

Accessibilité web : accès aux services et contenus en ligne pour les handicapés et seniors par l'utilisation de normes techniques établies par la Web Accessibility Initiative (WAI) du World Wide Web Consortium (W3C).

Adresse IP : identifie des ordinateurs et/ou des périphériques sur un réseau, chacun d'entre eux doit posséder une adresse IP unique.

Adwords : nom du système publicitaire du moteur de recherche Google, qui affiche des annonces texte ciblées. Les annonceurs paient lorsque l'internaute clique sur la publicité selon un système d'enchère et de qualité : plus le prix au clic est élevé et plus l'annonce est pertinente pour l'utilisateur.

Affiliation : la technique vise la constitution d'un réseau de sites (les "affiliés") qui, via l'insertion de liens hypertexte, assureront une visibilité et draineront un trafic ciblé vers le site "affilié". En contrepartie du trafic apporté, les affiliés sont rémunérés grâce au versement d'une commission selon un taux et des modalités définies au préalable. Ce système d'affiliation est le plus souvent initié par des sites marchands mais peut s'appliquer aussi à des sites de contenu ou de services. L'affiliation est un des outils du marketing dit "viral".

Agrégateur : logiciel qui permet de suivre plusieurs fils de syndication en même temps. Il détecte leurs mises à jour en avertissant aussitôt l'utilisateur sans qu'il ait à visiter périodiquement les sites internet diffusant les fils de syndication auxquels il s'est abonné.

Application web : aussi appelée site Web dynamique ou WebApp est un logiciel manipulable grâce à un navigateur Web. Les systèmes de gestion de contenu, les wikis et les blogs par exemple sont des applications web.

Ascenseur : (scrolling bar) ou Barre de défilement sont les zones verticales de droite et horizontales en dessous, qui apparaissent sur les bords d'une fenêtre activée, lorsque le contenu est plus important que sa surface d'affichage.

Audience : Le nombre de personnes s'étant connectées à un site internet. L'audience est généralement exprimée en Visiteurs Uniques (VU). La mesure d'audience d'un site internet peut être basée sur les adresses IP, sur un panel d'internautes ...

Back office (arrière-boutique) : ensemble des parties du système d'information auxquelles l'internaute n'a pas accès. Il s'agit de tous les processus internes à l'outil (production de contenu, base de données, mise en page...). A l'inverse, le Front office désigne les applications qui permettent de gérer le contact avec le grand public. C'est la partie visible du site.

Bannière, ou bandeau : se trouve sur les pages Web, sous forme de rectangle en général comme support de publicité, en haut de page ou dans colonne de droite.

BDD (Base de Données) : lot d'informations stockées dans un dispositif informatique. Le logiciel qui manipule les bases de données est appelé système de gestion de base de données. Il permet d'organiser, de contrôler, de consulter et de modifier la base de données.

Benchmark : test d'évaluation des compétences en informatique, le benchmark revient à effectuer un test pour évaluer et comparer les performances d'un système (logiciel et matériel) à celles d'autres systèmes.

BtoC (Business to Consumer) et le **BtoB** (Business to Business) : le BtoC désigne le Commerce en ligne (biens ou services) entre une entreprise et des particuliers. C'est notamment le cas pour les sites de vente en ligne. Le BtoC s'oppose au BtoB qui est le Commerce en ligne entre entreprises. Un site peut très bien être à la fois BtoC et BtoB.

Blog : Site Internet mis à jour régulièrement par la publication d'articles, également appelés billets. Généralement, les blogs sont spécialisés dans un domaine ou une thématique. C'est aussi un lieu d'échange entre les internautes qui viennent spontanément écrire des articles, commentaires, photos...

Buzz (marketing viral) : écho ou bouche-à-oreille (se traduit par « bourdonnement ») fait sur Internet, généralement auprès de leaders d'opinion, pour un produit, un service ou une information, ce qui contribue à leur notoriété.

Capping : Moyen technique destiné à limiter, généralement grâce aux cookies, le nombre maximal d'affichages d'une publicité sur un site au cours d'une période donnée. Un capping de 4 sur 24h pour une bannière signifie que celle-ci ne s'affichera que quatre fois pour chaque visiteur durant une journée complète.

