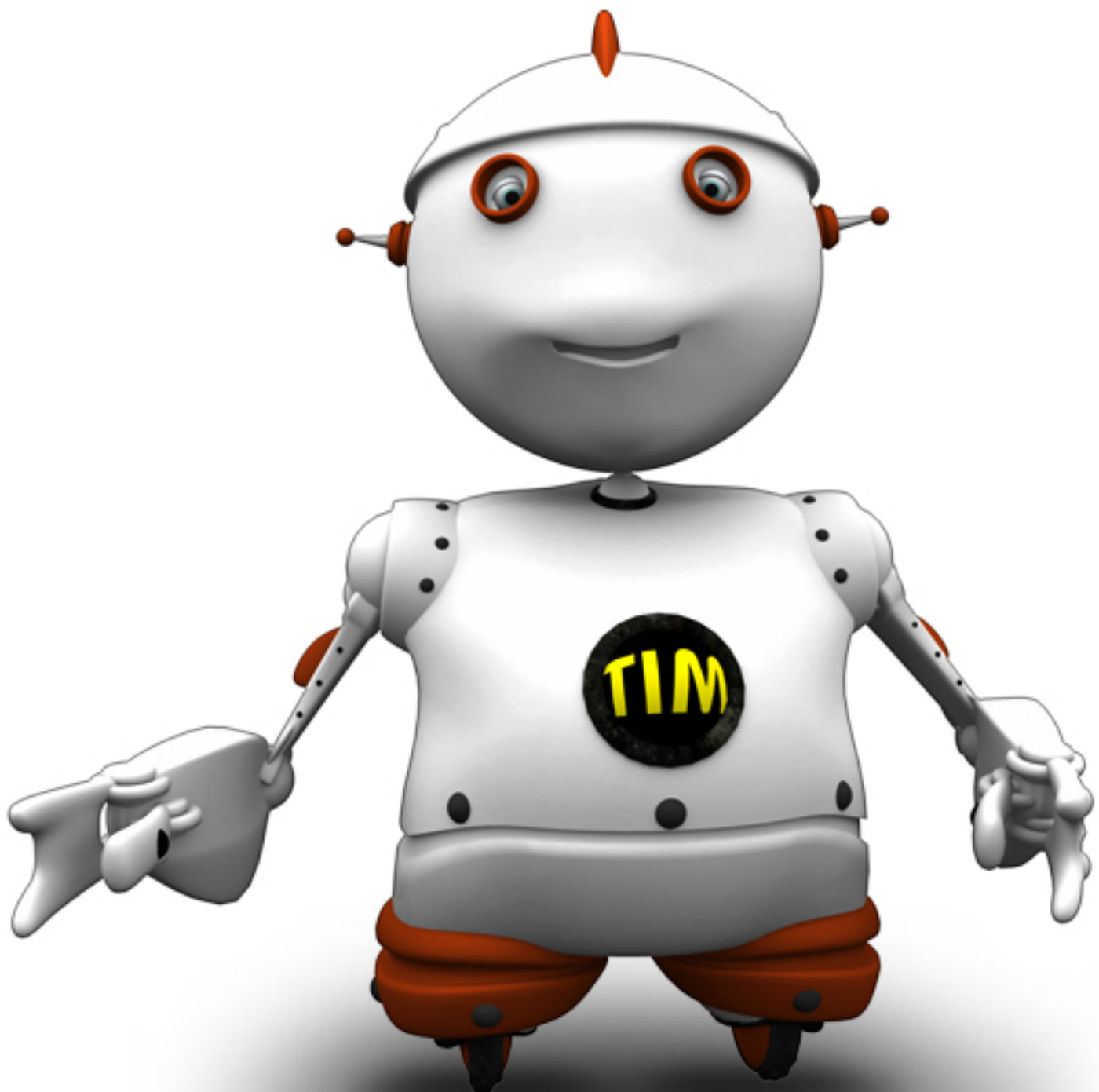


TERMINOLOGIE INTERNET ET MOBILE



3G

Voir "Standards de transmission pour les téléphones mobiles".

AD REQUEST

Lors de la requête d'une page via un navigateur ou une application Internet, c'est l'appel d'un objet publicitaire.

Remarque 1 : Il y a autant d'Ad requests par page qu'il y a d'objets publicitaires sur une page, sauf dans le cas de refresh automatique.

Remarque 2 : Il n'y a pas de métrique à partir des ad requests, ce sont les ad impressions qui sont comptabilisées (voir site centric).

ADRESSE IP

Numéro attribué à tout appareil se connectant à Internet. On distingue :

- les adresses *IP* fixes (permanentes);
- les adresses *IP* dynamiques (à la volée) qui sont attribuées aléatoirement à chaque connexion par le FAI (fournisseur d'accès à Internet).

ADSL

Asymmetric Digital Subscriber Line.

Service d'accès à Internet illimité à haut débit utilisant les lignes téléphoniques classiques. Avec l'*ADSL* , l'internaute garde sa ligne de téléphone libre tout en surfant sur Internet.

En savoir plus : Le principe de l'ADSL consiste à réserver une partie de la bande passante au transport de la voix, une autre au transport des données circulant en direction du coeur de réseau (données montantes) et une troisième, plus importante, au transport des données circulant vers l'abonné (données descendantes).

AFFINITE

Indicateur, exprimé en indice ou en pourcentage, commun à tous les médias, exprimant la proximité entre un support et une cible. En ce qui concerne Internet, il est important de préciser que, pour le calcul de ce rapport, la base est la population internautes de référence du mesureur.

AGREGATEUR RSS

Site ou application Internet permettant la lecture de fils *RSS* . Permet de rassembler (agréger) des informations en provenance de différents sites.

Il existe deux principaux types d'agrégateurs :

- les clients (des logiciels, qu'il faut installer sur son ordinateur) ;
- les applications en ligne (utilisables directement depuis des sites).

AJAX

Asynchronous JavaScript and XML.

Mix de plusieurs langages informatiques qui permet l'affichage de contenus dynamiques et de sources différentes au sein d'une même page. Il permet également aux internautes de créer des pages d'accueil personnalisées.

En savoir plus : Permet à plusieurs composants de s'exécuter indépendamment dans un navigateur et d'échanger des données structurées avec un serveur en utilisant les technologies *Web* traditionnelles (*XHTML*, *CSS*, *DOM*, *Javascript* , etc.). L' *Ajax* est l'une des principales technologies sur lesquelles repose le *Web 2.0* .

ALERTE MAIL

Courrier électronique généré automatiquement afin de signaler à l'internaute (ou au mobinaute) la mise en ligne d'un contenu (offre d'emploi, annonce immobilière, etc.) répondant aux critères qu'il a prédéfinis et déposés sur un site.

APPLICATION INTERNET

Programme exécutable créé pour être utilisé avec Internet.

Exemples : messageries instantanées, lecteurs de contenu audio/vidéo, etc.

ASP

Application Service Providing.

Mode d'accès à des applications hébergées sur des serveurs distants via un navigateur.

L'application s'utilise comme si le logiciel était installé sur le poste de l'utilisateur et non hébergée par le prestataire. L'accès se fait à travers le réseau Internet et l'interface d'un navigateur.

Remarque 1 : Le principe de l' ASP permet à l'utilisateur de s'affranchir des contraintes de maintenance informatique et de bénéficier en permanence des mises à jour du logiciel.

Remarque 2 : L' ASP peut également désigner le prestataire proposant une prestation de ce type

(*Application Service Provider*) .

Remarque 3 : L' ASP est également un langage propriétaire de Microsoft servant au développement de sites Internet.

AUDIO TO WAP

Technologie qui permet à une personne appelant un service vocal interactif (SVI) de communiquer son numéro de mobile afin de recevoir sur son téléphone portable un *SMS WAP Push* lui permettant d'aller directement sur le site Internet désiré.

BANDE PASSANTE

Indique un débit d'informations sur une liaison donnée, déterminé notamment par les technologies de transmission mises en oeuvre à l'aide des équipements situés à chaque extrémité de cette liaison.

