

# Journal des traducteurs Translators' Journal

## Glossaire des termes de la publicité

Maurice Watier

---

Volume 8, numéro 2, 2e trimestre 1963

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1061013ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1061013ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

---

Éditeur(s)

Les Presses de l'Université de Montréal

ISSN

0316-3024 (imprimé)

2562-2994 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

---

Citer cette note

Watier, M. (1963). Glossaire des termes de la publicité. *Journal des traducteurs / Translators' Journal*, 8(2), 63–72. <https://doi.org/10.7202/1061013ar>

taché à la nécessité psychologique de désigner ouvertement le sujet est l'expression : *Somebody is knocking*. Or, il se trouve que l'anglais peut aussi dire : "There's a knock at the door", tandis que le français ne peut se dispenser de mentionner, ne serait-ce que par *on*, celui qui frappe à la porte.

On pourrait donner d'autres exemples d'inexactitude ou d'explications incomplètes.

\* \* \*

Dans l'ensemble ce livre est bien écrit. Il contient de fines remarques et des formules heureuses comme on a pu le voir. Son grand mérite est de montrer l'importance « des principales idées psychologiques qui sont l'armature cachée de la grammaire et de l'expression anglaises » (p. 35). Sans lui reprocher d'être incomplet, puisque ce n'est qu'un essai, on peut regretter que l'auteur n'ait pas apporté plus de soin au choix des exemples, dont l'importance est capitale dans un travail de ce genre. On peut également se demander si une étude psychologique peut s'accommoder de la division traditionnelle en parties du discours. Livre intéressant, un peu décevant, mais qui marque une date dans l'histoire de la grammaire anglaise à l'usage des Français.

J. DARBELNET, Laval



## GLOSSAIRE DES TERMES DE LA PUBLICITÉ

### AVERTISSEMENT

Ce travail n'a d'autre prétention que de donner en français l'équivalent des mots anglais faisant partie du vocabulaire particulier de la publicité.

Comme la publicité moderne s'est surtout développée aux Etats-Unis, il est normal que la langue anglaise soit à l'origine de quantité de mots et d'expressions qui forment en quelque sorte l'argot international de la publicité. Il est également compréhensible que cet argot se soit imposé aux publicitaires du Canada français, qui ont d'abord été des autodidactes souvent plus versés dans la langue anglaise que dans la langue française. Néanmoins, une réforme s'impose. Si l'on a jugé bon de faire campagne en faveur de la francisation des vocabulaires de l'automobile et d'autres métiers, il est nécessaire de réformer l'argot de la publicité. Chaque métier a son argot, que celui du publicitaire soit français au Canada français. Admettant a priori qu'il serait injustifiable d'employer abondamment d'autres mots que ceux qui ont cours en France (ne voulant pas former un argot puisé à un patois), nous avons évité ce qui pourrait être des canadianismes et nous nous sommes refusés, n'étant pas linguistes, à proposer des néologismes que l'avenir condamnerait sans doute.

Ce travail n'est donc qu'une simple nomenclature de mots. Pour être complet, un dictionnaire de la publicité exigerait qu'on s'y consacre entièrement. Une longue pratique de la publicité et l'habitude de noter mots et expressions nous ont cependant permis de faire un recueil qui peut présenter quelque intérêt.

Il fallait toutefois s'assigner une méthode. Conscients que les jeunes apprennent les rudiments de la publicité dans des manuels écrits en anglais, nous sommes contentés de noter les mots que contenaient les ouvrages les plus connus auxquels a recours l'enseignement. Cela, pensons-nous, nous permet de présenter les mots les plus courants et qu'il importe donc d'apprendre en premier lieu.

*Maurice WATIER,  
Directeur des services français  
de F. H. Hayburst & Co. Ltd.*

