

## G.R.P.

Sigle anglais : Gross Rating Point.

Indice de pression d'une [campagne](#) sur une [cible](#) définie :

- Taux de [couverture](#) × [Répétition moyenne](#) ;
- Nombre de [contacts](#) × Population [cible](#).

Cet indice permet la comparaison entre plusieurs [plans média](#).

## COUVERTURE

1. [Feuilles](#) généralement plus rigide que le [papier](#) l'intérieur recouvrant un livre, une [brochure](#), une [plaquette](#). En publicité on parle de "[première](#)", "[deuxième](#)", "[troisième](#)" et "[quatrième](#)" de couverture pour désigner chacune des quatre [pages](#) d'une couverture.

2. En terme de [média-planning](#) : ensemble des individus théoriquement atteints par une [campagne de publicité](#) ou par un [support](#) donné. On dit qu'une couverture est non dupliquée lorsqu'on tient compte dans les calculs du fait qu'une même personne peut être touchée par plusieurs supports. Voir à [duplication](#).

3. Couverture géographique : zone touchée par un support ou une campagne de publicité.

## COÛT AU G.R.P.

Coût pour toucher 1 % des individus de la [cible](#).

Voir à [G.R.P.](#)

## LE DICTIONNAIRE DE LA COMMUNICATION PUBLICITAIRE

Ce dictionnaire a été créé par **M. Maurice LESCURE**, ancien professeur à l'Ecole Supérieure de Publicité de Paris et ancien directeur de la publicité, de la Promotion des ventes et des études et recherches marketing de Sopalin/Kleenex. La mise en ligne du DICTIONNAIRE DE LA COMMUNICATION PUBLICITAIRE a été réalisée par le **Musée de la Publicité**.

"Vous y trouverez le vocabulaire du langage de la communication publicitaire ; du vocabulaire des médias à celui de la photogravure, du langage des sociologues à celui de la distribution, du jargon du marketing au franglais de la promotion des ventes, des sigles des institutions professionnelles à l'argot des agences de pub, le travail présenté a été voulu comme un outil pratique".

---

# A

---

## A.A.A.A.

Sigle : American Advertising Agencies Association.  
Association professionnelle des [agences de publicité](#) aux Etats-Unis.  
L'équivalent de l'[A.A.C.C.](#) en France.

405 Lexington Avenue, 18th Floor  
New York, NY 10174-1801  
U.S.A.  
Tel. : (212) 682-2500  
Fax : (212) 682-8391  
Internet : [www.aaa.org](http://www.aaa.org)

## A.A.C.C.

Sigle : Association des Agences Conseils en Communication  
Syndicat professionnel regroupant la plupart des [agences de publicité](#) françaises, mais aussi des agences spécialisées en [marketing direct](#), en marketing promotionnel, en communication santé,... Cette association a pour objectif de présenter la profession auprès des pouvoirs publics, des [annonceurs](#) et des [médias](#), de documenter ses membres, de définir les règles professionnelles et enfin de défendre la déontologie.

40, Boulevard Malesherbes  
BP 66-08 - 75 362 PARIS Cedex 08  
Tel: 01 47 42 13 42  
Fax: 01 42 66 59 90  
Internet : <http://www.aacc.fr>  
e-mail : [info@aacc.fr](mailto:info@aacc.fr)

## A.A.C.P.

Sigle : Association des Agences Conseil en Publicité  
Ancienne appellation de l'[A.A.C.C.](#)

## ABOVE THE LINE

Voir à [below the line](#).

## ABRIBUS

Dispositif servant d'abri aux voyageurs attendant l'autobus et équipé d'[affiches](#) publicitaires éclairées la nuit. Il est constitué d'un [panneau](#) double face (120x176 cm). Ce [mobilier urbain](#) est très apprécié par les municipalités. Inventé et exploité par la société J-C DECAUX, il constitue un [support](#) d'[affichage](#) de très grande qualité. Ces emplacements sont vendus non par réseaux complets (ce serait trop cher) mais par "tiers de réseau" pour une durée de sept jours.

J-C Decaux

Internet : [www.jcdecaux.fr](http://www.jcdecaux.fr)

## A.C.C.A.

Sigle : [Attention](#) - Compréhension - [Conviction](#) - Action

Voir [D.A.G.M.A.R.](#)

## ACCEPTABILITÉ

Vérification d'un [argument](#) publicitaire auprès d'un [échantillon](#) de la [cible](#) visée. Pour le [publicitaire](#) et pour l'[annonceur](#), c'est une étape importante de la mesure a priori de l'efficacité d'une [campagne](#).

## ACCROCHE

Phrase ou formule forte d'un [message](#) publicitaire destinée à attirer l'[attention](#) en premier lieu. On dit aussi parfois "accrochage". Dans une [annonce](#) de [presse](#), l'accroche est souvent le [titre](#). On dit aussi "head line" et "accrochage"

Voir aussi "[claim](#)".

## ACCUMULATION D'AUDIENCE

Accroissement d'[audience](#) d'un [support](#) provoqué par la [répétition](#) des [messages](#). L'accumulation d'audience est l'un des éléments constitutif du [plan médias](#).

Voir aussi "[cumul\(ation\) d'audience](#)".

## ACHALANDAGE

Ensemble des [clients](#) (chalands) d'un [magasin](#) donné. Par extension, ce mot a pris le sens d'[assortiment](#) de [marchandises](#) (exemple : "un magasin bien achalandé").

Voir aussi "[chalandise](#)"

## ACHAT D'ART

Dans une [agence de publicité](#), fonction consistant à collecter et sélectionner les meilleurs "fournisseurs" dans les domaines du dessin, de l'[illustration](#), de la [photo](#), de l'[édition](#), etc... L'[acheteur d'art](#) doit avoir une parfaite connaissance de son marché pour donner aux [créatifs](#) la possibilité de réaliser les [messages](#) publicitaires de manière optimale.

## ACHAT D'ESPACE

Ensemble des opérations consistant à négocier, acheter, utiliser les emplacements ou [espaces](#) nécessaires à la diffusion des [messages](#) publicitaires dans les différents [supports](#). L'achat d'espace est l'une des grandes fonctions de l'[agence de publicité](#), mais il est maintenant souvent assuré par des [centrales d'achat d'espaces](#) (sorte de grossistes), et parfois directement par les [annonceurs](#).

## ACHETEUR

Dans la [distribution](#) des [produits](#) de [grande consommation](#), professionnel spécialisé chargé de choisir et négocier les [assortiments](#) de produits. En particulier dans les [centrales d'achat](#) de la grande distribution, l'acheteur a un rôle décisionnaire dans la politique de [merchandising](#).

## ACHETEUR D'ART

Individu ou service d'une [agence de publicité](#) effectuant les [achats d'arts](#) (voir ce mot).

## ACHETEUR D'ESPACES

Individu au service d'une [agence de publicité](#) ou d'une centrale effectuant les opérations d'[achat d'espaces](#) ( voir ce mot).

## ACCORD DE POSE

Document par lequel un [point de vente](#) accepte l'installation d'un matériel de [P.L.V.](#) : [étalage](#), [présentoir](#), ou tout autre élément publicitaire. C'est un contrat qui précise les modalités et la compensation ([marchandises](#) ou argent) de la [pose](#) de ce matériel. S'utilise aussi en [affichage](#).

## ACRONYME

Nom masculin.

[Sigle](#) se prononçant comme un mot ordinaire.

Exemples : noms d'organismes et de fonctions: [ADETEM](#), [AFNOR](#), [DIRCOM](#)... de même que certains noms de marques : AGFA, BRED, LU, SIMCA...

## ACTION PSYCHOLOGIQUE

Ensemble d'actions concertées à base de [propagande](#) pour faire pression sur une population ou des individus. Ce terme est peu employé en publicité.

## A.D.E.T.E.M.

Sigle : Association Nationale pour le Développement des Techniques de Marketing

Groupement de professionnels du [marketing](#) et des [études de marché](#) se voulant un carrefour de rencontres et d'échanges d'expériences. Cette association organise des colloques, des journées d'études et des tables rondes. Elle édite également plusieurs publications dont "la revue française du marketing".

221, rue Lafayette  
75 010 PARIS  
Tel : 01 40 38 97 10  
Fax : 01 40 38 05 08

Internet : [www.adetem.asso.fr](http://www.adetem.asso.fr)

## ADHÉSIF

Élément autocollant [imprimé](#) sur un support [plastique](#) ou [papier](#) et pouvant s'appliquer par simple pression sur un [emballage](#) de [produit](#), une [affiche](#), une [vitrine](#), ou toute autre surface. L'adhésif est fréquemment utilisé en [P.L.V.](#) et en [promotion des ventes](#).

Synonyme : [autocollant](#)

## ADHÉSION

Le fait d'approuver une proposition. On mesure par des tests l'adhésion d'une [cible](#) à une [argumentation](#) donnée. Pour le [publicitaire](#) et pour l'[annonceur](#), le contrôle de l'adhésion de la cible est une étape importante de la mesure a priori de l'efficacité d'une [campagne](#).

## AD HOC (étude)

[Étude](#) ou [enquête](#) effectuée spécialement pour répondre à un problème donné. Ce type d'étude s'oppose à une étude collective ou à une étude [omnibus](#).

## A.D.M.I.C.A.L.

Sigle : Association pour le Développement du Mécénat Industriel et Commercial

Groupement d'une centaine d'entreprises pratiquant le [mécénat](#) et

oeuvrant pour en étendre la pratique en France en faisant pression, notamment, sur les pouvoirs publics.

16, rue Girardon  
75018 PARIS

Internet : [www.admical.org](http://www.admical.org)

## ADMINISTRER UN QUESTIONNAIRE

Dans le langage des [études](#), opération consistant à poser les [questions](#) d'un [questionnaire](#) préalablement établi aux individus de l'[échantillon](#) choisi.

## ADVERTISING

Mot anglais signifiant [publicité](#).

## ADVERTISING AGE

Principale revue professionnelle de publicité faisant autorité sur le plan mondial.

740 Rush st., Chicago, IL 60611-2590  
U.S.A.

Tel. : 312-649-5200

Internet: <http://adage.com>

## AÉRIENNE (publicité)

Utilisation du ciel pour la diffusion de [messages](#) publicitaires :

1. Par engins spécialement décorés (avions, hélicoptères, dirigeables, ballons, montgolfières, ...), ou tractant des [banderoles](#), ou émettant des fumées de nuages.
2. Par projection lumineuse sur un plafond de nuages.

Ce mode de publicité est réservé à des actions spectaculaires à l'occasion de grandes concentrations de foules : grandes épreuves sportives, plages en période estivale, ...

## AÉROGRAPHE

Appareil permettant grâce à l'air comprimé de pulvériser de l'encre pour obtenir des [dégradés](#) notamment en [retouche](#) photo.

## AFFECT

En psychologie, état affectif élémentaire. Exemples : agréable, pénible, désagréable ...

## AFFICHAGE

1. Action d'apposer une [affiche](#)
2. Grand média de [publicité extérieure](#). C'est l'exposition publique d'un [message](#) publicitaire visuel sur un support fixe (mur, [palissade](#), [panneau](#), ...) ou mobile (camion, véhicules divers, [homme-sandwich](#), ...).

L'affichage peut être temporaire, c'est le cas le plus fréquent (une ou deux semaines), ou de longue durée, c'est alors un affichage dit "affichage de longue [conservation](#)" (murs peints, panneaux routiers, ...). C'est un média puissant, sélectif géographiquement et à caractère événementiel mais qui ne permet pas de développer une [argumentation](#) complexe.

## AFFICHAGE AÉRIEN

Voir à [aérienne](#) (publicité).

## AFFICHAGE LUMINEUX

Mode d'[affichage](#), de [publicité extérieure](#) faisant appel à différents dispositifs d'éclairage pour être visible de nuit. L'affichage lumineux est une caractéristique appréciée de la vie moderne dans les grandes cités des pays industriels.

## AFFICHAGE MOBILE

[Affichage](#) réalisé sur des camions ou camionnettes, spécialement équipés et circulant généralement en caravane à l'intérieur des villes selon des itinéraires programmés. Cet affichage peut-être réglementé localement par les autorités municipales en fonction des problèmes de circulation automobile.

## AFFICHAGE PARKING

[Affichage](#) réalisé sur des [panneaux](#) spéciaux équipant les abords des parkings d'[hypermarchés](#) et de [centres commerciaux](#). Ce mode de [publicité extérieure](#) permet d'atteindre les [consommateurs](#) à proximité immédiate des [magasins](#), au moment même où ils s'y rendent pour y faire leurs achats.

## AFFICHAGE ROUTIER

[Affichage](#) réalisé le long des routes et autoroutes sur des [panneaux](#) spécialement destinés à cet usage. Ce mode d'affichage obéit à une stricte réglementation.

## AFFICHAGE RURAL

[Affichage](#) réalisé dans les [zones](#) rurales sur des [emplacements](#) et [panneaux](#) spécialement réservés à cet usage.

## AFFICHAGE SAUVAGE

[Affichage](#) effectué hors des [emplacements](#) réservés et parfois dans des lieux protégés. L'affichage sauvage, peu fiable, est rarement utilisé dans une bonne [campagne](#) d'affichage. De plus il est souvent illégal.

## AFFICHAGE TRANSPORT

[Affichage](#) réalisé dans l'enceinte des lieux ou véhicules réservés aux transports publics : gares, trains, métro, autobus, autocars, taxis ... Les sociétés de transports et leurs [régisseurs](#) aménagent des [emplacements](#) spécialement prévus pour recevoir les [affiches](#) des [annonceurs](#).

## AFFICHAGE URBAIN

[Affichage](#) réalisé en ville sur des [emplacements](#) et des [panneaux](#) spécialement destinés à cet usage. Ces emplacements (créés à l'occasion de circonstances particulières, par exemple : des [palissades](#) de travaux) sont installés pour de longues périodes par les [afficheurs](#) qui les louent aux propriétaires des lieux.

## AFFICHAGE VITRINE

[Affichage](#) réalisé sur des [panonceaux](#) spéciaux équipant les [vitrines](#) ou façades de certains [magasins](#). Ces panonceaux constituent des [réseaux](#) dont l'[espace](#) s'achète comme pour les autres réseaux d'affichage. Ce mode d'affichage est souvent utilisé pour des lancements de films.

## AFFICHETTE

[Affichage](#) de [format](#) réduit, souvent utilisée en [publicité sur le lieu de vente \(P.L.V\)](#). Selon le cas, l'affichette peut être une simple réduction d'une grande affiche ou constituer elle-même un [message](#) spécifique. Format : (30x40, 50x60, 80x120 cm)

## AFFICHE

[Imprimé](#) de grand [format](#), généralement sur [papier](#) destiné à être apposé par collage sur les murs, [palissades](#) ou supports adaptés sur les voies et dans les lieux publics. Certaines affiches sont peintes sur toile ou sur [plastique](#). L'affiche permet une expression visuelle très forte des [messages](#) publicitaires. De Toulouse-Lautrec à Savignac, beaucoup d'artistes lui ont prêté leur talent. Aujourd'hui l'affiche est le plus souvent photographique. Ne pas confondre avec [poster](#) (qui signifie affiche en anglais, voir à ce mot).

## AFFICHEUR

Entreprise d'[affichage](#) qui organise, réalise, entretient et commercialise des [réseaux d'emplacements](#) réservés à la [pose](#) d'[affiches](#) publicitaires. Il existe de grandes sociétés nationales proposant de nombreuses combinaisons d'emplacements sur l'ensemble du territoire, mais également des entreprises locales. Ne pas confondre avec [affichiste](#).

## AFFICHISTE

Artiste créateur d'[affiche](#). On peut citer de nombreux affichistes célèbres depuis Toulouse-Lautrec jusqu'à Savignac. La tendance, depuis plusieurs années, étant à l'affiche photographique conçue par les [créatifs](#) des [agences de publicité](#), cette catégorie d'[illustrateurs](#) est en voie de disparition.

## AFFINITÉ

Rapport de conformité entre un [média](#) ou un [support](#) et une [cible](#) donnée. Ce rapport constitue l'un des éléments utilisés par les [média-planners](#) dans les [agences de publicité](#) pour effectuer un choix optimal des supports à l'intérieur d'un [plan média](#) en fonction d'un [budget](#) donné.

## A.F.N.O.R.

Sigle : Association Française de Normalisation  
Comité français de l' [I.S.O](#) participant à l'établissement de normes dans tous les domaines de l'activité. Une norme [A.F.N.O.R](#) s'identifie par son indice : les lettres NF suivie d'une lettre indiquant la classe et de cinq chiffres. La classe Q correspond au secteur des [papiers](#) et des [cartons](#), et de la technologie [graphique](#) ; elle répertorie les normes relatives aux dimensions, [force](#), [composition](#), [formats](#), corrections d'épreuves, ...

Tour Europe  
92049 Paris La Défense Cedex  
Tel. : 01 42 91 55 55  
Fax : 01 42 91 56 56  
Internet : [www.afnor.fr](http://www.afnor.fr)

## AGENCE

Mot utilisé généralement pour désigner un intermédiaire mettant en contact des fournisseurs et des clients. En dehors des [agences de publicité](#), des [agences de promotion](#), des [agences de marketing direct](#), des [agences de relations publiques](#), plus généralement des [agences de communication](#), on utilise aussi ce mot pour désigner certains fournisseurs de l'[interprofession](#) : [agences de modèles](#) ou [mannequins](#), [agences de photos](#), [agences de presse](#), ...

## AGENCE À SERVICE COMPLET

Cette formule, destinée à désigner une [agence de publicité](#) offrant toute la gamme des services nécessaires à la mise en oeuvre d'une [campagne publicitaire](#), est de moins en moins employée ; la diversification des services proposés se fait en effet de plus en plus par l'intermédiaire de filiales spécialisées ([promotion des ventes](#), [relations publiques](#), [packaging](#), [études de marché](#), ...)

Actuellement, les agences développent le [concept](#) de [communication globale](#) ou [totale](#) qui a pour but de les mettre en situation de maître d'oeuvre d'une campagne de [communication](#).

## AGENCE CONSEIL

[Agence](#) qui, ne se voulant pas simplement intermédiaire, s'affirme apte à [vendre](#) sa "matière grise". Historiquement, les agences de publicité étaient de simples [courtiers](#) qui sont devenus avec le temps, de véritables entreprises conseil au service des [annonceurs](#).

## AGENCE DE COMMUNICATION

Terme tendant à supplanter celui d'[agences de publicité](#), d'[agences de promotion](#), d'agences de relations publiques, ... afin d'affirmer un [positionnement](#) plus général dans tous les domaines de la [communication](#). Mais, plus spécifiquement, on trouve aussi des agences de communication promotionnelle, des agences de [communication sociale](#), ...

## AGENCE DE MARKETING DIRECT

Entreprise spécialisée dans la conception et la mise en oeuvre des campagnes de [marketing direct](#). Le marketing direct comprend un certain nombre de techniques spécifiques, ce qui explique l'existence d'[agences conseil](#) spécialisées.

## AGENCE DE MODÈLES (OU DE MANNEQUINS)

Entreprise fournissant aux photographes, cinéastes, [publicitaires](#), des modèles ou [mannequins](#) (hommes, femmes, enfants) à partir de fichiers comportant les caractéristiques physiques et les aptitudes des personnes inscrites.

Voir aussi "[casting](#)", "[mannequin](#)"

## AGENCE DE PHOTOS

Entreprise ayant pour but de fournir des [photographies](#) déjà réalisées. Ces [agences](#) proposent, notamment aux [acheteurs d'art](#) et plus généralement aux [publicitaires](#), un choix considérable de photos classées par catégories dans tous les domaines.

## AGENCE DE PRESSE

Entreprise ayant pour but de recueillir et distribuer des informations de tous genres aux entreprises chargées de les diffuser (les [médias](#)).

## AGENCE DE PROMOTION

L'agence de [promotion des ventes](#) (appelée parfois agence en développement commercial) est une entreprise ayant pour objet de concevoir et réaliser les opérations de promotion des ventes pour le compte des [annonceurs](#).

Son action se développe parallèlement, complémentirement ou indépendamment de celle de l'[agence de publicité](#).

## AGENCE DE PUBLICITÉ

Entreprise de [services](#) ayant pour objet de concevoir et diffuser la [publicité](#) pour le compte de plusieurs [annonceurs](#). Le mot "conseil" ([agence conseil](#)) accompagne souvent le terme [agence](#) pour spécifier que l'agence n'est pas un simple intermédiaire entre les [médias](#) et les annonceurs. Une agence se caractérise par les conseils qu'elle apporte pour établir les [stratégies de communication](#), élaborer la [création](#) et planifier l'utilisation des médias. Elle assure également la [production](#) des moyens techniques ([imprimés](#), [films](#), ...).

L'agence de publicité est rémunérée soit par des [commissions](#) que lui versent les [supports](#), soit par des [honoraires](#) payés par l'annonceur.

## AGENCE DE RELATIONS PUBLIQUES (R.P)

Entreprise spécialisée dans la conception et la mise en oeuvre des actions de [relations publiques \(R.P.\)](#). Les professionnels des R.P. préfèrent souvent le terme de cabinet de relations publiques, considéré par eux comme plus noble que celui d'agence.

## AGENCE FICTIVE

[Agence de publicité](#) appartenant financièrement à un [annonceur](#) et travaillant exclusivement pour son compte. Ce type d'agences est en voie de disparition. De ce fait l'appellation est de moins en moins usitée. L'expérience a montré que le fait de travailler pour plusieurs annonceurs, dans des secteurs économiques différents, accroît l'expertise d'une agence.

## AGENT

Tout intermédiaire entre un fournisseur et un client ([agent de publicité](#), [agent commercial](#), ...). Spécifiquement, se dit d'un intermédiaire chargé des intérêts d'un artiste (acteur, [graphiste](#), [mannequin](#), ... ) auquel le [publicitaire](#) pourra faire appel.

## AGENT COMMERCIAL

Mandataire indépendant représentant et vendant les [produits](#) d'une ou plusieurs firmes.  
Ne pas confondre avec [V.R.P.](#)

## AGENT DE PUBLICITÉ

Personne physique ou morale chargée de concevoir et de diffuser la [publicité](#) d'un ou plusieurs [annonceurs](#) (terme de moins en moins usité).  
On dit aussi agent-conseil.  
Voir à [agence de publicité](#), [agence conseil](#).

## AGGLOMÉRATION

En matière de [marketing](#), d'[études de marché](#), de [média-planning](#), d'[affichage](#), concentration d'habitat formant une unité.  
Exemples : agglomérations de moins de 2000 habitants / Villes de 20 à 100 000 habitants.

## AGRÉMENT (INDICE D')

Par des [pré-tests](#) et [post-tests](#) de [messages](#) publicitaires, il s'agit d'apprécier le taux d'[adhésion](#) de la [cible](#) aux divers éléments constitutifs du message ([arguments](#), [visuels](#), voir de mesurer sa lassitude. Pour le [publicitaire](#) et pour l'[annonceur](#), l'évaluation de cet indice est une étape importante de la mesure de l'efficacité d'une [campagne](#).