La bande passante se mesure généralement en bits (kilobits ou mégabits) par secondes (bit/s ou bps), notamment pour les fournisseurs d'accès à Internet qui indiquent ainsi le débit maximum d'un abonnement.

Elle représente également la capacité maximale de débit que doivent se partager l'ensemble des visiteurs venant sur un site Internet donné ou utilisant une application Internet.

BANNIERE

Bannière ou bandeau (*banner*): type de format publicitaire (voir "format").

C'est à ce jour, avec le rectangle, la forme d'insertion publicitaire la plus courante sur l'Internet classique et l'Internet mobile.

BILLET (POST)

Tout contenu publié sur un blog. Appelé aussi "note", "article" ou " *post* " en anglais. En général, il est daté et composé d'un titre et d'un contenu (texte court, image, vidéo, etc.). Tout billet peut faire l'objet d'un marquage thématique (par marqueur ou *tag*) afin d'en faciliter la recherche.

BLOG

Site formé d'un ensemble de billets présentés le plus souvent par ordre chronologique inversé (les

plus récents sont publiés en premier).

Remarque : Le créateur d'un blog est appelé "blogueur" ; c'est lui qui édite le contenu, souvent textuel, pouvant être enrichi de liens hypertextes et d'éléments multimédias, et sur lequel chaque visiteur peut généralement apporter des commentaires ou opinions personnelles (auteurs secondaires).

BLUETOOTH

Technologie de réseau local sans fil pour la transmission par onde radio de la voix et des données entre terminaux mobiles (téléphones, assistants personnels, ordinateurs portables) et/ou ordinateurs fixes, de faible portée.

En savoir plus : Technologie lancée en 1998 par Ericsson, IBM, Intel, Nokia et Toshiba. Il s'agit d'un standard ouvert permettant de transmettre un débit de 720 kbit/s sur une distance allant le plus souvent jusqu'à 10 m, voire 100 m selon l'équipement.

Le Bluetooth supporte des connexions point à point ou multipoint.

BRAND

Voir "Mesureur".

BUZZ

Propagation d'une information par le bouche à oreille.

Remarque : Les NTIC (nouvelles technologies de l'information et de la communication) autorisent cette propagation auprès d'un public plus large.

En savoir plus : le buzz est, en anglais, un bourdonnement. Il s'agit d'une onomatopée, reprenant le bruit des insectes (abeilles, bourdons, etc.).

CAPPING

Moyen technique destiné à limiter, généralement grâce aux *cookies*, le nombre maximal d'affichages d'un objet publicitaire au cours d'une période.

CIBLAGE

Action marketing consistant à sélectionner la population à laquelle s'adresse une communication. Internet permet différents types de ciblage :

- ciblage socio-démographique à partir d'informations explicites communiquées volontairement et recueillies auprès d'internautes ou de mobinautes déjà identifiés;

- ciblage à partir des caractéristiques techniques recueillies automatiquement lors de la navigation de l'internaute ou du mobinaute (type de matériel, adresse IP, navigateur, langue du navigateur, etc.);
- ciblage comportemental à partir de l'examen des navigations de l'internaute (mots-clés recherchés, sites fréquentés, achats, etc.).

CLIC

Action de l'internaute qui active un lien ou un objet, engendrant une réponse de type nouvel affichage, téléchargement, redirection, etc.

COUT PAR ACTION (CPA)

Modèle de paiement de la publicité. Coût d'une action faisant suite à la diffusion d'un objet publicitaire sur le site visé par l'annonceur. Le type d'action est à déterminer en fonction de la campagne.

COUT PAR CLIC (CPC)

Modèle de paiement de la publicité. Coût d'un clic sur un objet publicitaire conduisant effectivement au site visé par l'annonceur.

COUT PAR LEAD (CPL)

Type de *CPA*, l'action étant ici de devenir un prospect qualifié pour l'annonceur.

COUT POUR MILLE (CPM)

Modèle de paiement de la publicité. Coût pour l'achat de 1000 affichages d'un objet publicitaire ou d'un ensemble d'objets d'une même campagne d'un même annonceur.

CODE BARRE 2D

Code optique en 2 dimensions, lisible par certains téléphones équipés d'un appareil photo et d'un logiciel embarqué. En étant photographié, ce code génère l'appel à un contenu ou à un accès à un site Internet.

COMPAREUR DE PRIX

Un comparateur de prix (ou *shopbot*) est un site qui permet de comparer les prix sur Internet. L'envoi d'une requête portant sur un produit ou un service recherché par l'internaute (ou le mobinaute) génère une réponse sous forme de liste des sites marchands proposant le produit ou service souhaité (livre, CD, billet d'avion, électroménager, etc.). La plupart du temps, il s'agit d'une liste présentée par ordre de prix croissant, précisant les conditions de vente (livraison, paiement, etc.), et à partir de laquelle l'internaute (ou le mobinaute) peut accéder directement aux sites marchands via des liens.

Les comparateurs de prix sont financés par la publicité et par des programmes de partenariat avec les sites vers lesquels ils renvoient.

COOKIE

Fichier texte placé, à l'occasion d'une consultation, par le serveur du site ou un tiers autorisé par le site, dans la mémoire du navigateur.

Il permet notamment de recueillir et de stocker des données sur le comportement de navigation à partir du poste connecté. Le *cookie* sert au serveur à mémoriser des informations attachées à l'utilisation de chaque navigateur.

Remarque 1 : Les informations stockées dans les *cookies* sont déchiffrables par celui qui les a émises (site ou tiers : serveur de publicité, outil de mesure, etc.) ; les *cookies* sont techniquement limités tant en durée qu'en fonctionnalités.

Remarque 2 : Les internautes peuvent à tout moment, durablement ou temporairement, s'opposer aux *cookies* en paramétrant leur navigateur. Les *cookies* peuvent également être supprimés après consultation du site.

CRAWLER (ROBOT)

Composante d'un moteur de recherche visitant les sites Internet afin d'en analyser le contenu, et d'alimenter ainsi en données les index du moteur de recherche.

DISPLAY

Publicité graphique sur Internet.

Remarque : Il existe deux sortes de publicité sur Internet : le display et les liens publicitaires (liens sponsorisés ou commerciaux).

DNS

Domain Name System.

Système permettant d'établir une correspondance entre une adresse IP et un nom de domaine.

DOMAINE (NOM DE)

Nom unique permettant d'identifier un site internet. Un nom de domaine est constitué de deux éléments :

- une racine qui correspond le plus souvent au nom de l'entreprise ou à l'activité exercée (63 caractères au maximum) ;
- une extension séparée de la racine par un point (ex : ".fr").

En France, il y a également la possibilité de définir des sous-domaines qui correspondent à des sous-ensemble du domaine. Ils sont désignés par la partie qui précède le nom de domaine.

En savoir plus : On distingue des domaines de premier niveau (TLD pour Top Level Domains) habituellement divisés en deux catégories :

- les domaines génériques de premier niveau (gTLD) avec des extensions du type ".com", ".net", etc. qui ne sont pas liées à un pays;
- les domaines de premier niveau qui sont des codes de pays (ccTLD).

Un organisme international, l' ICANN , est chargé de la définition des noms de domaines gTLD et de réserver les extensions (ex : ".aero", ".biz", ".museum", etc.).

Pour les autres noms de domaines ccTLD, des organismes locaux gèrent l'attribution des extensions par pays. Pour la France, c'est l'Association Française de Nommage Internet en Coopération (AFNIC) qui gère ces attributions .

DOWNLOAD

Voir "Téléchargement".

DVB-H

Digital Video Broadcasting - Handheld , et en français, Diffusion Vidéo Numérique - Portable.

Norme technique retenue en France pour la radiodiffusion hertzienne numérique destinée à une réception sur terminal mobile.

E-MAIL

Electronic Mail.

En français, courrier électronique, courriel ou Mél. Courrier échangé par le moyen d'Internet entre des adresses identifiées.

Les e-mails peuvent être envoyés/reçus, consultés et traités au moyen:

- d'un client de messagerie à travers un logiciel de messagerie électronique en local sur un terminal,
- d'un webmail, directement par une interface du web depuis un navigateur.