- ACCOUNT** — Client considéré en fonction de son budget. Budget. Client.  
**ACCOUNT EXECUTIVE** — Chef de publicité d'une agence.  
**AD** (abréviation de "Advertisement") — Annonce (terme générique).  
**ADAPTATION** — Adaptation.  
**ADJACENCY** — Ce qui précède et suit une annonce (radio-TV).  
**ADVERTISEMENT** — (voir "Ad").  
**AGATE (Line)** — Ligne agate.  
**AIR-BRUSH** — Pinceau à air. Aérographe. Crayon à air.  
**AIR-CHECK** — Ruban-témoin. Disque-témoin, etc. Disque, ruban ou film de vérification d'une annonce ou d'une émission dont l'enregistrement ou le film sont faits pendant la diffusion.  
**ALIGN** — Aligner des caractères. Parangonner.  
**ALLITERATION** — Allitération.  
**ALTERNATE SPONSORSHIP** — Co-commandite. Emission commanditée ou patronnée en partie seulement.  
**APPROPRIATION** — Budget.  
**ART** — Abréviation de "Art-work".  
**ART-WORK** — Tout travail d'un artiste en publicité — dessin, photo, etc.  
**ATTENTION GETTER** — Attrape-l'oeil. Tire-l'oeil. Ce qui attire l'attention, bruit insolite, amorce, etc.  
**AUDIENCE (radio-TV)** — Auditoire. Public à l'écoute. Auditeurs. Audience.  
**AUDIENCE COMPOSITION** — Composition de l'auditoire ou de l'audience.  
**AUDIT BUREAU OF CIRCULATION** — Nom du premier office de justification du tirage des journaux.  
**AVAILABILITY** — Temps disponible. Temps qui peut être acheté, qui est libre à la télé ou à la radio, qui est disponible.  
**BACK-to-BACK (TV)** — Annonces successives. Annonces diffusées en succession.  
**BEN DAY** — Grisé mécanique. Grisé.  
**BILLBOARD** — Panneau d'affichage. Panneau-réclame. Affiche. Télé : Opening billboard: Annonce de présentation. Closing billboard: Annonce de salutation.  
**B & W** (abréviation de "Black & White") — Noir et Blanc. Impression en noir et blanc.  
**BLEED** — Marge perdue. (Impression à...)  
**BLEED PAGE ADVERTISEMENT** — Annonce d'une page à marge perdue.

- BLOW UP** — Agrandissement.
- BLUE PRINT** — Bleu.
- BOLD-FACE (Type)** — Caractère gras.
- BOOTH ("Exhibition")** — Stand (au Canada-français, on emploie couramment « kiosque »).
- BRAND (Name)** — Marque de fabrique, de commerce.
- BRIDGE** — (TV) Enchaînement sonore ou visuel, ou sonore et visuel, entre deux annonces successives.
- BROADSIDE** — In-plano. Feuille d'impression ne formant que deux pages.
- BUS ADVERTISING** — Publicité affichée à l'intérieur ou à l'extérieur des autobus.
- BUSINESS MAGAZINES** — Publications professionnelles. Publications spécialisées.
- BUYER (Time or Space)** — Préposé à l'achat d'espace ou de temps.
- CANCELLATION (Order)** — Commande d'annulation.
- CAP** — Lettre majuscule. Capitale.
- CAR CARD** — Affiche d'autobus.
- CARTOON** — Dessin cartoon. Cartoon. Dessin animé. (Ne pas confondre avec caricature qui est toujours une charge).
- CENTRE SPREAD** — Double page centrale.
- CHECKING COPY** — Pièce justificative (annonce publiée dans un journal, etc.).
- CIRCULAR** — Circulaire.
- CIRCULATION** — Tirage.
- CIRCULATION CONTROL** — Justification du tirage.
- CLASSIFIED (Ads)** — Petites annonces. Annonces classées ou classifiées.
- COATED PAPER** — Papier couché.
- COLLEGE MAGAZINES** — Publications universitaires, collégiales, de renseignements universitaires.
- COMBINATION PLATE** — Cliché trait-simili.
- COMBINATION RATE** — Tarif couplé.
- COMIC STRIP** — Bande de dessins. Bande illustrée.
- COMMERCIAL** — Annonce. Texte publicitaire.
- COMMERCIAL (Integrated)** — Annonce de TV faite en direct et incorporée dans l'émission elle-même.
- COMP** — Abréviation de "Comprehensive".
- COMPOSITION (Type-setting)** — Composition typographique.
- COMPREHENSIVE** — Maquette détaillée.
- CONSUMER** — Consommateur. Usager.
- CONTROLLED CIRCULATION** — Tirage justifié.
- COOPERATIVE ADVERTISING** — Publicité en coopération : fabricant ou distributeur et détaillant.
- COPPER (Plate)** — Cuivre (cliché de cuivre).
- COPY DEPARTMENT** — Service de la rédaction.
- COPY PLATFORM** — Programme rédactionnel.