## AGUICHAGE

Equivalent français proposé pour "[teasing](#)" (voir à ce mot). Ce mot figure avec d'autres dans les textes officiels publiés ces dernières années en vue de franciser les lexiques professionnels. Il ne semble pas encore s'être imposé.

## AGUICHÉ

Equivalent français proposé pour [teaser](#). Ce mot figure avec d'autres dans les textes officiels publiés ces dernières années en vue de franciser les lexiques professionnels. Il ne semble pas encore s'être imposé.

## A.I.D.A.

Sigle, ou plutôt expression mnémotechnique : Attention, Intérêt, Désir, Action (ou Achat). Modèle appliqué pendant longtemps par les [publicitaires](#) :

1. Attirer l'[attention](#) ;
2. Eveiller l'[intérêt](#) ;
3. Susciter le [désir](#) ;
4. Conduire à l'[action](#) ([achat](#)).

Ce modèle, créé en 1912 par Jean Arren et repris en 1952 par Edward K. Strong dans "Psychology of selling", est aujourd'hui considéré comme insuffisant car il ne permet pas de couvrir l'ensemble des [objectifs de communication](#), notamment en ce qui concerne l'[image de marque](#).

## AIDE-À-LA-VENTE

Tout élément matériel permettant à un [vendeur](#), un [représentant](#) de mieux développer son [argumentation](#) auprès d'un [client](#) : [argumentaire illustré](#), projecteur avec [film](#) ou [diapositives](#), tableau-papier, ...

## AKYLUX

([marque déposée](#)).

[Plaque](#) de polypropylène alvéolaire extrudée offrant de vives couleurs, pouvant recevoir une [impression](#) et être utilisée à l'extérieur pour toute [P.L.V.](#)

## ALÉATOIRE

Adjectif qui signifie : pris au hasard. [Échantillon](#) aléatoire : adresses choisies au hasard dans une liste, un [fichier](#) donné.

## ALIÉNATION

Processus par lequel un individu est rendu étranger à lui-même (reproche fréquent adressé à la [publicité](#)). Ce terme appartenait à l'origine au vocabulaire marxiste mais est entré dans le langage courant.

## ALINÉA

En [composition typographique](#), séparation entre la phrase terminée et la phrase nouvelle, celle-ci étant commencée en retrait à la [ligne](#) suivante. Par extension : [paragraphe](#).

## ALTÉRITÉ

En [psychosociologie](#) : ce qui est autre.

Mot savant parfois employé par les hommes d'[études publicitaires](#).

## AMALGAME

Terme de [photogravure](#).

Opération qui consiste à réaliser un seul [film](#) à partir de plusieurs films superposés en [repérage](#). On imprime ainsi en même temps plusieurs [documents](#) différents, ce qui permet de réaliser une économie par un meilleur emploi du [format](#) des [feuilles](#) de [papier](#).

## AMÉRICAINNE (DESSIN A L')

Dessin très fouillé, très réaliste, restituant presque l'effet d'une [photographie](#).

Certaines [illustrations](#) d'[annonces](#) de [presse](#) ou de [catalogues](#) sont exécutés avec ce procédé.

## AMPHIGOURI

Ecrit ou [discours](#) confus, embrouillé, pompeux et incompréhensible. Ce terme sert parfois de reproches faits à certains [messages](#) publicitaires.  
Adjectif: amphigourique

## A.N.A.

Sigle : Association of National Advertisers  
Association américaine d'entreprises et d'organismes utilisateurs de [publicité](#). L'équivalent de l'[U.D.A.](#) en France.

708 Third Avenue  
New York, NY 10017-4270  
U.S.A.  
Tel. : (212) 697.5950  
Fax : (212) 661.8057  
Internet : [www.ana.net](http://www.ana.net)

## ANALYSE DES CORRESPONDANCES

Technique d'[étude](#) des correspondances pouvant exister entre plusieurs ensembles distincts ([produits](#), [consommateurs](#), [lecteurs](#), ...)

Exemple : les [études médias/produits](#) permettant d'observer la [consommation](#) de certains produits, de certaines [marques](#) par tels ou tels types de lecteurs ou d'auditeurs de tel ou tel [média](#), ou tel ou tel [support](#).

## ANALYSE DU CONTENU

Technique de recherche tendant à obtenir des renseignements sur les canaux qui véhiculent la [communication](#), sur les effets à prévoir chez ceux qui reçoivent les [messages](#). Certaines études de ce type effectuées sur des [supports](#) permettant de mieux ajuster l'argumentation publicitaire que l'on y développe.

## ANALYSE FACTORIELLE

Méthode statistique destinée à chercher et isoler les facteurs communs à un ensemble de [variables](#).

On l'utilise en publicité et en marketing pour définir les facteurs fondamentaux des [plans médias](#), des constituants d'une [image de marque](#), des [attitudes](#) à l'égard d'un [produit](#), ...

## ANALYSE MULTIDIMENTIONNELLE

Analyse d'un phénomène complexe à différents "étages".  
Utilisée en [étude marketing](#) et en [études médias](#).

## ANALYSE SÉQUENTIELLE

Méthode mathématique autorisant à valider les résultats d'une [enquête](#) sur [échantillon](#) réduit en appliquant certaines règles du calcul des probabilités.

## ANALYSE TRANSACTIONNELLE

Mise au point à la fin des années 50 par le psychiatre américain Eric Berne, cette méthode s'appuie sur les "états du moi". En chaque individu existe trois composantes : Parent, Adulte, Enfant. Cette [grille](#) permet d'analyser les transactions qui s'effectuent entre les individus. Elle aide à l'élaboration de [messages](#) publicitaires.

## ANAMORPHOSE

Procédé de déformations d'une [image](#). Ce procédé permet d'obtenir des [effets spéciaux](#), de créer des formes nouvelles.

## ANILINE

Colorant constituant la base d'[encre](#) à séchage instantané. Employé dans le [procédé d'impression](#) "[flexographie](#)".

## ANIMATEUR (TRICE)

Personne chargée d'animer dans un [magasin](#) un élément de [rayon](#) (exemple : [tête de gondole](#)), un rayon ou l'ensemble d'un magasin. Cette activité d'animation est confiée à des professionnels du [merchandising](#), de la [promotion des ventes](#), parfois aussi à des professionnels du spectacle ([télévision](#) surtout). L'animateur(trice) doit être choisi avec le plus grand soin car il est porteur de l'[image de marque](#) de l'annonceur.

## ANIMATIC(S)

Mot anglais. Voir à [animatique](#).

## ANIMATION

1. Opération, action promotionnelle dans un [magasin](#), surtout de "[grande surface](#)". Fait généralement l'objet d'une intervention humaine ([animateur](#), [animatrice](#), [démonstrateur](#), [démonstratrice](#)...) et peut parfois revêtir une grande ampleur : spectacle avec vedettes à l'intérieur ou sur

le parking de magasin. Le plus souvent l'animation, liée à des [démonstrations](#) ou [dégustations](#) consiste en des petits [jeux](#), [loteries](#), distributions [d'objets publicitaires](#), ...  
2. Procédé de [cinéma](#) pour animer dessins ou objets ([film](#) d'animation).

## ANIMATIQUE

Procédé de [pré-testing](#) de [films](#) de [télévision](#) consistant à rétablir un film [vidéo](#) à partir du [story-board](#) et à le soumettre au jugement d'un [échantillon](#) de la [cible](#). Etant donné le coût d'un film, il est intéressant, lorsque cela est possible, de faire appel à cette technique avant la réalisation.

## ANNONCE

Etymologiquement "le fait d'annoncer", mais en publicité, utilisé le plus généralement pour désigner le [message](#) publicitaire dans la presse écrite et plus généralement dans tout [support](#) imprimé ([annuaire](#), édition diverses ... ). A donné le terme "[annonceur](#)" pour désigner l'entreprise, l'organisme ou l'individu utilisateur de publicité, ainsi que le verbe "[annoncer](#)" pour "faire de la publicité".  
Synonyme (vieilli) : [placard](#).

## ANNONCE A CLE(F)

Voir [cle\(f\)](#).

## ANNONCE (EFFET D')

Voir [effet d'annonce](#).

## ANNONCE (PETITE)

Voir [petite annonce](#).

## ANNONCER

Faire de la publicité. Exemple : Telle [marque](#) annonce dans tel [support](#).

## ANNONCES CLASSÉES

Rubrique des petites [annonces](#) classées par catégorie dans des pages ou emplacements spéciaux d'un [support](#) de [presse](#).

## ANNONCEUR

Entreprise, organisme public ou privé, individu utilisant la [publicité](#) pour faire connaître ses [produits](#), [services](#), idées, ... L'annonceur se caractérise par la mise à disposition d'un [budget](#) de publicité dont la gestion est confiée ou non (1) à une [agence de publicité](#). Un grand nombre

d'annonceurs sont rassemblés dans une association : l'[Union Des Annonceurs \(U.D.A\)](#).

(1) Certains annonceurs élaborent eux-mêmes leur publicité et traitent directement avec les agences. Ce cas est de plus en plus rare.

## ANNONCIER

Rarement et improprement employé au sens d'[annonceur](#).

## ANNUAIRE

Publication annuelle contenant de nombreuses informations dans un secteur donné et constituant un [support](#) publicitaire souvent apprécié car très "[ciblé](#)". Il existe des annuaires dans la plupart des professions.

## ANOMAL

Adjectif.

Se dit d'un [bien](#) ou d'un [produit](#) dont l'acquisition par l'utilisateur est peu fréquente (exemple : matériel d'équipement ménager) par opposition aux produits [banaux](#) de consommation courante (produits alimentaires, ordinaires, d'entretien, de soins quotidiens, ... ). Ce vocabulaire avait été créé et répandu dans les années 1950 par Paul Nicolas et la [revue](#) "vendre" qu'il dirigeait.

## A.N.P.P.M.

Sigle : Association Nationale des Photographes de Publicité et de Mode.

Regroupe de nombreux photographes pour la défense de leurs intérêts au sein de l'[U.P.C.](#) (Union des Photographes Créateurs).

12, rue Chabanais  
75 002 PARIS  
Tel : 01 42 61 81 03  
Fax : 01 42 60 97 92

## ANTENNE

Par extension du sens technique du mot, nom désignant une [station de radio](#). Exemple : "Ce [message](#) publicitaire est diffusé par Europe 1 ; la [campagne](#) utilise cette antenne pendant tout son déroulement".

## ANTIQUÉ

Famille de [caractères d'imprimerie](#) sans empattement, appelé couramment "bâton".

## ANTONOMASE

Nom féminin.

Procédé par lequel, à la place d'un nom commun on emploie un nom propre.

C'est la raiçon du succès publicitaire : un Frigidaire pour un réfrigérateur, un Kleenex pour un mouchoir en papier, un Audimètre pour un dispositif de mesure d'[audience](#), ...

## A.P.A.

Sigle : Action Publicitaire Appliquée

Terme figurant dans l'arrêté du 19 juillet 1985 relatif au B.T.S. de [communication](#) et action [publicitaire](#). Désigne un travail pratique que le candidat doit effectuer pendant ses études et qui est présenté et commenté par lui devant le jury aux épreuves orales de l'examen. C'est maintenant l'épreuve principale et éliminatoire du B.T.S.

## APHORISME

Nom masculin.

Formule concise renfermant un précepte ou une vérité pratique. En publicité le [slogan](#) revêt la forme d'un aphorisme. Exemples :

- "un verre, ça va ; trois verres, bonjour les dégâts."
- "Philips, c'est déjà demain."
- "Heineken, la bière qui fait aimer la bière."

## APLAT

Substantif : un aplat (ne pas confondre avec [procédé d'impression à plat](#)). Surface d'[impression](#) unie (noir ou couleur). A noter que, paradoxalement, il existe des aplats [tramés](#).

## À PLAT (IMPRESSION)

[Procédé d'impression](#) ([offset](#), [lithographie](#), ...) dont les éléments imprimants ne sont pas en creux (comme dans l'[héliogravure](#)). L'encre est alors retenue sur les surfaces imprimantes grâce à son antagonisme avec l'eau et vient se déposer sur le [papier](#) par pression des rouleaux.

## APPEL (PRIX D')

Opération commerciale et [promotionnelle](#) consistant à proposer un nombre limité d'[articles](#) à un prix spectaculairement bas. Les clients ainsi attirés pourront en même temps acheter des articles à marge normale. Le prix d'appel est pratiqué sur des [produits](#) ou des [marques](#) dont le niveau de prix est connu des clients. Un des grands théoriciens de la [distribution](#) moderne, l'américain Tuujillo préconisait, dès les années 1950, " l'ilôt de perte dans un océan de profit ! ".

## APPÉTENCE

Eveil de [désirs](#) marquant une [tendance](#) préférentielle.

Exemple : appétence pour la lecture.

## A.P.P.M.

Sigle : Association pour la Promotion de la Presse Magazine  
Constituée par de nombreux magazines, cette association organise diverses actions destinées à mettre en valeur la presse magazine en tant que [média](#) efficace auprès des différents décideurs ([média-planner](#), [annonceurs](#), ...)

12, rue Martel

75 010 PARIS

Tel: 01 42 89 32 60

Fax : 01 45 63 39 75

Internet : [www.appm.asso.fr](http://www.appm.asso.fr)

## APPROCHE

1. Franglais (de l'anglais : approach). Manière d'aborder un sujet, par exemple : "une approche créative".

2. En [typographie](#) : espace entre deux [caractères](#).

## APRÈS-VENTE

Service fourni par certaines entreprises et consistant à offrir la possibilité, généralement rémunérée, d'entretenir, réparer, assurer la maintenance de [biens](#) d'équipement qu'elles ont vendus. Le service après-vente peut être d'une [argumentation](#) publicitaire forte.

## ARCHÉTYPE

En psychologie : [symbole](#) primitif, original, appartenant à l'[inconscient](#) collectif de l'homme.

## ARGUMENT

Moyen choisi pour mettre en valeur un point de vue. Preuve, avantage, qualité particulière de ce que la publicité est chargée de proposer.

L'argument est à la base de tout [message](#) publicitaire. Même une publicité d'évocation prendra toujours appui sur un argument. Par exemple : une belle [annonce](#) pour un parfum jouera sur l'esthétique.

## ARGUMENTAIRE

Nom masculin.

Inventaire des [arguments](#) de vente en faveur d'un [produit](#) ou d'un [service](#)

établi en fonction de ceux qui ont à les utiliser ([créatifs d'agences de publicité](#), [représentant de commerce](#), ...) et ceux qu'ils doivent convaincre ([cibles](#), [détaillants](#), [consommateurs](#), ...). Par extension : support matériel de cet argumentaire ([press-book](#), [dépliant](#), dossier, ...).

## ARGUMENTATION

Ensemble d'arguments tendant à une même conclusion. Le développement de l'argumentation est une étape importante de l'action de vendre.

Voir [argument](#), [argumentation](#).

## ARGUS

Ce "géant aux cent yeux" de la mythologie grecque prête son nom à des organismes fournissant une somme d'informations sur un sujet donné. En particulier, l'[argus de la presse](#) procure à ses abonnés toutes les citations d'un nom, d'une marque, d'un mot ou d'un sujet figurant dans un [journal](#), un [magazine](#), une [revue](#), ... sous forme de [coupures de presse](#).

## ART (ACHAT, ACHETEUR D')

Voir [acheteur d'art](#).

## ART DIRECTOR

Mot anglais, signifie [directeur artistique](#).

Le terme anglo-saxon est de moins en moins employé en France. Le Directeur Artistique est souvent désigné sous le signe [D.A.](#). Appartenant, en agence de publicité, à l'équipe des [créatifs](#), il est chargé d'imaginer et de faire exécuter l'expression visuelle d'un [message](#) publicitaire. Il travaille souvent en tandem avec un [rédacteur](#).

## ARTEFACT

Mot anglais.

Produit de l'art ou de l'industrie humaine ; phénomène artificiel d'origine humaine ou accidentelle.

## ARTICLE

1. [Marchandise](#) unitaire, [produit](#).

2. Texte journalistique traitant d'un sujet donné.

L'expression "faire l'article", au sens de "proposer une marchandise sous son meilleur avantage", est obsolète.

## ART PUBLICITAIRE

Depuis quelques années, les commissaires-priseurs et certains antiquaires spécialisés appellent ainsi les [créations](#) publicitaires réalisées avant les

années 60 et pour lesquelles il existe un [marché](#) de collectionneurs de plus en plus actifs d'[affiches](#), [plaques](#) métalliques, [présentoirs](#), [panonceaux](#), [objets publicitaires](#), ...

## ARTS GRAPHIQUES

Ensemble des techniques se rapportant aux procédés d'[impression](#) : dessin, peinture, [gravure](#), [photogravure](#), [imprimerie](#). L'expression est employée dans son sens élargi, puisqu'elle ajoute aux arts purs les industries et techniques de reproduction.

## ARTWORK

Mot anglais. Parfois utilisé pour [document](#) (voir à ce mot).

## A.S.A.

Sigle : American Standard Association

Cet organisme a donné son nom à une mesure de la sensibilité des émulsions [photographiques](#) qui a été remplacée par la norme internationale ISO.

## ASILE (DROIT D')

Possibilité offerte, en échange d'une rémunération, de placer un objet étranger ([échantillon](#), [dépliant](#), [brochure](#), ... ) dans un [article](#) ou [produit](#) différent qui le véhiculera ainsi auprès d'une clientèle-[cible](#) identique. Exemples : dépliant ou échantillon à l'intérieur d'un [magazine](#) ; échantillon ou brochure à l'intérieur d'un colis de maison de [V.P.C.](#) mais proposant des produits vendus ailleurs (livres, abonnements, ... ), échantillon d'un produit à l'intérieur d'un produit d'un autre fabricant (lait adoucissant dans un paquet de couches-bébé), ...

## ASSEMBLAGE

Opération de [façonnage](#) consistant à placer en bon ordre des [feuilles](#) imprimées et pliées.

## ASSISTANT(E) (DE PUBLICITÉ)

Fonction rattachée au [chef de publicité](#). L'assistant exécute les tâches de préparation et de recherche des éléments nécessaires aux [plans de campagne](#), suit les travaux de [production](#) et assure la gestion quotidienne des [budgets](#). Il existe évidemment aussi des assistant(e)s de [promotion](#). L'assistant(e) est généralement appelé(e), après avoir acquis suffisamment d'expérience, à occuper le poste de chef de publicité (ou de promotion).

## ASSISTÉ

Pour un [test](#), qualifie le fait que la [question](#) soit posée en clair à la personne interrogée et propose un nombre limité de réponses. Par opposition : [spontané](#)

Voir aussi : [mémoire](#), [notoriété](#), [score](#), [suggéré](#)

## ASSORTIMENT

Ensemble raisonné des [articles](#) détenus par un [magasin](#) et proposé à la vente.

Un assortiment bien adapté à la [clientèle](#) est un facteur important de rentabilité.

Voir à [merchandising](#), [acheteur](#).

## ATTACHÉ(E) DE PRESSE

Personne chargée par un organisme ou une entreprise d'assurer l'[information](#) de toute ou d'une partie de l'[opinion publique](#). C'est une fonction de "[relations publiques](#)" consistant à informer le [public](#) - ou des publics - par l'intermédiaire de la [presse](#) écrite, parlée ou télévisée. La déontologie de l'attaché de presse pose le principe de l'incompatibilité de ses activités avec celles de journaliste ou de [publicitaire](#).

## ATTENTE

[Désir](#) ou [besoin](#) exprimé ou non, connu ou non, conscient ou non qui constitue une potentialité d'action ou de réaction d'un individu à un [stimulus](#). En [marketing](#), les attentes des [consommateurs](#) font l'objet de recherches afin de mieux adapter les [produits](#) ou [services](#); de même en publicité pour mieux ajuster l'[argumentation](#) aux attentes des [cibles](#).

## ATTENTION

Faculté humaine que la publicité cherche en tout premier lieu à éveiller, attirer, retenir.

[Valeur d'attention](#) : aptitude d'un [message](#) publicitaire à attirer l'attention d'un public, d'une cible, qui se mesure par des [tests](#) de [mémorisation](#).

Voir [A.I.D.A.](#), [accroche](#).

## ATTITUDE

Ensemble des dispositions d'un individu envers un sujet donné ([produit](#), [marque](#), [argument](#)...). A distinguer du [comportement](#) qui est un ensemble d'actes. La publicité tend à créer ou modifier des attitudes vis à vis d'une marque, d'un produit.

Voir aussi [usages](#).

## ATTRIBUT

Caractéristique, propriété. La publicité choisit et exploite l'attribut le plus pertinent. Exemple : l'attribut "fraîcheur" d'un déodorant, l'attribut "consommation d'essence" d'une [marque](#) d'automobile.

## ATTRIBUTION (SCORE D')

Voir [score](#).

## AUDIENCE

Ensemble des individus susceptibles d'être touchés par un [média](#) ou par un [support](#) de publicité. La connaissance quantitative des audiences est indispensable au [publicitaire](#), en particulier au média-planner mais aussi les caractéristiques qualitatives qui permettront de mieux ajuster l'[argumentation](#).

L'audience qualitative est mesurée par des [sondages](#) ( voir "[C.E.S.P.](#)"). Les caractéristiques qualitatives sont obtenues par des [études Ad-Hoc](#) sur le [lectorat](#) ou les auditeurs et téléspectateurs.

La média-planner utilisera : l'audience cumulée (totalité des personnes susceptibles d'être touchées par une série de [messages](#)), l' audience instantanée (ensemble des personnes susceptibles d'être touchées par un message donné en [radio](#) et [télévision](#)), l'audience utile (fraction de l'audience qui coïncide avec la [cible](#)), l' audience dernière période (nombre de personnes touchées au cours de la dernière période correspondant à la périodicité du support).

L'audience captive désigne un [public](#) obligatoirement exposé à un [message](#) (exemple : dans une salle de spectacle).

Attention : il ne faut pas confondre audience avec "[tirage](#)", "[diffusion](#)", "[circulation](#)".

Voir : "[Médiamétrie](#)"

## AUDIMAT

Méthode d'étude d'[audience](#) de la [télévision](#) remplacée par le "[médiamat](#)". On a parlé parfois de "dictature de l'audimat", dans la mesure où l'audience recherchée influence le contenu des [émissions](#).

Voir à [audimètre](#), [audimétrie](#).

## AUDIOMÈTRE

Marque déposée. Dispositif fixé sur un poste radio ou de télévision relié à un ordinateur et qui enregistre en permanence les choix de l'auditeur ou du téléspectateur ([stations](#) et [chaînes](#) captées, horaires...). Utilisé sur un [échantillon](#) représentatif de [foyers](#), donne des mesures d'[audience](#) et d'habitudes d'[écoute](#). Les appareils à [boutons poussoirs](#) permettent, de plus, d'enregistrer la présence de chaque membre du foyer.

## AUDIMÉTRIE

Système de mesure d'[audience](#) par [audimètre](#).

