

## Termes et définitions

<b>#</b> .....	2
<b>C</b> .....	2
<b>D</b> .....	3
<b>F</b> .....	3
<b>G</b> .....	3
<b>I</b> .....	3
<b>M</b> .....	4
<b>N</b> .....	4
<b>O</b> .....	4
<b>P</b> .....	4
<b>Q</b> .....	5
<b>R</b> .....	5
<b>S</b> .....	6
<b>V</b> .....	6

Besoin d'aide ?  
[support@commb.ca](mailto:support@commb.ca)  
416-968-3823

Télécopieur  
416-968-9396

Le site Web  
[www.commb.ca](http://www.commb.ca)

<b>Term / Product</b>	<b>Terme/Produit</b>	<b>Définition</b>
<b># of Faces</b>	<b># de panneaux</b>	Superficie d'une unité d'affichage publicitaire où l'annonce publicitaire est présentée. Une unité peut avoir plus d'une face; aussi appelée panneau.
<b>Cost Field</b>	<b>Champ de la valeur de coût</b>	Paramètre avec lequel le coût de la campagne sera produit – Coût par face, coût de campagne par produit, CPM marché.
<b>Circulation</b>	<b>Circulation</b>	La circulation réfère aux expositions publicitaires d'affichage par lesquelles une exposition représente une personne se déplaçant vers ou passant devant une face publicitaire d'affichage, selon les critères de distance établis par COMMB.
<b>Avg Daily Circ</b>	<b>Circulation moyenne quotidienne</b>	Nombre d'expositions publicitaires générées au cours d'une journée moyenne de l'année, tel que publié bi-annuellement dans le rapport de données COMMB. Une exposition représente une personne se déplaçant vers ou passant devant une face publicitaire d'affichage, selon les critères de distance établis par COMMB.
<b>RTS Codebook</b>	<b>Codes RAE</b>	Liste complète de produits de consommation d'usage et de données de comportements disponibles avec le RAE, l'étude de consommation la plus importante au Canada, faite par BBM Analytique. Les données peuvent être sélectionnées par les utilisateurs de NavigateurCOMMB <sup>MD</sup> pour créer des cibles publicitaires sur mesure.
<b>Column</b>	<b>Colonnes</b>	Mobilier d'affichage publicitaire de rue, imprimé sur du papier et affiché dans un cadre de verre; accessible aux automobilistes, aux piétons et aux utilisateurs de transport public de surface. Dimensions : hauteur, 56 po. X 37 po.
<b>OOH Company</b>	<b>Compagnie d'affichage extérieur</b>	Compagnie média propriétaire ou représentant de modules d'affichage publicitaire (OOH).
<b>Market Sorting</b>	<b>Configuration – options – triage de marché</b>	Permet de classer les marchés basés sur la population du marché, ou géographiquement d'est en ouest ou d'ouest en est.
<b>Report Column Count</b>	<b>Configuration-compte de colonne de rapport</b>	Compte du nombre de colonnes qu'un modèle de mise en page particulier affichera.
<b>Cost</b>	<b>Coût</b>	Coût du plan basé sur les objectifs de coût et les valeurs de coût alloués par vous dans le Générateur de plan.
<b>Campaign Cost</b>	<b>Coût de la campagne</b>	Coût total d'une campagne en fonction du nombre de semaines déterminé par l'utilisateur.
<b>Face Cost</b>	<b>Coût du panneau</b>	Coût par face d'espace publicitaire.
<b>Target CPM</b>	<b>CPM – cible</b>	Coût par mille impressions livrées auprès du groupe cible.
<b>Market CPM</b>	<b>CPM du marché</b>	Coût par mille impressions livrées auprès des personnes 5 ans+ dans les marchés indiqués.
<b>In-Market CPM</b>	<b>CPM intra-marché</b>	Coût par mille impressions livrées pour des personnes 5 ans+ résidant ou considérées comme résidentes des marchés indiqués.
<b>Target In-market CPM</b>	<b>CPM marché cible intra-marché</b>	Coût par mille impressions livrées pour les membres du groupe cible résidant ou considérés comme résidents des marchés indiqués.
<b>Target CPP</b>	<b>CPP – cible</b>	Coût de chaque PEB généré auprès de la cible.