- COUPON** — Bon ou coupon, selon qu'il s'agit de prime ou de demande de renseignements.
- COVER** — Couverture. Page-couverture.
- COVERAGE** — Couverture d'un moyen d'annonce, son rayonnement, sa diffusion.
- CREATIVE MAN** — Créateur ou concepteur publicitaire.
- CUT** — Cliché.
- CUT-IN (Network)** — Annonce intercalée (TV). Intercalation d'une annonce locale dans un programme de réseau ou un programme enregistré.
- DEADLINE** — Date limite.
- DEALER IMPRINT** — Signature du détaillant. Logo du détaillant. Espace laissé en blanc dans une annonce pour y insérer le nom du détaillant.
- DELETE** — Deleteur (sign). Dans la correction d'épreuves, signe en forme de « d » indiquant qu'il faut enlever une lettre, un mot, etc.
- DESIGN** — Dessin. Façon. Mode. Style. Forme. Type.
- DISPLAY** — Affiche. Affichette. Etalage. D. Type : Caractères pour titres. D. Ad : Annonce formée de composition typographique seulement.
- DOLLY** — Travelling (cinéma, TV). D. in : Travelling avant. D. out : Travelling arrière.
- DRAWING** — Dessin.
- DRAWING PAPER** — Papier. Carton à dessiner.
- DUBBING** — Doublage (film). Post-synchronisation.
- DUMMY** — Maquette. Croquis, Esquisse. Fac-similé. Emballage factice.
- DUOTONE** — Simili deux tons.
- DUPLICATION** — Double emploi.
- EARS (of the Newspaper)** — Anses ou oreilles.
- EASEL** — Chevalet (support d'une pancarte, etc.).
- EDITOR** — Rédacteur en chef d'un journal, etc. Monteur de film.
- EDITORIAL** — Éditorial. Premier-Montréal, etc.
- EDITORIAL ADVERTISING** — Publicité. Annonce rédactionnelle.
- EDUCATIONAL** — Éducatif.
- ELECTRO** — Galvano.
- EMBOSSING (Embossed Printing)** — Impression en relief. Impression soulevée.
- ENGRAVING** — Gravure. Cliché.
- ESTIMATE** — Devis. Estimation.
- ETCHING** — Gravure à l'eau forte. Gravure chimique.
- FARM PUBLICATION** — Publication agricole.
- FILM** — Film.
- FILM CLIP** — Séquence extraite d'un film. Séquence filmée, gardée en réserve.
- FLAT RATE** — Taux fixe.
- FOLDER** — Dépliant.
- FORMAT** — Format. Facture d'une émission de radio ou de TV.
- FOUR-COLOR PROCESS** — Quadrichromie.

- FULL-PAGE (Unit) — Page entière.
- FULL SHOWING (Outdoor Advertising) — Couverture complète. Diffusion maximum.
- GALLEY — Galée.
- GALLEY PROOF — Épreuve en première. Épreuve en placard.
- GENERAL MAGAZINE — Grand magazine.
- GIFT ADVERTISING — Publicité cadeaux.
- GIVEAWAY — Prime. Prix. Cadeau. Échantillon.
- GOOSE NECK — Micro directionnel.
- HAIR LINE — Filet très mince.
- HALF SHOWING (Outdoor Advertising) — Couverture, diffusion à 50%.
- HALF TONE — Simili.
- HANKERING (Human) — Besoin dans son sens le plus large, tout ce qui peut être désiré.
- HOOKER — Annonce-signature. (Annonce locale accolée à une annonce nationale).
- HOUSE ORGAN — Publication. Journal. Revue, etc. (destinés aux employés d'une entreprise). Journal ou revue privés.
- IDEA (Men) — Créateurs. Concepteurs.
- I D's (TV) — Annonce 8 sec.
- ILLUSTRATION (Art-work) — Illustration.
- ILLUSTRATION BOARD — Carton à dessiner.
- INDEPENDANT STATION (Radio-TV) — Poste privé. Station privée. (Par opposition aux stations d'État).
- INSERTION (Order) — Bon d'insertion. Commande d'insertion.
- INSERTS — Annexes. Encarts.
- INSTITUTIONAL (Campaign) — Campagne de notoriété, de prestige.
- INTENSIVE SHOWING (Outdoor Advertising) — Couverture de forte intensité.
- ISSUE — Édition. Numéro. Livraison d'un journal, d'un magazine.
- ITALICS — Italiques (lettres).
- JINGLES — Annonces chantées à la radio, à la télévision.
- KEY STATION — Poste ou station de tête. Tête de réseau. Station principale. Station importante. Station-clé.
- KINESCOPE — Kinéscope. Kiné.
- LABEL — Étiquette.
- LAUNCH CAMPAIGN — Campagne de lancement.
- LAYOUT — Esquisse. Croquis. Ébauche. Avant-maquette. Maquette (selon le degré d'élaboration du travail).
- L. C. (Lower Case) — Bas de casse. Minuscule (typographie).
- LEGEND — Légende. Bas de vignette.
- LETTERHEAD — En-tête de lettre.
- LETTERING — Lettrage.
- LETTERING MAN — Lettreur.