Captcha : test dont le but est de distinguer l'homme de la machine. Un captcha habituellement demande à l'utilisateur de taper les lettres et les chiffres visibles sur une image distordue qui apparaît à l'écran.

CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés) : la CNIL a été instituée par la loi du 6 janvier 1978 ("Informatiques et Libertés"). La commission est chargée de veiller au respect de cette loi. Ses missions sont d'informer, de garantir le droit d'accès, de recenser les fichiers contenant des données personnelles, de contrôler et de réglementer. Elle est composée de 17 membres et est totalement indépendante des autorités.

CMS (Content Management System) : ils désignent les logiciels destinés à fabriquer des pages Internet et à les organiser dans le cadre d'un site. Ils disposent de fonctions d'édition de contenus, de mises en forme, de téléchargement, remontées de données, ...

Co-branding (co-valorisation de marque) : se dit d'une opération commerciale ou publicitaire mettant en avant plusieurs marques différentes (le plus souvent, deux).

Code embed : code HTML permettant de lire du contenu multimédia (vidéo, son ou flash).

Code 2D : Comme les codes-barres utilisés en supermarché, les codes 2D ou codes en 2 dimensions permettent d'embarquer des informations, tel un lien vers un site Internet. Le Code 2D est constitué de modules noirs disposés dans un carré à fond blanc. Il existe 3 normes différentes : Flashcode (norme créée par SFR, Orange et Bouygues Télécom), Datamatrix (norme européenne) et QRcode (norme notamment utilisée en Asie).

Cookie : fichier espion placé à l'occasion de la consultation d'un site sur le disque dur de l'utilisateur. Il permet de recueillir des données sur le comportement de navigation de l'utilisateur, de retracer le parcours de l'utilisateur sur un site web.

Co-registation : mutualisation de la récolte d'adresses email entre différents sites ou partenaires commerciaux. Lorsqu'un internaute est dans une démarche de contact / commande / inscription à une newsletter, ... sur un site Internet, il est intéressant de lui proposer en même temps de recevoir gratuitement des offres de la part des partenaires commerciaux du site web. Chacun des partenaires est clairement identifié, l'internaute a la possibilité de demander (opt-in) à recevoir les offres qui l'intéressent par email. L'intérêt est de récupérer des adresses email qualifiées et opt-in, grâce au support de sites partenaires, et de mener des opérations d'e-mailing efficaces et de grande ampleur.

CPA (Coût par Action) : Mode d'achat qui repose sur les actions réalisées sur le site de l'annonceur, qui peuvent être payantes (vente) ou gratuite (inscription à un formulaire par exemple).

CPC (Coût par Clic) : système qui consiste à faire payer les annonceurs pour afficher des liens (appelées généralement liens sponsorisés) présentés sur les pages de résultats des outils de recherche, l'annonceur paye uniquement si l'internaute clique sur le ou les mots. L'achat d'un mot clé par l'annonceur s'effectue selon un système d'enchères en ligne. L'annonceur fixe le coût par clic maximum (CPC), c'est-à-dire le montant le plus élevé qu'il est prêt à payer pour un clic sur son annonce.

CPL (Coût par Lead) : Ce mode d'achat repose sur le nombre de « lead » ou prospects qualifiés mesurées sur la campagne.

CPM : coût d'une campagne publicitaire pour mille affichages d'une publicité (ou PAP). L'annonceur achète des liens (mots-clés), qu'il paye pour mille affichages, que les liens soient cliqués ou non.

Crawler (Robot) : Composante d'un moteur de recherche visitant les sites internet afin d'en analyser le contenu permettant ainsi d'alimenter en données les index de moteurs de recherche.

Crowdsourcing : consiste pour les éditeurs de sites, à utiliser les internautes pour créer des contenus, répondre aux questions d'autres visiteurs. Ce terme peut se traduire par « approvisionnement par la foule ». En mutualisant les ressources et compétences de leurs visiteurs, les sites peuvent proposer des produits et services à des coûts très bas (exemple de la plateforme française de vente de photos libres de droits, Fotolia). L'encyclopédie en ligne Wikipedia fonctionne sur le modèle du crowdsourcing en proposant à des contributeurs volontaires de rédiger les articles qu'ils désirent.