<b>Term / Product</b>	<b>Terme/Produit</b>	<b>Définition</b>
<b>Market CPP</b>	<b>CPP – marché</b>	Coût pour chaque PEB généré auprès de la population des personnes 5 ans+, dans les marchés indiqués.
<b>Campaign Lengths</b>	<b>Durée de campagne</b>	Le nombre de semaines d'une campagne donnée
<b>Reach Objective Campaign Length</b>	<b>Durée de la campagne en fonction de l'objectif de portée</b>	Le nombre de semaines requis pour atteindre l'objectif de % de portée déterminé par l'utilisateur.
<b>Calculation Warnings</b>	<b>Fin – avertissement de calcul</b>	Avertit l'utilisateur lorsqu'il y a des limites aux sélections du plan. Détails dans le journal de calcul.
<b>Calculation Notes</b>	<b>Fin – notes de calcul</b>	Identifie le nombre de limitations reliées aux sélections du plan. Détails dans le journal de calcul.
<b>Frequency</b>	<b>Fréquence</b>	Fréquence moyenne à laquelle chaque personne rejointe, faisant partie du groupe cible, a été exposée à la publicité.
<b>Effective Frequency</b>	<b>Fréquence efficace</b>	Valeur de la fréquence utilisée pour établir la portée efficace.
<b>Product Group</b>	<b>Groupe de produits</b>	Regroupement de produits d'affichage publicitaire défini par COMMB.
<b>Target Impressions</b>	<b>Impressions – cible</b>	Nombre total d'impressions générées auprès du groupe cible.
<b>Total Impressions</b>	<b>Impressions du marché</b>	Nombre total d'impressions à une annonce ou à une campagne publicitaire.
<b>Weekly Target GRPs</b>	<b>Impressions hebdomadaires – cible</b>	Nombre total d'expositions publicitaires générées en une semaine auprès la population du groupe cible.
<b>Weekly In-Market Impressions</b>	<b>Impressions hebdomadaires intra-marché</b>	Nombre total d'expositions publicitaires générées en une semaine auprès des personnes de 5 ans+, résidant ou considérées comme résidentes du marché visé.
<b>In-Market Impressions</b>	<b>Impressions intra-marché</b>	Nombre total d'expositions publicitaires générées auprès des personnes de 5 ans+, résidant ou considérées comme résidentes du marché visé.
<b>Target In-Market Impressions</b>	<b>Impressions intra-marché cibles</b>	Nombre total d'impressions générées auprès des membres du groupe cible, résidant ou considérés comme résidents du marché en question.
<b>Weekly Target In-Market Impressions</b>	<b>Impressions intra-marché hebdomadaires cibles</b>	Nombre total d'expositions publicitaires générées en une semaine auprès de la population du groupe cible, résidant ou considérée comme résidente du marché.
<b>Daily Target In-Market Impressions</b>	<b>Impressions intra-marché quotidiennes cibles</b>	Nombre total d'expositions publicitaires générées en un jour auprès de la population du groupe cible, résidant ou considérée comme résidente du marché.
<b>Daily Target Impressions</b>	<b>Impressions quotidiennes – cible</b>	Nombre total d'expositions publicitaires générées en un jour auprès du groupe cible.
<b>Daily Total Impressions</b>	<b>Impressions quotidiennes du marché</b>	Nombre total d'expositions publicitaires générées en un jour auprès des personnes 5 ans+, résidant dans le marché.



