

Fiche récapitulative :

pourquoi la musique dans la publicité ?



Dans la jungle publicitaire qui nous entoure (on estime en effet **qu'un consommateur urbain est soumis quotidiennement à des centaines de messages commerciaux**), il est très compliqué d'attirer l'attention ! De plus, quand on sait que seuls une dizaine de ces messages est mémorisée, on comprend alors l'importance du rôle que la musique peut jouer.

Dans les spots étudiés en classe, nous voyons qu'il existe 2 cas de figure :

- # soit la bande son utilise **une musique déjà composée, enregistrée et commercialisée**. Cette musique devient alors la **représentation** sonore de la marque. Le but est d'établir la correspondance entre le "capital sympathie" de la musique et le produit. Dans tous les cas, les annonceurs jouent sur les codes culturels de ces musiques.

Par exemple, pour la musique classique, il y a mise en avant de l'aspect "savant" = qualité du produit, du côté "intellectuel" = sa respectabilité, une **valorisation sociale** en utilisant le produit.

Le plus souvent, on retrouve des musiques populaires récentes, des « tubes » qui toucheront un plus large public :

	Levis	sarabande de Haendel
	Yves Saint-Laurent	Arrangement orchestral de la <i>suite n°1</i> pour violoncelle de Jean-Sébastien Bach
	L'or sublime	Adagio (II mouvement du concerto pour piano n°2 de Mozart
	Bouyges Telecom	<i>La Wally</i> d'A. Catalani, Opéra interprété par Maria Callas .

	Nutella	Andreas Johnson <i>Glorious</i>
	Kiabi	<i>Wake up Sliimy</i>
	Perrier	<i>Waves</i> Camille
	Renault Megane	<i>In this world</i> Moby

Ou bien des musiques célèbres appartenant à d'autres styles (**jazz, blues, hip-hop, ethnique, traditionnel...**) ou des **musiques de film** :

Carte noire : Harry Bellafonte « Try to remember » ; Nike: hip-hop; Panten pro V: remix jazz vocal; C3 Picasso: bande originale du film "Ghostbusters (SOS Fantômes)" ; Clio: bande originale du film "Un éléphant ça trompe énormément" Vladimir Kosma. ; Crédit agricole : les blues Brothers « Every body needs somebody »,

- # soit la bande son utilise une musique créée pour le clip : on parle alors de « **musique originale** ».
ex : Gaz de France - Coca Cola - Oasis - Cegetel -

Richard Gotainer est un des compositeurs de variété le plus souvent sollicité pour composer des musiques publicitaires.
Ex : Banga, Belle des champs, Infinitif.

Cependant, il semble que le plus marquant soit de **reprendre un air très connu** du grand public sur lequel seront **calées les paroles** du slogan.

Exemple : MMA (« Trop de bla-bla »princesse Erika) ; MAAF (« c'est la ouate » de Caroline Loeb) ; les publicités pour les renseignements téléphoniques : « 118 218 » (sur l'air du générique de l'émission « Gymtonic ») et « 118 000 » (sur l'air « Des prisons de Nantes »).

Il est possible également de composer un très court motif musical, qui deviendra en quelque sorte **indicatif sonore** de la marque : on l'appelle aussi « **timbre de marque** ».

ex : Monsieur Propre, Haribo, Direct assurance...