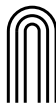


Lexique de base
de la *communication* et des *relations publiques*

**Lexique de base
de la *communication*
et des *relations publiques***

Leon GILLET

Brigitte LUYTEN



ACADEMIA
PRESS

Uitgeverij Academia Press
Coupure Rechts 88
9000 Gent
België

www.academiapress.be

Uitgeverij Academia Press maakt deel uit van Lannoo Uitgeverij,
de boeken- en multimediadivisie van Uitgeverij Lannoo nv.

ISBN 9789401469371
D/2020/45/247
NUR 633

Leon Gillet & Brigitte Luyten
Lexique de base de la communication et des relations publiques
Gent, Academia Press, 2020, 125 p.

Eerste druk, 2009
Tweede druk, 2016
Derde, herziene druk, 2020

Vormgeving cover: Nevelland
Vormgeving binnenwerk: Punctilio

© Leon Gillet, Brigitte Luyten & Uitgeverij Lannoo nv, Tielt

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Woord vooraf

Dit boek is een referentiewerk voor de basiswoordenschat Frans rond communicatie en public relations.

Het richt zich bijgevolg tot studenten communicatiewetenschappen, commerciële communicatie en public relations. Zij hebben immers deze specifieke woordenschat en het vakjargon nodig voor hun studie.

Deze methode kan niet alleen in cursusverband gebruikt worden, maar is ook perfect geschikt voor zelfstudie.

De aangeboden woordenschatlijsten zijn uiteraard niet volledig. Zij kunnen steeds aangevuld worden in functie van de evoluties die zich voordoen in de communicatiewereld.

Het eerste deel van het werk bestaat uit een basiswoordenschat Frans-Nederlands, handig om geschreven en/of geluidsdocumenten te begrijpen.

Het tweede deel is een alfabetische woordenlijst Nederlands-Frans. De student kan het tweede deel gebruiken om documenten te vertalen, zelf op te stellen in het Frans of om het woord te nemen.

Voor alle op- en aanmerkingen en voor alle opbouwende kritiek, wensen en suggesties die het boek ten goede komen, houden we ons aanbevolen.

De auteurs

Bij de derde druk

Bij deze nieuwe uitgave van “Lexique de Base” werd het gehele werk zorgvuldig opnieuw doorgenomen en bijgewerkt. De woordenlijst werd aangevuld met termen die steeds meer aan bod komen in de communicatiewereld.

Dank zij de aangebrachte verbeteringen en aanvullingen hopen de auteurs dat dit boekje, meer nog dan in het verleden, zijn dienst zal bewijzen en aan waarde heeft toegenomen, waardoor het nog beter aan zijn doel beantwoordt.

Voor opmerkingen houden wij ons ten zeerste aanbevolen.

De auteurs

français – néerlandais

A

une accroche	een slagzin / een blikvanger / een slogan die de aandacht moet trekken
accrocher qqn	iemands aandacht weerhouden
accrocheur (-euse) (adj.)	pakkend
l'accueil (n.m.)	het onthaal
l'accueil du produit par les consommateurs	het onthaal van het product door de consumenten
la page d'accueil	de homepage (website)
accueillir qqn	iemand onthalen
un achat impulsif	een impulsieve aankoop
une action	een actie, een aandeel
une action événementielle	een event
une action promotionnelle, une action de promotion	een promotieactie
une action publicitaire	een reclameactie
une action en rue	een straatactie
un actionnaire	een aandeelhouder
l'activation de marque	de brand activation
des activités de relations publiques (RP) (f.pl.)	pr-acties of -activiteiten
une affaire	een zaak
un homme d'affaires	een zakenman
un dîner d'affaires	een zakenlunch
une affiche	een affiche
une affiche publicitaire	een reclameaffiche
l'affichage (n.m.)	het aanplakken, het aanbrengen van affiches
le panneau d'affichage	het reclamebord
affranchir	frankeren
inutile d'affranchir	onnodig te frankeren
les affaires publiques	de public affairs