<b>Term / Product</b>	<b>Terme/Produit</b>	<b>Définition</b>
<b>Total Impressions</b>	<b>Impressions totales</b>	Nombre total d'impressions générées auprès des personnes de 5 ans+.
<b>Weekly Total Impressions</b>	<b>Impressions totales hebdomadaires</b>	Nombre total d'expositions publicitaires générées en une semaine auprès des personnes 5 ans+.
<b>Daily Total Impressions</b>	<b>Impressions totales quotidiennes</b>	Nombre total d'expositions publicitaires générées en un jour auprès des personnes 5 ans+.
<b>Market (CMA)</b>	<b>Marché</b>	Tous les marchés disponibles dans le NavigateurCOMMB <sup>MD</sup> sont des Régions Métropolitaines de Recensement (RMR) selon la définition de Statistique Canada.
<b>Mega Column</b>	<b>Méga Colonnes</b>	Affiche publicitaire de rue imprimée sur du papier et affichée dans un cadre de verre. Installée habituellement au centre-ville et éclairée 24 heures sur 24. Accessible aux automobilistes, aux piétons et aux utilisateurs de transport public de surface. Dimensions : hauteur, 134 po. X largeur, 44 po.
<b>Street Furniture</b>	<b>Mobilier urbain</b>	Groupe de produits d'affichage au niveau de la rue composés d'affiches imprimées sur papier placées dans des cadres en verre. Ces produits sont installés habituellement dans le centre-ville et/ou dans les quartiers commerciaux ou résidentiels des grandes villes canadiennes. Souvent rétroéclairés, ils sont accessibles aux automobilistes, piétons et usagers des transports en commun. Ce groupe comprend les toilettes publiques automatisées, les Médiacolonne, les kiosques, les présentoirs de plans, les Colonnes signature, les annonces de rue, les affiches de rue, les superabribus et les abribus. Dimensions : hauteur, 68 po. X largeur, 47 po.
<b>Murals</b>	<b>Murales</b>	Affiches publicitaires grand format en vinyle installées ou peintes à l'extérieur d'un édifice, sur un mur intérieur ou suspendues du plafond. Dimensions variables selon la localisation.
<b>Level</b>	<b>Niveau</b>	La quantité numérique auquel l'objectif d'une campagne sera fixé ex. : 50 PEB quotidiens, ou 15 faces, ou 50,000 impressions, ou 75% de portée.
<b>Multiple Levels</b>	<b>Niveaux multiples</b>	Applique différents poids de PEB ou autres variables (ex. : compte de faces) pour le même plan afin de comparer les résultats.
<b>Weekly Total Impressions</b>	<b>Nombre total d'impressions hebdomadaire</b>	Nombre total d'expositions publicitaires générées en une semaine auprès de toutes les personnes de 5 ans+.
<b>Objective</b>	<b>Objectif</b>	Modèle selon lequel un plan de campagne sera rapporté - PEB, # de faces, impressions ou % de portée.
<b>Horizontal Posters</b>	<b>Panneaux horizontaux</b>	Affichage publicitaire imprimé sur du papier de construction, 10'H x 20'L, affiché sur une structure publicitaire extérieure; aussi appelé panneau.
<b>Horizontal Backlit Posters</b>	<b>Panneaux horizontaux rétro-éclairés</b>	Affichage publicitaire rétro-éclairé, 10'H x 20'L ou 10'H x 30'L, imprimé sur du polyvinyle translucide; aussi appelé rétro-éclairé.
<b>Vertical Posters</b>	<b>Panneaux verticaux</b>	Affichage publicitaire en papier de construction, 16'H x 12'L, affiché sur une structure d'affichage publicitaire extérieur.
<b>Vertical Backlit</b>	<b>Panneaux verticaux rétro-éclairés</b>	Affichage publicitaire rétro-éclairé, 16'H x 12'L, imprimé sur du polyvinyle translucide.



