

# English Corner

## English Corner

**Info + : La loi oblige la publicité à employer le français. A défaut les mots en langue étrangère doivent être traduits.**

Proposer aux élèves de rechercher des publicités presse de marques internationales (mode, luxe, horlogerie, optiques solaires, objets connectés, équipement sportif...) pour observer la présence de l'anglais et la manière dont la traduction française figure sur l'annonce.

Leur proposer une autre sélection de publicités presse, non déjà collectées par eux, et leur présenter les marques ou produits et les slogans ou signatures en anglais. Leur demander de proposer une traduction en français, en insistant sur la nécessité d'être concis et de retrouver les règles françaises d'un slogan, pour lui donner une efficacité propre.

- Où va leur préférence, entre l'anglais et le français ?
- Qu'apporte l'anglais ?
- Quelle perception ont-ils de la marque, quelle image l'anglais véhicule-t-il ?

**Glossaire anglais** en lien avec le thème

**Access prime time** : De 19h à 20h, tranche horaire télévisée précédant la période de plus grande audience (appelée prime time).

**Advertising** : publicité

**Base-line** : signature d'une marque ou d'un produit, souvent associée au logo pour créer le bloc marque

**Below-the-line** : désigne les Investissements publicitaires hors médias, soit la publicité sur le lieu de

vente, par le canal boîte à lettres...

**Branding** : vient du mot anglais « brand » qui signifie marque. Politique de marque visant à améliorer la notoriété et l'image d'une marque.

**Brief** (ou Briefing) : exposé écrit ou oral par l'annonceur du contexte et des objectifs d'une campagne de communication

**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

**Catch-up TV** : télévision en décalé, permettant le visionnage d'une émission ou d'un programme en différé, accessible sur le site de la chaîne

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

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

**Flyer** : tract au format papier, distribué ou déposé dans des endroits de passage pour promouvoir un événement

**Focus group** : réunion de groupe pour recueillir des informations qualitatives sur un sujet donné

**Free-lance** : personne indépendante qui travaille pour plusieurs clients ou agences.

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

**Jingle** : signature sonore associée à une marque ou un produit

**Leaflet** : document commercial (dépliant ou prospectus) laissé à disposition du public sur un comptoir, un stand... ou pouvant être encarté dans un magazine

**Mailing** : envoi postal d'informations en nombre (publipostage)

**Marketing** : ensemble des démarches permettant de faire vendre un bien ou un service, allant de l'identification des besoins jusqu'aux enquêtes de satisfaction, en passant par la conception, la fabrication, le prix, la publicité...

**Mediaplanning** : étude nécessaire à la définition des critères de diffusion sur plusieurs médias d'une

campagne de communication

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

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

**Out of the box** : qui sort du cadre, publicités qui adoptent des supports

incongrus (façades, mobilier urbain) pour retenir l'attention

**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

**Planning** : suite d'actions de communication à réaliser dans un calendrier déterminé ou en prévision d'un événement.

**Prime time** : heure d'entrée de soirée à la télévision, de plus forte audience

**Sponsoring** : soutien financier apporté par un partenaire en échange de visibilité sur un événement ou une émission télé ou radio

**Spot** : publicité télé ou radio

**Story-board** : planche de scénario, vignettes avec dialogues et commentaires pour découper les messages clés d'un projet de film publicitaire

**Street marketing** : technique promotionnelle de distribution de documents publicitaires ou d'échantillons réalisée dans la rue, en allant à la rencontre du consommateur