EDGE

Voir "Standards de transmission pour les téléphones mobiles".

FAVORIS

Les favoris, signets ou *bookmarks* regroupent l'ensemble des adresses de sites que l'internaute (ou le mobinaute) garde en mémoire dans son logiciel de navigation.

Remarque : dans le cas de l'Internet mobile, on utilise le plus souvent le terme « signets » et non celui de « favoris ».

FIBRE OPTIQUE

Fil de verre permettant le transport de données numériques sous forme d'impulsions lumineuses, insensible aux variations électromagnétiques.

FICHER LOGS

Journal d'activités qui enregistre le détail de l'activité d'un serveur (requêtes, émission de fichiers, etc.).

En savoir plus : les logs permettent de recueillir quatre types d'information :

- *log de transfert : il enregistre tous les transferts de fichiers résultant d'une requête à un serveur ;*
- *log d'erreur : il conserve la trace des incidents survenus dans le dialogue avec le serveur (URL erronée, transfert interrompu, etc.) ;*
- *log référentiel : il indique site et page de provenance et d'arrivée ;*
- *log d'agent : il archive les informations sur l'équipement des utilisateurs (ex : caractéristiques du navigateur, etc.).*

FIREWALL (PARE-FEU)

Logiciel et/ou matériel permettant de protéger les informations internes au réseau local contre les

intrusions de tiers en suivant une règle automatique et paramétrable permettant de filtrer les transferts d'informations (sorties) vers le réseau externe et de contrôler l'accès aux ressources d'informations externes (entrées).

FLASH

Format d'animation vectoriel sur Internet. Permet notamment l'image animée.

FLUX RSS

Really Simple Syndication.

Envoi automatique en temps réel, sur inscription de l'internaute (ou du mobinaute), d'informations mises à jour. Flux de contenus gratuits en provenance de sites. Reprend automatiquement le titre ou le contenu intégral d'un site ou d'un blog. Les informations sont affichées sous forme de liens cliquables.

Remarque : Le format XML permet d'envoyer des flux RSS .

FORMATS IAB

Il existe plusieurs formats IAB :

- La bannière simple qui est la première bannière à être apparue sur le Web dès octobre 1994, la bannière en format GIF s'est imposée comme le standard de base des bandeaux publicitaires. Au départ, il s'agissait d'un bandeau de taille 468 x 60 pixels, positionné en haut de page. Ensuite, ce standard s'est aventuré dans d'autres zones des pages web et s'est doté de petites animations (gif animé);
- le billboard pré-post roll video apparait sous forme de séquence vidéo d'un maximum de 10 secondes en ouverture et en fermeture de contenu;
- le format intext est un lien contextuel situé dans le contenu éditorial. Chaque annonceur peut décider d'acheter différents mots ou expressions se reportant à sa marque ou à son offre. Ces mots qui apparaissent généralement en couleur soulignés deux fois ouvrent une fenêtre publicitaire au passage de la souris. La publicité peut contenir du texte mais aussi des créations rich-média comme de la vidéo. L'internaute garde à tout moment l'initiative de l'activation de ce format;
- Le skyscraper est une sorte de bannière verticale qui s'intègre au contenu ou apparaît en bordure de site. Les créatifs innovent en utilisant la structure verticale dans toutes ses déclinaisons : empilage de contenu, déstructuration et chute, escalier, etc; - le pavé est un carré publicitaire, intégré au contenu central, il ne fait pas partie du Package IAB Europe;
- le Rich Media est un type de création publicitaire qui propose derrière la diffusion du message une expérience interactive à l'intérieur du format et qui est diffusée et mesurée via un adserver.

FORUM

Espace virtuel rassemblant des sujets de discussion et les échanges en découle.

Remarque : Le forum peut être structuré par rubriques. Il est généralement modéré, a priori ou a posteriori.

L'administrateur est en charge de la gestion technique du forum. Le(s) modérateur(s) applique(nt) la politique éditoriale du site et traque(nt) les messages illicites.

FOURNISSEUR D'ACCES A INTERNET (FAI OU ISP)

Le Fournisseur d'Accès à Internet (FAI) ou *Internet Service Provider (ISP)* est le prestataire permettant à l'internaute (ou au mobinaute) d'accéder au réseau Internet.

Dans le cas des mobiles, l'opérateur de téléphonie mobile est le plus souvent le FAI.

GEOLOCALISATION

Dans le cas de l'Internet Mobile, procédés par lesquels il est possible de localiser géographiquement un terminal, par exemple à partir de sa position (GPS, mode déclaratif, ou via les cellules GSM). Voir aussi "Origine géographique des consultations".

GPRS

Voir "Standards de transmission pour les téléphones mobiles".

GPS

Global Positioning System.

Système qui permet de se repérer et d'être repéré dans l'espace par triangulation satellite.

GSM

Voir "Standards de transmission pour les téléphones mobiles".

HAMECONNAGE OU PHISHING

Action frauduleuse sous couvert d'une identité connue et usurpée, afin d'obtenir de l'internaute (ou du mobinaute) des informations confidentielles.

HAUT DEBIT

Le haut débit (ou large bande, *broadband*) est le terme employé pour désigner toute connexion à Internet avec un débit théorique de transfert de données supérieur ou égal à 512 Kilobits par seconde.

Les principales technologies de raccordement des clients aux réseaux haut-débit sont :

- la fibre optique (dite technique FTTH, fiber to the home);
- le câble;
- le satellite;
- la DSL, asymétrique (ADSL) ou autres (xDSL), technologie s'appuyant sur le réseau téléphonique traditionnel;
- le Wi-Fi;
- le WiMAX.

Remarque : En France, les offres commerciales « tripleplay » -accès à Internet Haut débit, à la téléphonie fixe et à la télévision sur ADSL- ont favorisé l'essor du haut débit (7ème position mondiale en 2007).

HITS

Remarque : Indicateur à vocation purement technique. Appels des différents fichiers qui constituent une page, soit le plus souvent :

- un ou plusieurs fichiers HTML ;
- un ou plusieurs fichiers textes;
- un ou plusieurs fichiers images;
- un ou plusieurs fichiers son ou vidéo, etc.

Cet indicateur, utile d'un point de vue technique, n'est pas pertinent d'un point de vue marketing, et ne saurait en aucun cas constituer un indicateur de fréquentation.

HOST

Mot anglais signifiant terminal connecté à (ordinateur, PDA, téléphone, console de jeu...).

Remarque 1 : Plusieurs individus sont susceptibles d'utiliser un même terminal, réciproquement un même individu peut utiliser des terminaux différents.

Remarque 2 : La mesure " côté site " appréhende les navigateurs des postes connectés, et en aucun cas des individus.

HOTSPOT

Deux définitions sont possibles :

1) Raccourci de " *wireless Internet hotspot* " : lieu public donnant accès à un réseau sans fil qui permet aux utilisateurs d'ordinateurs portables et/ou de terminaux mobiles (assistant personnel par exemple) de se connecter à Internet. Le *hotspot* est généralement un lieu à forte affluence et

clairement délimité (ex. : jardins publics, cafés, hôtels, gares, aéroports, bibliothèques, etc.)

2) Zone déterminée d'une page qui permet d'activer un lien hypertexte. Equivalent de "zone sensible", "zone cliquable".

HSDPA

Voir "Standards de transmission pour les téléphones mobiles".

HTML

HyperText Markup Language

Le HTML est un langage de balisage hypertexte. HTML permet aussi de structurer sémantiquement et de mettre en forme le contenu des pages, d'inclure des ressources multimédias dont des images, des formulaires de saisie, et des éléments programmables tels que des applets.

HTTP

HyperText Transfer Protocol.

Protocole utilisé pour transférer des fichiers entre un serveur Web et un navigateur.

HTTPS

HyperText Transfer Protocol Secured.

Version sécurisée du protocole *HTTP*. Permet aux internautes d'assurer la confidentialité des informations transférées et donc par exemple d'effectuer des paiements en ligne en toute sécurité.

I-MODE

Voir "Protocole de communication".

IMPRESSION PUBLICITAIRE

L'impression publicitaire ou *ad impression* est le téléchargement complet d'un objet publicitaire sur le poste connecté.

