

# English Corner

## English Corner

L'univers de la publicité numérique est gourmand en anglicismes. Vous rencontrerez de nombreux termes anglais au fil des ateliers, qui ne sont même plus traduits par les professionnels. Leur langage courant les égrène et les multiplie.

Remarquez-les sur les sites professionnels que nous vous invitons à parcourir pour sélectionner publicités et campagnes numériques.

- Nommez dans la classe des « traqueurs » chargés d'attraper au vol les termes anglais rencontrés et d'en donner la signification à tous.
- Observez sur les réseaux sociaux les # utilisés dans les publications. L'anglais les envahit. Ce n'est pas uniquement pour capter une audience internationale qui utiliserait ces mots clés ! Sélectionnez-en une vingtaine et faites voter les élèves sur ceux qui retiennent leur attention.
- Comment construire un # sur une publication pour augmenter ses chances d'être vue / relayée ? Quels sont les termes anglais qu'utilisent les élèves pour taguer un événement, une actu de leur communauté, une vidéo ou une photo qui les a fait sourire ?
- Visionnez le film « Manage your online advert experience » (contrôlez vos préférences publicitaires) : cliquez [ici](#).  
Ce film fait partie de la démarche [MediaSmart UK](#) développée au Royaume-Uni et expose pourquoi et comment paramétrer les publicités qui s'affichent lors de la navigation sur l'internet.  
Accédez au script du film et à sa traduction [ici](#).  
Organisez un débat sur l'intérêt de la publicité comportementale et comment bien utiliser le paramétrage des préférences publicitaires.  
En passant, remarquez ce qui diffère dans les règles de ponctuation entre l'anglais et le français.  
Relevez les expressions de langage courant.

## Glossaire anglais en lien avec le thème

**Advertising** : publicité

**Banner** : bannière, format standard d'une publicité en ligne, calibrée en pixels

**Buzz** : bouche-à-oreille ou marketing viral, stratégie consistant à inciter des individus à transmettre un message publicitaire à leur réseau de connaissances, permettant d'accroître ainsi la visibilité et l'efficacité du message

**Big Data** : traitement de données nombreuses, variées, provenant de sources multiples et fréquentes

**Cookies** : fichiers texte qui contiennent des informations sur la navigation du visiteur d'un site

**Deep Learning** : Ce sont les processus d'apprentissage profonds associés aux algorithmes, basés sur l'exploitation de gigantesques quantités de données

**Digital** : numérique, en référence au format utilisé pour la représentation des données

**Display** : type de publicité numérique

**Dot per Inch, DPI** : Unité de mesure de la résolution d'un écran, d'une imprimante, sa densité mesurée en pixel

**E-commerce** : site marchand en ligne

**E-mailing** : envoi d'information par messagerie électronique

**E-pub** : publicité numérique

**Expand banner** : publicité numérique qui déborde du cadre en empiétant de manière scénarisée sur la page d'accueil du site hébergeant la publicité

**Fan page** : sur un réseau social, page personnalisée par une marque, une cause, une personnalité pour informer régulièrement les internautes inscrits à cette page

**Feed** : le fil d'actualité d'un réseau social, les publications qui apparaissent en temps réel sur la page d'accueil

**Flyer** : tract imprimé, distribué ou déposé dans des endroits de passage pour promouvoir un événement, un lieu

**Footer** : Pied de page d'un site, présent sur toutes les pages

**Header** : En-tête d'un site

**Home page** : page d'accueil d'un site

**Interest-based advert** : publicité basée sur les centres d'intérêt

**Interstitial webpage** : page publicitaire apparaissant pendant le chargement de la page d'accueil d'un site

**Landing page** : page d'atterrissage, page qui amène un internaute sur un site, depuis une publicité numérique

**Machine Learning** : c'est l'apprentissage statistique qui permet à un algorithme de s'améliorer

**Newsletter** : lettre périodique d'information, papier ou électronique

**On-line/off-line** : sur l'internet ou sur les médias traditionnels

**Opt-in** : collecte de données consentie

**Opt-out** : système de désinscription

**Pitch** : projet présenté par une agence pour gagner une consultation lancée par un annonceur ; par extension résumé d'un film pour éveiller l'intérêt des futurs spectateurs

**Podcast** : enregistrement numérique disponible en ligne gratuitement ou contre abonnement

**Pure Player** : site marchand présent uniquement en ligne

**Responsive** : technique d'affichage d'un site s'adaptant à l'écran du support : ordinateur, tablette, téléphone

**Roll-over** : le passage de souris, qui active une information

**Search** : messages publicitaires liés aux requêtes sur les moteurs de recherche par le jeu du référencement naturel ou de l'achat de mots-clés

**Spam** : courrier électronique en nombre envoyé sur des adresses électroniques sans le consentement de leurs propriétaires

**Sponsored links** : liens sponsorisés, activés par l'achat de mots-clés

**VOD (Video on demand)** : service connecté pour choisir ses programmes à regarder sur la télévision, un ordinateur, une tablette ou un téléphone.

**Webmarketing** : ensemble des techniques utilisées sur les médias en ligne pour promouvoir un produit, un service, une démarche et acquérir du trafic sur un site.