- LINAGE** — Nombre de lignes agates dans une annonce. Grandeur. Format.  
Nombre total de lignes des annonces d'une campagne.
- LINE CUT** — Cliché trait.
- LINE DRAWING** — Dessin au trait.
- LINOTYPE** — Linotype.
- LISTENING AREA** — Rayonnement (d'un poste de radio ou télévision).
- LISTENING AREA, PRIMARY** — Rayonnement A (rayonnement dont la superficie est délimitée par un premier cercle sur une carte de rayonnement).
- LISTENING AREA, SECONDARY** — Rayonnement B.
- LIVE COMMERCIAL (Radio-TV)** — Annonce en direct (faite au moment de l'émission).
- LOCAL ADVERTISING** — Publicité locale.
- LOCK-UP** — Serrer (une forme).
- LOCK-UP PROOF** — Épreuve d'une forme serrée.
- MAIL-ORDER** — Vente par correspondance.
- MAKE-GOOD** — Reprise gratuite (d'une annonce).
- MAKE-READY** — Mise en train.
- MAKE-UP** — Mise en page.
- MARKET** — Marche.
- MARKETING** — Marketing. (Le mot « commercialisation » semble se répandre. Toute activité commerciale et publicitaire qui permet d'augmenter le nombre des consommateurs et des usagers d'un produit ou d'un service).
- MASTHEAD** — En-tête.
- MASS MEDIA** — Supports à gros tirage pour tous publics.
- MAT (Matrix)** — Flan-carton. Flan. Matrice.
- MEDIUM (pl. Media)** — Medium (s). Support de publicité. Moyen ou organe d'annonce.
- MERCHANDISING** — Merchandising. (Toute activité qui ne fait pas partie de la publicité habituelle mais qui est de la promotion de vente. Tous les moyens qui servent à renseigner représentants, vendeurs, concessionnaires, détaillants, etc., sur l'activité publicitaire d'une entreprise. Tout travail qui consiste à prédéterminer où, quand, comment, à quel prix, etc., un produit ou un service peuvent être offerts).
- MILLINE RATE** — Coût d'une ligne agate réparti sur un tirage d'un million. On l'obtient en multipliant le prix d'une ligne par un million et en divisant ensuite par le tirage.
- MOCK-UP** — Maquette (TV). Fac-similé d'un produit, etc.
- MONTAGE (Photo-montage)** — Montage (montage de photos ou d'un film).
- MORTISE** — Ajour. Encoche. Inside m. : Ajour. Outside m. : Encoche.
- NEWS BROADCAST** — Bulletin de nouvelles.
- NEWS ITEM** — Information. Communiqué.
- NEWS LETTER** — Lettre-communiqué.
- NEWS RELEASE** — Communiqué.