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

Domaine : les domaines identifient des sous-parties du réseau Internet. Ils sont désignés par des abréviations situées à la fin des adresses électroniques. Le suffixe « com » indique qu'il s'agit d'un site dont le domaine est commercial ou généraliste, le « fr » qu'il est français, le « eu » qu'il est européen.

3G : Désigne la 3e génération de technologie de téléphone mobile. En plus de permettre d'échanger de la voix (de téléphoner !) elle permet d'échanger des données plus rapidement. Cette technologie rend donc possible l'Internet mobile, avec des débits jusqu'à 7,2 Mbit/s.

E-commerce : ventes et achats réalisés via Internet.

E-réputation : l'image véhiculée et / ou subie par une entreprise, une marque, un produit ou une personne sur Internet et autres supports numériques.

Facebook : est un réseau social. C'est un service en ligne qui permet à ses utilisateurs de publier du contenu et d'échanger des messages.

FAI : fournisseur d'accès à Internet. Il s'agit de l'entreprise auprès de laquelle on s'abonne pour pouvoir accéder à Internet (Free, Orange, SFR-Neuf...)

Fan (sur Facebook) : utilisateur de Facebook qui choisit de devenir fan de la page d'une organisation en la suivant.

FAQ (frequently Asked Questions), ou Questions Fréquemment Posées, souvent traduit par "Foire aux questions", consiste à regrouper des questions fréquemment posées, surtout sur les groupes de discussion mais aussi sur certains sites.

Flash : technologie permettant d'intégrer des animations et contenus interactifs dans les sites web.

Flux RSS : fichier au format RSS qui contient les derniers articles publiés sur un blog/site et qui permet aux abonnés d'être informés des modifications intervenues sur le blog/site.

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

FTP (File Transfer Protocol) : système permettant l'échange de fichiers sur le réseau Internet.

Gabarit : ou template (anglicisme utiliser pour désigner un modèle de conception de logiciel ou de présentation de données) est un patron, un modèle de mise en page où l'on place images et textes.

Géolocalisation : procédé basé sur les satellites GPS (Global Positioning System) et les réseaux GSM qui permettent de localiser géographiquement, par exemple, une flotte de véhicules poids lourds ou l'utilisateur d'un téléphone mobile. Ce terme est également utilisé en cas de localisation d'un internaute grâce à son adresse IP (Internet Protocol). On peut ainsi connaître son pays, sa région et sa ville de connexion.

GIF (Graphics Interchange Format) : format de fichiers d'image le plus répandu sur Internet. La particularité est que l'image est fortement compressée tout en gardant une qualité très correcte (contient au maximum 256 couleurs).

Google Adresses : Service de Google permettant de référencer son entreprise dans Google Maps et dans le moteur de recherche de Google. Pour les professionnels du tourisme, c'est la possibilité d'être visible gratuitement sur Google et de générer une source de trafic qualifié sur son site Internet.

Google Analytics : système de statistique de Google. Mis à disposition des internautes gratuitement.

Google + : l'application de réseau social de Google. Google+ est conçu comme une couche supplémentaire sur des services Google existants et fonctionnant avec un compte Google. Google met en avant trois services : les cercles (des groupes de contact différents que l'utilisateur peut créer et au sein desquels il décide des informations qu'il souhaite partager), les bulles (« hangouts ») (un système de chat vidéo collectif et spontané, réunissant entre 2 à 10 personnes en simultané), les déclics (« sparks ») (un système de suggestion et de partage de contenu par thème avec ses contacts).

GPS (Global Positioning System) : système de positionnement par satellite fonctionnant partout dans le monde.

Hashtag : nom donné aux mots clés utilisés sur Twitter précédés du caractère « dièse : # » qui permet d'effectuer facilement une recherche sur un thème, de suivre une conversation, ou de marquer un sujet.

Hébergement : les particuliers, entreprises ou collectivités qui souhaitent ouvrir un site ont deux solutions : soit s'équiper de leur propre serveur et être reliés en permanence à Internet : soit louer de l'espace chez un fournisseur d'accès à Internet.

