témoins dans le temps et aux bloqueurs de témoins. Utilisé essentiellement pour mesurer la portée d'un site ou publicité sur une période donnée par un éditeur web. La suppression de témoins représente un défi particulier dans l'exactitude du compte final.

**Temps d'interaction publicitaire (Ad interaction time)** Le temps moyen pendant laquelle l'interaction s'est produite sur la publicité en media enrichi.

**Temps réel (Real time)** Des événements se passent en temps réel se passent réellement à ce moment en particulier. Ceci s'applique lors d'une discussion sous forme d'un chat en messagerie instantané, ou l'écoute en direct d'une radio ou télévision qui n'est pas en temps différé ou sur demande, mais bien en direct.

**Test A/B (A/B split)** Méthode d'essai utilisant une seule variable (analyse univariée). Les essais, visant par exemple à améliorer l'efficacité d'une action, consistent à faire varier un paramètre à la fois pour définir le meilleur résultat. En marketing direct, on pourra ainsi évaluer le ROI en fonction des supports de communication (bannière, courriel, coût par clic). (Vent Solaire)

**Texte Alternatif (Alternate text)** Mention ajoutée aux contenus non textuels d'une page web (image, vidéo...). Le texte alternatif, élément essentiel d'accessibilité, apporte une information sémantique aux visiteurs qui utilisent un navigateur en mode texte, un synthétiseur vocal ou un terminal Braille. (Vent Solaire)

**Texte brut (Plain text)** Texte informatique qui ne comprend que des suites d'unités de stockage d'une norme donnée sans contenir d'autres informations de formatage ou de structure. (Termium Plus)

**Texte d'ancrage (Anchor text)** La portion « texte » d'un lien cliquable. Ce texte donne à l'utilisateur et aux moteurs de recherche l'information sur la destination du lien.

**Texte ou scénario publicitaire (Ad copy)** Le scénario publicitaire destiné à la radio est plus simple que celui destiné à la télévision. (Termium Plus)

**Trending (établir une tendance)** Un contenu ou un sujet dont parle un grand nombre de gens, en temps réel, sur les médias sociaux, en ce moment. Les sujets « tendance » sont souvent vus sur Twitter, mais les gens utilisent également ce terme sur les autres réseaux sociaux – il existe même une émission en ligne appelée « What's Trending » qui analyse les tendances du jour.

**Troll** Un terme utilisé pour les utilisateurs qui affichent des messages hors sujet ou offensants sur une plateforme de média social, souvent en violation des lignes directrices/ententes des médias sociaux.

**Tweeps** Amalgame des mots « Twitter » et « people » pour décrire les utilisateurs de Twitter.

**URL (Uniform Resource Locator)** Ensemble de données permettant d'accéder à l'information sur Internet à l'aide d'un navigateur Web et contenant une méthode d'accès au document recherché, le nom du serveur et le chemin d'accès au document. [Office de la langue française].

**Usager (User)** Individu anonyme utilisant un fureteur pour accéder à un contenu sur Internet

**VAST** Acronyme pour Video Ad-Serving Template ou modèle de livraison publicitaire vidéo. Ce modèle permet de diffuser une publicité vidéo à travers multiples lecteurs et plateformes en utilisant un format vidéo commun. Il permet aux éditeurs d'accepter les publicités de multiples annonceurs et aux annonceurs de diffuser leur publicité à travers plusieurs éditeurs. Si le lecteur vidéo est compatible à VAST – la publicité sera visible pour l'utilisateur tel que l'annonceur souhaite la faire voir.

**Vente de liste (List sale)** La vente d'une liste d'abonnés courriel ainsi que le droit de les contacter directement. La vente d'une liste est généralement accompagné d'une communication du propriétaire vendeur de la liste avisant les abonnés du changement, ainsi que la garanti que le contenu poursuivra dans le même genre et à la même fréquence.

**Ver informatique (Worm)** Programme indépendant qui peut se propager à travers des systèmes informatiques ou des réseaux. (Termium Plus)

**Vérification publicitaire (Ad Verification)** Un service qui valide et confirme si une publicité a été publié là où elle l'annonceur souhaitait qu'elle le soit. Principalement utilisé pour assurer la

sécurité de la marque, afin que la publicité n'apparaisse pas contre un contenu inapproprié ou offensant. Les entreprises offrant ce service incluent: AdSafe, AdXpose, Evidon et DoubleVerify.

**Vertail (Vertal, Hub)** Tout comme le portail, il offre habituellement des contenus qui orientent les internautes vers d'autres sites et/ou un moteur ou un répertoire de recherche. Toutefois, le vertail développe des sujets verticaux, se concentrant sur un thème unique.

**Vidéo à chargement progressif (Progressive load video)** Méthode de chargement progressif dans la mémoire cache d'un ordinateur afin qu'il puisse démarrer l'animation avant qu'il soit complètement chargé.