- NEXT-TO-READING-MATTER** (Position) — Contre-texte.  
**NICKEL PLATED STEREO** — Stéréo nickel.  
**O. K.** — Bon à tirer.  
**ONION SKIN PAPER** — Papier pelure (d'oignon).  
**ORDER** (Insertion) — Commande. Ordre. Bon d'insertion.  
**ORDER** (Insertion Order Department) — Service des bons d'insertion.  
**OUTDOOR ADVERTISING** — Publicité extérieure.  
**OVERLAY** (Artwork) — Rabat. Cache.  
**OVERRUN** (Printing) — Surplus d'impression.  
**PACKAGE** — Emballage.  
**PAMPHLET** — Brochure.  
**PAN** (Panning TV) — Panoramique — Pan shot : Prise panoramique.  
**PANEL** (Outdoor Poster) — Panneau d'affichage.  
**PANEL** (TV) — Jury. Groupe d'experts. Participants à un jeu, un programme questionnaire.  
**PHOTOSTAT** — Photostat.  
**PILOT FILM** — Film pilote.  
**PLASTIC PLATE** — Cliché plastique.  
**PLUG** (Free Commercial Mention) — Annonce déguisée. Mention gratuite, de la nature d'une annonce.  
**PREFERRED POSITION** — Emplacement privilégié.  
**POINT-OF-PURCHASE ADVERTISING** — Publicité au point d'achat.  
**POINT-OF-SALE ADVERTISING** — Publicité au point de vente.  
**POSITION** — Position. Emplacement d'une annonce.  
**POSTER** — Affiche.  
**PRESTIGE ADVERTISEMENT** — Annonce de prestige, de notoriété.  
**PRESTIGE ADVERTISING** — Publicité de prestige, de notoriété.  
**PRODUCTION** — Production (radio, télé, journaux, etc.)  
**PRODUCTION COST** — Frais ou coût de production.  
**PROGRESSIVE PROOF** — Épreuves à report. Épreuves-gammes.  
**PROMOTION** — Promotion (de vente).  
**PROOF** — Épreuve.  
**PROOF-READING** — Correction d'épreuves.  
**PROPAGANDA** (Advertising) — Propagande. Propagande faite sous forme de publicité commerciale.  
**PUBLIC RELATIONS** — Relations publiques. Relations extérieures.  
**PUBLICITY** — Information. ("Advertising" étant plutôt réservé à la publicité commerciale).  
**PUBLISHER** — Éditeur.  
**PUNCH** (To have) — Être énergique. Avoir de la force, de la vigueur, de l'allant.  
**PURCHASING POWER** — Pouvoir d'achat.  
**QUOTATION** — Soumission. Prix. Devis.  
**RATE** (Rate Card) — Tarif. Carte-tarif.



- RATING — Cote d'écoute.
- REACH (Total Audience of a Medium) — Rayonnement. Diffusion.
- READING HABITS — Habitudes des lecteurs.
- READERSHIP — Degré de lecture.
- REASON-WHY APPEAL — Publicité argumentée.
- REBATE — Rabais. Bonification.
- REGISTER MARKS — Croix de visée. Repères.
- RELAY STATION — Station, poste de relais.
- RELIGIOUS PUBLICATION — Publication religieuse.
- REMINDER (Ad) — Annonce de rappel.
- REPETITION (in Copy) — Répétition.
- REPRESENTATIVE SHOWING (Outdoor Advertising) — Couverture assurant une bonne représentation.
- REPRINT — Réimpression.
- REPRO PROOF — Épreuve de reproduction.
- RESEARCH — Recherche.
- RE-SIZING — Changer la grandeur, les dimensions, le format, en adaptant, par exemple, une annonce pour un journal de plus petit format.
- RETAIL COPY — Texte d'annonce locale.
- RETOUCHING — Retouche.
- RETURNS — Résultats. Nombre de réponses, etc.
- REVERSED (Plate) — (Cliché) inversé.
- ROTOGRAVURE — Rotogravure.
- ROUGH (Layout) — Avant-maquette.
- RULE — Filet.
- RUN (Total Copies) — Tirage.
- SADDLE-STITCH — Assemblage à cheval.
- SALES AID — Matériel de promotion de vente.
- SALES LETTER — Lettre de vente.
- SALES OUTLET — Débouché. Débit. Magasin.
- SALES TEST — Test de vente.
- SAMPLE (Questionnaire) — Questionnaire échantillon.
- SANS SERIF — Sans empattement (caractère).
- SATURATION — Saturation.
- SCRATCHBOARD — Carton à gratter pour dessins imitant la gravure sur bois, etc.
- SCHEDULE — Calendrier des insertions. Calendrier des émissions. Programme des émissions, des insertions.
- SCREEN — Trame d'un cliché. Écran de télévision.
- SCRIPT — Texte (radio, télé). Scénario (télé, cinéma).
- SERIF — Empattement (caractère de typographie).
- SETS-IN-USE — Récepteurs en usage.
- SHARE OF AUDIENCE — Pourcentage de l'audience, de l'auditoire.