Remarque: La notion d'impression permet de comptabiliser l'occasion de contact avec une publicité,

indépendamment de la page ou de l'application Internet dans laquelle l'objet publicitaire est inséré.

INTERNAUTE

Individu qui a utilisé Internet au cours des 30 derniers jours.

Toute référence faite à une population d'internautes devra préciser l'âge minimal, les lieux de connexion pris en compte, et signaler si certaines fonctions d'Internet sont exclues de la mesure (ex. : non prise en compte de la consultation exclusive des e-mails).

Remarque 1 : La prise en compte de l'usage d'Internet au cours des 30 derniers jours conduit à mesurer des fluctuations saisonnières de la population des internautes d'une période sur l'autre (ex. : baisse de la population pendant les périodes de vacances).

Remarque 2 : Pour Médiamétrie, la population d'internautes de référence est âgée de 11 ans ou plus et s'est connectée à Internet au cours des 30 derniers jours, quel que soit le lieu de connexion. Cependant, notons que les résultats mensuels du panel de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon composé d'internautes âgés de 2 ans ou plus, disposant d'un accès à Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Pour ComScore, les résultats mensuels produits à partir du panel d'internautes sont issus d'un échantillon d'internautes âgés de 15 ans ou plus, connectés à Internet depuis leur domicile ou leur lieu de travail, qui exclut le "surf atypique".

INTERNAUTE ASSIDU

Voir "Mesureur".

INTERNAUTE OCCASIONNEL

Voir "Mesureur".

INTERNAUTE REGULIER

Voir "Mesureur".

INTERNET

Réseau public mondial utilisant des ressources informatiques (serveurs, ordinateurs personnels, terminaux mobiles) interconnectés par le protocole de communication IP (*Internet Protocol*). Regroupe le *World Wide Web* , les messageries accessibles via un logiciel (hors Webmail), les applications Internet et les systèmes de partage de fichiers (*ftp* , *peer to peer*).

Remarque 1 : Outre le protocole IP, l'Internet mobile utilise les protocoles WAP et I-mode en fonction des opérateurs.

Remarque 2 : A ce jour, les individus n'utilisant Internet que pour lire ou envoyer des e-mails via leur messagerie (hors Webmail) ne sont pas considérés comme des internautes par les opérateurs de mesure user centric.

INTERNET MOBILE

Accès au réseau Internet depuis un terminal mobile (téléphone mobile, assistant personnel, etc.).

En savoir plus : Quelques particularités de l'Internet mobile :

1. *Pour des raisons qui semblent principalement ergonomiques mais également pour un problème de poids (téléchargement), certains ont développé une version WAP de leur site Internet. Le mobinaute accède dans ce cas à la version WAP du site (le site reconnaît que la connexion provient d'un navigateur pour mobile et renvoie le format adapté).*
2. *Dans certains cas, un ajustement de l'affichage à la taille de l'écran du terminal est possible, sans qu'une version WAP n'ait été développée. En fait, les caractéristiques du terminal sont reconnues par le site sur lequel le mobinaute veut se connecter et elles sont prises en compte pour un affichage adapté.*
3. *Sur les portails et kiosques des opérateurs (Gallery), il existe des "alias" qui permettent une identification permanente du mobinaute. Ces alias correspondent à une sorte de cookie transmis par l'opérateur.*

INTERNET PROTOCOL (IP)

Voir "Protocole de communication".

JEU VIDEO

Jeu se déroulant sur un écran vidéo. Les supports de jeu vidéo les plus couramment utilisés sont les consoles de jeux et les ordinateurs. Les téléphones portables tendent également à devenir supports de jeux vidéo.

En savoir plus : Face à l'essor du jeu vidéo, des régies publicitaires qui travaillent en partenariat avec les éditeurs de jeux ont intégré des espaces publicitaires au coeur des jeux (l' Ingame advertising). Ce travail réalisé en amont du processus créatif d'un jeu permet aux annonceurs de toucher les populations de joueurs.

LANGAGE DE BALISAGE

Markup language

Langage servant à définir et à structurer les informations contenues dans un document sur le web. Les langages de balisages sont aussi appelés langages de description car ils ont pour but de décrire la structure des documents décrits. Les langages de balisages sont aussi appelés langages de description car ils ont pour but de décrire la structure des documents décrits (titre, paragraphes, sauts de ligne, passages en gras ou en italique, etc.). Le langage de description de page le plus connu est sans doute le HTML, qui est amené à être remplacé par le XHTML.

LIEN HYPERTEXTE

Lien sur lequel l'internaute (ou le mobinaute) peut cliquer, et qui relie un mot, une expression ou une image d'une page ou d'un document à une autre partie de la même page ou du même document, ou à un autre fichier.

Il est généralement identifié par une couleur distincte ou parce que le curseur de la souris change de forme en passant dessus.

LIEN SPONSORISE

Le lien sponsorisé (ou lien commercial) est un lien publicitaire correspondant à un achat de mot-clé au *CPC*.

Il peut être situé dans un espace identifié et séparé, généralement sur la droite ou en haut des résultats dans les moteurs de recherche suite à une requête de l'internaute (ou du mobinaute).

Il peut aussi être situé au sein d'une page d'un site partenaire des moteurs de recherche, et être dans ce cas en rapport avec le contexte éditorial. On parle alors de lien contextuel sponsorisé. Il doit toujours être clairement identifié.

En savoir plus : classés notamment en fonction des enchères faites sur le mot-clé saisi par l'utilisateur, les liens sponsorisés permettent aux annonceurs, qui ont acheté ce mot, de gagner en visibilité.

LIEU DE CONNEXION

Voir "Mesureur".

LOGIN / LOG OUT

Identifiant généralement accompagné d'un mot de passe saisi par l'internaute (ou le mobinaute) sur un site ou une application Internet lui permettant d'accéder à des informations ou des fonctionnalités spécifiques.

Le *log out* : déconnexion volontaire ou automatique de l'internaute.

M-COMMERCE

M-commerce ou commerce mobile
Voir "e-commerce".

M-COUPONING

Code barre transmis en image jointe dans un *SMS-MT* et lu par un lecteur de code barre laser standard.

MARQUEUR (OU TAG)

Se réfère à un marquage Internet. Il faut distinguer :

- Le marquage a priori à des fins de mesures qui consiste à insérer un code informatique dans les pages ou objets publicitaires. Le plus souvent, le code inséré est une image transparente accompagnée ou non d'un *javascript* . (voir remarques 1 et 2)
- Le marquage pour la qualification d'un contenu fait par l'utilisateur -association d'un mot-clé ou d'une notation.

Remarque 1 : Dans le cadre de la mesure éditoriale, il est recommandé de placer le marqueur en bas de page pour s'assurer de la diffusion totale de la page.

Remarque 2 : Le marqueur permet notamment de générer un journal de connexion sur le serveur de l'outil de mesure tiers .

MEMOIRE CACHE

Espace mémoire à accès très rapide, situé entre le microprocesseur et la mémoire vive d'un ordinateur (*RAM*). La mémoire cache sert à stocker les fichiers qui composent les dernières données chargées, permettant ainsi d'optimiser le temps de chargement.

Remarque : La mesure site centric avec tag permet de comptabiliser les pages mises en cache, que les logs du site ne voient pas.

MESUREUR

On distingue différents types de « mesureurs » en fonction des objectifs visés :

- Les mesures de fréquentation côté site (mesure site centric), mesure de la fréquentation des sites éditoriaux et mesure du trafic publicitaire. Il s'agit dans tous les cas de la mise en place de solutions techniques développées par Médiamétrie-eStat, Weborama, Xiti, etc. permettant un comptage depuis les sites. Certains de ces outils peuvent également offrir des possibilités de qualification de la fréquentation en exploitant des informations explicites et/ou implicites sur l'internaute. C'est notamment le cas des serveurs de publicité (ad servers) qui ont pour rôle d'insérer dynamiquement une publicité donnée dans une page demandée à un site de contenu et permettent de cibler en temps réel l'adressage du message (le plus souvent en fonction de critères techniques, mais aussi selon des critères plus personnalisés comme les mots-clés utilisés, la mémorisation de la navigation, etc.).
- La mesure user centric. Pour quantifier et qualifier l'audience, il y a d'une part la mesure du trafic des sites et d'autre part la recherche du profil et la connaissance du comportement des internautes. La mesure de l'audience repose sur des techniques d'enquête classique, par sondage ou le plus souvent à partir de panel.
- En France, les deux principaux panels produisant les résultats d'audience pour le marché sont réalisés par ComScore et par Médiamétrie // NetRatings : des individus ayant accès à Internet

depuis leur domicile et/ou sur leur lieu de travail sont recrutés dans un panel et acceptent d'installer un logiciel sur leur(s) ordinateur(s) qui enregistre les données de connexion.