## AUDIOTEX

[Télématique](#) vocale. [service](#) permettant à l'aide d'un simple téléphone, soit de laisser des [messages](#), comme un répondeur téléphonique, qui sont stockés sous forme digitale et accessible par un [code](#) individuel, soit de diffuser des [informations](#) publicitaires ou non, avec utilisation d'une voix de synthèse. Une utilisation [interactive](#) est possible, l'ordinateur pouvant reconnaître certains mots prononcés par le correspondant. La publicité, et plus spécialement le [marketing direct](#) et la [V.P.C.](#) pourront utiliser ce [support](#).

## AUDIO-VISUEL

Ensemble des techniques du [son](#) et de l'[image](#) ([radio](#), [télévision](#), [cinéma](#), [vidéo](#), enregistrements sonores, [photographie](#), [montages](#) de [diapositives](#), ...) très utilisées par les [publicitaires](#). S'emploie dans le sens restreint de spectacle constitué par des projections de diapositives accompagnées d'une bande sonore, souvent utilisées pour les présentations de [campagnes publicitaires](#) ainsi que pour l'information et la motivation des [forces de vente](#).

## AUDITORAT

Néologisme inspiré par le mot [lectorat](#). Ensemble des auditeurs d'une [station](#) de [radio](#). (synonyme d'[audience](#)). Ce mot ne semble pas encore avoir trouvé droit de cité dans le langage des professionnels des [médias](#) et des [études](#).

## AURA

Atmosphère, ambiance, halo.  
Voir aussi [image](#), [effet de halo](#), [charisme](#).

## AUTOCOLLANT

Voir [adhésif](#).

## AUTODISCIPLINE

Discipline que s'imposent les professionnels à l'instigation de leurs organisations pour éviter les coercitions extérieures (Etat, groupement de [consommateurs](#), ...). L'autodiscipline se manifeste par des [codes](#) de déontologie, de pratiques loyales et s'est concrétisée, pour la publicité, dans la création, en 1935, du [B.V.P.](#)

## AUTOMATE

1. Élément animé par un moteur électrique ou mécanique parfois utilisé en [P.L.V.](#)
2. Personne vivante imitant un automate et se produisant parfois dans les [salons](#) et [foires-expositions](#).

## AUTOPROMOTION

Publicité en bande annonce réalisée sur un [support](#) pour mettre en avant l'un de ses [produits](#).

## AVANCÉE DE RAYON

Terme utilisé dans la [distribution](#), par les [merchandisers](#) et [étalagistes](#) pour définir un élément de [P.L.V.](#), sorte de support ou plateau permettant d'exposer des produits hors le [linéaire](#), en prolongeant ainsi la surface d'exposition en direction du client tout en créant une rupture visuelle de la régularité des marchandises en [rayon](#).

Voir aussi [extension de rayon](#), [étendre](#).

## AXE (PUBLICITAIRE)

Idée principale que l'on cherche à transmettre par une [campagne de publicité](#). L'axe est l'"élément psychologique moteur" qui sous-entend une campagne. Son choix revêt donc une importance essentielle ; il doit permettre à la publicité d'atteindre les [objectifs de communication](#) fixés par l'[annonceur](#).



# B

BA..., BD..., BE..., BI..., BL..., BO..., BR..., BT..., BU..., BV...

BA...

BALLON

BANAL

BANC DE REPRODUCTION

BANC DE TITRE

BANDEAU

BANDE DE RAYONNAGE

BANDE DESSINÉE

BANDE PUBLIQUE

BANDEROLE

BANDE-SON

BANDE VIDÉO PROMOTIONNELLE

BANNE

BANQUE DE COUPONS

BANQUE DE DONNÉES

BARNUM

BARQUETTE

BARRE-ROUTE

BARTER(ING)

BASCULAGE

BAS DE CASSE

BAS DE GAMME

BASE

BASE DE CAMPAGNE

BASE LINE

B.A.T.

BATELEUR

BÂTON

BATTANT

BATTERIE DE TESTS

BAZAR

BAZARETTE

BD...

B.D.

B.D.C.

BE...

BÉBÉ REQUIN  
BÉCANE  
BÉCOUET (ou BÉQUET)  
BÉDÉASTE  
BELOW THE LINE  
BEN DAY  
BÉNÉFICE  
BERGERIE  
BERLINOIS  
BESOINS  
BÊTA (coefficient)

Bl...

BIBLE  
BICHROMIE  
BIEN  
BILAN DE CAMPAGNE  
BILBOQUET  
BILLBOARD  
BIMENSUEL  
BIMESTRIEL  
B.I.P.P.

BL...

BLANC  
BLANC D'ESPAGNE  
BLANCHET  
BLANCHIR  
BLEU  
BLIND TEST  
BLISTER (PACK)

BO...

BOBINE  
BOBINEAU  
BODONI  
BODY COPY  
BOITE NOIRE  
BOMBER, BOMBEUR, BOMBAGE

BON  
BON À GRAVER  
BON À ROULER  
BON À TIRER (B.A.T.)  
BONIMENT  
BONIMENTEUR  
BONNE FEUILLE  
BONUS  
BOOK  
BORNE DE PROPRIÉTÉ  
BOUCHAGE  
BOUCHE À OREILLE  
BOUCLE (EN)  
BOUFFANT  
BOUILLON  
BOULE DE NEIGE  
BOURDON  
BOUTIQUE  
BOUTIQUIER  
BOUTON POUSSOIR

BR...

BRADAGE (DE PRIX)  
BRADERIE  
BRAINSTORMING  
BRIEF/BRIEFING  
BRISTOL  
BROCHAGE  
BROCHE  
BROCHURE  
BROKER  
BROMURE  
BROUTEUR  
BRUIT  
BRUITAGE

BT...

B.T.B.

BU...

BUDGET  
BUDGET-TEMPS  
BULLE  
BULLETIN-RÉPONSE

BUSINESS  
BUSINESS TO BUSINESS (B.T.B.)  
BUS MAILING

BV...  
B.V.P

# C

---

## CÂBLE

ou câblo-diffusion

Système de transmission télévisuel dans lequel des signaux représentant l'information sonore et visuelle sont transportés par câble.

On dit aussi: "[réseau](#) câblé"

## CACHE

[Papier](#) ou [carte](#) découpé servant à cacher une partie d'un [document](#) ne devant pas être reproduite ou à constituer une fenêtre ou un [cadre](#) autour d'un document ou d'une partie de document.

## CACHE-CONTRE-CACHE

En [cinématographie](#), technique de [trucage](#) permettant d'obtenir certains [effets spéciaux](#).

Par exemple : scène animée incluse dans une autre scène animée.

## CADDIE

[Marque déposée](#) servant à désigner un chariot métallique mis à la disposition du [client](#) dans les [magasins](#) en [libre-service](#).

## CADEAU PUBLICITAIRE

Outil de [promotion des ventes](#) pouvant aller du simple [objet publicitaire](#) ou [gadget](#) jusqu'à un objet plus important. La remise de cadeaux est fortement réglementée (législation sur les [primes](#)).

Existe aussi "cadeau d'affaire" : donné en remerciement à une relation d'affaires.

## CADENCIER

[Document](#) de comptage des stocks utilisé dans la [distribution](#) par le responsable d'un [rayon](#) et lui permettant de connaître et de suivre les [ventes](#) d'un [article](#).

## CADRAGE

Délimitation d'un sujet lors d'une [prise de vue](#).

Verbe : cadrer

## CADRATIN

En [typographie](#) : valeur de [blanc](#) dans le retrait d'une [ligne composée](#) en [alinéa](#).

Les blancs multiples des cadratins sont des cadrats, les blancs sous-multiples sont des demi-cadratins.

## CADRE

Encadrement réalisé autour d'un texte à l'aide de [filets](#) pour le faire ressortir, ou d'une [illustration](#) pour l'isoler ou la mettre en valeur.

## CADREUR

Mot français adopté pour caméraman.

## CAHIER

1. [feuille imprimée](#) pliée plusieurs fois et formant ainsi un ensemble de plusieurs [pages](#) dont l'[assemblage](#) avec d'autres [cahiers](#) constituera une [brochure](#).

2. Dans un [magazine](#), une [revue](#), désigne l'ensemble des [pages](#) à très forte densité publicitaire groupées au début et à la fin de la [publication](#) (cahier de tête et cahier de queue).

## CAHIER DES CHARGES

Ensemble de données et d'instructions présenté sous forme écrite et remis pour [étude](#) d'un problème donné (demande de devis, de [plan de campagne](#) de publicité,...).

Voir aussi au mot : [brief](#)

## CAILLEBOTIS

[Panneau](#) constitué de lattes de bois parfois utilisé en [P.L.V.](#) .

## CAISSON LUMINEUX

Matériel de [P.L.V.](#) incorporant une source lumineuse.

## CALAGE

Opération de mise en place sur une machine à imprimer de la [forme imprimante](#). Exemple : en [offset](#), fixation de la [plaque](#) offset sur le [cylindre](#) porte-plaques.

Verbe : caler (sur machine)

## CALANDRE

Ensemble de [cylindres](#) outre lesquels le [papier](#) nouvellement fabriqué est laminé (pour être [satiné](#) ou [glacé](#)).

Verbe : calandrer / action de calandrer : calandrage

## CALIBRAGE

Calcul du nombre de lettres, de signes, d'espaces pouvant prendre place dans une [ligne](#) de texte à imprimer et du nombre de lignes qu'occupera ce texte.

Verbe : calibrer (un texte).

## CALIFORNIEN

Adjectif.

A la fois efficace et agréable (jargon de [publicitaire](#)).

## CALENDRIER D'INSERTIONS

Tableau établi par le [média-planner](#) et donnant avec précision les dates auxquelles doivent être diffusés les [messages](#) publicitaires.

## CALICOT

Bande de toile portant une inscription publicitaire.

## CALLIGRAPHIE

Art de bien former les [caractères](#) d'une écriture.  
En publicité, la calligraphie peut véhiculer des [connotations](#).  
Verbe : calligraphier

## CALQUE

[Maquette](#) ou dessin sur [papier](#) translucide.

## CAMELOT

[Vendeur forain](#) souvent excessivement bavard et offrant une [marchandise](#) de qualité inférieure ([camelote](#)).

## CAMELOTE

[Marchandise](#) de mauvaise qualité.

## CAMPAGNE DE PUBLICITÉ

ou campagne publicitaire.  
Coordination raisonnée et planifiée de l'ensemble des actions destinées à transmettre une [information motivante](#) à une [cible](#) déterminée dans le cadre d'un [budget](#) fixé.  
Voir aussi "[cybercampagne](#)"

## CAMPAGNE SPÉCULATIVE

Voir "[spéculative](#)".

## CANAL DE COMMUNICATION

Système de passage matériel entre l'émission d'un [message](#) et sa réception par le destinataire.

## CANAL DE DISTRIBUTION

Ensemble des éléments d'un système de [distribution](#) par lequel s'effectue la [commercialisation](#) d'un [produit](#).

Voir aussi : [circuit](#), [réseau](#).

## CANNIBALISER

Déplacer la [part de marché](#) d'un [produit](#) ou d'une [marque](#) d'une même entreprise, d'un même [annonceur](#) au profit d'un autre produit ou d'une autre marque du même annonceur.

## CANON À IMAGES

Projecteur de grande taille utilisé pour des spectacles [audio-visuels](#) de grande envergure.

## C.A.O.

Sigle : Conception Assistée par Ordinateur  
[Création](#) de [graphismes](#) à l'aide d'ordinateurs, [production](#) d' [images de synthèse](#)

## CAPITALE (lettre)

[Majuscule](#). Par opposition à [bas de casse](#) ([minuscule](#)).  
Abréviation : "cap".

## CARACTÈRE

1. Psychologie : manière habituelle et constante de réagir propre à chaque individu.
2. Marque ou signe distinctif.
3. Signe gravé ou écrit, élément graphique d'une écriture. En [typographie](#), élément métallique portant une lettre, un chiffre, un symbole... (caractère d'[imprimerie](#)).

## CARAVANE

Ensemble de véhicules automobiles décorés publicitairement au nom de une ou plusieurs [marques](#) et se déplaçant à l'occasion d'évènements commerciaux ou sportifs (exemple: le Tour de France).

## CARITATIVE (PROMOTION)

Cet adjectif accolé à "association" et, ici, à "[promotion](#)", a remplacé dans le langage contemporain l'adjectif "charitable".  
Voir "[charity promotion](#)".

## CARRÉ

1. [Format](#) de [papier](#) : 45x56 cm
2. Est dite "au carré" toute opération de [photogravure](#), de "[retouche photographique](#)" ne nécessitant pas de supprimer le fond autour d'une silhouette.
3. On dit "dos carré" pour définir la tranche plate de [brochage](#) d'une [plaquette](#) ou d'un [magazine](#) obtenue par collage des [cahiers](#).
4. Une [composition](#) est "au carré" lorsque les [alinéas](#) ne sont pas marqués par un décrochement à gauche.

## CARRÉ BLANC

Signe conventionnel au demeurant rectangulaire qui de 1960 à 1974 apparaissait au bas de l'écran de [télévision](#) lorsque l'[émission](#) était déconseillée aux enfants.

## CARRÉ LATIN

Tableau de nombres disposés de façon qu'aucun n'apparaisse deux fois dans la même [ligne](#) ou la même [colonne](#). Utilisé en [études de marché](#) pour la constitution des [échantillons](#).

## CARROUSEL (méthode du)

[Pré-test](#) d'[affiche](#) publicitaire consistant en la projection d'affiches mélangées à des scènes de rue.

## CARTE

[Carton](#) léger composé de [feuilles](#) collées entre elles. Noter la carte à gratter (ou carte de grattage) employée par les [graphistes](#) et qui permet d'effectuer des corrections par grattage à l'aide d'un [cutter](#) ou d'un [vaccinostyle](#).

## CARTE ACCRÉDITIVE

Ancienne appellation du [titre intermédia](#).

## CARTE DE FIDÉLITÉ

Élément imprimé remis aux [clients](#) occasionnels pour, sur la promesse d'avantages liés à la possession de la carte, s'assurer une certaine fidélité de leurs [achats](#).

### CARTE DE VISITE (ANNONCE)

[Annonce](#) ne comportant que le nom et l'adresse de l'[annonceur](#).

### CARTE-RÉPONSE

Carte imprimée située dans un [mailing](#) dont le libellé a été préparé pour être complété à la main par la personne qui répond à une [offre de vente](#), à une [enquête/sondage](#), à un [jeu-concours](#), à une proposition de documentation, ...

### CARTE T

Carte postale spéciale (ou enveloppe de lettre) éditée avec l'accord préalable des P.T.T. et dont le port est payé à la réception par le destinataire. Ce système est utilisé couramment en [marketing direct](#) et en [V.P.C.](#) puisqu'il permet la gratuité de port au [client](#).

### CARTON

[Feuille](#) assez épaisse d'au moins 224 grammes/m<sup>2</sup> et constituée d'une [pâte à papier](#) plus ou moins grossière.

### CARTONNAGE

Élément en [carton](#) (par exemple : matériel de [P.L.V.](#)).

### CARTONNER

Dans l'argot des [vendeurs](#) de [produits](#) de [grande consommation](#) : vendre au forcing le plus grand nombre d'unités possible sans se préoccuper de l'écoulement ultérieur et des [besoins](#) réels du [marché](#).

### CARTOUCHE

Nom masculin.

Emplacement [encadré](#) dans un ensemble [graphique](#).

## CAS DE FIGURE

Hypothèse.

## CASE SHOPPING

Emplacement réservé dans un [magazine](#) pour recevoir des [annonces](#) de petit [format](#) généralement constituées d'une [photographie](#) et d'une légende, le tout ayant l'aspect "[rédactionnel](#)".

## CASH AND CARRY

Entrepôt de [grossistes](#) (et système de vente) dans lequel les [détaillants](#) viennent s'approvisionner eux-mêmes et paient comptant la [marchandise](#) emportée.

## CASH REFUND OFFER

Formule américaine pour désigner la technique promotionnelle de l'[offre de remboursement](#).

## C.A.S.P.

Sigle : Centre d'Action Sociale de la Publicité.  
Service social de la Fédération Nationale de la publicité, [agences](#) et [conseils](#) en [publicité](#).

40, boulevard Malesherbes  
75 008 PARIS  
Tel : 01 47 42 10 63

## CASSE

Boîte divisée en casiers destinés à recevoir les différents [caractères d'imprimerie](#).

## CASSEUR DE PRIX

[Distributeur](#) ayant pour habitude de [vendre](#) systématiquement à très bas [prix](#).

## CASTING

Mot anglais.

[Distribution](#) (pour un [film](#) cinématographique ou une pièce de théâtre).  
Par extension, recherche et choix des [modèles](#) ou [mannequins](#) pour une [prise de vue](#) publicitaire.

## CATACHRÈSE

Figure de rhétorique qui consiste à utiliser un mot hors de son sens littéral: [conseil](#) pour agent de [publicité](#), bras droit pour adjoint, ...

## CATALOGUE

Recueil [imprimé](#), souvent [illustré](#), énumérant les [produits](#) proposés par une firme à son [client](#), servant de support à la [vente](#) et donnant leurs caractéristiques, [prix](#) et conditions de vente.

## C.A.T.I.

Système informatique d'[interviews](#) assistées par ordinateur qui, dans les [enquêtes](#) par téléphone permet une lecture directe du [questionnaire](#) par les enquêteurs et la saisie immédiate des réponses.

## C.B.

Sigle : Citizen Band (expression américaine).

Bande de fréquence utilisée pour des relations radiophoniques entre particuliers à l'aide d'un [émetteur](#) / [récepteur](#) fixe ou mobile. Ses adeptes sont appelés "[cibistes](#)". L'administration recommande l'emploi du terme: [bande publique](#).

## C.C.I.

Sigle : Chambre de Commerce Internationale  
Voir aujourd'hui : le [C.F.C.C.I.](#)

## C.C.P.S.

Sigle : Centre de Contrôle du lectorat de la Presse Spécialisée.  
Organisme interprofessionnel constitué d'[annonceurs](#), d'[agences de publicité](#) et d'[éditeurs](#) de [presse](#) spécialisée créée pour effectuer des [études qualitatives](#) du [lectorat](#) des [supports](#) de la presse spécialisée.

40, boulevard Malesherbes  
75 008 PARIS  
Tel : 01 47 42 72 51

## C.D.

Sigle : Compact Disc (ou disque)  
[Support](#) utilisé pour le stockage de données numérisées.

## C.D.-ROM

Compact Disc (ou disque) - Read Only Memory  
Disque compact inscriptible une seule fois. Utilisé en informatique.

## CELLO

De "[cellophane](#)" (nom de [marque déposée](#)). [Epreuve typographique tirée](#) sur pellicule transparente.

## CENTRALE D'ACHATS

Organisme de [commerce de gros](#) regroupant les achats de plusieurs établissements. Existe aussi en [publicité](#) pour l'[achat d'espaces](#).

## CENTRE COMMERCIAL

Ensemble de [magasins](#) divers et indépendants réunis dans un lieu affecté au [commerce](#) et régi de manière unitaire.

## CENTRE D'INTÉRÊT

[Concept](#) permettant d'affiner les [cibles](#) en établissant une [typologie](#) plus fouillée des individus à partir des domaines ou des choses auxquels ils s'intéressent (par exemple : un sport donné, tel type de musique, collection de tel objet, ...)

## CEP

Sigle : Chambre Economique de la Publicité.

Organisme interprofessionnel constitué d'[annonceurs](#), d'[agences de publicité](#) et de [médias](#) sous forme d'un club de réflexion sur tous les grands problèmes intéressant la [publicité](#).

## C.E.S.P.

Sigle : Centre d'Etude des Supports de Publicité.

Organisme interprofessionnel regroupant [annonceurs](#), [agences de publicité](#) et [médias](#) pour réaliser de grandes [enquêtes](#) sur l'[audience](#) des médias utilisées pour l'élaboration du [média-planning](#).

136, Boulevard Haussmann

75 008 PARIS

Tel : 01 42 89 12 26

Fax : 01 42 89 12 25

## C.E.S.S.I.M.

Sigle : Centre d'Études Sur les Supports de l'Information Médicale

Organisme regroupant [annonceurs](#), [agences](#) spécialisées et [supports](#) pour conduire des [études](#) et [enquêtes](#) sur les supports destinés à véhiculer la [communication](#) des [produits](#) médicaux et pharmaceutiques.

53, avenue Victor Hugo

75 016 PARIS

Tel : 01 45 01 21 37

## CESSION DE MARQUE

Vente (totale ou partielle) de la [marque](#).

## C.F.C.C.I.

Sigle : Comité Français de la Chambre de Commerce Internationale

Important organisme réunissant les chambres de commerce et d'industrie de différents pays. Cet organisme a édicté des règles de déontologie concernant la [publicité](#).

9, rue d'Anjou

75 008 PARIS

Tel : 01 42 65 12 66

Fax : 01 49 24 06 39

Internet : [www.iccwbo.org](http://www.iccwbo.org)

## CHAÎNE

1. Réseau de [télévision](#) ou de [radio](#).
2. Réseau de [magasins](#) portant la même [enseigne](#) (chaîne volontaire) ou appartenant au même groupe financier.
3. Réseau de diffusion de [messages](#) sonores dans des magasins appartenant à une chaîne (par exemple : chaîne sonore dans les magasins Monoprix).
4. Réseau de [vitrines](#) pouvant recevoir un même [étalage](#)

## CHALANDISE

Ensemble des [achats](#) effectué par une population en un endroit donné. La "[zone de chalandise](#)" est le territoire sur lequel se trouve les [clients](#) potentiels d'un [commerçant](#), d'une entreprise ou d'un [point de vente](#).

## CHAPEAU

Court texte [composé](#) en [caractères](#) de taille moyenne et figurant en tête d'un article de [presse](#) ou d'un texte publicitaire.

## CHARGE

Matière autre que la cellulose entrant dans la composition d'une [pâte à papier](#).

## CHARGÉ D'ÉTUDE

Personne chargée d'un dossier à suivre. Cette fonction est courante dans les cabinets d'[études de marché](#).

## CHARIOT

Voir "[caddie](#)"

## CHARISME

Influence (rayonnement ascendant) exercée par une personnalité exceptionnelle.

Adjectif : charismatique

## CHARITY PROMOTION

Formule anglo-saxonne pour désigner les opérations de [promotion des ventes](#) s'appuyant sur une action en faveur d'une oeuvre charitable ou une organisation [caritative](#).

Exemple : X centimes versés à telle oeuvre par unité de [produit](#) vendue. On dit parfois "promotion [caritative](#)".

## CHARME (PRESSE DE)

Type de [magazines](#) largement [illustrés](#) de [photographies](#) érotiques, voire pornographiques.

## CHART ou CHARTE

Mot anglais employé tel quel ou francisé pour désigner des tableaux de [papier](#) ([paper board](#)) ou de [carton](#) employés dans les réunions, conférences et présentations de [campagnes de publicité](#), donnant une présentation claire du sujet.

## CHASSE

Encombrement en largeur d'un [caractères d'imprimerie](#) ou d'une [composition](#).

## CHASSER

Pour un [caractère typographique](#), occuper plus de place qu'un autre en largeur dans la [ligne](#)

Exemple : le "m" chasse plus que le "l".

## CHÂSSIS

Cadre métallique où sont serrées les [compositions typographiques](#).