<b>Term / Product</b>	<b>Terme/Produit</b>	<b>Définition</b>
<b>GRP</b>	<b>PEB</b>	Point d'Exposition Brut (PEB) est l'expression du poids publicitaire généré par une campagne. Un PEB représente un % d'une population cible exposée à une campagne multiplié par la fréquence moyenne d'exposition. En affichage extérieur, un PEB représente 1% de la population âgée de 5 ans+ d'un marché donné, et un PEB Cible représente 1% de la population cible d'un marché donné. La formule est la suivante: $PEB = (\text{total des impressions/population}) \times 100$
<b>Target GRPs</b>	<b>PEB - cible</b>	Le % d'une population cible exposée à une campagne multiplié par la fréquence moyenne d'exposition.
<b>Market GRPs</b>	<b>PEB - marché</b>	Le % de la population d'un marché donné exposée à une campagne multiplié par la fréquence moyenne d'exposition.
<b>Weekly Target GRPs</b>	<b>PEB hebdomadaires – cible</b>	Le pourcentage de la population cible d'un marché exposée hebdomadairement par une campagne multiplié par la fréquence moyenne d'exposition au cours d'une semaine.
<b>Weekly Market GRPs</b>	<b>PEB hebdomadaires – marché</b>	Le pourcentage de la population 5 ans + d'un marché exposée hebdomadairement par une campagne multiplié par la fréquence moyenne d'exposition au cours d'une semaine.
<b>Daily Target GRPs</b>	<b>PEB quotidiens – cible</b>	Le pourcentage de la population cible d'un marché exposée quotidiennement par une campagne multiplié par la fréquence moyenne d'exposition au cours d'une journée.
<b>Daily Market GRPs</b>	<b>PEB quotidiens – marché</b>	Le pourcentage de la population 5 ans + d'un marché exposée quotidiennement par une campagne multiplié par la fréquence moyenne d'exposition au cours d'une journée.
<b>Target Population</b>	<b>Population – cible</b>	Nombre total de personnes d'un groupe cible choisi vivant dans les délimitations physiques d'un marché.
<b>Market (CMA) Population</b>	<b>Population – marché</b>	Nombre total de personnes 5 ans+ vivant dans les délimitations physiques d'un marché spécifique.
<b>Reach</b>	<b>Portée</b>	Pourcentage de la population cible qui a été exposée à la campagne publicitaire au moins une fois.
<b>Effective Reach</b>	<b>Portée efficace</b>	La portée efficace est le pourcentage de la population cible rejointe par une campagne le nombre de fois requis pour générer la mémorabilité voulue (afin que les consommateurs se souviennent de l'avoir vue).
<b>Product</b>	<b>Produit</b>	Nom donné à un type particulier de type d'affichage publicitaire.
<b>Deemed-Resident</b>	<b>Quasi-résident</b>	Personne habitant dans un rayon de 100 km des limites d'une RMR et qui s'y rend 4 jours ou plus par semaine, selon des études de déplacements statistiquement fiables effectuées en utilisant la technologie GPS par COMMB et entérinées par son comité de recherche. À l'heure actuelle, on reconnaît ces quasi-résidents uniquement pour les marchés de Toronto, Montréal et Vancouver.
<b>COMMB Data Report</b>	<b>Rapport de données COMMB</b>	Compilation bi-annuelle de la circulation et des données d'inventaire les plus récentes pour les compagnies d'affichage membres de COMMB.
<b>COMMB Data Report Face Count</b>	<b>Rapport de données COMMB – compte des faces</b>	Nombre maximum de faces disponibles pour chaque marché/compagnie d'affichage/combo de produits, tel que rapporté dans le rapport de données COMMB.



<b>Term / Product</b>	<b>Terme/Produit</b>	<b>Définition</b>
<b>COMMB Data Report - Navigator Edition</b>	<b>Rapport de données édition NavigateurCOMMB<sup>MD</sup></b>	Compilation bi-annuelle de la circulation et des données d'inventaire les plus récentes pour les compagnies d'affichage membres de COMMB, incluses dans NavigateurCOMMB <sup>MD</sup> .
<b>Series 10</b>	<b>Série 10</b>	Grand format de publicité extérieure situé aux intersections clés d'artères ou de voies rapides achalandées. Série 10 - 10'H x 40'- 44'L.
<b>Series 14</b>	<b>Série 14</b>	Grand format de publicité extérieure situé aux intersections clés d'artères ou de voies rapides achalandées. Série 14 - 14'H x 48'L.
<b>Spectacular</b>	<b>Spectaculaire</b>	Affiche publicitaire grand format (au moins deux fois plus grande qu'un panneau conventionnel) installée à une intersection clé près d'une artère ou d'une voie rapide achalandée. Aussi appelée <i>Bulletin</i> ou <i>Bulletin permanent</i> . Dimensions variables selon le site, mais plus grand que : hauteur, 10 pi. X largeur, de 48 pi.
<b>Super Shelter</b>	<b>Super Abribus</b>	Affichage publicitaire de rue imprimé sur du papier et monté dans un cadre de verre. Souvent orienté face à la circulation pour plus de visibilité, il est accessible aux automobilistes, aux piétons et aux utilisateurs de transport public de surface. Dimensions : hauteur, 69 po. X largeur, 98 po.
<b>Cost Value</b>	<b>Valeur de coût</b>	La valeur qu'un utilisateur désire allouer à un champ de coût sélectionné.