Home page : page d'accueil, c'est la première page qui s'ouvre par défaut sur l'écran d'un site web. C'est à partir du sommaire affiché sur cette page que l'on peut continuer à "surfer" à l'aide des liens hypertexte inclus.

HTML : (Hyper Text Mark-up Language) langage de programmation adopté dans le monde entier, utilisé pour créer des documents hypertextes et construire des pages web.

HTTP : (Hyper Text Transfer Protocol) protocole utilisé pour transporter des pages HTML sur le réseau Internet. L'accès aux services Web se fait en donnant une adresse de type : <http://nomdedomaine/repertoire...>

Hypertexte : technique de consultation des pages web, à base de liens. Un mot dans un document peut être choisi comme lien donnant accès à une autre partie du document, à un autre document ou à un autre site web d'un clic de souris.

Instagram : une application et un service de partage de photos et de vidéos disponible sur smartphone et tablettes, et basé sur une personnalisation de la photo à l'aide de filtres, bordures, effets... Cette application permet de partager ses photographies et ses vidéos avec son réseau d'amis, de noter et de laisser des commentaires sur les clichés déposés par les autres utilisateurs.

Intranet : Réseau informatique privé qui utilise les protocoles de communication et les technologies du réseau Internet. Pour assurer leur sécurité lorsqu'ils sont reliés au réseau Internet, les intranets sont dotés d'un pare-feu.

JavaScript : langage de développement utilisé dans la conception de pages Web.

Java : langage de programmation qui permet de gérer des animations, des séquences vidéo ou du son. Toutefois, Java (tout comme JavaScript, Visual Basic Script et ActiveX) peut poser de graves problèmes au niveau de la sécurité et de la protection de la vie privée. Il est possible de le désactiver dans le navigateur.

Jimdo : outil de création de site internet, qui permet à toute personne de créer simplement et efficacement son propre site, avec une e-boutique inclus.

JPEG ou **JPG**, (Joint Photographic expert Group) : format de fichier graphique en général réservé aux photos et paysages, acceptant des millions de couleurs.

Landing page : la page web vers laquelle renvoie un lien hypertexte proposé dans le corps d'un e-mail commercial ou dans un objet publicitaire.

Liens sponsorisés : liens payants rémunérés à la régie publicitaire sur la base du clic effectué par l'internaute.

Longue traîne : théorie émise par Chris Anderson (rédacteur en chef de la revue Wired) qui stipule que les produits qui sont l'objet d'une faible demande ou qui n'ont qu'un faible volume de vente peuvent collectivement représenter une part de marché au moins égale voire supérieure à celle des best-sellers. Elle se vérifie sur les sites e-marchands comme Amazon, les réseaux sociaux comme YouTube, etc.

Marque blanche : est une technique marketing, se dit d'une solution ou d'un produit cédé ou loué à une entreprise sur lequel cette dernière peut apposer sa propre marque et donc en revendiquer la paternité auprès de ses clients ainsi de nombreux sites proposent des contenus appartenant à d'autres sites.

Mashup : le principe est d'agréger du contenu provenant d'autres sites, afin de créer un site nouveau.

M-commerce : commerce électronique à partir d'un téléphone portable.

Méta-tags : construction textuelle placée dans le code source HTML d'une page web, fournissant des informations invisibles par les internautes, mais pouvant être lues par les moteurs de recherche qui en tiennent compte dans le référencement et le positionnement qu'ils sont amenés à proposer à l'occasion d'une requête.

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

Moteur de recherche : ou encore serveurs spécialement mis à disposition des internautes, qui peuvent ainsi retrouver les informations stockées sur des sites épars dans le monde entier.

Mur (wall, sur Facebook) : Coeur d'un profil ou d'une page qui agrège les nouveautés publiées. Ceci inclut les mises à jour de statuts et les actions récentes.

M Tourisme : proposer aux voyageurs des services numériques tout au long de son cycle de voyageur (avant, pendant et après le séjour), en utilisant les outils mobiles.

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

Navigation : consiste à passer d'une page à l'autre, d'un site à l'autre, d'aller et venir au gré des liens hypertextes contenus dans les pages consultées sur le Web.