## CHECK LIST

Liste de contrôle, pense-bête, aide mémoire.

## CHECK OUT

Mot anglais.

Dans la [distribution](#), caisse enregistreuse d'un [magasin](#) de [grande](#) ou [moyenne surface](#).

## CHEF DE FABRICATION

Dans une [agence de publicité](#), de [promotion](#) ou chez un [producteur](#), personne responsable de l'[édition](#) des éléments [imprimés](#) et, plus généralement, de la réalisation technique de tout élément et matériel publicitaire.

## CHEF DE GROUPE

A l'intérieur d'une [agence de publicité](#) ou d'une [agence de promotion](#), personne responsable qui dirige, fait exécuter et contrôle les [campagnes](#), opérations et [budgets](#) qui lui sont confiés. Il dispose d'une équipe de plusieurs [chefs de publicité](#) (ou [chefs de promotion](#)). Chez un [annonceur](#), c'est le chef de groupe de [produits](#) qui, aidé du [chef de produits](#), conduit la politique [marketing](#) des [produits](#) ou [marques](#) qui lui sont confiés.

## CHEF DE MARCHÉ

Sens très voisin de [chef de produits](#) avec une [connotation](#) plus [commerciale](#).

Le chef de marché a pour mission de développer les marchés dont il est chargé.

## CHEF DE MARQUE

Terme moins répandu que celui de [chef de produit](#) (ou "product manager"), avec une [connotation](#) plus publicitaire que [marketing](#). Sa tâche recouvre surtout le suivi marketing.

## CHEF DE PRODUIT

ou "product manager"

1. Chez un [producteur](#), cadre responsable de tous les éléments du [marketing mix](#) d'un [produit](#) ou d'une [marque](#), ou d'un ensemble de produits ou de marques.

2. Chez un [distributeur](#), nom parfois donné au responsable des achats

d'un ensemble de produits.

On trouve aussi les termes de [chef de marque](#), [chef de marché](#), [chef de groupe](#), [de produits](#)... , et [chef de promotion](#) dans les [agences de promotion des ventes](#) et chez certains grands [annonceurs](#).

## CHEF DE PROMOTION

ou "chef de promo"

A l'intérieur d'une [agence de promotion](#) (ou chez un [annonceur](#)), personne responsable de l'exécution et du contrôle de l'ensemble des opérations de [promotion des ventes](#) qui lui sont confiées.

## CHEF DE PUBLICITÉ

ou "chef de pub"

A l'intérieur d'une [agence de publicité](#) (ou chez un [annonceur](#)), personne responsable de l'exécution et du contrôle de l'ensemble des [campagnes de publicité](#) dont le [budget](#) lui est confié.

## CHEF DE STUDIO

Spécialiste en [arts graphiques](#) responsable de l'[exécution](#) des [maquettes](#) et des [documents](#). Il peut être assisté d'une équipe de [dessinateurs d'exécution](#) et autres spécialistes.

## CHEMIN DE FER

En [presse](#), tableau d'[imposition](#) des [pages](#) de rédaction et de [publicité](#) pour un numéro donné.

## CHÈQUE-POINTS

Outil promotionnel permettant la remise de [cadeaux](#) par accumulation de [points](#) obtenus, par exemple par des [représentants](#) à l'occasion de leur travail de [vendeur](#). Il existe aussi des chèques restaurant, ...

## CHEVALET

Pièce de [carton](#) au dos d'un [panonceau](#) de [P.L.V.](#) permettant de le maintenir en position verticale.

## CHINAGE

Méthode de [vente](#) consistant à [vendre](#) chez le [client](#) sans commande préalable et à lui remettre la [marchandise](#).  
Verbe : vendre à la chine.

## CHOIX MULTIPLES

En [étude de marché](#), méthode consistant, pour chaque [item](#) d'un [test](#), à fournir une série de réponses dont le sujet interrogé doit indiquer celle qu'il juge être la bonne

## C.H.R.

Sigle : Cafés - Hôtels - Restaurants

Abréviation fréquente pour désigner ces commerces. On dit aussi [HO.RE.CA](#).

Existe aussi CBHR : Cafés - Bars - Hôtels - Restaurants.

## CHROMISTE

Spécialiste de la préparation et de la [retouche](#) des [films](#) et des [clichés](#) pour les [tirages](#) couleurs.

## CHUTES

Déchets de [papier](#) après coupe des [feuilles](#) imprimées. Voir également "[passe](#)".

## CIBISTE

Adeptes de la [C.B.](#)

## CIBLAGE

Action de [cibler](#).

## CIBLE

Partie du public que l'on veut atteindre par la [publicité](#) ou à laquelle on destine un [produit](#) (donc distinguer "cible publicitaire" et "cible [marketing](#)"). Le "cœur de cible" est constitué par le segment potentiellement le plus à même de réagir positivement. La cible peut être soit le [consommateur](#), soit le [prescripteur](#), soit le [vendeur](#) lui-même.

## CIBLER

Délimiter la [clientèle](#) d'un [produit](#), d'une [marque](#).

Chercher à lui faire correspondre un [message](#), une [argumentation](#), voire un [produit](#) à une [cible](#) donnée.

## CICÉRO

Mesure [typographique](#) correspondant à 12 [points didots](#), soit 4,51 mm.

Synonyme : [douze](#)

## CINÉMA(TOGRAPHE)

1. Moyen technique et artistique d'[animation](#) sonore des images utilisé par la [publicité](#) en tant que [média](#).
2. Salle de projection.

## CINÉPARC

Equivalent de [drive in](#) proposé par l'administration, mais jamais utilisé.

## CINQUIÈME RAYON

Dans la [grande distribution](#), désigne tout les rayons qui ne concernent pas l'alimentation (entretien, papeterie, ...)

## CIRCUIT DE DISTRIBUTION

Ensemble des éléments d'un système de [distribution](#) par lequel s'effectue la [commercialisation](#) d'un [produit](#).

Voir aussi : [canal](#), [réseau](#)

"Circuit court" : directement du [producteur](#) au [consommateur](#).

"Circuit Long" : par différents intermédiaires ([grossistes](#), [détaillants](#), ...)

## CIRCULATION

Lecture d'un même [exemplaire](#) d'un [support](#) de [presse](#) par des individus différents. Ce phénomène est à prendre en compte par les [média-planner](#) puisqu'il explique que l'[audience](#) est supérieure à la [diffusion](#) (qui est elle-même différente du [tirage](#)). Le taux (ou indice) de circulation est le nombre de personnes touchées.

## CITATION

Présence d'un nom de [marque](#) dans un article de presse. Souvent relevé par un service spécial de [pige](#) ou de [relations publiques](#).

## CITY MAGAZINE

Terme de [presse](#) pour désigner un [magazine](#) consacré aux affaires et à la vie de la ville.

## CLAIM

Mot anglais. [argument](#) principal d'une [annonce](#) ou d'une [campagne](#) exprimé dans sa formulation publicitaire. Parfois synonyme de [slogan](#) ou d'[accroche](#).

## CLE(F)

Ou [code](#) (voir à ce mot). Ensemble de lettres ou de chiffres figurant en accompagnement d'une adresse placée dans une [annonce](#) faisant appel au courrier et permettant d'identifier le [support](#) au reçu des envois. Les annonces à clef sont utilisées en [V.P.C.](#) mais aussi dans certains [concours publicitaires](#) pour aider à mesurer le rendement d'un support comparé à un autre. Elles peuvent aussi servir en [copy-testing](#) à mesurer le rendement d'une annonce par rapport à une autre.

## CLICHAGE

Action de fabriquer un [cliché](#).  
Verbe : cliquer.

## CLICHÉ

1. Plaque de plomb, ou autre métal, ou plastique servant après [gravure](#) à l'[impression](#) par [encrage](#) des parties en relief. Cliché [trait](#) ou [simili](#).
2. En [photographie](#) : [film](#).
3. Banalité, lieu commun (exemple : cliché [stéréotype](#)).

## CLIENT

1. Acheteur d'un [produit](#), d'une [marchandise](#), d'un [service](#).
2. Pour une [agence de publicité](#), le client est l'[annonceur](#).
3. [client mystère](#) : personne se présentant incognito dans un [point de vente](#) pour vérifier qu'un [produit](#) est bien présenté, ou qu'une [marque](#) est bien proposée, ou qu'un [argument](#) est bien utilisé. On dit aussi : [visiteur mystère](#).

## CLIENTÈLE

Ensemble des [acheteurs](#) d'un [produit](#) ou d'un [service](#).

## CLIENT MYSTÈRE

Voir à [client](#).

## CLIP

Mot américain. [film vidéo](#) utilisant des effets spéciaux pour représenter une chanson. On dit aussi: clip vidéo ou [vidéoclip](#).  
En français : [bande vidéo promotionnelle](#).

## CLOSE CANVASS

Couverture maximum d'un secteur de [campagne](#).

## CLOWNANALYSTE

Nouveau type de professionnel réunissant des qualités de psychosociologue et d'acteur comique pour animer les conventions, colloques et tous séminaires en jouant, en quelque sorte, le rôle de "fou du roi".

## CLUB

Technique de [promotion des ventes](#) consistant à rassembler les [clients](#) actuels ou potentiels dans une association leur offrant un certain nombre d'avantages ([cadeaux](#), journaux, réductions de prix, ...).

## CLUB DES DIRECTEURS ARTISTIQUES (C.D.A.)

Association regroupant les [directeurs artistiques](#) des [agences de publicité](#) et récompensant chaque année les meilleures [campagnes](#) réalisées.

12, boulevard Batignolles  
75 017 PARIS  
Tel : 01 42 93 40 01  
Fax : 01 42 94 90 92  
Internet : [www.leclubdesad.org](http://www.leclubdesad.org)

## C.M.D.

Sigle : Cercle du Marketing Direct  
Association amicale de professionnels du [marketing direct](#).

60, rue La Boétie  
75 008 PARIS  
Tel : 01 42 56 38 86  
Fax : 01 45 63 91 95

## C.M.P.C.

Sigle : Centre Médical Publicité Communication.

23, rue de Berne  
75 008 PARIS  
Tel : 01 45 22 20 44

## C.N.A.P.

Voir [Maison de la pub](#)

Sigle : Centre National des Archives de Publicité.

Maison de la Pub  
7, boulevard Bourdon  
75 004 Paris  
Tel: 01 40 29 17 17  
Fax : 01 40 29 17 18

## C.N.C.

1. Sigle : Centre National de la Cinématographie.  
Organisme officiel de l'industrie cinématographique. Il publie notamment les statistiques de fréquentation des salles qu'utilisent les [média-planners](#).

12, rue Lubeck  
75 116 PARIS  
Tel. : 01 44 34 34 40  
Fax : 01 47 55 04 91

2. Sigle : Conseil National de la Consommation, devenu : Institut National de la Consommation.

Voir : [I.N.C.](#)

Organisme de consultation commune de professionnels et de [consommateurs](#) avant la publication d'un texte réglementaire.

INC - 60 Millions de Consommateurs

80, rue Lecourbe  
75 015 PARIS  
Tel : 01 45 66 20 20  
Fax : 01 45 66 21 20

### C.N.C.L.

Sigle : Commission Nationale de la Communication et des Libertés.  
Organisme disparu en 1989 et remplacé par le [C.S.A.](#).

### C.N.I.L.

Sigle : Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés  
Organisme officiel (créé par la loi du 6 janvier 1978) se préoccupant des menaces que peut faire peser sur les citoyens le développement de l'informatique. Cette commission intéresse plus particulièrement les professionnels du [marketing direct](#) quant à l'utilisation des [fichiers](#).

21, rue Saint Guillaume  
75007 Paris  
Tel : 01 53 73 22 22  
Fax : 01 53 73 22 00  
Internet : [www.cnil.fr](http://www.cnil.fr)

### COCOONING

Mot importé des U.S.A. pour désigner un nouveau [courant socio-culturel](#) de [recentrage](#) sur le [foyer](#) et la maison.

### CODAGE

Transformation d'un [message](#) selon un [code](#).

Contraire : [décodage](#)

Voir [système de communication](#).

## CODE

1. Groupe de lettres ou de chiffres ou de tout autre [signe](#) conventionnel permettant de traduire des [informations](#) recueillies en vue de les traiter.  
Verbe [coder](#).

2. Ensemble de règles. En [publicité](#) et en [promotion des ventes](#) il existe un code d'[éthique](#).

## CODE À BARRES

Élément graphique constitué de barres verticales imprimé sur l'[emballage](#) d'un [produit](#) pour en permettre l'identification par [lecture optique](#) informatisée.

Codification [GENCOD](#) (Groupement d'Etudes de Normalisation et de la Codification).

## CODER

Traduire au moyen d'un code.

[décoder](#) : passer du langage codé au langage d'origine.

## CODE TYPOGRAPHIQUE

Ensemble de règles de la [composition typographique](#) (usages, signes de corrections conventionnels, ...).

## CODE VISUEL

Ensemble des caractéristiques permettant d'identifier une [marque](#), une firme, une [campagne](#) : [logo](#), [couleur](#), [graphisme](#), ...

## CODIFICATION

Mise en symboles des réponses obtenues dans un [questionnaire](#) en vue d'un comptage statistique pour faciliter le [dépouillement](#) de l'[enquête](#).

Verbes : codifier, pré-codifier.

## COEF

Abréviation courante de "coefficient" dans le langage des [chargés d'études](#).

## COEUR DE CIBLE

Voir au mot [cible](#).

## COLIS-ÉPARGNE

Outil promotionnel consistant à offrir au [consommateur](#) un colis-[cadeau](#) par accumulation de [points](#) obtenus à l'occasion d'[achats](#).

## COLLÉ

Assorti, harmonieux, dont les couleurs vont bien ensemble.

## COLLE CAOUTCHOUC

Colle spéciale utilisée par les [graphistes](#) pour monter les [documents](#) et permettant de décoller et recoller si nécessaire. Appelée parfois : [gutta](#).

## COLLECTION

Outil de [promotion des ventes](#). Les collections d'[images](#), de [vignettes](#), de [points](#), de [porte-clés](#) sont la base d'opérations promotionnelles.

## COLLECTIVE (PUBLICITÉ)

[Publicité](#) en faveur d'une profession, d'une corporation, d'un groupement d'intérêt collectif (le beurre, la pêche, le chauffage au fuel, ...).

## COLOMBIER

[Format](#) de [papier](#) : 60x80 cm, surtout utilisé pour les [affiches](#).

## COLONNE

Fraction de [page](#) divisée en deux ou plus dans laquelle la [composition](#) des textes et les éventuelles [illustrations](#) sont séparées par des [blancs](#) ou des [filets](#).

## COLONNE MORRIS

[Kiosque](#) servant principalement à l'[affichage](#) des spectacles. Ce type de [mobilier urbain](#) essentiellement parisien porte le nom de son créateur à la fin du siècle dernier.

## COLOR FINDER

Mot anglais. Carte de coloris permettant de choisir des couleurs d'[encres](#) référencées chez un fabricant donné.

## COLORISATION

Procédé technique permettant la mise en couleur de [films cinématographiques](#) tournés en noir et blanc.

## COLOR KEY

Nom de [marque](#). [Film](#) coloré permettant d'obtenir des combinaisons de couleurs à partir d'un [document](#) en noir et blanc. Le document ainsi transformé devient un [original](#) en couleur.

## COMEX

Sigle : COMmunication EXTérieure

Organisme ayant pour but la [promotion](#) de l'[affichage](#) sous toutes ses formes en tant que [média](#), notamment par l'organisation de [salons](#) professionnels.

## COMITÉ DE LA COMMUNICATION PUBLICITAIRE

Comité créé au sein du [C.S.A.](#) pour vérifier la conformité des [scénarios](#) et [spots](#) publicitaires avec les règles et règlements en vigueur.

## COMMERÇANT

1. Nom : professionnel de la [vente](#).
2. Adjectif : qualifie une attitude, un comportement intelligent et aimable de la part d'un [vendeur](#).

## COMMERCE

1. Echange de [marchandises](#).  
Activité économique qui consiste à acheter pour revendre.
2. Relations entre individus.

## COMMERCE ASSOCIÉ

Qui assure à la fois les fonctions de [grossiste](#) et de [détaillant](#) et réunit des entreprises individuellement indépendantes.  
Exemple : [chaînes](#) volontaires de détaillants, groupements d'achat.

## COMMERCE CONCENTRÉ

Qui réunit les fonctions de [gros](#) et de [détail](#). Voir aussi à [commerce intégré](#) (ou grand commerce).

## COMMERCE DE DÉTAIL

Voir au mot [détaillant](#).

## COMMERCE DE GROS

Voir au mot [grossiste](#).

## COMMERCE (ou MAGASIN) DE PROXIMITÉ

Désigne un [magasin](#) de [détail](#) situé dans une zone d'habitation (par opposition aux [grandes surfaces](#) situées à la périphérie des agglomérations) dont l'[assortiment](#) est limité et les [prix](#) plus élevés.  
Voir aussi : [convenience store](#) et [magasins de proximité](#)

## COMMERCE EN LIGNE

Vente de marchandises et de services proposés sur [Internet](#). **COMMERCE INDÉPENDANT**

[Détaillants](#) juridiquement indépendants ayant souvent une structure familiale, parfois non-sédentaires ([forains](#)).

## COMMERCE INTÉGRÉ

ou "grand commerce". Qui assure à la fois les fonctions de [grossiste](#) et de [détaillant](#).

Exemples : les [grands magasins](#), les [magasins populaires](#).

## COMMERCIAL

Substantif.

1. Dans une [agence de publicité](#) (ou de [promotion](#)), responsable chargé de la [stratégie](#) (par opposition aux cadres responsables de la [création](#)). Dans toute entreprise de service commercial (parfois synonyme de [vendeur](#)).

2. Mot américain de moins en moins employé en France pour désigner un [spot](#) publicitaire de [télévision](#).

## COMMERCIALISATION

Action de [commercialiser](#).

Parfois utilisé à la place de [marketing](#) (à tort).

## COMMERCIALISER

Mettre un [produit](#) dans les circuits permettant de l'acheminer jusqu'à son [acheteur](#).

## COMMERCIOQUE

Néologisme lancé par des professionnels de la [distribution](#) pour désigner la gestion informatique des entreprises commerciales.

## COMMETTANT

Celui qui charge un autre de ses intérêts.

## COMMISSION (D'AGENCE)

ou "comm". Mode de rémunération traditionnel en [publicité](#). La commission (fréquemment de 15 %) est calculée sur l'[achat d'espaces](#) et versée directement par les [supports](#) aux [agences-conseil](#) (son montant est

inclus dans les [tarifs](#)). Elle s'ajoute également aux prestations diverses effectuées par ces dernières pour le compte des [annonceurs](#).  
Voir aussi : [honoraires](#) (autre forme de rémunération).

## COMMUNICATEUR

Professionnel sachant [communiquer](#).  
Exemple : le président Reagan, "grand communicateur".

## COMMUNICATION

"Mot valise" qui depuis deux décennies a pris une multitude de sens puisqu'il s'applique aussi bien au chemin de fer qu'à la [télématique](#) et qu'il a été récupéré par la [publicité](#) au point même de remplacer ce mot (qui remplaça jadis le mot "[réclame](#)"). Sa définition de base reste : action de transmettre quelque chose à quelqu'un.  
Verbe : communiquer.

## COMMUNICATION GLOBALE ou TOTALE

Concept remis au goût du jour et recouvrant le [service complet](#) que peut apporter une [agence-conseil](#) à un [annonceur](#) aussi bien en [publicité](#) qu'en [promotion des ventes](#), [sponsoring](#), [packaging](#), [relations publiques](#), [marketing direct](#), [publicité institutionnelle](#), ...  
En américain, l'expression "global communication" s'applique aux campagnes mondiales.

## COMMUNICATION INTERNE

Ensemble des actions concertées d'[information](#) exercées à l'intérieur d'une entreprise. Appartient au domaine des [relations publiques](#).

## COMMUNICATION (MINISTÈRE DE LA)

Ministère de la Culture et de la Communication

3, rue Valois  
75 001 PARIS

Tel. : 01 40 15 80 00  
Internet : [www.culture.fr](http://www.culture.fr)

## COMMUNICATION SOCIALE

Ensemble des actions concertées d'[information](#) exercées en direction des citoyens sur des thèmes d'intérêt général : prévention, santé publique, ... dans le but d'intérêt collectif. Ces actions sont principalement le fait de l'Etat lui-même ou d'organismes publics ou para-publics.

Ne pas confondre avec [propagande](#).

## COMMUNICATION (SYSTÈME DE)

Voir à [système de communication](#).

## COMMUNIQUÉ

1. [Annonce](#) de caractère strictement [rédactionnel](#).
2. Mention ajoutée par certains [supports](#) pour signaler qu'un texte [illustré](#) ou non est une [publicité](#) payée et non un article de la responsabilité du [journal](#).

## COMMUNIQUER

Parfois employé restrictivement au sens de faire de la [publicité](#).

## COMPARATIVE (PUBLICITÉ)

Citation de [marque\(s\)](#) concurrente(s) dans un [message](#) publicitaire pour faire apparaître leurs insuffisances. Ce type de publicité est interdit en France malgré quelques tentatives et une certaine bienveillance des pouvoirs publics.

## COMPENSÉE (PUBLICITÉ)

Appellation autrefois utilisée pour désigner la publicité autorisée sur les [antennes](#) nationales de radiodiffusion et sur les [chaînes](#) nationales de [télévision](#) (il s'agissait principalement de publicité [collective](#) ou d'Etat).

## COMPET'

Abréviation familière pour [compétition](#). Désigne une [campagne spéculative de publicité ou de promotion](#) effectuée par une [agence](#) mise en

concurrence avec d'autres par un [annonceur](#) en vue d'une collaboration future.

## COMPÉTITEUR

Concurrent, participant à une [compétition](#).

## COMPÉTITION

1. [Concurrence](#)
2. [Concours](#).
3. Voir à [compet'](#).

## COMPLÉMENTAIRE (COULEUR)

Se dit d'une couleur qui, mélangée à une autre, donne théoriquement un noir (pratiquement un brun rouge très foncé).

## COMPORTEMENT

Manière d'être et d'agir, manifestation objective des activités d'un individu.

## COMPOSANTE

Élément simple, isolable d'un ensemble.  
Exemple : les composantes du [marketing mix](#).

## COMPOSER

Voir à [composition](#).

## COMPOSITION (TYPOGRAPHIQUE)

Assemblage des [caractères](#) à partir d'une [copie](#).  
Verbe [composer](#) (un texte).

## COMPOSTEUR

En [typographie](#), outil permettant d'assembler les [caractères](#) d'une [ligne](#) ou de plusieurs lignes et de les [justifier](#) en disposant des blancs entre les mots.

## COMPTE

Synonyme de [budget](#) pour certains professionnels adeptes du français (en américain : account).

## COMPTE-FILS

Loupe enchâssée dans une monture pliable et permettant d'examiner les détails d'une [impression](#), d'un [cliché](#), d'un [film](#).

## COMPTOIR

Mobilier de [magasin](#) servant notamment à présenter de la [P.L.V.](#) : [présentoirs](#), [tableautins](#), [ramasse-monnaie](#), ...