Il existe également une étude de Médiamétrie, l'Observatoire des usages Internet, qui produit des données faisant référence sur les internautes et leurs comportements.

En savoir plus:

- *l'OJD labélise les outils de mesure site centric qui en font la demande et certifie ainsi les chiffres de fréquentation des sites. L'unité de mesure de trafic prise en compte est la visite.*
- *Les principaux indicateurs pour la mesure user centric sont les visiteurs et la couverture. Pour faciliter la lecture des résultats, Médiamétrie // NetRatings a mis en place une nomenclature à trois niveaux (Parent, Brand, Channel).*
- *Seules les connexions à Internet depuis le domicile et le lieu de travail sont mesurées à partir des panels d'internautes. Toutefois, depuis janvier 2007, Médiamétrie a conçu une modélisation permettant de produire des résultats d'audience tous lieux de connexion. L'objectif est d'ajouter aux résultats mensuels publiés à partir du panel, toutes les audiences exclues du champ de la mesure (chez des amis ou parents, dans un cybercafé, à l'université, etc.). La méthodologie de cette modélisation est essentiellement basée sur l'Observatoire des Usages Internet qui permet de connaître le profil des individus dont les audiences sur Internet ne sont pas mesurées par le panel.*
- *Dans l'Observatoire des Usages Internet, un internaute assidu est un internaute qui se connecte à Internet tous les jours ou presque, un internaute régulier se connecte entre 1 à 2 fois par semaine et 2 à 3 fois par mois et un internaute occasionnel se connecte moins de 2 fois par mois.*

MMS

Multimedia Message Service.

SMS "amélioré", il permet de recevoir des messages multimédias (images, sons, vidéo, etc.) avec ou sans texte.

MOBINAUTE

Individu qui a utilisé l'Internet ou l'Internet mobile au cours des 30 derniers jours à partir d'un appareil mobile, de type téléphone ou assistant personnel (PDA).

Toute référence faite à une population de mobinautes devra préciser l'âge minimal, et signaler si certaines fonctions de l'Internet ou de l'Internet mobile sont exclues de la mesure.

Remarque : Dans le panel de mobinautes de Médiamétrie, le mobinaute est un internaute âgé de 15 ans ou plus qui s'est connecté depuis un terminal fixe ET qui s'est connecté à l'Internet mobile au cours des 30 derniers jours.

MOBISODE

Voir "Webisode".

MOT-CLE

Mot ou locution permettant l'indexation de contenu et facilitant la recherche sur Internet. Terme(s) servant à l'internaute ou au mobinaute pour préciser l'objet de sa requête depuis un moteur de recherche.

MOTEUR DE RECHERCHE

Logiciel qui parcourt le *Web* pour indexer de façon automatisée le contenu de différentes ressources Internet, et plus particulièrement de sites.

Remarque 1 : Ces logiciels fonctionnent à l'aide de robots (appelés spiders , crawlers ou agents).

Remarque 2 : Par extension, on appelle moteur de recherche certains sites dont la fonction principale s'appuie sur un logiciel de moteur de recherche.

MVNO

Mobile Virtual Network Operator (Opérateur de réseau virtuel mobile). Opérateur qui ne possède pas de réseau télécom propre. Le *MVNO* peut posséder ses propres cartes *SIM* et achète des minutes en gros à un opérateur mobile disposant d'un réseau. Il peut fixer ses propres tarifs et services, gérer le service client et la facturation.

NAVIGATEUR OU BROWSER

Logiciel permettant d'afficher des pages et de consulter des sites Internet (ex. : Internet Explorer, Mozilla, Firefox, Opéra, etc.).

NEWSLETTER

Lettre d'information électronique envoyée de manière plus ou moins régulière dans les boîtes mail, souvent utilisée dans une démarche de fidélisation.

Remarque : L'envoi d'une newsletter suppose en principe le consentement préalable de l'abonné. Dans le cadre de relations professionnelles, l'opt-in n'est pas requis.

En savoir plus : Les informations contenues dans la lettre peuvent renvoyer sur le site de l'éditeur ou sur d'autres sites, par le biais de liens hypertexte. Une newsletter peut également contenir des objets publicitaires.

NFC

Near Field communication.

Technologie d'échange de données, sans contact, à une distance de quelques centimètres. C'est une application de la technologie *RFID (Radio Frequency Identification)*.

Permet la communication entre un lecteur et plusieurs terminaux (par exemple le téléchargement de fichiers entre un téléphone portable et un ordinateur, l'échange de données entre un appareil photo et un PDA, etc.).

NOMBRE DE CLICS

Nombre de fois où un lien ou un objet "est cliqué" au cours d'une période donnée.

NUMERO COURT

Les numéros courts (*short ID* ou *shortcode*) sont des codes à 5 chiffres permettant d'accéder à des services, généralement *SMS* ou *MMS* , proposés sur le mobile par un opérateur ou un éditeur.

L'utilisateur de mobile qui souhaite faire appel à ce service envoie au numéro court un *SMS* contenant un texte libre ou prédéfini.

OBJET PUBLICITAIRE

Toute forme de publicité sur Internet, hors mini-site publicitaire et opération spéciale. Voir les recommandations sur les différents formats des objets publicitaires faites par l'IAB France.

OPT-IN / OPT-OUT

Les notions d' *opt-in* et d' *opt-out* se réfèrent à la manière dont le consentement d'une personne a été recueilli en vue de l'usage de ses données (envoi d'une newsletter, inscription à un jeu...). Dans le cas d'un consentement par *opt-in* , la personne a donné son consentement préalable, volontaire et manifeste avant usage des informations collectées. La manifestation du consentement est généralement matérialisée par une case à cocher. D'une manière générale, les conditions d'utilisation des données doivent être précisées, ainsi que la possibilité de rectifier ou supprimer celles-ci. En *opt-out* , le consentement préalable n'est pas demandé. Seule est laissée la possibilité de se désinscrire.

ORIGINE GEOGRAPHIQUE DES CONSULTATIONS

L'origine géographique des consultations est l'estimation de la localisation de la connexion de l'internaute. Pour cette estimation, on peut utiliser l'adresse *IP* du poste connecté ou les données renseignées par l'internaute s'il s'est identifié (par *login*). Voir aussi géolocalisation.

Remarque : l'origine géographique des consultations peut être utilisée comme critère de ciblage.

PAGE

Ensemble d'éléments multimédias (texte, image, son, etc.) regroupés sous une *URL* spécifique. Ces différents éléments peuvent être organisés en un ou plusieurs frames.

La page peut être générée de manière statique ou dynamique (*Flash*, *Ajax*, etc.).

Remarque 1 : La page n'est pas l'écran : l'intégralité de la page peut être visualisée par déplacement vertical ou horizontal à l'intérieur de l'écran. Les nouveaux navigateurs permettent de zoomer ou dézoomer pour afficher tout ou partie de la page.

Remarque 2 : Côté site, on comptabilise les pages diffusées, alors que côté utilisateurs on se réfère aux pages affichées (correctement transmises).

PAGE D'ACCUEIL

Il faut distinguer :

- la page de démarrage qui correspond à la page choisie par l'utilisateur pour être chargée automatiquement à chaque démarrage de son navigateur. L'utilisateur a la possibilité de personnaliser sa page d'accueil et d'en faire une page dynamique à partir de fils de syndication (*RSS*); (voir remarque);
- la page d'accueil d'un site, également appelée *Home page*.