**Vidéo en diffusion (Streaming video)** Méthode de chargement constante pour la diffusion d'un contenu vidéo en direct ou en différé. Normalement le diffuseur, qui peut être un serveur publicitaire, détecte les capacités en largeur de bande et codec de lecture de l'utilisateur pour lui fournir la meilleure qualité possible.

**Vidéo numérique (digital video)** En publicité interactive, la digitalisation d'un contenu vidéo ou télévisuel, ou encore animé, pour lecture facile par un fureteur Internet.

**Vidéoconférence (Teleseminar)** Service de diffusion de programmes de télévision (vidéo) spécifiques à certains publics dans des salles de spectacle ou de conférence, avec possibilité de dialogue entre les organisateurs du programme qui apparaissent sur l'écran et les spectateurs des salles, grâce à une voie de retour téléphonique. (Terminum Plus)

**Viral** Terme utilisé pour décrire un média qui devient populaire grâce au partage à grande échelle.

**Visite (Visit)** Passage d'un internaute visiteur dans un site Web, correspondant à l'ensemble des requêtes qu'il effectue sur ce même site, du moment où il y accède jusqu'à ce qu'il le quitte. [Office de la langue française]

**Visiteur** Individus qui consultent un même site au cours d'une période définie. Seules les mesures côté utilisateurs permettent de dénombrer (et qualifier) les visiteurs. (IAB France)

**Visiteur (ou Visiteur unique) (Unique Visitor)** Internaute qui visite ou consulte un même site Web au cours d'une période déterminée. [Office de la langue française] Remarque : Le visiteur unique peut être identifié à partir d'un sondage (comme le panel de MédiaMétrix) ou d'un ensemble de techniques utilisant les fichiers journaux, les adresses IP, les témoins, etc. Un visiteur peut effectuer plusieurs visites dans une même période.

**Volume** Un contrôle d'animation, vidéo ou audio qui permet à l'utilisateur d'ajuster à sa guise le volume du son diffusé. Ce contrôle doit toujours permettre de baisser le son jusqu'à 0 (zéro), ou aucun son.



**VPAID** Acronyme pour Video Ad API Definition (développé par IAB U.S.) qui standardise la communication entre les lecteurs vidéo et la publicité vidéo en diffusion. De concert avec VAST, VPAID permet la synchronisation de contenus vidéo avec les publicités vidéo qui s'insèrent entre les contenus. Consultez <http://www.iab.net/vpaid> pour plus d'information.

**Web Diffusion (Streaming)** Principe de transmission de flux audio ou vidéo permettant la lecture immédiate. Contrairement au téléchargement qui nécessite d'avoir chargé le fichier complet pour pouvoir l'exploiter, le streaming démarre aussitôt après un court délai de mise en mémoire tampon. (Vent Solaire)

**Web invisible (Invisible Web)** Partie du Web correspondant à l'ensemble des documents Web qui ne sont pas indexés par les outils de recherche traditionnels. (Termium Plus)

**Web Sémantique (Semantic web)** Principe d'un web qui a du sens, c'est-à-dire dont les contenus sont associés à des métadonnées décrivant clairement les contenus en question, et qui est basé sur la séparation entre le contenu et sa mise en forme. L'avantage du web sémantique est de garantir la pertinence des recherches d'information et l'accessibilité des documents. Le moyen de disposer de contenus sémantiquement corrects est de respecter les normes du web édictées par le W3C, telles que le langage XHTML et les feuilles de style CSS. (Vent Solaire)

**Webmail** Service en ligne de gestion de courrier électronique utilisable depuis un navigateur web. Le webmail se connecte au serveur de messagerie comme le ferait un logiciel de gestion de courrier électronique. Voir aussi Compte POP et Compte SMTP. (Vent Solaire)

**Widget** Composant d'interface graphique – Petite application utilisable depuis le bureau d'un ordinateur, permettant à l'internaute d'accéder directement à ses informations favorites sans devoir ouvrir son navigateur. (Vent Solaire)

**Wiki** Logiciel qui permet aux utilisateurs de créer et de publier conjointement un contenu. P. ex. : Wikipédia permet aux utilisateurs de rédiger conjointement une encyclopédie.

**XML Language de balisage extensible** Méta-langage pour des données structurées. (Termium Plus)

**Zone réactive (Hot spot)** Une zone réactive est un espace délimité sur un format publicitaire qui, lorsqu'on y passe la souris pendant plus d'une seconde, engendre une action par la publicité telle une extension vers le bas. L'action ne devrait jamais démarrer automatiquement, mais uniquement lorsqu'initié par l'utilisateur en laissant volontairement sa souris sur la zone réactive pour plus d'une seconde. Une zone réactive ne devrait jamais activer un son qui doit être activé par un clic. L'action engendrée par la zone réactive devrait automatiquement se désactiver lorsque l'utilisateur retire sa souris de celle-ci.