



b

B.D.D.

Voir **Base de données**.

B.E.P.

Break Even Point. Voir **Break Even**.

B.F.

Basse fréquence.

B.I.O.S.

Basic Input/Output System. Instructions internes au micro-ordinateur qui assurent une parfaite interaction entre le matériel, le logiciel et le système d'exploitation.

B.L.R.

Voir **Boucle Locale Radio**.

B.O.B.

Buyer's Own brand. Produit acheté par un acquéreur (généralement un distributeur) qui appose sa **marque**.

B.P.S.

Bits Par Seconde. Mesure la vitesse de transmission des données.

B.R.S.A.

En grandes surfaces, linéaire consacré aux Boissons Rafraîchissantes Sans Alcool (soda, jus de fruits...).

B. TO B.

Voir **Business to Business**.

B. TO C.

Voir **Business to Consumer**.

B.V.P.

Le Bureau de Vérification de la Publicité est un organisme indépendant, créé en 1953, régi par la loi de 1901. Association sans but lucratif, son financement est assuré par la cotisation des adhérents. Il se compose

d'**annonceurs**, d'**agences**, des différents **supports**, des organismes interprofessionnels, du Conseil national du Commerce et de l'INC. Sa principale fonction est d'élaborer des recommandations pour protéger le public contre la publicité mensongère. Il n'a pas de pouvoir coercitif, mais ses recommandations sont très souvent suivies et il peut, dans les cas extrêmes, saisir le service de la répression des fraudes. N'importe qui peut saisir le BVP s'il est victime d'un abus.

B.V.U.

Broadcast Video U-Matic. Le B.V.U. est la version broadcast du format U-Matic.

BABILLARD

Voir **B.B.S.** et *chat*.

BABY SHARK (ou bébé requin)

Voir **Supermarché hard discount**.

BAC

Cuve de présentation basse d'un produit en grande distribution.

BACK CARD

Affiche en carton se plaçant derrière un produit ou un présentoir, le surmontant afin de créer un appel, surtout utilisée en PLV.

BACK END PERFORMANCE

Comportement du client après sa première commande.

BACK-OFFICE

① Processus internes à l'entreprise (production, logistique, stocks, comptabilité, gestion des ressources humaines, etc.) dont l'utilisateur n'a pas accès. ② Structure chargée de reprendre contact avec les appelants après une première communication et d'assurer le suivi des dossiers. ③ Système informatique de gestion qui n'est pas en relation avec la clientèle d'une organisation (gestion des stocks, ressources humaines, paie...). Contraire : Front-office.

BACKWARD COSTING

Méthode de fixation des coûts consistant à partir du prix psychologique pour ensuite déterminer quelles peuvent être la structure de prix et la composition du produit. Le back-

ward costing part donc de l'acheteur pour pouvoir élaborer le produit.

BADGE

Insigne porté de façon apparente signalant l'identité du porteur.

BAGUETTE

Partie oblongue d'un ouvrage relié sur lequel le titre de l'ouvrage est imprimé.

BALAYAGE ENTRELACÉ

Dans le balayage entrelacé, l'affichage du moniteur se fait de haut en bas sur l'ensemble des lignes, permettant une stabilité supérieure de l'image.

BALISE

Caractères spéciaux servant à repérer des parties de texte devant recevoir un traitement particulier. Une balise HTML par exemple est constituée d'une directive sous forme de mots-clé (font, strong, table, etc.) encadrés par les signes < et >, qui permettent de mettre en forme un texte et qui indiquent au navigateur Web comment devrait être affiché un document. Synonyme : Tag.

BANAL (bien ou produit)

Produit d'**achat** courant. Contraire : anomal.

BANC-TITRE

Caméra fixée sur un **support** mobile servant à la prise de vue de documents.

BANC DE MONTAGE

Matériel permettant de monter des documents vidéo.

BANC DE REPRODUCTION

Dispositif permettant, à l'aide d'un appareil photographique, de faire des prises de vue d'un document.

BANDE

① En composition, la **bande** est un ruban de **papier** perforé (emploi désuet). ② Ruban magnétique sur lequel sont enregistrés texte, image ou son sous forme de signaux.

BANDE (mise sous)

Opération automatisée consistant à mettre des supports de communication (presse, catalogues, mailings...) sous bande ou chemise.

BANDE CAROLL

Voir **Caroll**.

BANDE-ANNONCE

Présentation résumée d'un événement filmé, sonore ou vidéo.

BANDE DE RIVE

Voir **Glace de rive**.