## CONCEPT

Idée abstraite, représentation symbolique verbale.

## CONCEPTEUR-RÉDACTEUR

ou "idea man". A l'intérieur d'une [agence de publicité](#) ou de [promotion](#), personne chargée de rechercher les idées et les [concepts](#), et de rédiger les textes de toute nature pour atteindre les [objectifs de communication](#) fixés. Le concepteur-rédacteur appartient aux services de [création](#) et travaille généralement en team avec un [directeur artistique](#).

## CONCERTÉS (PRODUITS)

A la suite du succès des [produits libres](#), a désigné des [produits](#) sans [marque](#) de qualité inférieure fabriqués à la demande des [distributeurs](#) pour être vendus à bas prix dans leurs [magasins](#).

## CONCESSIONNAIRE

Intermédiaire commercial qui a reçu un droit exclusif de [vente](#), fréquent en [publicité](#) pour la vente d'[espace](#) en [affichage](#), [presse](#), et autres [médias](#).

## CONCOURISTE

Nom donné à une personne appartenant à une association dont tous les membres réunissent leurs efforts pour participer aux [concours](#), en particulier aux concours publicitaire et promotionnels.

## CONCOURS

Technique de [promotion des ventes](#) consistant en un [jeu](#) faisant appel à la sagacité des participants et pouvant légalement, de ce fait, être liée à une [obligation d'achat](#). On dit indifféremment concours publicitaire ou concours promotionnel.

## CONCURRENCE DÉLOYALE

La [publicité](#) abusive ou mensongère, le [dénigrement](#) constituent un acte de concurrence déloyale qui peut donc être sanctionné par la loi.

## CONDITIONNEMENT

1. [emballage](#), [packaging](#), [habillage](#).
2. Le fait d'emballer un [produit](#) ou un ensemble de produits
3. Action de provoquer artificiellement des réflexes ([réflexes conditionnés](#)), susciter des [habitudes](#), des [comportements](#) chez une personne ou dans un groupe social.

Verbe: conditionner

## CONDUCTEUR

Ouvrier assurant la conduite d'une machine à [imprimer](#).

## CONFIANCE (INTERVALLE DE)

[Fourchette](#) entre deux chiffres indiquant la marge d'erreur possible du résultat annoncé. Estimation statistique de la probabilité d'un résultat de [sondage](#).

## CONNOTATION

Charge émotionnelle et évocatrice d'un mot, d'un terme.  
Verbe : connoter.

## CONSEIL

1. Professionnel (individu ou firme) apportant sa compétence contre rémunération à une entreprise. Exemple : [agence-conseil en publicité](#) (on dit parfois simplement "conseil en publicité", "conseil en relations publiques"). synonyme : [consultant](#).
2. Le service fourni lui-même. synonyme : [consulting](#).

## CONSEIL EN STRATÉGIE

Voir au mot [lobbying](#).

## CONSERVATION (LONGUE)

En [affichage](#), durée garantie de maintien en bon état des [affiches](#) ou [panneaux](#) mis en place.

## CONSERVE

Terme d'[imprimerie](#). [Composition](#) mise en réserve pour être réutilisée.

## CONSOMMABLES

Fournitures de l'ordinateur : [papier](#), rubans, disquettes, [étiquettes](#) de [mailing](#), ...

## CONSOMMATEUR

La [cible](#) finale du [producteur](#) et donc du [publicitaire](#) est celui qui consomme (consume, détruit) le [produit](#).

## CONSOMMATION

ou "[consommérisme](#)". Utilisation des [biens](#) et [services](#), usage et destruction des [produits](#).

## CONSOMMATIQUE

Néologisme qui ne semble pas avoir trouvé droit de cité pour désigner l'ensemble des actions et démarches prenant en considération le [consommateur](#).

## CONSOMMATION

Equivalent proposé pour [consumérism\(e\)](#) mais pratiquement inconnu. La proximité de prononciation avec [consommation](#) lui laisse peu de chance de s'implanter.

## CONSOMMATISME

Synonyme de [consommation](#), peu usité.

## CONSTANTE PUBLICITAIRE

Élément visuel, rédactionnel ou sonore utilisé de manière permanente dans tous les [messages](#) d'une même [marque](#) : [slogan](#), [personnege-type](#), [logo](#), couleurs, [jingle](#), ...

## CONSULTANT

Mot américain. Personne ou entreprise fournissant des [conseils](#).  
Synonyme : [conseil](#)

## CONSULTATION

Démarches au cours desquelles un [annonceur](#) recherche l'[agence-conseil](#) qui lui conviendra le mieux pour une collaboration future.

## CONSULTING

Mot américain.  
Fourniture de conseils. Travail du [consultant](#).

## CONSUMÉRISM(E)

Mouvement ou attitude en faveur des [consommateurs](#) pour défendre leurs intérêts face aux [producteurs](#), aux [distributeurs](#) et aux [publicitaires](#).  
Adjectif : consommériste

## CONTACT

1. Unité de mesure des personnes touchées (ou susceptible de l'être) par un [support](#), un [message](#) ou une [campagne de publicité](#). On appelle "contact utile" les personnes touchées appartenant à la [cible](#) visée. Personne assurant le contact entre deux entités. Par exemple: le [chef de publicité](#) est le contact entre l'[agence](#) et l'[annonceur](#).

## CONTACT (PLANCHE DE)

Premier [tirage](#) de [négatifs photographiques](#) avant même leur découpage, qui permet une sélection rapide des vues utilisables.

## CONTENANT RÉUTILISABLE

[Emballage](#) d'un [produit](#) pouvant ensuite servir à un autre usage. Exemple : verre à moutarde, baril de lessive devenant un seau...

## CONTEXTE RÉDACTIONNEL

Ensemble des articles d'un [journal](#), d'une [revue](#) dégageant un [style](#), une politique, un [positionnement](#) et formant une sorte de cadre psychologique dans lequel se situera une [insertion](#) publicitaire. L'effet de cette dernière pourra s'en trouver influencée positivement ou négativement.

## CONTINU (EN)

[Impression](#) sur [presses rotatives](#) alimentées en [papier](#), en [bobines](#). S'oppose à impression à la [feuille](#).

## CONTRASTE

Opposition des couleurs ou des [noirs et blancs](#) dans une [photo](#), une [illustration](#).

## CONTRAT TYPE

Modèle de contrat préétabli pour fixer les relations entre un [annonceur](#) et une [agence-conseil](#).

## CONTRE-COLLAGE

Opération de collage de deux [feuilles](#) (généralement [papier](#) sur [carton](#), ou carton sur carton) l'une contre l'autre.

Verbe : contrecoller / machine : contrecolleuse

## CONTREFAÇON

Reproduction frauduleuse d'un objet ou d'une [marque](#).

## CONTREMARQUE

ou "sous-marque".

Ticket remis à un spectateur s'absentant d'un spectacle, à l'entr'acte par exemple, pour lui permettre de rentrer.

Parfois synonyme de "[sous-marque](#)" ou de "[marque de distributeur](#)".

Chez certains [distributeurs](#) ([magasins populaires](#) spécialement) nom donné au [point de vente](#) membre de la [chaîne](#).

## CONTRE PUBLICITÉ

Publicité à effet négatif ; effet négatif sur une [image de marque](#).

## CONTRE TEXTE

Surface publicitaire accolée à des éléments rédactionnels dans une [page](#) imprimée. On dira face texte si l'[annonce](#) est située sur la page voisine.

## CONTRETYPE

[Cliché](#) négatif inversé ou copie d'une [épreuve](#) ou d'une [photographie](#).

Verbe : contretyper

## CONVENIENCE STORE

Formule américaine utilisée pour désigner un [magasin](#) à l'[assortiment](#) limité mais situé à proximité des lieux d'habitation (voir aussi : [commerce](#) ou [magasin de proximité](#)) et dont les [prix](#) sont plus élevés que dans les [supermarchés](#) ou les [hypermarchés](#). Les "convenience stores" ne vendent pas de produits alimentaires.

Equivalent français proposé : [bazarette](#)

## CONVENTION

Réunion importante des [vendeurs](#) d'une entreprise, à l'occasion par exemple d'un [lancement](#) de [produit](#).

## CONVERTIR

Transformer une intention d'achat, ou la participation à un jeu, ou une demande d'[information](#) ou d'[échantillon](#) en achat effectif.

## CONVICTION

La conviction est l'impression qu'éprouve le [récepteur](#) d'un [message](#) de la valeur ou de la vérité de celui-ci. Elle peut être de nature rationnelle ou irrationnelle. La publicité a pour but de créer la conviction par l'[argumentation](#) et/ou la [séduction](#).

Verbe : convaincre / synonyme: persuader, persuasion.

## COOPÉRATION COMMERCIALE

Assistance financière, publicitaire ou promotionnelle apportée par les [producteurs](#) aux [distributeurs](#) pour que ces derniers fassent la [promotion](#) de leurs [marques](#).

Voir à [marge arrière](#).

## COOPÉRATIVE DE CONSOMMATION (COOP)

Système de [distribution](#) créé au XIX<sup>e</sup> siècle constitué par des actionnaires et supprimant le profit capitaliste. Par extension, système de distribution des collectivités (administration, grandes entreprises ... ). Abréviations : COOP / Voir aussi : [SUCC et COOP](#).

## COOP-MAILING

ou "bus-mailing"

Anglais.

[Mailing](#) comprenant l'offre de plusieurs [produits](#) dans le même envoi.

## COORDONNÉES

Éléments qui servent à déterminer un point sur un [graphique](#). Par extension : adresse d'un individu ou d'une firme.

## COPIE

1. Texte manuscrit ou dactylographié destiné à être remis à la [composition](#). "Copie-copie": lecture de correction [typographique](#) consistant à vérifier la conformité de la composition par rapport à la copie.
2. [Tirage](#) d'un [film cinématographique](#) destiné à la [diffusion](#) dans les salles.

## COPIE STANDARD

Première copie d'un [film](#) cinématographique définitif comportant sur une seule bande l'[image](#) et le [son](#). Comparer avec [bande son](#).

## COPY

Mot anglais.

Souvent employé pour "texte". On dit aussi parfois la copie.

## COPY PLATFORM

Terme anglais. Synonyme de [copy strategy](#). Traduction proposée par les pouvoirs publics : [base de campagne](#).

## COPY RIGHT

Droit de reproduction des oeuvres littéraires, artistiques et musicales.

Indiqué en [publicité](#) par la lettre "C" placé dans un cercle après un nom de [marque](#) : ©

## COPY STRATEGY ou COPIE STRATÉGIE

Sorte de cahier des charges d'une [campagne de publicité](#) résumant la [promesse](#) de la [communication](#), les [arguments](#), les preuves, les points d'[image](#) à créer ou à développer, la [tonalité](#) des [messages](#), les contraintes et impératifs particuliers. C'est un outil de travail de base auquel se réfèrent toutes les parties prenantes chez l'[annonceur](#) comme à l'[agence](#). L'emploi de cette méthode connaît de multiples variantes et se trouve même parfois contestée.

Synonyme : [copy platform](#), [base de campagne](#)

## COPY TESTING

Technique d'étude destinée à s'assurer de la compréhension, de la valeur d'[attention](#) et de [mémorisation](#), de la [crédibilité](#) et de l'[intérêt](#) d'un [message](#) publicitaire.

## COQUILLE

1. Erreur [typographique](#) : erreur de lettre ou de [signe](#).
2. Format de [papier](#) (44x56 cm).

## CORNER

Ensemble de mobilier de présentation de [marchandises](#) dans un [magasin](#) de [grande surface](#) et constituant un [rayon](#) consacré à une catégorie de [produits](#).

## CORPORATE (PUBLICITÉ)

ou "corporate communication". Publicité destinée à mettre en valeur une firme, une entreprise et non une [marque](#) ou un [produit](#). Proche de [publicité institutionnelle](#) et de [relations publiques](#).

## CORPS

Dimension en hauteur d'un [caractère typographique](#) (mesure exprimée en [points didots](#)).

## CORPUS

Recueil de pièces et [documents](#) sur un sujet donné.

## CORRECTIONS D'AUTEUR

Modifications apportées après [composition](#) d'un texte par son auteur lui-même et entraînant pour l'[imprimeur](#) des corrections plus ou moins onéreuses dont il n'est pas responsable.

## CORRELATION (COEFFICIENT DE)

Expression statistique de la liaison entre deux variables, entre deux phénomènes qui varient l'un en fonction de l'autre.

## CORRESPONDANCE (VENTE PAR)

Voir à [V.P.C.](#)

## COSMÉTIQUE

Sens figuré (adjectif) : permettant une amélioration artificielle.

# C

---

## CÂBLE

ou câblo-diffusion

Système de transmission télévisuel dans lequel des signaux représentant l'information sonore et visuelle sont transportés par câble.

On dit aussi: "[réseau](#) câblé"

## CACHE

[Papier](#) ou [carte](#) découpé servant à cacher une partie d'un [document](#) ne devant pas être reproduite ou à constituer une fenêtre ou un [cadre](#) autour d'un document ou d'une partie de document.

## CACHE-CONTRE-CACHE

En [cinématographie](#), technique de [trucage](#) permettant d'obtenir certains [effets spéciaux](#).

Par exemple : scène animée incluse dans une autre scène animée.

## CADDIE

[Marque déposée](#) servant à désigner un chariot métallique mis à la disposition du [client](#) dans les [magasins](#) en [libre-service](#).

## CADEAU PUBLICITAIRE

Outil de [promotion des ventes](#) pouvant aller du simple [objet publicitaire](#) ou [gadget](#) jusqu'à un objet plus important. La remise de cadeaux est fortement réglementée (législation sur les [primes](#)).

Existe aussi "cadeau d'affaire" : donné en remerciement à une relation d'affaires.

## CADENCIER

[Document](#) de comptage des stocks utilisé dans la [distribution](#) par le responsable d'un [rayon](#) et lui permettant de connaître et de suivre les [ventes](#) d'un [article](#).

## CADRAGE

Délimitation d'un sujet lors d'une [prise de vue](#).  
Verbe : cadrer

## CADRATIN

En [typographie](#) : valeur de [blanc](#) dans le retrait d'une [ligne composée](#) en [alinéa](#).

Les blancs multiples des cadratins sont des cadrats, les blancs sous-multiples sont des demi-cadratins.

## CADRE

Encadrement réalisé autour d'un texte à l'aide de [filets](#) pour le faire ressortir, ou d'une [illustration](#) pour l'isoler ou la mettre en valeur.

## CADREUR

Mot français adopté pour caméraman.

## CAHIER

1. [feuille imprimée](#) pliée plusieurs fois et formant ainsi un ensemble de plusieurs [pages](#) dont l'[assemblage](#) avec d'autres [cahiers](#) constituera une [brochure](#).

2. Dans un [magazine](#), une [revue](#), désigne l'ensemble des [pages](#) à très forte densité publicitaire groupées au début et à la fin de la [publication](#) (cahier de tête et cahier de queue).

## CAHIER DES CHARGES

Ensemble de données et d'instructions présenté sous forme écrite et remis pour [étude](#) d'un problème donné (demande de devis, de [plan de campagne](#) de publicité,...).

Voir aussi au mot : [brief](#)

## CAILLEBOTIS

[Panneau](#) constitué de lattes de bois parfois utilisé en [P.L.V.](#) .

## CAISSON LUMINEUX

Matériel de [P.L.V.](#) incorporant une source lumineuse.

## CALAGE

Opération de mise en place sur une machine à imprimer de la [forme imprimante](#). Exemple : en [offset](#), fixation de la [plaque](#) offset sur le [cylindre](#) porte-plaques.

Verbe : caler (sur machine)

## CALANDRE

Ensemble de [cylindres](#) outre lesquels le [papier](#) nouvellement fabriqué est laminé (pour être [satiné](#) ou [glacé](#)).

Verbe : calandrer / action de calandrer : calandrage

## CALIBRAGE

Calcul du nombre de lettres, de signes, d'espaces pouvant prendre place dans une [ligne](#) de texte à imprimer et du nombre de lignes qu'occupera ce texte.

Verbe : calibrer (un texte).

## CALIFORNIEN

Adjectif.

A la fois efficace et agréable (jargon de [publicitaire](#)).

## CALENDRIER D'INSERTIONS

Tableau établi par le [média-planner](#) et donnant avec précision les dates auxquelles doivent être diffusés les [messages](#) publicitaires.

## CALICOT

Bande de toile portant une inscription publicitaire.

## CALLIGRAPHIE

Art de bien former les [caractères](#) d'une écriture.  
En publicité, la calligraphie peut véhiculer des [connotations](#).  
Verbe : calligraphier

## CALQUE

[Maquette](#) ou dessin sur [papier](#) translucide.

## CAMELOT

[Vendeur forain](#) souvent excessivement bavard et offrant une [marchandise](#) de qualité inférieure ([camelote](#)).

## CAMELOTE

[Marchandise](#) de mauvaise qualité.

## CAMPAGNE DE PUBLICITÉ

ou campagne publicitaire.  
Coordination raisonnée et planifiée de l'ensemble des actions destinées à transmettre une [information motivante](#) à une [cible](#) déterminée dans le cadre d'un [budget](#) fixé.  
Voir aussi "[cybercampagne](#)"

## CAMPAGNE SPÉCULATIVE

Voir "[spéculative](#)".

## CANAL DE COMMUNICATION

Système de passage matériel entre l'émission d'un [message](#) et sa réception par le destinataire.

## CANAL DE DISTRIBUTION

Ensemble des éléments d'un système de [distribution](#) par lequel s'effectue la [commercialisation](#) d'un [produit](#).

Voir aussi : [circuit](#), [réseau](#).

## CANNIBALISER

Déplacer la [part de marché](#) d'un [produit](#) ou d'une [marque](#) d'une même entreprise, d'un même [annonceur](#) au profit d'un autre produit ou d'une autre marque du même annonceur.

## CANON À IMAGES

Projecteur de grande taille utilisé pour des spectacles [audio-visuels](#) de grande envergure.

## C.A.O.

Sigle : Conception Assistée par Ordinateur

[Création](#) de [graphismes](#) à l'aide d'ordinateurs, [production](#) d' [images de synthèse](#)

## CAPITALE (lettre)

[Majuscule](#). Par opposition à [bas de casse](#) ([minuscule](#)).

Abréviation : "cap".

## CARACTÈRE

1. Psychologie : manière habituelle et constante de réagir propre à chaque individu.
2. Marque ou signe distinctif.
3. Signe gravé ou écrit, élément graphique d'une écriture. En [typographie](#), élément métallique portant une lettre, un chiffre, un symbole... (caractère d'[imprimerie](#)).

## CARAVANE

Ensemble de véhicules automobiles décorés publicitairement au nom de une ou plusieurs [marques](#) et se déplaçant à l'occasion d'évènements commerciaux ou sportifs (exemple: le Tour de France).

## CARITATIVE (PROMOTION)

Cet adjectif accolé à "association" et, ici, à "[promotion](#)", a remplacé dans le langage contemporain l'adjectif "charitable".

Voir "[charity promotion](#)".

## CARRÉ

1. [Format](#) de [papier](#) : 45x56 cm
2. Est dite "au carré" toute opération de [photogravure](#), de "[retouche photographique](#)" ne nécessitant pas de supprimer le fond autour d'une silhouette.
3. On dit "dos carré" pour définir la tranche plate de [brochage](#) d'une [plaquette](#) ou d'un [magazine](#) obtenue par collage des [cahiers](#).
4. Une [composition](#) est "au carré" lorsque les [alinéas](#) ne sont pas marqués par un décrochement à gauche.

## CARRÉ BLANC

Signe conventionnel au demeurant rectangulaire qui de 1960 à 1974 apparaissait au bas de l'écran de [télévision](#) lorsque l'[émission](#) était déconseillée aux enfants.

## CARRÉ LATIN

Tableau de nombres disposés de façon qu'aucun n'apparaisse deux fois dans la même [ligne](#) ou la même [colonne](#). Utilisé en [études de marché](#) pour la constitution des [échantillons](#).

## CARROUSEL (méthode du)

[Pré-test](#) d'[affiche](#) publicitaire consistant en la projection d'affiches mélangées à des scènes de rue.

## CARTE

[Carton](#) léger composé de [feuilles](#) collées entre elles. Noter la carte à gratter (ou carte de grattage) employée par les [graphistes](#) et qui permet d'effectuer des corrections par grattage à l'aide d'un [cutter](#) ou d'un [vaccinostyle](#).

## CARTE ACCRÉDITATIVE

Ancienne appellation du [titre intermédia](#).

## CARTE DE FIDÉLITÉ

Élément imprimé remis aux [clients](#) occasionnels pour, sur la promesse d'avantages liés à la possession de la carte, s'assurer une certaine fidélité de leurs [achats](#).

## CARTE DE VISITE (ANNONCE)

[Annonce](#) ne comportant que le nom et l'adresse de l'[annonceur](#).

## CARTE-RÉPONSE

Carte imprimée située dans un [mailing](#) dont le libellé a été préparé pour être complété à la main par la personne qui répond à une [offre de vente](#), à une [enquête/sondage](#), à un [jeu-concours](#), à une proposition de documentation, ...

## CARTE T

Carte postale spéciale (ou enveloppe de lettre) éditée avec l'accord préalable des P.T.T. et dont le port est payé à la réception par le destinataire. Ce système est utilisé couramment en [marketing direct](#) et en [V.P.C.](#) puisqu'il permet la gratuité de port au [client](#).

## CARTON

[Feuille](#) assez épaisse d'au moins 224 grammes/m<sup>2</sup> et constituée d'une [pâte à papier](#) plus ou moins grossière.

## CARTONNAGE

Élément en [carton](#) (par exemple : matériel de [P.L.V.](#)).

## CARTONNER

Dans l'argot des [vendeurs](#) de [produits](#) de [grande consommation](#) : vendre au forcing le plus grand nombre d'unités possible sans se préoccuper de l'écoulement ultérieur et des [besoins](#) réels du [marché](#).

## CARTOUCHE

Nom masculin.

Emplacement [encadré](#) dans un ensemble [graphique](#).

## CAS DE FIGURE

Hypothèse.

## CASE SHOPPING

Emplacement réservé dans un [magazine](#) pour recevoir des [annonces](#) de petit [format](#) généralement constituées d'une [photographie](#) et d'une légende, le tout ayant l'aspect "[rédactionnel](#)".

## CASH AND CARRY

Entrepôt de [grossistes](#) (et système de vente) dans lequel les [détaillants](#) viennent s'approvisionner eux-mêmes et paient comptant la [marchandise](#) emportée.

## CASH REFUND OFFER

Formule américaine pour désigner la technique promotionnelle de l'[offre de remboursement](#).

## C.A.S.P.

Sigle : Centre d'Action Sociale de la Publicité.

Service social de la Fédération Nationale de la publicité, [agences](#) et [conseils](#) en [publicité](#).

40, boulevard Malesherbes

75 008 PARIS

Tel : 01 47 42 10 63

## CASSE

Boîte divisée en casiers destinés à recevoir les différents [caractères d'imprimerie](#).

## CASSEUR DE PRIX

Distributeur ayant pour habitude de vendre systématiquement à très bas prix.

## CASTING

Mot anglais.