une agence	een agentschap
une agence de presse	een persagentschap
une agence publicitaire ou une agence de publicité	een reclameagentschap
une agence événementielle	een eventbureau
une agence de conseil en relations publiques	een pr-bureau
une agence spécialisée en relations publiques	een bureau dat gespecialiseerd is in public relations
agencer (un stand)	inrichten (een stand)
l'agencement (n.m.) (du stand)	de inrichting (van de stand)
un agrandissement	een vergroting
l'aguichage (n.m.), le teasing	de teasing
AIDA (attention, intérêt, désir, action)	AIDA (attention, interest, desire, action)
l'AIPC (Association Internationale des Palais de Congrès)	International Association of Convention Centres
l'allée (n.f.)	de gang
aménager	inrichten
l'aménagement (n.m.) du stand	de inrichting van de stand
l'analyse (n.f.)	de analyse
une analyse diagnostique	een SWOT-analyse
une analyse SWOT ou une matrice SWOT (<i>de l'anglais Strengths</i> (forces), <i>Weaknesses</i> (faiblesses), <i>Opportunities</i> (opportunités), <i>Threats</i> (menaces) ou une analyse AFOM (<i>atouts-faiblesses-opportunités-menaces</i>)	een SWOT-analyse
l'animation de magasin (n.f.)	de winkelanimatie
l'animation de radio (n.f.)	de radioanimatie
une annonce publicitaire	een reclameboodschap
une annonce payante	een betaaladvertentie
une annonce sponsorisée	een gesponsorde advertentie

<i>diffuser des annonces sur le site web</i>	aankondigingen verspreiden via de website
un annonceur, une annonceuse	een adverteerder, een adverteester
l'APOY	Advertising Personality of the Year
un appât	een lokaas
appâter qqn, attirer qqn	iemand lokken
un appel à l'action	een call to action
<i>faire appel à</i>	beroep doen op
<i>faire appel à un consultant externe</i>	beroep doen op een extern consultant
<i>faire appel à une société de services</i>	beroep doen op een dienstverlenende maatschappij
<i>faire appel à un prestataire de services</i>	beroep doen op een dienstverlener
une appli	een app
une approche	een aanpak
une approche globale	een globale aanpak
une approche innovante	een innovatieve aanpak of benadering
l'après-vente (n.m.), le service après-vente	de dienst na verkoop, de klantenservice
<i>déposer de l'argent sur un compte</i>	geld op een rekening zetten
<i>retirer de l'argent</i>	geld opnemen
un argument de vente	een verkoopargument
un argumentaire	een argumentatie
un argumentaire de vente	een verkoopargumentatie
un article promotionnel	een artikel aan speciale voorwaarden, een artikel in promotie
une ASBL (une association sans but lucratif)	VZW (vereniging zonder winstooiwerk)
l'assortiment (n.m.)	het assortiment
une assurance pension ou retraite	een pensioenverzekering
un assistant caméra	een camera-assistent
une association	een vereniging
l'Association belge de la Communication interne (ABCI)	Belgische Vereniging voor Interne Communicatie (ABCI)

L'Association des Entreprises de Communication (ACC)	Association of Belgian Communication Companies (ACC)
L'Association Belge des Editeurs de Journaux (ABEJ)	Belgische Vereniging van Dagbladuitgevers (BVDU)
L'Association des Billboard Operators (AEA)	Associatie van Exploitanten van Aanplakborden (AEA)
L'Association Belge des Media Audiovisuels (ABMA)	Belgische Vereniging voor Audiovisuele Media (BVAM)
L'Association Belge du Marketing Direct (ABMD)	Belgisch Direct Marketing Verbond (BDMV)
L'Association internationale des professionnels de la communication un atelier <i>créatif</i>	International Association of business Communicators (IABC) een workshop
un attaché de presse, une attachée de presse	een persattaché
L'attention (n.f.)	de aandacht
<i>attirer l'attention sur qqch</i>	de aandacht op iets vestigen
<i>retenir l'attention de qqn</i>	de aandacht van iemand weerhouden
L'audience (n.f.)	het publiek, de kijk- en luisterdichtheid, het bereik
L'audience <i>cumulée</i>	het gecumuleerd bereik
L'audience <i>instantanée</i>	het onmiddellijk bereik
une audience de masse	een massapubliek
L'audimat (n.m.)	de kijkcijfers
L'audit	de audit
L'auditeur (n.m.)	de toehoorder
L'audimètre (n.m.)	de audimeter
audiovisuel (adj. ou n.m.)	audiovisueel, de audiovisuele sector
un autocollant	een sticker
L'autopromotion (n.f.)	de zelfpromotie
L'autorégulation (n.f.)	de zelfregulering
un avantage	een voordeel