Remarque : Il est possible d'accéder à sa page d'accueil à tout moment en actionnant un bouton spécifiquement prévu à cet effet dans la barre d'outils du navigateur, dont l'icône représente généralement une maison.

PAGE RANK

Système mathématique de classement de sites mis au point par Google. Ce système repose sur le nombre de liens de pages externes vers le site concerné et sur la note attribuée à chaque page contenant ce lien, en fonction de son importance évaluée par le moteur de recherche Google (note comprise entre 0 et 10).

PAGE SUPPORT DE PUBLICITE

Page vue d'un site ou d'une application Internet sur laquelle se trouve un élément publicitaire ayant été vendu au moins une fois dans les six mois écoulés (à la date de déclaration du périmètre) et/ou

disponible dans les plaquettes commerciales (hors liens sponsorisés et hors autopromotion).

PAGE VUE

Indicateur de mesure des pages utilisé par les outils de mesure site centric et user centric par panel (se référer aux opérateurs de mesure).

Remarque : Les outils de mesure site centric et user centric se fondent sur des principes et méthodologies différents. Voir "mesureur".

PAGES AVEC PUBLICITE (PAP)

Page affichée à l'écran sur laquelle figure un ou plusieurs objets publicitaires quel que soit leur format.

Attention à ne pas confondre avec les impressions publicitaires (*ad impressions*).

PART DE VOIX (PDV)

La part de voix (ou Share of Voice (SoV)) est un indicateur - non spécifique à Internet - qui mesure, pour un annonceur, sa visibilité dans un univers donné. Le calcul repose, pour un univers et une période donnés, sur le rapport entre l'ensemble des impressions d'objets publicitaires de l'annonceur et l'ensemble des impressions d'objets publicitaires diffusés. L'univers considéré peut être une page (si elle comporte plusieurs objets publicitaires), une rubrique, un site, un ensemble de sites, etc.

PDA

Personal Digital Assistant (assistant personnel numérique)

Terminal multifonctionnel (agenda, répertoire téléphonique, bloc-notes, etc.) permettant éventuellement de se connecter à Internet.

PEER TO PEER (P2P)

Réseau d'échange et de partage de fichiers entre internautes. Le principe du *peer to peer* est de mettre directement en liaison un internaute avec un autre internaute qui possède un fichier convoité. Il existe deux méthodes pour accomplir cette tâche :

- la méthode centralisée basée sur un ou plusieurs serveur(s) qui possède(nt) la liste des fichiers partagés et qui orientent les internautes vers l'internaute possédant le fichier recherché;
- la méthode décentralisée qui utilise le poste de chaque internaute du réseau comme un mini-serveur et ne nécessite aucun serveur fixe.

PLUG-IN

Module conçu pour s'intégrer à un logiciel existant afin d'en étendre les capacités.

PODCAST

Moyen de diffusion de fichiers audio ou vidéo sur Internet. Permet de télécharger, manuellement ou automatiquement (par exemple via des flux *RSS*) des programmes audio ou vidéo sur son baladeur numérique ou sur son ordinateur depuis Internet (le plus souvent via une application).

POP-UNDER

Nouvelle fenêtre de navigateur s'ouvrant automatiquement en dessous de la fenêtre de navigation active de l'internaute.

Le *pop-under* est souvent utilisé pour ouvrir une nouvelle fenêtre à l'insu de l'internaute : lorsque ce dernier ferme sa fenêtre de navigation active, il constate qu'une autre fenêtre est ouverte sur un site ou une page qu'il n'a pas choisi de visiter.

Remarque : si c'est un site qui s'ouvre à l'insu de l'internaute, cela se nomme un " Site under ".

POP-UP

Nouvelle fenêtre de navigateur s'ouvrant automatiquement au-dessus de la fenêtre de navigation active de l'internaute.

PROTOCOLE DE COMMUNICATION INTERNET POUR MOBILE

Il existe plusieurs types de protocoles de communication Internet :

- Protocole *IP* : L'*IP* mobile est un protocole standard de communication défini par l'IETF (*Internet Engineering Task Force*), censé permettre aux utilisateurs de téléphones mobiles de changer de réseau tout en conservant leur adresse *IP* permanente. Selon le RCF 2002 (*Request for Comments*), l'*IP* mobile est défini comme une amélioration du protocole Internet (*IP*) permettant d'étendre la connexion Internet aux appareils mobiles (appelés noeuds mobiles) lorsqu'ils se connectent avec d'autres réseaux que le réseau principal.
- *I-MODE* : Imaginé par l'opérateur mobile japonais NTT DoCoMo, *i-mode* est un univers de services multimédias mobiles lancé en France par Bouygues Telecom en novembre 2002. Plus de 50 millions de clients à travers le monde ont d'ores et déjà été séduits par cet Internet de poche. *i-mode* repose sur un écosystème vertueux où les fabricants de terminaux, l'opérateur et les éditeurs de contenus travaillent main dans la main pour rendre l'usage de ces nouveaux services mobiles simples, fiables et accessibles au plus grand nombre.

- *WAP : Wireless Application Protocol.*

le Wap est l'un des protocoles de l'internet mobile. Il permet d'accéder à Internet via son téléphone mobile.

RADIONAUTE

Individu qui écoute un programme radio diffusé via Internet.

REFERENCEMENT

Indexation d'un site Internet ou de certaines pages dans les différents outils de recherche disponibles sur Internet, comme les moteurs de recherche, afin d'en améliorer la notoriété et la visibilité. Désigne plus généralement l'indexation d'un contenu dans une base de données. Le référencement d'un site Internet ou de pages passe par le recours à deux pratiques distinctes mais complémentaires : les liens sponsorisés et le référencement naturel.

En savoir plus : Est dit référencement naturel, le fait que l'adresse du site concerné soit présente dans les moteurs de recherche ou annuaires sans avoir dû payer ces moteurs. Le référencement naturel est notamment basé sur un algorithme qui détermine la pertinence d'une page par rapport à une requête. Le référencement payant (ou référencement sponsorisé) est un service qui, proposé par de nombreux moteurs de recherche, s'est développé à partir de l'année 2000. Cette notion sous-entend que le positionnement du site Internet ou des pages dans les "liens commerciaux" d'un moteur de recherche dépend des transactions effectuées avec celui-ci, selon le principe du paiement au clic.

RESEAUX SOCIAUX

Communautés d'internautes regroupés en ligne autour de centres d'intérêt communs.

Remarque : les informations relatives à un membre du réseau sont appelées "profil".

RECTANGLE

Type de format publicitaire (voir "format").

C'est à ce jour, avec la bannière, la forme d'insertion publicitaire la plus courante sur l'Internet classique et l'Internet mobile.

REFRESH OU RAFRAICHISSEMENT

Rechargement d'une page ou d'un élément de page automatiquement ou à la demande de l'internaute via son navigateur.

Remarque : les refresh automatiques se produisent en fonction du paramétrage effectué par l'émetteur de la page ou de l'élément de page.

REQUETE

Appel d'un élément (nouvelle page, application Internet, *pop-up*, *pop-under*, etc.) par le navigateur ou l'application Internet, résultant d'une action volontaire (clic, adresse *URL*, *refresh*) ou involontaire (refresh automatique et redirection) de l'internaute (ou du mobinaute).

SERVEUR

Ordinateur qui stocke et met à disposition des données et/ou des fichiers à la demande d'autres ordinateurs qui lui sont connectés.

SERVEUR DE PUBLICITE OU AD-SERVER

Logiciel de gestion de campagne, de la programmation des objets publicitaires jusqu'au suivi statistique en ligne. Cette gestion peut s'effectuer indépendamment ou non de celle des pages éditoriales ou des applications Internet, les objets publicitaires étant servis depuis le serveur de la régie, de l'annonceur ou de l'agence média.

Le serveur de publicité permet l'insertion dynamique d'objets publicitaires dans les espaces prévus à cet effet (pages éditoriales, jeux, vidéos, applications).

Remarque : le serveur de publicité offre également des possibilités de ciblage marketing (cf. ciblage).