Distribution (pour un film cinématographique ou une pièce de théâtre).  
Par extension, recherche et choix des modèles ou mannequins pour une prise de vue publicitaire.

## CATACHRÈSE

Figure de rhétorique qui consiste à utiliser un mot hors de son sens littéral: conseil pour agent de publicité, bras droit pour adjoint, ...

## CATALOGUE

Recueil imprimé, souvent illustré, énumérant les produits proposés par une firme à son client, servant de support à la vente et donnant leurs caractéristiques, prix et conditions de vente.

## C.A.T.I.

Système informatique d'interviews assistées par ordinateur qui, dans les enquêtes par téléphone permet une lecture directe du questionnaire par les enquêteurs et la saisie immédiate des réponses.

## C.B.

Sigle : Citizen Band (expression américaine).

Bande de fréquence utilisée pour des relations radiophoniques entre particuliers à l'aide d'un émetteur / récepteur fixe ou mobile. Ses adeptes sont appelés "cibistes". L'administration recommande l'emploi du terme: bande publique.

## C.C.I.

Sigle : Chambre de Commerce Internationale  
Voir aujourd'hui : le [C.F.C.C.I.](#)

### C.C.P.S.

Sigle : Centre de Contrôle du lectorat de la Presse Spécialisée.  
Organisme interprofessionnel constitué d'[annonceurs](#), d'[agences de publicité](#) et d'[éditeurs](#) de [presse](#) spécialisée crée pour effectuer des [études qualitatives](#) du [lectorat](#) des [supports](#) de la presse spécialisée.

40, boulevard Malesherbes  
75 008 PARIS  
Tel : 01 47 42 72 51

### C.D.

Sigle : Compact Disc (ou disque)  
[Support](#) utilisé pour le stockage de données numérisées.

### C.D.-ROM

Compact Disc (ou disque) - Read Only Memory  
Disque compact inscriptible une seule fois. Utilisé en informatique.

### CELLO

De "[cellophane](#)" (nom de [marque déposée](#)). [Epreuve typographique tirée](#) sur pellicule transparente.

### CENTRALE D'ACHATS

Organisme de [commerce de gros](#) regroupant les achats de plusieurs établissements. Existe aussi en [publicité](#) pour l'[achat d'espaces](#).

### CENTRE COMMERCIAL

Ensemble de [magasins](#) divers et indépendants réunis dans un lieu affecté au [commerce](#) et régi de manière unitaire.

### CENTRE D'INTÉRÊT

[Concept](#) permettant d'affiner les [cibles](#) en établissant une [typologie](#) plus fouillée des individus à partir des domaines ou des choses auxquels ils s'intéressent (par exemple : un sport donné, tel type de musique, collection de tel objet, ...)

## CEP

Sigle : Chambre Economique de la Publicité.  
Organisme interprofessionnel constitué d'[annonceurs](#), d'[agences de publicité](#) et de [médias](#) sous forme d'un club de réflexion sur tous les grands problèmes intéressant la [publicité](#).

## C.E.S.P.

Sigle : Centre d'Etude des Supports de Publicité.  
Organisme interprofessionnel regroupant [annonceurs](#), [agences de publicité](#) et [médias](#) pour réaliser de grandes [enquêtes](#) sur l'[audience](#) des médias utilisées pour l'élaboration du [média-planning](#).

136, Boulevard Haussmann  
75 008 PARIS  
Tel : 01 42 89 12 26  
Fax : 01 42 89 12 25

## C.E.S.S.I.M.

Sigle : Centre d'Études Sur les Supports de l'Information Médicale  
Organisme regroupant [annonceurs](#), [agences](#) spécialisées et [supports](#) pour conduire des [études](#) et [enquêtes](#) sur les supports destinés à véhiculer la [communication](#) des [produits](#) médicaux et pharmaceutiques.

53, avenue Victor Hugo  
75 016 PARIS  
Tel : 01 45 01 21 37

## CESSION DE MARQUE

Vente (totale ou partielle) de la [marque](#).

## C.F.C.C.I.

Sigle : Comité Français de la Chambre de Commerce Internationale  
Important organisme réunissant les chambres de commerce et d'industrie de différents pays. Cet organisme a édicté des règles de déontologie concernant la [publicité](#).

9, rue d'Anjou  
75 008 PARIS  
Tel : 01 42 65 12 66  
Fax : 01 49 24 06 39  
Internet : [www.iccwbo.org](http://www.iccwbo.org)

## CHAÎNE

1. Réseau de [télévision](#) ou de [radio](#).
2. Réseau de [magasins](#) portant la même [enseigne](#) (chaîne volontaire) ou appartenant au même groupe financier.
3. Réseau de diffusion de [messages](#) sonores dans des magasins appartenant à une chaîne (par exemple : chaîne sonore dans les magasins Monoprix).
4. Réseau de [vitrines](#) pouvant recevoir un même [étalage](#)

## CHALANDISE

Ensemble des [achats](#) effectués par une population en un endroit donné. La "[zone de chalandise](#)" est le territoire sur lequel se trouvent les [clients](#) potentiels d'un [commerçant](#), d'une entreprise ou d'un [point de vente](#).

## CHAPEAU

Court texte [composé](#) en [caractères](#) de taille moyenne et figurant en tête d'un article de [presse](#) ou d'un texte publicitaire.

## CHARGE

Matière autre que la cellulose entrant dans la composition d'une [pâte à papier](#).

## CHARGÉ D'ÉTUDE

Personne chargée d'un dossier à suivre. Cette fonction est courante dans les cabinets d'[études de marché](#).

## CHARIOT

Voir "[caddie](#)"

## CHARISME

Influence (rayonnement ascendant) exercée par une personnalité exceptionnelle.

Adjectif : charismatique

## CHARITY PROMOTION

Formule anglo-saxonne pour désigner les opérations de [promotion des ventes](#) s'appuyant sur une action en faveur d'une oeuvre charitable ou une organisation [caritative](#).

Exemple : X centimes versés à telle oeuvre par unité de [produit](#) vendue. On dit parfois "promotion [caritative](#)".

## CHARME (PRESSE DE)

Type de [magazines](#) largement [illustrés](#) de [photographies](#) érotiques, voire pornographiques.

## CHART ou CHARTE

Mot anglais employé tel quel ou francisé pour désigner des tableaux de [papier](#) ([paper board](#)) ou de [carton](#) employés dans les réunions, conférences et présentations de [campagnes de publicité](#), donnant une présentation claire du sujet.

## CHASSE

Encombrement en largeur d'un [caractères d'imprimerie](#) ou d'une [composition](#).

## CHASSER

Pour un [caractère typographique](#), occuper plus de place qu'un autre en largeur dans la [ligne](#)

Exemple : le "m" chasse plus que le "l".

## CHÂSSIS

Cadre métallique où sont serrées les [compositions typographiques](#).

## CHECK LIST

Liste de contrôle, pense-bête, aide mémoire.

## CHECK OUT

Mot anglais.

Dans la [distribution](#), caisse enregistreuse d'un [magasin](#) de [grande](#) ou [moyenne surface](#).

## CHEF DE FABRICATION

Dans une [agence de publicité](#), de [promotion](#) ou chez un [producteur](#), personne responsable de l'[édition](#) des éléments [imprimés](#) et, plus généralement, de la réalisation technique de tout élément et matériel publicitaire.

## CHEF DE GROUPE

A l'intérieur d'une [agence de publicité](#) ou d'une [agence de promotion](#), personne responsable qui dirige, fait exécuter et contrôle les [campagnes](#), opérations et [budgets](#) qui lui sont confiés. Il dispose d'une équipe de plusieurs [chefs de publicité](#) (ou [chefs de promotion](#)). Chez un [annonceur](#), c'est le chef de groupe de [produits](#) qui, aidé du [chef de produits](#), conduit la politique [marketing](#) des [produits](#) ou [marques](#) qui lui sont confiés.

## CHEF DE MARCHÉ

Sens très voisin de [chef de produits](#) avec une [connotation](#) plus [commerciale](#).

Le chef de marché a pour mission de développer les marchés dont il est chargé.

## CHEF DE MARQUE

Terme moins répandu que celui de [chef de produit](#) (ou "product manager"), avec une [connotation](#) plus publicitaire que [marketing](#). Sa tâche recouvre surtout le suivi marketing.

## CHEF DE PRODUIT

ou "product manager"

1. Chez un [producteur](#), cadre responsable de tous les éléments du [marketing mix](#) d'un [produit](#) ou d'une [marque](#), ou d'un ensemble de

produits ou de marques.

2. Chez un [distributeur](#), nom parfois donné au responsable des achats d'un ensemble de produits.

On trouve aussi les termes de [chef de marque](#), [chef de marché](#), [chef de groupe](#), [de produits](#)... , et [chef de promotion](#) dans les [agences de promotion des ventes](#) et chez certains grands [annonceurs](#).

## CHEF DE PROMOTION

ou "chef de promo"

A l'intérieur d'une [agence de promotion](#) (ou chez un [annonceur](#)), personne responsable de l'exécution et du contrôle de l'ensemble des opérations de [promotion des ventes](#) qui lui sont confiées.

## CHEF DE PUBLICITÉ

ou "chef de pub"

A l'intérieur d'une [agence de publicité](#) (ou chez un [annonceur](#)), personne responsable de l'exécution et du contrôle de l'ensemble des [campagnes de publicité](#) dont le [budget](#) lui est confié.

## CHEF DE STUDIO

Spécialiste en [arts graphiques](#) responsable de l'[exécution](#) des [maquettes](#) et des [documents](#). Il peut être assisté d'une équipe de [dessinateurs d'exécution](#) et autres spécialistes.

## CHEMIN DE FER

En [presse](#), tableau d'[imposition](#) des [pages](#) de rédaction et de [publicité](#) pour un numéro donné.

## CHÈQUE-POINTS

Outil promotionnel permettant la remise de [cadeaux](#) par accumulation de [points](#) obtenus, par exemple par des [représentants](#) à l'occasion de leur travail de [vendeur](#). Il existe aussi des chèques restaurant, ...

## CHEVALET

Pièce de [carton](#) au dos d'un [panonceau](#) de [P.L.V.](#) permettant de le maintenir en position verticale.

## CHINAGE

Méthode de [vente](#) consistant à [vendre](#) chez le [client](#) sans commande préalable et à lui remettre la [marchandise](#).

Verbe : vendre à la chine.

## CHOIX MULTIPLES

En [étude de marché](#), méthode consistant, pour chaque [item](#) d'un [test](#), à fournir une série de réponses dont le sujet interrogé doit indiquer celle qu'il juge être la bonne

## C.H.R.

Sigle : Cafés - Hôtels - Restaurants

Abréviation fréquente pour désigner ces commerces. On dit aussi [HO.RE.CA](#).

Existe aussi CBHR : Cafés - Bars - Hôtels - Restaurants.

## CHROMISTE

Spécialiste de la préparation et de la [retouche](#) des [films](#) et des [clichés](#) pour les [tirages](#) couleurs.

## CHUTES

Déchets de [papier](#) après coupe des [feuilles](#) imprimées. Voir également "[passe](#)".

## CIBISTE

Adeptes de la [C.B.](#)

## CIBLAGE

Action de [cibler](#).

## CIBLE

Partie du public que l'on veut atteindre par la [publicité](#) ou à laquelle on destine un [produit](#) (donc distinguer "cible publicitaire" et "cible [marketing](#)"). Le "cœur de cible" est constitué par le segment

potentiellement le plus à même de réagir positivement. La cible peut être soit le [consommateur](#), soit le [prescripteur](#), soit le [vendeur](#) lui-même.

## CIBLER

Délimiter la [clientèle](#) d'un [produit](#), d'une [marque](#).

Chercher à lui faire correspondre un [message](#), une [argumentation](#), voire un [produit](#) à une [cible](#) donnée.

## CICÉRO

Mesure [typographique](#) correspondant à 12 [points didots](#), soit 4,51 mm.  
Synonyme : [douze](#)

## CINÉMA(TOGRAPHE)

1. Moyen technique et artistique d'[animation](#) sonore des images utilisé par la [publicité](#) en tant que [média](#).
2. Salle de projection.

## CINÉPARC

Equivalent de [drive in](#) proposé par l'administration, mais jamais utilisé.

## CINQUIÈME RAYON

Dans la [grande distribution](#), désigne tout les rayons qui ne concernent pas l'alimentation (entretien, papeterie, ...)

## CIRCUIT DE DISTRIBUTION

Ensemble des éléments d'un système de [distribution](#) par lequel s'effectue la [commercialisation](#) d'un [produit](#).

Voir aussi : [canal](#), [réseau](#)

"Circuit court" : directement du [producteur](#) au [consommateur](#).

"Circuit Long" : par différents intermédiaires ([grossistes](#), [détaillants](#), ...)

## CIRCULATION

Lecture d'un même [exemplaire](#) d'un [support](#) de [presse](#) par des individus différents. Ce phénomène est à prendre en compte par les [média-planner](#) puisqu'il explique que l'[audience](#) est supérieure à la [diffusion](#) (qui est elle-même différente du [tirage](#)). Le taux (ou indice) de circulation est le

nombre de personnes touchées.

## CITATION

Présence d'un nom de [marque](#) dans un article de presse. Souvent relevé par un service spécial de [pige](#) ou de [relations publiques](#).

## CITY MAGAZINE

Terme de [presse](#) pour désigner un [magazine](#) consacré aux affaires et à la vie de la ville.

## CLAIM

Mot anglais. [argument](#) principal d'une [annonce](#) ou d'une [campagne](#) exprimé dans sa formulation publicitaire. Parfois synonyme de [slogan](#) ou d'[accroche](#).

## CLE(F)

Ou [code](#) (voir à ce mot). Ensemble de lettres ou de chiffres figurant en accompagnement d'une adresse placée dans une [annonce](#) faisant appel au courrier et permettant d'identifier le [support](#) au reçu des envois. Les annonces à clef sont utilisées en [V.P.C.](#) mais aussi dans certains [concours publicitaires](#) pour aider à mesurer le rendement d'un support comparé à un autre. Elles peuvent aussi servir en [copy-testing](#) à mesurer le rendement d'une annonce par rapport à une autre.

## CLICHAGE

Action de fabriquer un [cliché](#).  
Verbe : cliquer.

## CLICHÉ

1. Plaque de plomb, ou autre métal, ou plastique servant après [gravure](#) à l'[impression](#) par [encrage](#) des parties en relief. Cliché [trait](#) ou [simili](#).
2. En [photographie](#) : [film](#).
3. Banalité, lieu commun (exemple : cliché [stéréotype](#)).

## CLIENT

1. Acheteur d'un [produit](#), d'une [marchandise](#), d'un [service](#).
2. Pour une [agence de publicité](#), le client est l'[annonceur](#).
3. [client mystère](#) : personne se présentant incognito dans un [point de vente](#) pour vérifier qu'un [produit](#) est bien présenté, ou qu'une [marque](#) est bien proposée, ou qu'un [argument](#) est bien utilisé. On dit aussi : [visiteur mystère](#).

## CLIENTÈLE

Ensemble des [acheteurs](#) d'un [produit](#) ou d'un [service](#).

## CLIENT MYSTÈRE

Voir à [client](#).

## CLIP

Mot américain. [film vidéo](#) utilisant des effets spéciaux pour représenter une chanson. On dit aussi: clip vidéo ou [vidéoclip](#).  
En français : [bande vidéo promotionnelle](#).

## CLOSE CANVASS

Couverture maximum d'un secteur de [campagne](#).

## CLOWNANALYSTE

Nouveau type de professionnel réunissant des qualités de psychosociologue et d'acteur comique pour animer les conventions, colloques et tous séminaires en jouant, en quelque sorte, le rôle de "fou du roi".

## CLUB

Technique de [promotion des ventes](#) consistant à rassembler les [clients](#) actuels ou potentiels dans une association leur offrant un certain nombre d'avantages ([cadeaux](#), journaux, réductions de prix, ...).

## CLUB DES DIRECTEURS ARTISTIQUES (C.D.A.)

Association regroupant les [directeurs artistiques](#) des [agences de publicité](#) et récompensant chaque année les meilleures [campagnes](#) réalisées.

12, boulevard Batignolles  
75 017 PARIS  
Tel : 01 42 93 40 01  
Fax : 01 42 94 90 92  
Internet : [www.leclubdesad.org](http://www.leclubdesad.org)

## C.M.D.

Sigle : Cercle du Marketing Direct  
Association amicale de professionnels du [marketing direct](#).

60, rue La Boétie  
75 008 PARIS  
Tel : 01 42 56 38 86  
Fax : 01 45 63 91 95

## C.M.P.C.

Sigle : Centre Médical Publicité Communication.

23, rue de Berne  
75 008 PARIS  
Tel : 01 45 22 20 44

## C.N.A.P.

Voir [Maison de la pub](#)

Sigle : Centre National des Archives de Publicité.

Maison de la Pub  
7, boulevard Bourdon  
75 004 Paris  
Tel: 01 40 29 17 17  
Fax : 01 40 29 17 18

## C.N.C.

1. Sigle : Centre National de la Cinématographie.  
Organisme officiel de l'industrie cinématographique. Il publie notamment les statistiques de fréquentation des salles qu'utilisent les [média-planners](#).

12, rue Lubeck  
75 116 PARIS  
Tel. : 01 44 34 34 40  
Fax : 01 47 55 04 91

2. Sigle : Conseil National de la Consommation, devenu : Institut National de la Consommation.

Voir : [I.N.C.](#)

Organisme de consultation commune de professionnels et de [consommateurs](#) avant la publication d'un texte réglementaire.

INC - 60 Millions de Consommateurs

80, rue Lecourbe  
75 015 PARIS  
Tel : 01 45 66 20 20  
Fax : 01 45 66 21 20

### C.N.C.L.

Sigle : Commission Nationale de la Communication et des Libertés.  
Organisme disparu en 1989 et remplacé par le [C.S.A.](#).

### C.N.I.L.

Sigle : Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés  
Organisme officiel (créé par la loi du 6 janvier 1978) se préoccupant des menaces que peut faire peser sur les citoyens le développement de l'informatique. Cette commission intéresse plus particulièrement les professionnels du [marketing direct](#) quant à l'utilisation des [fichiers](#).

21, rue Saint Guillaume  
75007 Paris  
Tel : 01 53 73 22 22  
Fax : 01 53 73 22 00  
Internet : [www.cnil.fr](http://www.cnil.fr)

### COCOONING

Mot importé des U.S.A. pour désigner un nouveau [courant socio-culturel](#) de [recentrage](#) sur le [foyer](#) et la maison.

### CODAGE

Transformation d'un [message](#) selon un [code](#).

Contraire : [décodage](#)

Voir [système de communication](#).

## CODE

1. Groupe de lettres ou de chiffres ou de tout autre [signe](#) conventionnel permettant de traduire des [informations](#) recueillies en vue de les traiter.  
Verbe [coder](#).

2. Ensemble de règles. En [publicité](#) et en [promotion des ventes](#) il existe un code d'[éthique](#).

## CODE À BARRES

Élément graphique constitué de barres verticales imprimé sur l'[emballage](#) d'un [produit](#) pour en permettre l'identification par [lecture optique](#) informatisée.

Codification [GENCOD](#) (Groupement d'Etudes de Normalisation et de la Codification).

## CODER

Traduire au moyen d'un code.

[décoder](#) : passer du langage codé au langage d'origine.

## CODE TYPOGRAPHIQUE

Ensemble de règles de la [composition typographique](#) (usages, signes de corrections conventionnels, ...).

## CODE VISUEL

Ensemble des caractéristiques permettant d'identifier une [marque](#), une firme, une [campagne](#) : [logo](#), [couleur](#), [graphisme](#), ...

## CODIFICATION

Mise en symboles des réponses obtenues dans un [questionnaire](#) en vue d'un comptage statistique pour faciliter le [dépouillement](#) de l'[enquête](#).

Verbes : codifier, pré-codifier.

## COEF

Abréviation courante de "coefficient" dans le langage des [chargés d'études](#).

## COEUR DE CIBLE

Voir au mot [cible](#).

## COLIS-ÉPARGNE

Outil promotionnel consistant à offrir au [consommateur](#) un colis-[cadeau](#) par accumulation de [points](#) obtenus à l'occasion d'[achats](#).

## COLLÉ

Assorti, harmonieux, dont les couleurs vont bien ensemble.

## COLLE CAOUTCHOUC

Colle spéciale utilisée par les [graphistes](#) pour monter les [documents](#) et permettant de décoller et recoller si nécessaire. Appelée parfois : [gutta](#).

## COLLECTION

Outil de [promotion des ventes](#). Les collections d'[images](#), de [vignettes](#), de [points](#), de [porte-clés](#) sont la base d'opérations promotionnelles.

## COLLECTIVE (PUBLICITÉ)

[Publicité](#) en faveur d'une profession, d'une corporation, d'un groupement d'intérêt collectif (le beurre, la pêche, le chauffage au fuel, ...).

## COLOMBIER

[Format](#) de [papier](#) : 60x80 cm, surtout utilisé pour les [affiches](#).

## COLONNE

Fraction de [page](#) divisée en deux ou plus dans laquelle la [composition](#) des textes et les éventuelles [illustrations](#) sont séparées par des [blancs](#) ou des [filets](#).

## COLONNE MORRIS

[Kiosque](#) servant principalement à l'[affichage](#) des spectacles. Ce type de [mobilier urbain](#) essentiellement parisien porte le nom de son créateur à la fin du siècle dernier.

## COLOR FINDER

Mot anglais. Carte de coloris permettant de choisir des couleurs d'[encres](#) référencées chez un fabricant donné.

## COLORISATION

Procédé technique permettant la mise en couleur de [films cinématographiques](#) tournés en noir et blanc.

## COLOR KEY

Nom de [marque](#). [Film](#) coloré permettant d'obtenir des combinaisons de couleurs à partir d'un [document](#) en noir et blanc. Le document ainsi transformé devient un [original](#) en couleur.

## COMEX

Sigle : COMmunication EXTérieure

Organisme ayant pour but la [promotion](#) de l'[affichage](#) sous toutes ses formes en tant que [média](#), notamment par l'organisation de [salons](#) professionnels.

## COMITÉ DE LA COMMUNICATION PUBLICITAIRE

Comité créé au sein du [C.S.A.](#) pour vérifier la conformité des [scénarios](#) et [spots](#) publicitaires avec les règles et règlements en vigueur.

## COMMERÇANT

1. Nom : professionnel de la [vente](#).
2. Adjectif : qualifie une attitude, un comportement intelligent et aimable de la part d'un [vendeur](#).

## COMMERCE

1. Echange de [marchandises](#).  
Activité économique qui consiste à acheter pour revendre.
2. Relations entre individus.

## COMMERCE ASSOCIÉ

Qui assure à la fois les fonctions de [grossiste](#) et de [détaillant](#) et réunit des entreprises individuellement indépendantes.  
Exemple : [chaînes](#) volontaires de détaillants, groupements d'achat.

## COMMERCE CONCENTRÉ

Qui réunit les fonctions de [gros](#) et de [détail](#). Voir aussi à [commerce intégré](#) (ou grand commerce).

