

Questions : Quel choix de musique pour la bande son d'une publicité TV ?

Quel est le rôle, la fonction d'une musique dans une publicité TV ?

La publicité est un **moyen de communication** dont le but est de **fixer l'attention d'une cible** (consommateur, utilisateur, électeur) afin de l'inciter à **adopter un comportement souhaité** (achat, vote, etc.). **Les progrès technologiques de la fin du XIX^{ème} et du XX^{ème} siècle** (la radio, la télévision, Internet, etc.) **ont favorisé l'expansion de la publicité**. Face à l'abondance des publicités, attirer l'attention devient de plus en plus complexe et c'est notamment sur ce point que la musique peut avoir un rôle déterminant.



Publicité : Pitch

Date : 2013

Fabricant : Brioche Pasquier (fabricant français de viennoiseries/pâtisseries)

Musique : *Gonna Fly Now* de Bill CONTI (né en 1942, américain)



Que voit-on dans ce spot publicitaire ? _____

Quel est le **slogan*** de cette publicité ? _____

Quelle est la principale cible visée par ce spot publicitaire ? _____

Quel(s) message(s) veut délivrer cette pub ? _____

Quel est le caractère de la musique entendue ? _____

Quelle est la formation de la musique entendue ? _____

Que peux-tu dire du rapport image/son (quel(s) lien(s)) ? _____

La musique vient-elle renforcer ce que l'on voit ? Oui Non

La **bande son*** de cette publicité utilise une musique intitulée *Gonna Fly Now* composée par Bill Conti (né en 1942, américain). A l'origine, cette musique a été composée pour le film *Rocky* (1976). Dans le film, la musique accompagne l'entraînement sportif de Rocky Balboa. Le publicitaire Pasquier réutilise cette musique (on parle alors de **musique d'emprunt***) pour son caractère dynamique mais également pour l'allusion directe au film : footing, pompes, montée des marches.



Publicité : Peugeot 508 **Date :** 2018 **Musique :** *Le Rêve* de RIOPY (né en 1983, français)

Fabricant : Peugeot (constructeur automobile français)



Que voit-on dans ce spot publicitaire ? _____

Quel est le slogan de cette publicité ? _____

Quelle est la cible visée par ce spot publicitaire ? _____

Quel(s) message(s) veut délivrer cette pub ? _____



Quel est le caractère de la musique entendue ? _____

Quelle est la formation de la musique entendue ? _____

A ton avis, cette musique est : une reprise une création On parle alors de **musique** _____ *

Que peux-tu dire du rapport image/son (quel(s) lien(s)) ? _____

VOCABULAIRE DU SON PAR RAPPORT À L'IMAGE

Son in : un son qui correspond à une action visible à l'écran (dans le champ de la caméra)

Son hors-champ : un son qui appartient à la scène/histoire mais que l'on ne voit pas à l'écran (hors du champ de la caméra)

Son off : un son extérieur aux images, rajouté au montage (ex : une voix qui commente, une musique d'accompagnement)

Exercice : A partir de la publicité, donne un exemple pour chaque type de son.

• Son in : _____

• Son hors-champ : _____

• Son off : _____



Publicité de référence : Oasis "d'amûre et d'eau fraîche"

Date : 2017

Fabricant : Orangina Suntory France (Oasis créée en 1966 par Volvic et appartenant à Orangina depuis 2006)

Musique : Fresh de Kool and the Gang (groupe américain de jazz/funk fondé en 1964)

Que voit-on dans ce spot publicitaire ? _____

Quel est le slogan de cette publicité ? _____

Quelle est la principale cible visée par ce spot publicitaire ? _____

Quel(s) message(s) veut délivrer cette pub ? _____



Quel est le caractère de la musique entendue ? _____

Quelle est la formation de la musique entendue ? _____

Que peux-tu dire du rapport image/son (quel(s) lien(s)) ? _____

La musique utilisée dans cette publicité est une reprise de la chanson *Fresh* du groupe Kool and the Gang, on parle alors de musique _____

Extrait :	N°1 : <i>Fresh</i> (1984) de Kool and the Gang	N°2 : Musique publicité Oasis (2017)
Différences		
Ressemblances		



A RETENIR



De manière générale, la **musique d'une publicité sert à renforcer les images** et donc le message à faire passer. L'utilisation d'une musique dans une publicité peut avoir **différentes fonctions** : valoriser le produit, créer une atmosphère/ambiance, amplifier les émotions/sensations, apporter un supplément d'information, se remémorer la marque (grâce au **jingle***), etc.

Le choix de la musique d'une publicité n'est pas le fruit du hasard. Ce choix relève d'une stratégie commerciale où le publicitaire choisit une musique en fonction de la nature du produit, de la cible visée, du but recherché. Ainsi, on distingue **deux types de musique** :

- **Musique** _____ : utilisation telle qu'elle d'une musique déjà existante ou bien en l'arrangeant/modifiant.
- **Musique** _____ : composition/création d'une musique spécialement pour une publicité.

Si une musique de publicité a bien rempli son rôle, le téléspectateur associera généralement cette musique à la marque du produit présenté.

TEST SONORE : Pour chaque jingle entendu, trouve la marque lui correspondant.

Jingle :	N°1	N°2	N°3	N°4	N°5	Score
Marque :						_____ / 5



VOCABULAIRE

Bande son : c'est la partie sonore d'une publicité (dialogues, bruitsages, musiques).

Jingle : c'est une mélodie courte et accrocheuse associée à une marque ou à un produit (= slogan musical).

Musique d'emprunt : c'est l'utilisation d'une musique déjà existante/préexistante.

Musique originale : c'est une musique composée spécialement pour une publicité.

Slogan : c'est une phrase courte et accrocheuse qui exprime une idée qu'un émetteur veut diffuser.