BANDE FM (Frequency Modulation ou modulation de fréquence)

Bande de fréquence de radiodiffusion, allant de 87.7 à 108 MHz, sur laquelle une radio émet.

BANDEAU

① En presse, surface publicitaire de faible hauteur, en principe justifiée sur la largeur de la page. ② Panneau situé à l'extérieur d'un véhicule sur toute la partie supérieure. ③ Publicité sur Internet qui apparaît sur l'écran et dont le format, variable, est cependant standard (taille la plus courante : 468 × 60 pixels).
Synonyme : Bannière.

BANDEROLE

Bande de tissu en forme d'oriflamme ou de flamme. C'est un **support** publicitaire peint.

BANQUE DE DONNÉES

Ensemble d'informations directement exploitables couvrant un sujet défini.

BARBE

Excédent de papier coupé au massicot lors du façonnage.

BARDOT

Papier provenant de déchets. Il est non imprimable.

BARÈME D'ÉCARTS

Barèmes fixant les prix unitaires d'un produit en même temps que s'accroissent les quantités vendues.

BARÈME HIÉRARCHISÉ

Tarif dégressif des prix de vente en fonction des quantités vendues et/ou des services rendus.

BAROMÈTRE

Échelle de mesure permettant d'évaluer les **attitudes** et comportement du public vis-à-vis d'un service ou d'un **groupe** social, à intervalles réguliers.

BARRE-ROUTE

Emplacement d'**affichage** situé perpendiculairement au sens de la circulation, ou juste en face du sens de circulation (sur un pont par exemple).

BARTERING

Principe de troc entre un **annonceur** et une chaîne de TV ou de radio, portant sur la fourniture d'un programme par l'annonceur en contrepartie d'espace(s) publicitaire(s) situé(s) dans l'écran précédant ou suivant ladite émission.

BAS DE CASSE (b.d.c.)

Lettres minuscules.

BASCULAGE

C'est un procédé de retraitage permettant d'imprimer, sans changer de forme, la seconde face du **papier** d'un tirage en le retournant sans que pour autant la première soit achevée d'imprimer. Le recto et le verso à imprimer doivent être juxtaposés de façon symétrique sous la forme imprimante en fonction d'un axe vertical ou horizontal constituant l'**axe** de retournement du papier.

BASCULE DE COULEURS

Défaut d'impression où une teinte affecte l'ensemble de l'image.

BASE DE DONNÉES (B.D.D.)

Ensemble de données homogènes recueillies au cours de plusieurs enquêtes et dont la structure assure la possibilité de traitements informatiques ad hoc (à la **carte**). Informations organisées par sujets, par thèmes, dont l'accès se fait par connexion avec un ordinateur. Ces informations sont consultables à la demande. La banque de données

donne le contenu complet des documents directement exploitables, tandis que la base de données ne donne que les références et renvoie aux documents de base.

BASE DE SONDAGE

Ensemble d'informations définissant ou décrivant la population étudiée à partir duquel est établi le choix de l'échantillon et le plan de sondage.

BASE LINE (ou signature ou ligne d'assise)

Phrase finale du message placée en pied de page ou en pack shot. C'est en général la conclusion du pavé rédactionnel constituant ainsi le socle de l'annonce.

BASES DE CALCUL

Ce sont les données à partir desquelles sont calculés les pourcentages.

BATCH

Voir **Temps différé**.

BATIK

Technique artisanale d'impression polychrome d'origine polychrome. Il s'agit d'une application préalable de réserve de cire sur l'étoffe. Impression sur tissus.

BAUD

Unité de mesure de la rapidité de la modulation d'un modem pour la transmission de données sur une ligne téléphonique.

BAVE

Voir **Maculage**.

BAVURE

Couleurs mal repérées.

BÉBÉ REQUIN (ou hard discount)

Magasin de **petite surface** (moins de 600 m²) attaquant par des prix agressifs avec un assortiment réduit (environ 600 références). Ed pour Carrefour, Leader Price pour Franprix.

BELLE PAGE

Page recto (c'est-à-dire impaire) du **support**, réputée pour son bon impact visuel (du moins suivant notre mode de lecture de gauche à droite et de haut en bas).

BELOW THE LINE

Ensemble des actions de **communication** qui ne sont pas publicitaires, (communication investie en hors média). S'oppose au **above the line**.

BEN-DAY

Procédé de gravure au trait, inventé en 1896 par Benjamin Day, c'est-à-dire sans modelé de trame, utilisant la mise en couleurs par **aplat** ou décalque de trames. Opération consistant à mélanger des points de trame linéaires en aplat.