## COMMERCE DE DÉTAIL

Voir au mot [détaillant](#).

## COMMERCE DE GROS

Voir au mot [grossiste](#).

## COMMERCE (ou MAGASIN) DE PROXIMITÉ

Désigne un [magasin](#) de [détail](#) situé dans une zone d'habitation (par opposition aux [grandes surfaces](#) situées à la périphérie des agglomérations) dont l'[assortiment](#) est limité et les [prix](#) plus élevés.  
Voir aussi : [convenience store](#) et [magasins de proximité](#)

## COMMERCE EN LIGNE

Vente de marchandises et de services proposés sur [Internet](#). **COMMERCE INDÉPENDANT**

[Détaillants](#) juridiquement indépendants ayant souvent une structure familiale, parfois non-sédentaires ([forains](#)).

## COMMERCE INTÉGRÉ

ou "grand commerce". Qui assure à la fois les fonctions de [grossiste](#) et de [détaillant](#).

Exemples : les [grands magasins](#), les [magasins populaires](#).

## COMMERCIAL

Substantif.

1. Dans une [agence de publicité](#) (ou de [promotion](#)), responsable chargé de la [stratégie](#) (par opposition aux cadres responsables de la [création](#)). Dans toute entreprise de service commercial (parfois synonyme de [vendeur](#)).

2. Mot américain de moins en moins employé en France pour désigner un [spot](#) publicitaire de [télévision](#).

## COMMERCIALISATION

Action de [commercialiser](#).

Parfois utilisé à la place de [marketing](#) (à tort).

## COMMERCIALISER

Mettre un [produit](#) dans les circuits permettant de l'acheminer jusqu'à son [acheteur](#).

## COMMERCIOQUE

Néologisme lancé par des professionnels de la [distribution](#) pour désigner la gestion informatique des entreprises commerciales.

## COMMETTANT

Celui qui charge un autre de ses intérêts.

## COMMISSION (D'AGENCE)

ou "comm". Mode de rémunération traditionnel en [publicité](#). La commission (fréquemment de 15 %) est calculée sur l'[achat d'espaces](#) et versée directement par les [supports](#) aux [agences-conseil](#) (son montant est

inclus dans les [tarifs](#)). Elle s'ajoute également aux prestations diverses effectuées par ces dernières pour le compte des [annonceurs](#).  
Voir aussi : [honoraires](#) (autre forme de rémunération).

## COMMUNICATEUR

Professionnel sachant [communiquer](#).  
Exemple : le président Reagan, "grand communicateur".

## COMMUNICATION

"Mot valise" qui depuis deux décennies a pris une multitude de sens puisqu'il s'applique aussi bien au chemin de fer qu'à la [télématique](#) et qu'il a été récupéré par la [publicité](#) au point même de remplacer ce mot (qui remplaça jadis le mot "[réclame](#)"). Sa définition de base reste : action de transmettre quelque chose à quelqu'un.  
Verbe : communiquer.

## COMMUNICATION GLOBALE ou TOTALE

Concept remis au goût du jour et recouvrant le [service complet](#) que peut apporter une [agence-conseil](#) à un [annonceur](#) aussi bien en [publicité](#) qu'en [promotion des ventes](#), [sponsoring](#), [packaging](#), [relations publiques](#), [marketing direct](#), [publicité institutionnelle](#), ...  
En américain, l'expression "global communication" s'applique aux campagnes mondiales.

## COMMUNICATION INTERNE

Ensemble des actions concertées d'[information](#) exercées à l'intérieur d'une entreprise. Appartient au domaine des [relations publiques](#).

## COMMUNICATION (MINISTÈRE DE LA)

Ministère de la Culture et de la Communication

3, rue Valois  
75 001 PARIS

Tel. : 01 40 15 80 00  
Internet : [www.culture.fr](http://www.culture.fr)

## COMMUNICATION SOCIALE

Ensemble des actions concertées d'[information](#) exercées en direction des citoyens sur des thèmes d'intérêt général : prévention, santé publique, ... dans le but d'intérêt collectif. Ces actions sont principalement le fait de l'Etat lui-même ou d'organismes publics ou para-publics.  
Ne pas confondre avec [propagande](#).

## COMMUNICATION (SYSTÈME DE)

Voir à [système de communication](#).

## COMMUNIQUÉ

1. [Annonce](#) de caractère strictement [rédactionnel](#).
2. Mention ajoutée par certains [supports](#) pour signaler qu'un texte [illustré](#) ou non est une [publicité](#) payée et non un article de la responsabilité du [journal](#).

## COMMUNIQUER

Parfois employé restrictivement au sens de faire de la [publicité](#).

## COMPARATIVE (PUBLICITÉ)

Citation de [marque\(s\)](#) concurrente(s) dans un [message](#) publicitaire pour faire apparaître leurs insuffisances. Ce type de publicité est interdit en France malgré quelques tentatives et une certaine bienveillance des pouvoirs publics.

## COMPENSÉE (PUBLICITÉ)

Appellation autrefois utilisée pour désigner la publicité autorisée sur les [antennes](#) nationales de radiodiffusion et sur les [chaînes](#) nationales de [télévision](#) (il s'agissait principalement de publicité [collective](#) ou d'Etat).

## COMPET'

Abréviation familière pour [compétition](#). Désigne une [campagne spéculative de publicité ou de promotion](#) effectuée par une [agence](#) mise en

concurrence avec d'autres par un [annonceur](#) en vue d'une collaboration future.

## COMPÉTITEUR

Concurrent, participant à une [compétition](#).

## COMPÉTITION

1. [Concurrence](#)
2. [Concours](#).
3. Voir à [compet'](#).

## COMPLÉMENTAIRE (COULEUR)

Se dit d'une couleur qui, mélangée à une autre, donne théoriquement un noir (pratiquement un brun rouge très foncé).

## COMPORTEMENT

Manière d'être et d'agir, manifestation objective des activités d'un individu.

## COMPOSANTE

Élément simple, isolable d'un ensemble.  
Exemple : les composantes du [marketing mix](#).

## COMPOSER

Voir à [composition](#).

## COMPOSITION (TYPOGRAPHIQUE)

Assemblage des [caractères](#) à partir d'une [copie](#).  
Verbe [composer](#) (un texte).

## COMPOSTEUR

En [typographie](#), outil permettant d'assembler les [caractères](#) d'une [ligne](#) ou de plusieurs lignes et de les [justifier](#) en disposant des blancs entre les mots.

## COMPTE

Synonyme de [budget](#) pour certains professionnels adeptes du français (en américain : account).

## COMPTE-FILS

Loupe enchâssée dans une monture pliable et permettant d'examiner les détails d'une [impression](#), d'un [cliché](#), d'un [film](#).

## COMPTOIR

Mobilier de [magasin](#) servant notamment à présenter de la [P.L.V.](#) : [présentoirs](#), [tableautins](#), [ramasse-monnaie](#), ...

## CONCEPT

Idée abstraite, représentation symbolique verbale.

## CONCEPTEUR-RÉDACTEUR

ou "idea man". A l'intérieur d'une [agence de publicité](#) ou de [promotion](#), personne chargée de rechercher les idées et les [concepts](#), et de rédiger les textes de toute nature pour atteindre les [objectifs de communication](#) fixés. Le concepteur-rédacteur appartient aux services de [création](#) et travaille généralement en team avec un [directeur artistique](#).

## CONCERTÉS (PRODUITS)

A la suite du succès des [produits libres](#), a désigné des [produits](#) sans [marque](#) de qualité inférieure fabriqués à la demande des [distributeurs](#) pour être vendus à bas prix dans leurs [magasins](#).

## CONCESSIONNAIRE

Intermédiaire commercial qui a reçu un droit exclusif de [vente](#), fréquent en [publicité](#) pour la vente d'[espace](#) en [affichage](#), [presse](#), et autres [médias](#).

## CONCOURISTE

Nom donné à une personne appartenant à une association dont tous les membres réunissent leurs efforts pour participer aux [concours](#), en particulier aux concours publicitaire et promotionnels.

## CONCOURS

Technique de [promotion des ventes](#) consistant en un [jeu](#) faisant appel à la sagacité des participants et pouvant légalement, de ce fait, être liée à une [obligation d'achat](#). On dit indifféremment concours publicitaire ou concours promotionnel.

## CONCURRENCE DÉLOYALE

La [publicité](#) abusive ou mensongère, le [dénigrement](#) constituent un acte de concurrence déloyale qui peut donc être sanctionné par la loi.

## CONDITIONNEMENT

1. [emballage](#), [packaging](#), [habillage](#).
2. Le fait d'emballer un [produit](#) ou un ensemble de produits
3. Action de provoquer artificiellement des réflexes ([réflexes conditionnés](#)), susciter des [habitudes](#), des [comportements](#) chez une personne ou dans un groupe social.

Verbe: conditionner

## CONDUCTEUR

Ouvrier assurant la conduite d'une machine à [imprimer](#).

## CONFIANCE (INTERVALLE DE)

[Fourchette](#) entre deux chiffres indiquant la marge d'erreur possible du résultat annoncé. Estimation statistique de la probabilité d'un résultat de [sondage](#).

## CONNOTATION

Charge émotionnelle et évocatrice d'un mot, d'un terme.  
Verbe : connoter.

## CONSEIL

1. Professionnel (individu ou firme) apportant sa compétence contre rémunération à une entreprise. Exemple : [agence-conseil en publicité](#) (on dit parfois simplement "conseil en publicité", "conseil en relations publiques"). synonyme : [consultant](#).
2. Le service fourni lui-même. synonyme : [consulting](#).

## CONSEIL EN STRATÉGIE

Voir au mot [lobbying](#).

## CONSERVATION (LONGUE)

En [affichage](#), durée garantie de maintien en bon état des [affiches](#) ou [panneaux](#) mis en place.

## CONSERVE

Terme d'[imprimerie](#). [Composition](#) mise en réserve pour être réutilisée.

## CONSOMMABLES

Fournitures de l'ordinateur : [papier](#), rubans, disquettes, [étiquettes](#) de [mailing](#), ...

## CONSOMMATEUR

La [cible](#) finale du [producteur](#) et donc du [publicitaire](#) est celui qui consomme (consume, détruit) le [produit](#).

## CONSOMMATION

ou "[consommérisme](#)". Utilisation des [biens](#) et [services](#), usage et destruction des [produits](#).

## CONSOMMATIQUE

Néologisme qui ne semble pas avoir trouvé droit de cité pour désigner l'ensemble des actions et démarches prenant en considération le [consommateur](#).

## CONSOMMATION

Equivalent proposé pour [consumérism\(e\)](#) mais pratiquement inconnu. La proximité de prononciation avec [consommation](#) lui laisse peu de chance de s'implanter.

## CONSOMMATISME

Synonyme de [consommation](#), peu usité.

## CONSTANTE PUBLICITAIRE

Élément visuel, rédactionnel ou sonore utilisé de manière permanente dans tous les [messages](#) d'une même [marque](#) : [slogan](#), [personnege-type](#), [logo](#), couleurs, [jingle](#), ...

## CONSULTANT

Mot américain. Personne ou entreprise fournissant des [conseils](#).  
Synonyme : [conseil](#)

## CONSULTATION

Démarches au cours desquelles un [annonceur](#) recherche l'[agence-conseil](#) qui lui conviendra le mieux pour une collaboration future.

## CONSULTING

Mot américain.  
Fourniture de conseils. Travail du [consultant](#).

## CONSUMÉRISM(E)

Mouvement ou attitude en faveur des [consommateurs](#) pour défendre leurs intérêts face aux [producteurs](#), aux [distributeurs](#) et aux [publicitaires](#).  
Adjectif : consommériste

## CONTACT

1. Unité de mesure des personnes touchées (ou susceptible de l'être) par un [support](#), un [message](#) ou une [campagne de publicité](#). On appelle "contact utile" les personnes touchées appartenant à la [cible](#) visée. Personne assurant le contact entre deux entités. Par exemple: le [chef de publicité](#) est le contact entre l'[agence](#) et l'[annonceur](#).

## CONTACT (PLANCHE DE)

Premier [tirage](#) de [négatifs photographiques](#) avant même leur découpage, qui permet une sélection rapide des vues utilisables.

## CONTENANT RÉUTILISABLE

[Emballage](#) d'un [produit](#) pouvant ensuite servir à un autre usage. Exemple : verre à moutarde, baril de lessive devenant un seau...

## CONTEXTE RÉDACTIONNEL

Ensemble des articles d'un [journal](#), d'une [revue](#) dégageant un [style](#), une politique, un [positionnement](#) et formant une sorte de cadre psychologique dans lequel se situera une [insertion](#) publicitaire. L'effet de cette dernière pourra s'en trouver influencée positivement ou négativement.

## CONTINU (EN)

[Impression](#) sur [presses rotatives](#) alimentées en [papier](#), en [bobines](#). S'oppose à impression à la [feuille](#).

## CONTRASTE

Opposition des couleurs ou des [noirs et blancs](#) dans une [photo](#), une [illustration](#).

## CONTRAT TYPE

Modèle de contrat préétabli pour fixer les relations entre un [annonceur](#) et une [agence-conseil](#).

## CONTRE-COLLAGE

Opération de collage de deux [feuilles](#) (généralement [papier](#) sur [carton](#), ou carton sur carton) l'une contre l'autre.

Verbe : contrecoller / machine : contrecolleuse

## CONTREFAÇON

Reproduction frauduleuse d'un objet ou d'une [marque](#).

## CONTREMARQUE

ou "sous-marque".

Ticket remis à un spectateur s'absentant d'un spectacle, à l'entr'acte par exemple, pour lui permettre de rentrer.

Parfois synonyme de "[sous-marque](#)" ou de "[marque de distributeur](#)".

Chez certains [distributeurs](#) ([magasins populaires](#) spécialement) nom donné au [point de vente](#) membre de la [chaîne](#).

## CONTRE PUBLICITÉ

Publicité à effet négatif ; effet négatif sur une [image de marque](#).

## CONTRE TEXTE

Surface publicitaire accolée à des éléments rédactionnels dans une [page](#) imprimée. On dira face texte si l'[annonce](#) est située sur la page voisine.

## CONTRETYPE

[Cliché](#) négatif inversé ou copie d'une [épreuve](#) ou d'une [photographie](#).

Verbe : contretyper

## CONVENIENCE STORE

Formule américaine utilisée pour désigner un [magasin](#) à l'[assortiment](#) limité mais situé à proximité des lieux d'habitation (voir aussi : [commerce](#) ou [magasin de proximité](#)) et dont les [prix](#) sont plus élevés que dans les [supermarchés](#) ou les [hypermarchés](#). Les "convenience stores" ne vendent pas de produits alimentaires.

Equivalent français proposé : [bazarette](#)

## CONVENTION

Réunion importante des [vendeurs](#) d'une entreprise, à l'occasion par exemple d'un [lancement](#) de [produit](#).

## CONVERTIR

Transformer une intention d'achat, ou la participation à un jeu, ou une demande d'[information](#) ou d'[échantillon](#) en achat effectif.

## CONVICTION

La conviction est l'impression qu'éprouve le [récepteur](#) d'un [message](#) de la valeur ou de la vérité de celui-ci. Elle peut être de nature rationnelle ou irrationnelle. La publicité a pour but de créer la conviction par l'[argumentation](#) et/ou la [séduction](#).

Verbe : convaincre / synonyme: persuader, persuasion.

## COOPÉRATION COMMERCIALE

Assistance financière, publicitaire ou promotionnelle apportée par les [producteurs](#) aux [distributeurs](#) pour que ces derniers fassent la [promotion](#) de leurs [marques](#).

Voir à [marge arrière](#).

## COOPÉRATIVE DE CONSOMMATION (COOP)

Système de [distribution](#) créé au XIX<sup>e</sup> siècle constitué par des actionnaires et supprimant le profit capitaliste. Par extension, système de distribution des collectivités (administration, grandes entreprises ... ). Abréviations : COOP / Voir aussi : [SUCC et COOP](#).

## COOP-MAILING

ou "bus-mailing"

Anglais.

[Mailing](#) comprenant l'offre de plusieurs [produits](#) dans le même envoi.

## COORDONNÉES

Éléments qui servent à déterminer un point sur un [graphique](#). Par extension : adresse d'un individu ou d'une firme.

## COPIE

1. Texte manuscrit ou dactylographié destiné à être remis à la [composition](#). "Copie-copie": lecture de correction [typographique](#) consistant à vérifier la conformité de la composition par rapport à la copie.
2. [Tirage](#) d'un [film cinématographique](#) destiné à la [diffusion](#) dans les salles.

## COPIE STANDARD

Première copie d'un [film](#) cinématographique définitif comportant sur une seule bande l'[image](#) et le [son](#). Comparer avec [bande son](#).

## COPY

Mot anglais.

Souvent employé pour "texte". On dit aussi parfois la copie.

## COPY PLATFORM

Terme anglais. Synonyme de [copy strategy](#). Traduction proposée par les pouvoirs publics : [base de campagne](#).

## COPY RIGHT

Droit de reproduction des oeuvres littéraires, artistiques et musicales.

Indiqué en [publicité](#) par la lettre "C" placé dans un cercle après un nom de [marque](#) : ©

## COPY STRATEGY ou COPIE STRATÉGIE

Sorte de cahier des charges d'une [campagne de publicité](#) résumant la [promesse](#) de la [communication](#), les [arguments](#), les preuves, les points d'[image](#) à créer ou à développer, la [tonalité](#) des [messages](#), les contraintes et impératifs particuliers. C'est un outil de travail de base auquel se réfèrent toutes les parties prenantes chez l'[annonceur](#) comme à l'[agence](#). L'emploi de cette méthode connaît de multiples variantes et se trouve même parfois contestée.

Synonyme : [copy platform](#), [base de campagne](#)

## COPY TESTING

Technique d'étude destinée à s'assurer de la compréhension, de la valeur d'[attention](#) et de [mémorisation](#), de la [crédibilité](#) et de l'[intérêt](#) d'un [message](#) publicitaire.

## COQUILLE

1. Erreur [typographique](#) : erreur de lettre ou de [signe](#).
2. Format de [papier](#) (44x56 cm).

## CORNER

Ensemble de mobilier de présentation de [marchandises](#) dans un [magasin](#) de [grande surface](#) et constituant un [rayon](#) consacré à une catégorie de [produits](#).

## CORPORATE (PUBLICITÉ)

ou "corporate communication". Publicité destinée à mettre en valeur une firme, une entreprise et non une [marque](#) ou un [produit](#). Proche de [publicité institutionnelle](#) et de [relations publiques](#).

## CORPS

Dimension en hauteur d'un [caractère typographique](#) (mesure exprimée en [points didots](#)).

## CORPUS

Recueil de pièces et [documents](#) sur un sujet donné.

## CORRECTIONS D'AUTEUR

Modifications apportées après [composition](#) d'un texte par son auteur lui-même et entraînant pour l'[imprimeur](#) des corrections plus ou moins onéreuses dont il n'est pas responsable.

## CORRELATION (COEFFICIENT DE)

Expression statistique de la liaison entre deux variables, entre deux phénomènes qui varient l'un en fonction de l'autre.

## CORRESPONDANCE (VENTE PAR)

Voir à [V.P.C.](#)

## **COSMÉTIQUE**

Sens figuré (adjectif) : permettant une amélioration artificielle.

# D

DA..., DC..., DE..., DI..., DN..., DO..., DP..., DR..., DS..., DU..., DV...,  
DY...

## 3D

DA...

D.A

D.A.G.M.A.R

D.A.R.

D.A.O.

DATA

DATE DE PÉREMPTION

DAY AFTER RECALL

DAY TIME

D2 MAC PAQUET

DC...

D.C.F.

DE...

DÉBALLAGE (VENTE AU)

DÉBRIEFING

DÉCALCOMANIE

DÉCHÉANCE

DÉCHET D'AUDIENCE

DÉCIDEUR

DÉCISIONNAIRE

DECLINAISON

DÉCODAGE

DÉCODER

DÉCODEUR

DÉCOUPAGE

DÉCOUPE

DÉCRYPTER

DÉCULPABILISER

DÉFINITION

DÉFONCE

DÉGRADÉ

DÉGRESSIF

DÉGUSTATION  
DÉLIASSAGE  
DÉLOCALISATION

DEMANDE  
DÉMARCHE  
DÉMARCHEUR  
DÉMARQUE  
DÉMARQUE INCONNUE  
DEMI-GRAS  
DÉMO  
DÉMONSTRATEUR (TRICE)  
DÉMONSTRATION  
DÉNIGREMENT  
DÉNOTATION  
DÉPLIANT  
DÉPÔT DE MARQUE OU DE MODÈLE  
DÉPÔT LÉGAL

DÉPOUILLEMENT  
DEPTH INTERVIEW  
DÉRÉFÉRENCEMENT  
DÉRÉFÉRENCER  
DESIGN  
DESIGNER  
DÉSINFORMATION  
DÉSIR  
DESK RESEARCH  
DESSAISONALISER  
DESSINATEUR D'EXÉCUTION  
DESSINATEUR (PUBLICITAIRE)  
DÉTAIL  
DÉTAILLANT  
DÉTERGE  
DÉTOURAGE  
DEUXIÈME DE COUVERTURE  
DEVANTURE  
DEVISE

DI...

DIACHRONIQUE  
DIAPORAMA  
DIAPOSITIVE  
DIAZOCOPIE

DICHTER (Ernest)  
DIDOT  
DIFFÉRENCIATION  
DIFFUSION  
D.I.N.  
DIPTYQUE  
DIRCOM  
DIRECT (EN)  
DIRECTE (PUBLICITÉ)  
DIRECTEUR ARTISTIQUE (D.A)  
DIRECTEUR DE CLIENTÈLE  
DIRECTEUR DE CRÉATION  
DIRECTEUR DE PUBLICITÉ ou PUBLICITAIRE  
DIRECT MAIL(ING)

DIRECT (MARKETING)  
DIRECT USINE  
DISCOUNT  
DISCOUNTER  
DISCOURS  
DISPERSION  
DISPONIBILITÉ NUMÉRIQUE  
DISPONIBILITÉ VALEUR  
DISPLAY  
DISSONANCE COGNITIVE  
DISTRIBUTION  
DISTRIBUTION NUMÉRIQUE  
DISTRIBUTION PHYSIQUE  
DISTRIBUTION VALEUR  
DIVERSIFICATION

DN...

D.N.

DO...

DOC  
DOCUCU  
DOCUDRAME  
DOCUMENT  
D.O.N.E.  
DONNÉE  
DOOR OPENER  
DORURE  
DOS  
DOSSIER

DOSSIER DE PRESSE  
DOTATION  
DOUBLAGE  
DOUBLE BANDE  
DOUBLE PAGE  
DOUBLON  
DOUCHETTE  
DOUZE

DP...

D.P.E.

DR...

DRAMATIQUE  
DRAPEAU (PRODUIT)  
DRAPEAU (COMPOSITION EN)  
DRIVE IN  
DROIT D'ASILE  
DROITS D'AUTEURS  
DROITS DERIVÉS  
DRUGSTORE

DS...

D.S.H

DU...

DUPLI  
DUPLICATEUR  
DUPLICATION  
DUTY-FREE

DV...