Newsletter : c'est un e-mail régulièrement envoyé par un webmaster à tous les abonnés de son site Web pour leur donner des informations sur les nouveautés et parfois traiter d'un sujet particulier.

Nom de domaine : Partie d'un nom Internet qui identifie spécifiquement le site Internet d'une organisation donnée.

Notebook (ultra portable) : ordinateur portable plat et léger disposant d'un écran à cristaux liquides n'excédant généralement pas les 12 pouces. Son poids est de moins de deux kilos et il s'adresse aux personnes désirant avoir un ordinateur constamment à portée de la main.

Nuage de Tags : affichage d'un groupe de tags (mots clés) permettant de visualiser les plus fréquemment employés. La taille des mots est proportionnelle à leur fréquence d'utilisation. Plus un mot est gros, plus il est employé.

Octet : unité de mesure désignant un groupe de 8 bits (soit un caractère par exemple). Puis vient le Kilo-octet (Ko) qui = 1024 octets. Ensuite le Mega-octet (Mo) qui = 1000 Ko soit 1048576 octets. Vient le Giga-octet (Go) qui = 1024 Mo soit 1073741824 octets.

Off Line : signifie hors ligne ou hors connexion. C'est toutes les opérations que l'utilisateur peut mener sans se connecter au réseau Internet. Le mode opposé est dit « On line ».

One-to-one : concept marketing reposant sur la communication personnalisée avec un individu-consommateur considéré comme unique. Contraire : "One to many".

One-to-many : il s'agit d'une opération de marketing ou de communication émanant d'un seul émetteur (l'annonceur) et s'adressant à de multiples personnes (le public). Contraire : « One to one ».

Opt In (en français option d'adhésion) : terme légal qualifiant une adresse courriel. Une adresse courriel Opt In a fait l'objet d'un consentement préalable (case à cocher, défilement d'un menu déroulant...) du propriétaire, pour utilisation de cette adresse dans un cadre précis (ex : abonnement à la lettre d'information d'une société).

Optimisation : technique consistant à adapter les pages du site Web aux critères d'indexation des moteurs de recherche. Plus une page est optimisée, plus son référencement naturel sera amélioré. Exemple d'optimisation : renseigner les méta-tags, nommer correctement les images, insérer du contenu et des liens pertinents, etc.

OS : Operating System, ou système d'exploitation. C'est l'ensemble de programmes et logiciels d'un ordinateur qui servent d'interface entre la machine et l'utilisateur. Windows, Linux, Mac OS X sont par exemple des systèmes d'exploitation. Les téléphones portables et smartphones utilisent aussi des systèmes d'exploitation : iOS d'Apple, Symbian OS, Google Android...

Page fan : permet sur Facebook aux utilisateurs de se connecter à une page (une marque ou une entreprise) en devenant fan. Le détenteur des droits administratifs de la page peut, en

contrepartie, communiquer avec ses fans. Ainsi se crée un dialogue entre la marque ou l'entreprise et ses fans sur Facebook.

PageRank : système de classement des pages Web mis au point par les fondateurs de Google. Chaque lien pointant d'une page à une autre est considéré comme un vote pour cette page. A cet indice s'ajoute une "note" selon la page qui contient le lien : les liens présents dans des pages jugées importantes par Google ont plus de "poids" et contribuent ainsi à "élire" d'autres pages. Autrement dit, il s'agit d'un critère mathématique qui permet de mesurer la popularité d'une page sur le Web. Cette note va de 0 à 10, elle est consultable sur la Google Toolbar.

Pinterest : réseau social de partage de photos permettant à ses utilisateurs de partager leurs centres d'intérêt, passions, hobbies, à travers des albums de photographies glanées sur l'Internet.

Plug-in : petit module logiciel qui s'installe sur un navigateur (Internet Explorer, Netscape, Firefox, etc.) pour lui apporter des fonctions supplémentaires. Par exemple, visionner de la vidéo sur des pages Web.

PNG (Portable Network Graphic) : format de fichier graphique possédant le même algorithme de compression que GIF mais offrant jusqu'à 16 millions de couleurs contre 256.