un avantage concurrentiel ou compétitif	een concurrentieel of competitief voordeel
avoir lieu, se tenir	doorgaan, plaatsvinden
être axé sur	gericht zijn op
l'axe publicitaire (n.m.)	het centraal thema, de kern van de reclameboodschap

B

le B2B	Business to Business
le B2C	Business to Consumer
la balance commerciale	de handelsbalans
la balise méta-description	de meta description tag
la balise titre	de title tag
BAM	Belgian Association of Marketing
la banderole	het spandoek
la bannière publicitaire, la bannière web ou le bandeau	de banner
une banque de données	een databank, een gegevensbank
une base de données	een database
Belgian News Media	Vlaamse Nieuwsmedia en La Presse.be
le bénéfice	de winst
réaliser des bénéfices	winst boeken
BESA	Belgian Event Supplier Association
le bilan de campagne	het campagne-bilan
le bimensuel	de tweewekelijkse publicatie
le bimestriel	de tweemaandelijkse publicatie
le bleu	de blauwdruk
le blog	de blog
un blogueur	een blogger
un bon de réduction	een verminderingsbon, een kortingsbon
booster	stimuleren
le bouche à oreille	de mond-tot-mondreclame
BPASSE	Belgian Professional Association Support System for Events
une branche	een tak
une branche industrielle	een industrietak
le branding	branding of huisstijl
le briefing	de briefing

la brochure	de brochure
la brochure de présentation	de bedrijfsbrochure
le budget	de begroting, het budget
le budget net	het nettobudget
<i>maîtriser son budget</i>	zijn budget of begroting beheersen
le budget publicitaire	het reclamebudget
un bureau	een kantoor
un bureau d'études	een studie bureau
le but	het doel
<i>atteindre son but</i>	zijn doel bereiken
<i>manquer son but</i>	zijn doel missen, zijn doel voorbijgaan
dans un but lucratif	met winst oogmerk
sans but lucratif	zonder winst oogmerk
le buzz	de mond-tot-mondreclame
le buzz	de buzz (terme anglais signifiant « bourdonnement d'insecte » est une technique marketing consistant à susciter du bouche à oreille autour d'un événement, d'un produit ou d'une offre commerciale et, ce faisant, des retombées dans les médias)

C

un cadeau d'affaires	een zakengeschenk
le cadrage	de (beeld)instelling
un cadre de référence	een referentiekader
les cadres et dirigeants (m.pl.)	de kaderleden en bedrijfsleiders
un cadre moyen	een lid van het middenkader
un caméraman	een cameraman
une campagne publicitaire	een reclamecampagne
une campagne d'affichage	een affichecampagne
une campagne de fidélisation	een loyalty campaign
une campagne de haut budget	een high budget campaign
une campagne de petit budget	een small budget campaign
captiver le public	het publiek boeien
une capture d'écran	een printscreen, een screenshot, een schermafdruck
la caravane publicitaire	de reclamekaravaan
la carte d'entrée	de toegangkaart
la carte de fidélité	de getrouwheidskaart
la carte de visite	het visitekaartje
la carte postale	de postkaart
le catalogue	de catalogus
le catalogue en ligne	de online catalogus
le catalogue électronique	de elektronische catalogus
la censure	de censuur
censurer	censureren
être censuré	gecensureerd worden
un centre commercial	een shopping center
un CEO	CEO est un sigle qui peut faire référence à : Chief executive officer (en français, chef de la direction ou directeur général ou administrateur délégué)