SERVEUR PROXY

Serveur intermédiaire installé entre le terminal de l'utilisateur et Internet. Il peut servir à enregistrer l'utilisation de l'accès à Internet et à contrôler l'accès à certains sites.

Les serveurs *proxy* stockent (mettent en cache) les pages Web auxquelles les internautes accèdent. Lorsqu'un utilisateur redemande la même page Web, le serveur *proxy* utilise les informations mises en cache au lieu de les récupérer auprès du fournisseur de contenu. Cela permet d'optimiser l'utilisation de la bande passante.

Remarque : La mesure site centric avec tag permet de comptabiliser les pages mises en cache, que les logs du site ne voient pas.

SESSION

Période durant laquelle l'internaute visite Internet via un navigateur ou une application Internet.

Remarque : Par abus de langage, certains mesureurs appellent session une visite de site.

SITE CENTRIC

Méthode de mesure d'Internet qui consiste en un comptage du trafic au niveau du site. On distingue deux modes principaux de comptage :

- l'analyse des fichiers *logs* ;
- l'insertion d'un *tag* spécifique sur l'ensemble des pages qu'un site souhaite prendre en compte dans sa mesure. Cette méthode permet de recueillir des statistiques sur le trafic du site, certifiées ou non par l'OJD.

SITE INTERNET

Ensemble d' *URL* (*Uniform Resource Locator*), regroupées sous un même nom ou plusieurs noms de domaine.

Un même site peut combiner :

- des contenus (texte, vidéo, photos, etc.)
- des services tels que la mise à disposition de fonctionnalités (service d'alerte, plateforme, de blogs, forums d'échanges, flux *RSS* personnalisables, etc.).

Remarque : Sur certains sites, les utilisateurs peuvent publier leur propre contenu.

SITE OFF PORTAL

Dans l'univers du mobile, site accessible en dehors des portails et des kiosques opérateurs (Gallery), en entrant directement l'adresse *URL* du site Internet dans le navigateur ou via un moteur de recherche indépendant ou *via* des objets publicitaires (bannières, *SMS* cliquables...).

SITE ON PORTAL

Site accessible à partir de portails ou kiosques des opérateurs (Gallery). Le " *On Portal* " implique que le site soit au préalable référencé depuis des portails ou kiosques des opérateurs, selon les conditions fixées par celui-ci.

SITE WAP

Dans l'univers du mobile, site développé pour être accessible depuis un terminal mobile de type téléphone ou *PDA* . Pour cela, les pages sont écrites dans un langage adapté (*WML*, *XHTML* ...)

pour limiter le nombre d'octets à transmettre et le nombre d'appels au serveur.

Remarque : les terminaux mobiles de type téléphone ou PDA peuvent se connecter directement au web.

SMARTPHONE

Terminal mobile de type téléphone intégrant un PDA .

SMS

Short Message Service.

Appelé aussi "texto". Court message textuel émis et reçu depuis un téléphone portable. Généralement, chaque SMS est limité à environ 160 caractères.

Remarque 1 : On appelle SMS-MO (Short Message Service Mobile Originated) un SMS émis par un utilisateur depuis son terminal mobile.

Remarque 2 : On appelle SMS-MT (Short Message Service Mobile Terminated) un SMS reçu par un utilisateur sur son terminal mobile.

Remarque 3 : Un SMS concaténé est un SMS long délivré en un seul message sur le mobile.

SMS WAP PUSH

SMS incluant un lien vers un site.

SPAM

E-mail , SMS ou MMS , non sollicité envoyé à un très grand nombre de personnes sans leur accord préalable.

En savoir plus : Le spam tient son nom d'une marque de pâté de mauvaise qualité qui était vendu aux USA.

STANDARDS DE TRANSMISSION POUR LES TELEPHONES MOBILES

On distingue différentes normes de technologies de téléphonie mobile :

- **GSM** : *Global System for Mobile communication*. Norme européenne de transmission numérique de téléphonie mobile, dite de 2ème génération, adoptée en 1987. Cette technologie emploie deux bandes de fréquences - 900 et 1 800 MHz - et peut transmettre aussi bien la voix que les données.

- **3 G** : norme accessible au grand public dans certains pays d'Europe depuis 2002 (en Norvège, Autriche, Roumanie, puis en France et autres). S'appuie sur la norme *Universal Mobile Telecommunications System (UMTS)*, permettant des débits bien plus rapides (2Mbps prévus à maturité du réseau) qu'avec la génération précédente, le **GSM**.

- **EDGE** : *Enhanced Data Rates for GSM Evolution*. Evolution de la norme **GSM**, modifiant le type de modulation. Tout comme la norme **GPRS**, le standard **EDGE** est utilisé comme transition vers la troisième génération de téléphonie mobile (3G). On parle ainsi de 2.75G pour désigner le standard **EDGE**.

L'**EDGE** permet de multiplier par un facteur 3 le débit des données avec une couverture plus réduite. Dans la théorie, **EDGE** permet d'atteindre des débits allant jusqu'à 384 kbit/s pour les stations fixes (piétons et véhicules lents) et jusqu'à 144 kbit/s pour les stations mobiles (véhicules rapides).

- **GPRS** : *General Packet Radio Service*

Optimisant le réseau **GSM** existant, les transferts de données par paquets via le réseau **GPRS** sont quatre fois plus rapides que via le réseau **GSM**, ce qui permet la transmission et la consultation d'images fixes ou animées, de messages multimédias, d'e-mails, etc. Le **GPRS** rend possible la facturation du client final à l'usage (kilo octets consommés)

- **HSDPA** : *High Speed Downlink Package Access*. Technologie de téléphonie mobile de troisième génération, encore au stade de développement. Il s'agit d'une évolution de la technologie **UMTS**, qui permettrait d'atteindre un débit réel de 2 Mbps.

STREAMING

Technique permettant le transfert de données multimédia en continu sur Internet, et qui permet donc la lecture de ces données avant la fin du téléchargement.

Le streaming est à l'opposé du téléchargement : l'internaute ou le mobinaute visionne le film pendant que le terminal continue d'en télécharger la suite.

SYNDICATION DE CONTENUS

Cession de droits de reproduction d'un contenu ou de diffusion d'un programme à plusieurs diffuseurs, limitée à un certain nombre de fois et sur une période de temps déterminée.

Dans le cas d'Internet, il s'agit de rendre une partie d'un site accessible depuis d'autres sites. Bien souvent, la syndication consiste à mettre à disposition un flux RSS.

En savoir plus :

- A l'origine, le système de la syndication a été créé par la presse écrite américaine, les syndicats vendant leur production (cartoons, comic-strips, chroniques, etc.) à plusieurs journaux locaux.

- Le format qui s'est imposé comme le standard pour la syndication de contenu Web est le XML, qui permet de structurer l'information ; il existe des applications de XML comme le RSS spécialement conçues pour la syndication de données.

TAUX DE CLICS

Rapport, exprimé en pourcentage, entre le nombre de clics réalisés sur un objet publicitaire et le nombre d'affichages de cet même objet publicitaire, sur une période donnée.

TAUX DE TRANSFORMATION

Pour un site donné, pourcentage d'internautes acheteurs sur le nombre total d'internautes visiteurs du site pendant une période de référence.

Le taux de transformation indique la capacité du site à conduire les internautes qui le visitent à accomplir une action donnée ou prédéfinie (achat, inscription à un programme, prise de rendez-vous, etc.)

TELECHARGEMENT

Transfert d'informations (texte, données, images, sons, vidéos, etc.) entre un émetteur et un récepteur.

On distingue :

- le téléchargement descendant ou *download*, du serveur (émetteur) vers le terminal (récepteur);
- le téléchargement montant ou *upload*, du terminal (émetteur) vers le serveur (récepteur).

TCHATTER

Échanger instantanément ou discuter en direct sur un site ou une application Internet. Dialoguer de manière interactive.

TEMPS PASSE PAR VISITE

En user centric (mesure d'audience, approche par panel), il s'agit de la somme des durées d'affichage des fenêtres actives au cours d'une même visite.