Podcasting : mot né de la combinaison de iPod, Broadcasting et webcasting. Système de diffusion et d'agrégation de contenus audio destinés aux baladeurs, tels que l'iPod. Le podcasting utilise le format de syndication de contenus RSS 2.0, pour rendre les compilations disponibles aux abonnés, de la même manière que l'on s'abonne à un flux de nouvelles. Le programme qui capture le flux audio et se synchronise avec le diffuseur est appelé un podcatcher.

Portail : site web thématique qui offre une sélection de liens portant vers d'autres sites.

Réalité augmentée : système permettant d'incruster de façon réaliste des objets virtuels, en les superposant sur des images réelles. Ce système permet de « lire » un paysage par exemple, en incrustant sur le paysage les légendes, services, hébergements...

Référencement : enregistrement d'un site Web dans les moteurs et répertoires de recherche (annuaires qui indexent les sites manuellement ou moteurs qui les indexent automatiquement) afin de le faire connaître aux internautes, d'en accroître la visibilité et d'en augmenter ainsi le nombre de visiteurs. Le référencement recouvre toute une série d'actions très différentes qui vont de la simple définition de mots-clés à la création de pages spéciales facilitant le repérage des sites par les moteurs.

RFID (Radio Frequency Identification) : puce électronique utilisée pour mémoriser et récupérer des données à distance (jusqu'à quelques mètres). Les puces RFID sont présentes dans les nouveaux passeports, les cartes de transport en commun, et bientôt elles devraient remplacer les codes-barres dans les supermarchés.

Réseaux 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».

Retargeting : Dispositif complémentaire aux leviers d'acquisition de trafic communément retenus par les annonceurs pour attirer des visiteurs sur leurs sites, qui vise à rediriger sur ces sites uniquement les internautes ayant déjà visité ces sites et à les réengager dans un processus d'achat via des bannières publicitaires personnalisées.

ROI : le ROI ou le retour sur investissement est l'élément qui permet de mesurer la rentabilité des actions de marketing, notamment dans les domaines du marketing direct et du webmarketing où il est possible de mettre en relation de manière précise les coûts de campagne et l'activité commerciale générée.

SEM (Search Engine Marketing) : Appelé également Référencement commercial ou sponsorisé. Consiste à intégrer les moteurs de recherche dans une stratégie d'acquisition de trafic ou de ventes sur Internet, sous la forme d'enchères sur l'achat de mots clés, afin de placer au mieux ses annonces commerciales sur les pages de résultats des moteurs de recherche.

SEO (Search Engine Optimization) : Appelé également Référencement naturel. Consiste à intégrer les moteurs de recherche dans sa stratégie d'acquisition de trafic sur Internet, sous la forme d'une réflexion sur le positionnement du site et sur les actions d'optimisation à engager (actions sur la structure du site, la sémantique des pages et la pertinence perçue par les moteurs de recherche).

SIG : Système d'Information Géographique, système informatique permettant d'afficher, interroger, actualiser et analyser des données localisées (points géographiques) et les informations qui leur sont associées.

Site web : Ensemble de données hébergées dans un serveur web. Chaque site, identifié par une adresse, est composé de plusieurs pages HTML comprenant des textes, des images et des sons, reliées les unes aux autres par des liens hypertextes.

Smartphone : téléphone dit « intelligent » doté d'une connexion Internet et d'une puce GPS intégrée. Il peut afficher des applications multimédias, la météo, permettre d'accéder aux réseaux sociaux, trouver un hébergement à proximité... L'iPhone, par exemple, est un smartphone.

Syndication : on parle en général de syndication de contenus pour désigner la possibilité de republier sur un site web (en principe de façon automatique) du contenu provenant d'un autre site.

Tags (Balises) : le langage HTML est du texte clair codé, accompagné de tags c'est-à-dire un marqueur (mot(s) ou lettre(s)) encadré des signes suivants < et >. Ces signes par convention sont appelés des "crochets". Chaque tag correspond à une instruction précise donnée au navigateur qui pourra ainsi exécuter correctement son action sur l'élément du texte clair concerné par le tag et réaliser la mise en page prévue comme la taille des polices, les couleurs, positionner les images..... Le marqueur peut être indistinctement en majuscules ou en minuscules. ex : <i>henry</i> donnera le texte en italique suivant : *henry* . Bien entendu ces tags sont invisibles dans le texte clair que vous visualisez à l'écran.