- SHORT RATE** — Rajustement de tarif.  
**SHOWCARD** — Pancarte.  
**SHOWING (Poster)** — Couverture d'affichage. Diffusion.  
**SIGN** — Enseigne.  
**SILK SCREEN** — Tamographie. Silkscreen.  
**SIZE (of an Ad)** — Grandeur.  
**SKY WRITING** — Publicité aérienne. Affiches aériennes.  
**SKETCH** — Croquis. Esquisse. Dessin. Sketch de radio ou de télévision.  
**SLIDE** — Diapositive (TV).  
**SLOGAN** — Slogan. Mot d'ordre. Devise.  
**SOAP OPERA** — Feuilleton radiophonique ou à la télé. Radio-roman. Téléroman.  
**SPACE UNIT** — Espace. Emplacement.  
**SPACING (of Type)** — Blanchir.  
**SPECTACULAR (TV, Poster)** — Grand spectacle (TV). Super-affiche, panneau-réclame.  
**SPLIT-RUN** — Tirage partagé.  
**SPONSOR (Radio & TV)** — Commanditaire.  
**SPOT** — Annonce-éclair (60, 20, 15, 10 ou 8 sec.) à la radio ou à la télé.  
**SPOT CARRIER** — Programme de radio ou de télé coupé d'annonces-éclair de plusieurs clients.  
**STANDARD NEWSPAPER** — Journal de grand format.  
**STATION BREAK** — Temps réservé à l'indicatif d'un poste, d'une station de radio ou de télé.  
**STEREO** — Stéréo.  
**STICKER** — Papillon. Collant.  
**STORY BOARD** — Maquette d'annonce de TV. Maquette-scénario.  
**STRIPPING** — Pelliculage.  
**SUSTAINER or SUSTAINING PROGRAM** — Programme non commandité, non patronné.  
**TABLOID** — Tabloid.  
**TEARSHEET** — Coupure d'annonce. Justificatif.  
**TEASER** — Annonce-amorce.  
**TECHNICAL PUBLICATION** — Publication technique.  
**TESTIMONIAL** — Témoignage.  
**THEME** — Thème.  
**THUMBNAIL (Sketch)** — Petit dessin.  
**TIE-IN AD** — Annonce en coopération (plusieurs annonceurs ou entre fabricants et détaillants).  
**TIME (T.V. - Radio)** — Temps.  
**TRADE-MARK** — Marque de commerce, de fabrique. Marque déposée.  
**TRADE PUBLICATION** — Publication professionnelle, spécialisée.  
**TRAFFIC AUDIT BUREAU** — Agence de vérification de tirage, de rayonnement.



*Le nouveau*

**Waterman's**

*Le stylo idéal pour le Traducteur  
4 billes de couleurs au bout du doigt*

NOIR — BLEU  
ROUGE — VERT

L. E. WATERMAN PEN COMPANY LTD.  
2, rue Waterman, Saint-Lambert, P.Q.



**TRANSFER** — Décalque.

**TRANSPORTATION ADVERTISING** — Publicité au moyen d'annonces sur ou dans les véhicules de transport en commun.

**TYPE** — Caractère (imprimerie).

**TYPESETTING** — Composition typographique. Composition.

**TYPOGRAPHY** — Typographie.

**UNDERRUN** — Déficit d'impression.

**U. C.** (abréviation de "Upper Case") — Haut de casse, c'est-à-dire : majuscule.

**UNMOUNTED PLATE** — Cliché non monté.

**VEHICLE** — Véhicule publicitaire. Support. Organe. Moyen. Médium.

**VIDEO TAPE** — Bande ou ruban magnétoscopique.

**VISUAL** — Maquette.

**VISUALIZATION** — Faculté de se représenter ce que sera une annonce qu'on explique ou qui n'est qu'à l'état d'ébauche, d'esquisse.

**WANT (Human)** — Besoin. Désir.

**WASH (Drawing)** — Lavis.

**WASTE CIRCULATION** — Exemplaires non achetés. Exemplaires distribués dans des territoires où un produit n'est pas en vente. Bouillon. Exemplaires invendus.

**WATERMARK** — Filigrane.

**WINDOW DISPLAY MATERIAL** — Matériel d'étalage.

**WINDOW ENVELOPE** — Enveloppe à fenêtre.

**WINDOW STREAMER** — Affiche-bandeau. Bandeau. Affiche-banderole.

**WIRE STITCHING** — Reliure par fil métallique.

**WOMEN'S MAGAZINE** — Magazine féminin.

**WOODCUT** — Gravure sur bois.

**ZINC (Engraving)** — Zinc.