BENCHMARKING

Théorisée par Rank Xerox en 1979, cette approche consiste à comparer son entreprise à une ou plusieurs autres identifiées comme faisant référence dans un domaine spécifique (sur le même marché ou non), par exemple pour raccourcir ses délais de livraison (c'est le benchmarking fonctionnel). L'analyse peut aussi porter sur les services de base communs à toutes les entreprises (benchmarking générique) : élaboration de la stratégie, service client, prise de commande... Enfin, dans les grandes entreprises, le benchmarking peut être réalisé en interne entre filiales, services ou usines (benchmarking interne). L'originalité de cette approche tient au fait qu'elle ne cherche pas à mesurer la **performance** globale de l'entreprise, mais celle d'un service ou d'une fonction : la logistique, les salaires, l'accueil, la gestion du risque client, le processus de fabrication... Très souvent le benchmarking s'intègre dans une démarche qualité et d'innovation (il se fixe pour objectif ce qui se fait de mieux).

BÉNÉFICE BRUT (B.B.)

Dans l'univers de la distribution, bénéfice issu de la différence entre le prix de vente et le prix d'achat (aucuns frais n'étant imputés). BB = Prix de vente hors taxes – Prix d'achat hors taxes.

BÉNÉFICE CONSOMMATEUR

Voir **Copy-strat**.

BÉNÉFICE FINANCIER

Recouvre le bénéfice réalisé par le distributeur sur le délai de règlement des fournisseurs.

BÉNÉFICE NET

Bénéfice moins tous les frais. C'est le bénéfice réel du distributeur.

BÉNÉFICE PUBLICITAIRE (ou promotionnel)

Il correspond à ce que la **marque** apporte à l'acheteur. On le nomme aussi brand benefit.

BÉNÉFICE SEMI-NET

Bénéfice brut moins les frais directs de vente.

BERGERIE

Type de mobilier formant une enceinte, le plus souvent autour d'une caisse. La caissière est alors au milieu de ce comptoir.

BESOIN

Composante psychologique, physiologique ou affective de la personnalité exprimant une attente de satisfaction. **Maslow** distingue ainsi cinq "étages" de besoins, l'individu ne pouvant passer à l'étage supérieur sans avoir satisfait les besoins des étages inférieurs. Ces différentes étapes sont les besoins physiologiques, les besoins de sécurité, les besoins sociaux, les besoins d'estime et les besoins de s'accomplir.

BÊTA

Indicateur utilisé dans les études de mémorisation. Ce coefficient représente, lors d'un nouveau **contact** avec un message publicitaire, la partie de la population qui a mémorisé le message et qui s'ajoute à ceux qui l'avaient déjà mémorisé.

BETACAM

Format vidéo créé par Sony afin de répondre aux besoins de reportage des chaînes de TV. Grâce à la petite taille de la cassette utilisée, le Betacam a rendu possible la fabrication de **camescopes** professionnels.

BIAIS

Terme employé en technique d'enquête concernant les erreurs d'observation, maîtrisée ou non par les enquêteurs. Il existe le biais de mesure, résultat de la méthode

de recueil (questionnaire ou enquêteur), le biais d'échantillonnage, dû au choix de l'échantillon, et le biais accidentel.

BIBLE

Papier à faible **grammage** caractérisé par son opacité. Si l'on veut réduire son épaisseur, on peut le calandrer, le lisser ou le laisser brut de machine.

BICHROMIE

- ① Interprétation en deux couleurs d'un original monochrome, composée (comme la simili deux tons) d'un intermédiaire doux (modelé) et d'un intermédiaire dur (squelette).
- ② Impression de deux couleurs **tramées**.

BIDONNER

Rédiger ou administrer une enquête sans se déplacer ni rencontrer personne.

BIEN ANOMAL

Il est caractérisé par des achats peu fréquents et réfléchis et implique une durée de consommation plus ou moins longue.

BIEN BANAL

Il est caractérisé par des achats fréquents, réguliers et obligatoires et implique une durée de consommation courte.

BIENS

Terme couvrant toutes les matières sous leurs formes désirables pour une utilisation individuelle, industrielle ou commerciale.

BIENS D'ÉQUIPEMENT

Biens destinés à constituer l'appareil de production de l'entreprise comme les machines, installations et matériels divers.

BIENS D'INVESTISSEMENT (ou financiers)

Il s'agit des capitaux constitués par l'entreprise.

BIENS DE CONSOMMATION

Biens destinés à une utilisation directe dans une période plus ou moins longue. Il existe les biens durables (mobilier), semi-durables (piles) et non durables (denrées alimentaires fraîches).