D.V

DY...

DYE TRANSFER

# E

EA..., EC..., ED..., EF..., EG..., EL..., EM..., EN..., EP..., EQ..., ER..., ES...,  
ET..., EV..., EX..., EY....

EA...

E.A.A.A.

E.A.N.

E.A.S.A.

E.A.T. (European Advertising Tripartite)

EAU-FORTE

EC...

ÉCART-TYPE

ÉCHANGE / REPRISE

ÉCHANTILLON

ÉCHANTILLONNAGE

ÉCHANTILLONNAGE CROISÉ

ÉCHELLE

ÉCHELLE D'ÉCONOMIE

ÉCHELLE DE PUISSANCE

ÉCHO

ÉCLAIRÉ(E) (CARACTÈRE OU LETTRE)

ÉCLAT

ÉCOBUSINESS

ÉCONOMIE D'ÉCHELLE

ÉCOPRODUIT

ÉCOUTE (HABITUDES D')

ÉCOUTE INSTANTANNÉE

ÉCRAN

ÉCRAN DE SOIE

ÉCU

ED...

ÉDITEUR

ÉDITION

EF...

EFFET D'ANNONCE

EFFET DE HALO

EFFET DE SEUIL

EFFETS SPÉCIAUX

EG...

ÉGYP TIENNE

EL...

ÉLASTICITÉ

ÉLECTROCOPIE

ELZÉVIR

EM...

EMBALLAGE

EMBLÉMATIQUE

EMBLÈME

EMBOSSAGE

ÉMETTEUR

ÉMISSION

EMPATTEMENT

EMPLACEMENT

EMPLACEMENT PRÉFÉRENCIEL (OU DE RIGUEUR)

EMPREINTE

EN...

ENCADRÉ

ENCART

ENCARTAGE

ENCRAGE

ENCRE

ENCOLLER

ENCRIER

ENQUÊTE

ENQUÊTEUR / TRICE

ENSEIGNE

(EN)TÊTE DE LETTRE

ENTREPÔT

ENTRETIEN

ENVELOPPE-RÉPONSE

ENVELOPPE SOLEAU

EP...

ÉPAIR

ÉPERLUÈTE OU ÉPERLUÈTE OU ÉPERLUETTE

ÉPISCOPE

ÉPREUVE

EQ...

ÉQUIPE DE VENTE

ÉQUIP'MAG (SALON)

ER...

E.R.P.

ES...

ESCOMPTE

E.S.O.M.A.R

E.S.P.

ESPACE

ESQUISSE

ESSAI

ESSAI A DOMICILE

ESTAMPAGE

ESTAMPE

ESTAMPILLE

ESTHETIQUE INDUSTRIELLE

ESTIENNE

ET...

ÉTAGÈRE

ÉTAL

ÉTALAGE

ÉTALAGISTE

ÉTALONNAGE

ÉTHIQUE (CODE D')

ÉTHOLOGIE

ÉTIQUETAGE

ÉTIQUETAGE INFORMATIF

ÉTIQUETEUSE

ÉTIQUETTE

ÉTUDE

ÉTUDE AD HOC

ÉTUDE DE MARCHÉ

ÉTUDE DE MOTIVATION

ÉTUDE MARKETING

ÉTUDE MÉDIAS

ÉTUDE MÉDIAS / PRODUITS

ÉTUDE PUBLICITAIRE

ÉTUDE QUALITATIVE

ÉTUDE QUANTITATIVE

ÉTUDES ET RECHERCHES

EV...

ÉVÈNEMENT

ÉVÈNEMENTIEL

ÉVENTAIRE

EX...

EXCLUSIF

ÉXÉ

ÉXÉCUTION

[EXEMPLAIRE](#)  
[EX LIBRIS](#)  
[EXPOSANT](#)  
[EXPOSÉ](#) [EXPOSITION](#)  
[EXTENDER](#)  
[EXTENSION DE RAYON](#)  
[EXTÉRIEURE \(PUBLICITÉ\)](#)  
[EXTRA](#)  
[EXTRA STRONG](#)

EY...  
[EYE CAMERA](#)

## R

---

### RACLETTE

Lame de caoutchouc utilisée en [sérigraphie](#) et en [offset](#) pour essuyer les [films](#) et [plaques](#).

### RACOLLAGE

Publicité tapageuse.

### RADIO

[Média](#) permettant de diffuser de la publicité. Certaines [stations](#) de radio ne vivent que de ces ressources.

La radio est d'une grande efficacité pour la création et l'entretien de la [notoriété](#) d'une [marque](#) grâce à sa [pénétration](#) dans tous les [foyers](#) et son [audience](#) très diversifiée.

Le grand nombre de [stations](#) permet un bon [ciblage](#).

## RADIO LIBRE

Voir au mot "[radio locale](#)".

## RADIO LOCALE

Appelée "[radio libre](#)", puis [R.L.P.](#) à l'éclatement du [P.A.F.](#) au début des années 80, [station](#) de [radio](#) à [audience](#) géographique limitée. Depuis 1991, cet agrégat n'existe plus.

## RADIO PERIPHERIQUE

[Station](#) de [radio](#) dont l'[émetteur](#) était situé hors du territoire français (luxembourg pour RTL, Sarre pour Europe 1, Maraco pour RMC...). L'agrégat radio périphériques a été remplacé depuis 1991 par les programmes généralistes.

## RAINAGE

Opération de [façonnage](#) consistant à l'aide d'un outil spécial à briser les fibres d'un [papier](#) ou d'un [carton](#) pour en faciliter le pliage.

## RAISIN

[Format](#) de [papier](#) : 50 x 65 cm.

## RALENTI

Procédé de [prise de vue](#) qui, en accélérant le rythme, permet, à la projection d'un [film](#) d'obtenir un mouvement lent, donc en faciliter l'observation ou l'analyse, ou encore d'obtenir des [effets spéciaux](#).

## RAMASSE-MONNAIE

Élément de [P.L.V.](#) placé sur le comptoir de certains [points de vente](#).

## RAME

Quantité de 500 [feuilles](#) de [papier](#) ( = 20 [mains](#) ).

## RANDOM

Mot anglais.

Signifie : hasard et est quelquefois utilisé pour qualifier des [enquêtes](#) par [sondage](#) en ce qui concerne le choix de l'[échantillon](#).

## RAPPEL (PUBLICITÉ DE)

Action publicitaire entreprise pour ranimer dans la mémoire de la [cible](#) le nom d'une [marque](#).

Cette notion est assez proche de celle de [publicité d'entretien](#), mais avec une plus grande volonté d'exploiter une [campagne](#) récente.

## RATAGE

Information ratée par un [support](#).

## RATIO

Mot anglais.

Rapport (pourcentage), coefficient.

## RAYON

Dans un [magasin](#), ensemble de [produits](#) de même nature présentés à la [vente](#).

Voir aussi à "[Cinquième rayon](#)".

## RÉALISATEUR

En [cinéma](#) et [vidéo](#), metteur en scène.

## REASON WHY

Terme anglais.

[Justification](#) d'une [argumentation](#) publicitaire.

## RECALL TEST

Mot anglais.

En [études](#) publicitaires, [test](#) mesurant le [souvenir](#), la [mémorisation](#) d'un [message](#).

Exemple : 24 hours recall test (test effectué 24 h après la [diffusion](#) du message).

## RECENTRAGE

Mentalité observée dans les [études](#) de [styles de vie](#) qui correspond à un retour à des [attitudes](#) et des [comportement](#) éloignés des positions extérieures.

## RÉCEPTEUR

1. Personne recevant un "[message](#)".

Voir "[système de communication](#)".

2. Appareil permettant la réception technique d'un message.

Exemple : poste receptriceur de [radio](#) ou de [télévision](#).

## RECHERCHE OPÉRATIONNELLE

Méthode scientifique dont le but est de fournir les éléments quantitatifs servant de base aux décisions concernant les opérations qu'ils contrôlent.

## RÉCLAME

1. Ancien nom de la publicité.

Après quelques dizaines d'années d'obsolescence, ce mot revient à la mode dans son sens original, avec même une nuance de snobisme.

2. [Offre spéciale](#) promotionnelle. Dans ce sens est de plus en plus souvent remplacé par [promotion](#).

## RECOGNITION

Mot américain.

Système de renvoi spectaculaire de récompenses aux [forces de ventes](#) en vue de valoriser à la fois les [prix](#) et les lauréats.

## RECO(MMANDATION)

Proposition élaborée d'un [plan de campagne](#) publicitaire en simple note de réflexion présentée par une [agence](#) à un [annonceur](#).

## RECRUTEMENT

1. Recherche et engagement de personnel. Certaines [agences](#) sont spécialisées en ce domaine, utilisant notamment les [petites annonces](#).
2. En [P.V.P.](#), recherche de clients par voie postale.

## RECTO

Première [page](#) d'un [feuillet](#) dont l'envers est le [verso](#).

Abréviation : [R°](#)

## RECTO-VERSO

[Impression](#) des deux côtés d'une [feuille](#).

## RÉCUPÉRATION

Opération consistant à utiliser un courant, une idée, une mode, éventuellement hostile à sa propre conception des choses pour faire passer ses propres idées.

La publicité est souvent accusée d'être récupératrice.

Verbe : récupérer.

## RÉDACTEUR-CONCEPTEUR

Voir au mot "[concepteur-rédacteur](#)".

## RÉDACTIONNEL (LE) (PUBLICITÉ)

[Message](#) publicitaire à base de texte et présentant toutes les apparences d'un [article](#) de [presse](#).

Voir aussi : "[publi reportage](#)", "[publi-information](#)".

N.B. : On emploie couramment l'expression : "du rédactionnel".

## RÉDEMPTION

Mot anglais.

Synonyme de "[remontée](#)".

A toutefois donné naissance au mot "[misredemption](#)" couramment utilisé en [promotion des ventes](#).

## REDONDANCE

Effet de répétition d'une même idée obtenue volontairement ou non par une expression différente.

La redondance est fréquente dans le langage publicitaire, par exemple lorsque le texte et l'[image](#) ont pour but de transmettre le même [message](#).

Adjectif : redondant.

## RÉDUCTION DE PRIX

Technique de [promotion de vente](#) pouvant revêtir diverses formes : [prix cassé](#), [treize à la douzaine](#), [discount](#), [remise](#), [couponning](#), [offre spéciale](#), [offre de remboursement](#), etc.

Voir aussi à "[prix \(promotion sur le\)](#)".

## REFEND

Mur de séparation perpendiculaire à la voie pouvant recevoir un [panneau](#) d'[affichage](#).

## REFENTE

Opération de [façonnage](#) qui consiste à séparer les différentes [poses imprimées](#) sur la même [feuille](#).

## RÉFÉRENCEMENT

Action de [référencer](#).

## RÉFÉRENCER

Terme de [distribution](#) : inscrire un [produit](#), une [marque](#) sur la liste d'[assortiment](#) d'un [magasin](#) ou d'une [centrale d'achats](#).

Contraire : [déréférencer](#).

Par extension, le verbe référencer a donné le mot référence dans le sens d'[article](#) référencé.

## RÉFÉRENT

En [psychosociologie](#), ce qui renvoie à un [signe](#).

## RÉFLEXE (CONDITIONNÉ)

Réponse à une [stimulation](#).

Le reflexe conditionné est un reflexe acquis provoqué artificiellement par un excitant (exemple : le son dans l'expérience célèbre de [Pavlov](#)).

## RÉFLEXION (NOTE DE)

Note écrite présentée par une [agence](#) à un [annonceur](#) avant d'élaborer le [plan de campagne](#).

Constitue souvent la première [recommandation](#) et peut même servir d'examen de passage lors du choix d'une agence parmi plusieurs [concurrentes](#).

## REFUND

Mot anglais.

Abréviation de [cash refund offer](#) ([offre de remboursement](#)).

## RÉGIE PUBLICITAIRE

1. Organisme [commercial](#) indépendant d'un [support](#) chargé de [vendre](#) l'[espace](#) de ce support.
2. Poste de commande technique dans un [studio](#) d'enregistrement sonore.

## RÉGION O.J.D, U.D.A, etc.

[Zone](#) ou circonscription géographique utilisée en [marketing](#) ou en [études](#) publicitaires.

Voir aux mots [O.J.D.](#), [U.D.A.](#), [Nielsen](#).

## RÉGISSEUR DE PUBLICITÉ

Entreprise ou professionnel de la [régie publicitaire](#).

## REGISTERED

Mot anglais.

Mention précédée (ou remplacé par) d'un "R" dans un cercle et signifiant que la [marque](#) est déposée sur le plan international : ®

## RÉIMPRESSION

Nouveau [tirage](#) d'un [document](#) déjà [imprimé](#).

## RELANCE

1. Opération de [marketing direct](#) consistant à adresser un nouveau [message](#) à un [prospect](#).
2. Le message lui-même.

## RELANCEMENT

Nouveau lancement d'une [marque](#), d'un [produit](#).

## RELATIONS PRESSE

Action de [relations publiques](#) consistant à fournir des [informations](#) à la [presse](#) et à entretenir des contacts avec ses représentants, tout cela en vue d'obtenir des [citations](#) ou des [articles](#) en dehors de tout [achat d'espace](#).

## RELATIONS PUBLIQUES

Ensemble des actions ayant pour objet d'influencer l'[opinion publique](#) en faveur d'une entreprise ou de toute organisation officielle ou privée, voire d'un individu.

Les relations publiques font appel aux mêmes techniques que la publicité mais n'ont pas un objectif [commercial](#) à court terme.

Voir aussi aux mots : [publicité institutionnelle](#), [corporate](#).

## RELIURE

1. Opération de [façonnage](#) consistant à réunir ensemble plusieurs [feuillet](#)s.
2. Manière dont l'ouvrage est relié (collage, entoilage, anneaux plastiques, etc..)

Verbe : relier.

## REMBOURSEMENT (OFFRE DE)

Voir à "[offre de remboursement](#)".

## REMISE

[Réduction de prix](#), conditionnelle ou inconditionnelle, rabais, pouvant constituer une opération de [promotion des ventes](#).

Voir aussi : "[sur-remise](#)".

## REMONTEE

Désigne le retour des [coupons](#) dans une opération de [promotion des ventes](#) ou des demandes de renseignements ou d'[échantillons](#) à la suite d'une offre par [mailing](#) ou [annonce à clé](#), de réponses à un [jeu](#) ou [concours](#).

Synonymes : [rédemption](#).

Verbe : remonter.

## REMUE-MÉNINGES

Equivalent français de "[brainstorming](#)" (voir à ce mot).

## RÉMUNÉRATION D'UNE AGENCE

Voir aux mots "[commission \(d'agence\)](#)" et "[honoraires](#)".

## RENDEMENT

Production, résultat par rapport à un effort donné.  
A distinguer de [rentabilité](#).

## RENTABILITÉ

Résultat par rapport à un investissement financier.

## RÉPARTITEUR

1. Type de [grossiste](#) en pharmacie.
2. Professionnel spécialisé dans la sélection des [emplacements](#) d'[affichage](#).

## REPASSE

[Annonce](#) insérée pour la seconde fois mais à titre gratuit afin de compenser un incident technique (mauvaise qualité de [reproduction](#), mauvais [emplacement](#), etc..)

## REPÉRAGE

1. En [photogravure](#) et [impression](#), opération consistant à faire exactement coïncider les [clichés](#), les couleurs se superposant afin d'éviter tout dépassement, toute bavure.
2. An [cinéma](#), opération consistant à trouver le lieu adéquat d'un [tournage](#).

Verbe : repérer.

## RÉPÉTITION

1. Le fait d'être redit plusieurs fois de la même manière ou par une expression différente (voir au mot "[redondance](#)").
2. Répétition moyenne : en [média-planning](#) indicateur permettant de déterminer le nombre d'[expositions](#) à un [support](#) donné de la [cible](#) exposée à ce [support](#) (nombre moyen d'[O.D.V.](#) par individu touché au moins une fois).

## REPIQUAGE

[Impression](#) additive sur une [feuille](#) déjà imprimée.

Verbe : repiquer.

## REPLICATION DE LECTURE

En [études médias](#) : reprise en mains d'un [support](#) de [presse](#) (voir au mot "[reprise](#)").

## REPORT

1. En [photogravure](#), opération consistant à copier photographiquement sur [plaque](#) le [document](#) à reproduire (procédé [offset](#)).
2. En [média-planning](#), déplacement dans le temps d'une [insertion](#).

## REPOSITIONNEMENT

Opération consistant à remettre en valeur un [produit](#), une [marque](#) dont l'[image](#) s'est modifiée ou dégradée dans le public ou que l'on veut placer dans un autre [univers](#).

Verbe : repositionner.

Voir aussi au mot "[positionnement](#)".

## REPRÉSENTANT (DE COMMERCE)

Personne salariée ou commissionnée chargée de [vendre](#) les [produits](#) d'une ou plusieurs firmes.

En général, on réserve actuellement le terme "représentant" aux [vendeurs](#) salariés d'une entreprise donnée.

Voir à [V.R.P.](#)

## REPRISE

1. Voir "[échange](#)" (technique de promotion des ventes).
2. Reprise en mains : en [études médias](#), élément décompté et pris en considération dans la lecture des [supports](#) de [presse](#).

## REPRO(DUCTION)

Opération de [photogravure](#) réalisée par contact ou au scanner ou [duplication](#) d'une photographie.

## REPROGRAPHIE

Ensemble des procédés de [reproduction](#) autres que l'[impression](#) : [duplication](#), [photocopie](#), etc.

## R.E.S.

Sigle : Rachat d'Entreprise par les Salariés.

Abréviation utilisée depuis que cette formule de reprise d'une firme par son personnel est officiellement organisée (1984).

Correspond à l'américain L.M.B.O. (Leverage Management Buy-Out).

## RÉSEAU

Répartition des éléments d'une organisation :

1. Réseau de [vente](#), de [représentants](#), de [distribution](#).
2. Réseau de [radios locales](#), d'[affichage](#), de [télévision](#), de [diffusion](#) (cf. réseau [câblé](#)).

## RESEAU DE PUBLICITE ou ADVERTISING NETWORK

Organisation de ventes de publicité sur des groupes de [sites web](#).

## RÉSERVATION

Engagement d'[achat d'espace](#).

Synonyme : retenue d'[emplacement](#)

## RÉSERVE

[Blanc](#) ménagé dans un fond noir ou couleur.

On dit parfois, abusivement, en "réserve blanche".

## RESSOURCES HUMAINES (AGENCE DE COMMUNICATION)

Voir au mot "[publicité de recrutement](#)".

## RETIRAGE

Nouvelle [impression](#), réédition d'un [imprimé](#) (livre, [journal](#), etc).

## RETIRATION

[Impression](#) du second côté de la [feuille](#).

Une [presse](#) à retiration est capable d'imprimer les deux côtés simultanément.

## RETOUCHE

Correction, amélioration, modification apportée à une [photographie](#) par des procédés graphiques.

La retouche est effectuée par un retoucheur.

Verbe : retoucher.

## RÉTROPROJECTEUR

Appareil permettant de projeter des textes ou [graphiques](#) sur [transparents](#) d'une réunion rassemblant plusieurs personnes.

## RÉUNION DE GROUPE

Technique d'[étude](#) utilisant la dynamique d'un ensemble d'individus spécialement sélectionnés.

## RÉUNION (VENTE PAR)

Technique de [vente](#) consistant à réunir par petits groupes des [consommateurs](#) autour d'une [animatrice vendeuse](#) (exemple Tupperware, Avon, etc).

## REVAMPER

Mot français.

Réanimer un [produit](#), une [marque](#) en perte de vitesse, par différents moyens appropriés : [repositionnement](#). Nouveau [packaging](#), publicité, etc..

## REVAMPING

Mot anglais.

Action de "[revamper](#)" un [produit](#), une [marque](#) en perte de vitesse.

## RÊVE ÉVEILLÉ

Technique de [créativité](#) appliquée par certaines [psychosociologues](#) en [réunion de groupe](#).

## REVENDEUR

[Commerçant](#) intermédiaire.

## REVENTE

Opération de [vente](#) effectuée par un intermédiaire.

## REVUE

[Publication périodique](#) comportant un nombre important de [pages](#) et constituant généralement un [support](#) de publicité.

## R.F.M. RATIO

Mots anglais.

Sigle : Regency - Frequency - Monetary ratio.

Formule utilisée en [marketing direct](#) pour apprécier la valeur d'une adresse sur un fichier.

## R.F.P.

Sigle : Régie Française de Publicité.

Organisme public ayant assuré la [régie publicitaire](#) des [chaînes](#) de [télévision](#) de 1968 à 1986.

## RHÉTORIQUE

Technique de la mise en oeuvre des moyens d'expression par le langage, art du [discours](#).

## RHODOÏD

Film polyester rigide utilisé en couverture de protection pour certaines brochures, plaquettes, etc..

## RINGARD

Obsolète, vieillot, dépassé, un peu ridicule.

## RITOURNELLE PUBLICITAIRE

Voir au mot "jingle".

## R.L.P.

Sigle : Radio Locale Privée.

Voir au mot : "radio locale".

## R°

Abréviation de "Recto".

## ROGNÉ (À VIF)

Se dit d'un imprimé dont une partie de l'impression a été coupée au façonnage.

Verbe : rogner.

## ROMAIN

Désigne un caractère typographique droit (par opposition à italique).

## ROMAN PHOTO

Histoire racontée par une suite de [photos](#) et publiée dans certains [magazines](#).

Le roman-photo a été utilisé parfois à des fins publicitaires.

## RONÉOTYPER

Du nom de la machine (ronéo) à [polycopier](#).

## ROTATION

En [distribution](#), taux de renouvellement des [ventes](#) d'un [produit](#), d'un [rayon](#), d'un [magasin](#).

## ROTATIVE

Machine à [imprimer](#) en continu sur [papier](#) en [bobines](#).

## ROUGH

Mot anglais.

[Esquisse](#), [crayonné](#), [maquette](#) simplifiée.

## ROUGHMAN

Mot anglais.

[Dessinateur](#), [maquettiste](#).

## ROUTAGE

Ensemble des opérations d'acheminement d'un [imprimé](#), un colis, un [mailing](#) vers une [cible](#) donnée.

Les entreprises de routage sont appelées routeurs.

Verbe : router.

## ROYER (LOI)

Voir à "[loi Royer](#)".

## RUMEUR

Bruit se répandant dans le public d'une manière non contrôlée. Toutefois certaines s'efforcent de créer des rumeurs (voir au mot "[rumoriste](#)").

## RUMORISTE

Professionnel ou [agence](#) dont les fonctions est de lancer des [rumeurs](#) et d'en contrôler la [diffusion](#).

## RUPTURE (DE STOCK)

1. Absence soudain d'un [produit](#) normalement référencé dans un [point de vente](#).
2. Situation d'impossibilité de livraison d'un produit par indisponibilité de celui-ci.

## RURBAIN

Terme nouveau créé par les économistes pour désigner l'habitant d'une région rurale travaillant en ville.

## RUSHES

Mots anglais (pluriel).

En [cinéma](#), bouts de [films](#), [tirage](#) des premières [prises de vue](#) avant [montage](#).