Tag (Etiquettes) : Choies et attribuées librement par les internautes, ce sont des mots clés qui permettent de définir, classer puis rechercher des documents, des favoris, des images. Approche subjective sans organisation, hiérarchie et terminologies préétablis comme sur les systèmes documentaires. Exemple : les tags définissant les favoris sur del.icio.us (partage de favoris).

Nuage de Tags : affichage d'un groupe de tags permettant de visualiser les plus fréquemment employés. La taille des mots est proportionnelle à leur fréquence d'utilisation. Plus un mot est gros, plus il est employé.

Tablette ou ardoise numérique : sorte de petit ordinateur dépourvu de clavier et de souris. Connecté à Internet et à l'aide d'une interface tactile, on peut facilement naviguer sur le web, rechercher un hébergement... L'iPad, par exemple, est une tablette.

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

Taux de Transformation : Il désigne le pourcentage d'internautes ayant réalisé l'action prédéfinie par rapport au nombre total d'internautes exposés au message publicitaire pendant une période prédéfinie.

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.

Tweet (gazouillis) : message de 140 caractères écrit depuis un ordinateur ou un téléphone portable et notifié à la communauté de suiveurs d'un utilisateur de Twitter

Twitter : outil de réseau social qui permet à l'utilisateur d'envoyer gratuitement des messages brefs, appelés tweets (« gazouillis »), par Internet, par messagerie instantanée ou par SMS.

URL (Uniform Resource Locator) : adresse Internet qui donne aux internautes une suite d'indications pour localiser un site ou un document en ligne. L'URL d'une page Web, contient généralement un nom de domaine, un nom de dossier et un nom de fichier.

Visiteur unique : internaute identifié comme unique visitant un site pendant une période donnée, un mois en général. Ce visiteur est identifié par une adresse IP unique et un témoin (cookie). Une audience de 100 000 visiteurs uniques par mois signifie que 100 000 internautes différents (100 000 ordinateurs différents en fait) ont visité le site pendant la période de référence.

Webcast : émission vidéo diffusée sur le Web, en direct ou en différé, que l'internaute peut visualiser sur l'écran de son ordinateur grâce à un lecteur multimédia.

Web 2.0 : expression qui désigne l'évolution de l'Internet : du web 1 où l'internaute vient simplement s'informer, avec le web 2.0, l'internaute devient acteur du web, il y contribue, poste des photos, vidéos, des avis... Les réseaux sociaux font pleinement partie du web 2.0. Au niveau technique le Web 2.0 correspond à ce que l'on peut appeler les interfaces enrichies par des outils techniques (feuilles de style, Ajax, syndication de contenu) qui facilitent la

navigation et l'ergonomie. Au niveau communication cela correspond au partage et à la diffusion d'information (blog, rss, utilisation d'api, portail communautaire, forum, wiki...). Il y a une volonté de donner le pouvoir aux utilisateurs, les internautes deviennent acteurs.

Web marketing : marketing spécifique à Internet.

Widget : contraction des termes window (fenêtre) et gadget, le mot widget désigne une application permettant d'accéder à une information précise. Par exemple, on trouvera sur les nouveaux téléphones portables tactiles un widget pour la météo, un widget pour accéder à sa boîte email, un autre pour les news.

Wifi : Wireless Fidelity. Protocole de communication qui permet de créer un réseau et de relier plusieurs appareils sans fil. Le wifi est utilisé pour partager des connexions Internet et ainsi permettre à des appareils mobiles d'accéder sans fil à Internet.

Wiki : site web dynamique dans lequel tout visiteur peut modifier facilement et rapidement la structure et les pages dans un but coopératif.

World Wide Web : qualifie la "toile d'araignée" des sites web hébergés autour de la planète. La toile est tissée par des liens hypertextuels qui relient les pages des sites. Ces liens permettent la recherche d'information dans Internet, l'accès à cette information et sa visualisation. Le Web a été inventé en 1989 par Tim Berners-Lee et Robert Cailliau pour le Centre européen de recherche nucléaire (CERN), en Suisse.