En site centric (mesure de fréquentation), il s'agit du temps écoulé entre deux chargements de pages affichées en fenêtre active ou non (par exemple dans des onglets). A noter, le temps passé sur la dernière page ne peut être mesuré et est défini par une convention. Se renseigner auprès des outils de comptage.

TERMINAL

Appareil permettant de recevoir et d'émettre des communications (voix et données).

TRACKING

Technique de suivi d'un internaute (ou d'un mobinaute) afin de recueillir les traces de son parcours sur Internet et d'analyser son comportement.

TRAFIC EXCLU

Part de la fréquentation d'un site non comprise dans les statistiques de mesure.

On distingue :

- le trafic interne exclu : il correspond à la consultation du site effectuée en interne par l'éditeur et/ou par l'hébergeur du site le plus souvent pour des motifs d'administration, de développement, ou de maintenance du site;
- le trafic externe exclu : il relève de la fréquentation générée par l'activité automatique d'exploration des "robots" (par exemple servant à l'indexation des pages pour les moteurs de recherche ou la pige publicitaire).

Dans les deux cas, l'opération de non-comptabilisation s'appuie sur la définition d'une liste d'adresses *IP* et l'exclusion de l'activité générée à travers elles.

UMTS

Universal Mobile Telecommunications System.

Norme pour les systèmes de télécommunications mobiles dits de troisième génération (*3G*).

En théorie, l' *UMTS* permettrait d'atteindre des vitesses de transfert de 2 mégabits par seconde. En Europe, la technologie *UMTS* fait suite à celles du *GSM* et du *GPRS* .

UPLOAD

Voir "Téléchargement".

URL

Uniform Ressource Locator.

Adresse d'une page.

USER CENTRIC

Mesure d'Internet effectuée en se plaçant du point de vue de l'utilisateur. Elle permet de connaître son profil, ses pratiques et ses usages d'Internet, et de qualifier, grâce aux profils des internautes, l'audience des sites et des applications Internet. En pratique, cette mesure est réalisée essentiellement par panel.

UTILISATEUR DE MOBILE

Individu ayant utilisé son téléphone mobile au cours des 30 derniers jours, que ce soit pour accéder ou non à Internet. Il peut ainsi recevoir des *SMS* ou des *MMS* qui, lorsqu'ils sont "cliquables" et que le terminal utilisé le permet, peuvent conduire l'utilisateur de mobile à devenir un mobinaute.

VIDEO ON DEMAND (VOD)

Vidéo à la demande.

Permet de commander et de regarder de la vidéo au moment choisi par l'internaute sur Internet. Ce type de diffusion s'appuie sur des infrastructures de communication à haut débit (*ADSL* ou fibres optiques par exemple), et sur des techniques de *streaming* .

VIRUS

Programme informatique écrit dans le but de se propager à d'autres ordinateurs en s'insérant dans des fichiers de programme. Il peut aussi avoir comme effet, recherché ou non, de nuire en perturbant plus ou moins gravement le fonctionnement de l'ordinateur infecté. Il peut se répandre à travers tout moyen d'échange de données numériques comme l'Internet ou le téléphone mobile.

VISITE

Consultation d'au moins une page d'un site au cours d'une session utilisateur.

Par convention, une absence de consultation de nouvelles pages sur ce site, depuis un même poste fixe connecté, dans un délai excédant 30 minutes, vaut pour fin de la visite. Pour les terminaux mobiles, la norme n'est pas encore arrêtée et le CESP préconise de fixer un délai n'excédant pas 10 minutes.

En pratique, toutes les technologies existantes ne permettent pas l'application de la convention de fin de visite.

Le nombre de visites sur un site doit être exprimé par rapport à une période de temps donnée (jour, semaine, mois).

VISITEUR

Individu qui consulte un site, une application Internet, une partie ou un ensemble de sites ou d'applications Internet, au cours d'une période définie.

L'approche *user centric* permet d'estimer et de qualifier l'individu connecté. Dès lors on peut parler de "visiteur unique".

L'approche site centric permet de dénombrer les *cookies* différents, autrement dit, uniquement les postes connectés, sans aller jusqu'à une qualification de l'individu derrière le poste.

VOIX SUR IP

Technique qui permet de communiquer par la voix via l'Internet ou l'Internet Mobile ou tout autre réseau acceptant le protocole TCP/IP .

WAP

Voir "Protocole de communication".

WEB 2.0

Evolution du Web conduisant à une plus grande interactivité entre internautes. Concept d'utilisation d'Internet qui favorise les échanges et la participation des internautes. On parle également de "web collaboratif" ou de "web participatif".

En savoir plus : On peut distinguer deux aspects dans la définition du Web 2.0 :

- *au niveau technique : le Web 2.0 prend appui sur les interfaces enrichies (Ajax, Flash 8, Ruby on Rails, etc.)*
- *au niveau de la communication et du partage : le Web 2.0 correspond aux techniques permettant aux internautes de développer des relations, notamment au sein de réseaux sociaux (blog, flux RSS, portail communautaire, etc.).*

WEB TO WAP

Technologie permettant à un internaute de communiquer son numéro de mobile sur un site afin de recevoir sur son mobile un *SMS WAP Push* lui permettant d'aller directement sur le site Internet désiré.

WEB-RADIO

Station radio diffusée exclusivement (ou non) sur Internet grâce à la technologie du *streaming* .

Remarque : De même qu'il existe des web - radio , il existe également des web-tv .

En savoir plus : les programmes peuvent être diffusés en direct ou à la demande.

WEBCAM

Petite caméra numérique branchée sur ou intégrée à un terminal, qui permet de diffuser directement des images ou des vidéos sur Internet.

WEBISODE

Contraction des termes "Web " et "épisode". Production audiovisuelle destinée spécifiquement à une diffusion sur Internet.

Dans le cas de l'Internet mobile, ce type de production est appelé "mobisode" (contraction des termes "mobile" et "épisode").

WI-FI

Technique de réseau informatique sans fil qui permet d'accéder à Internet (ou un réseau interne : WAN), sans que le terminal de l'utilisateur soit connecté à l'aide d'un fil. Devenu un moyen d'accès à Internet à haut débit. Dans la pratique, le *Wi-Fi* permet de créer des réseaux locaux en reliant entre eux, sans fils, différents terminaux ou périphériques à une liaison haut débit (11 Mbps ou plus).

En savoir plus : un réseau Wi-Fi est en réalité un réseau répondant à la norme 802.11. La norme IEEE 802.11 (ISO/IEC 8802-11) est un standard international décrivant les caractéristiques d'un réseau local sans fil.

WIDGET

Accessoire installé sur le bureau du terminal ou sur une page, qui permet d'accéder à des services ou informations de son choix, il est mis à jour en temps réel.

Remarque : Il peut être installé par l'utilisateur lui-même ou de manière automatique.

WIKI

Type de site qui permet à différents utilisateurs autorisés de créer ou de modifier facilement du contenu, séparément ou simultanément. Site particulièrement adapté à l'écriture collaborative et plus généralement à la co-création.

En savoir plus : Le wiki est une simplification du processus de création de pages web HTML combiné avec un système qui enregistre chacune des modifications individuelles pouvant survenir au fil du temps, de sorte qu'à tout moment, une page puisse être réinitialisée à n'importe quelle étape de ses états précédents.

WIMAX

Standard de transmission sans fil, de type *Wi-Fi*, à très haut débit.

WML

Wireless Markup Language.

Langage à balises conçu spécifiquement pour le WAP, de manière à pouvoir s'afficher sur un écran de téléphone portable. Il est basé sur XML. Sa syntaxe est proche de HTML.

XHTML

Extensible HyperText Markup Language

Langage de balisage servant à l'écriture de pages du World Wide Web. Langage successeur de HTML 4 qui combine les méthodes de présentation du HTML et la composition normalisée des documents de XML.

XML

eXtended Markup Language.

A l'origine considéré comme un langage facilitant l'échange de différents formats de documents sur le Web. Aujourd'hui XML est qualifié de métalangage : c'est un langage destiné à la manipulation des données portant sur l'apparence mais aussi sur le contenu d'un document (différence avec HTML).