

Musique et publicité

→ Quel est le rôle de la musique lors de la promotion publicitaire d'un produit ?

Œuvre de référence :

Sarabande

HWV 437

« Suite n°4 en Ré m »

(1703 - 1706)



MAIS QUI EST...

G.F. HAENDEL?

(1685 - 1759)

compositeur

PÉRIODE

BAROQUE

ORIGINE

allemand,
naturalisé britannique

→ Sur la frise chronologique, entoure la période de composition :

Antiquité	Moyen âge	Renaissance	Baroque	Classique	Romantique	Moderne	Contemporain
-2500	500	1500	1600	1750	1820	1900	1950

Activité 1 : Analyse musicale de l'œuvre de référence

👂 Pendant l'audition : je me concentre uniquement sur la musique

- caractère (3 adjectifs) : répétitif, noble et calme.

- tempo : lento

- nuance(s) : mezzo-forte et piano

- formation instrumentale : Orchestre à cordes frottées (violons, altos, violoncelles et les contrebasses)

accompagné d'un clavecin.

- la musique est-elle connue ? Oui, c'est une des musiques les plus connues du compositeur.

Activité 2 : Analyse du rapport musique/image

👁️🎵 Pendant le visionnage, selon les actions précisées, je fais le lien entre la musique et les images :

Action	L'homme prend son élan	L'homme et la femme franchissent les murs	Ils marchent calmement et se regardent	Franchissement des derniers murs et montée de l'arbre	Saut dans le vide
Musique	Le thème est joué aux violoncelles de façon calme.	Le tutti reprend le thème plus fort. Le caractère est plus brusque.	Thème joué par les violoncelles plus doucement.	Le tutti reprend et joue de plus en plus fort (crescendo)	Les cordes frottées jouent un accord dans un registre très aigu : CLIMAX.

En ignorant les obstacles avec leur détermination et leur soif de liberté, les porteurs de jeans Levis finissent par se rejoindre.

→ Pourquoi la marque a-t-elle choisit cette célèbre musique pour promouvoir son jean ? Elle a choisi cette musique car l'époque de la musique est le figuralisme

de la résistance du jean dans le temps. Les instruments choisis démontrent eux la noblesse des matières.

Ici, la musique accompagne les actions (rythme de l'image). Elle a donc une fonction : Cinétique.



Y.M.C.A.

VILLAGE PEOPLE
(1978)



Dans cette œuvre, que remarquons-nous ?

Nous remarquons que la chanson célèbre est reprise dans la publicité. La musique est identique mais les paroles modifiées à l'effigie de la marque.



Y - M - C - A

devient



Wil - liam Sau - rin

☞ **Musique de timbre :** Modification d'une musique célèbre par les paroles.

Dans les 2 publicités que nous venons d'étudier, on utilise une musique préexistante issue du répertoire savant ou populaire.

Ce sont des musiques EMPRUNTÉES.

→ En reprenant un air connu, on s'assure que le téléspectateur va facilement mémoriser cette musique. Elle a alors une **fonction Mnémonique (en rapport à la mémoire)**.



Jour de fête

Fabrice SMADGA & Pasal EBORY

Publicité pour les produits



Quelle formation instrumentale joue dans cette publicité ?

Nous entendons une musique ~~tzigane~~ klezmer avec un accordéon, une clarinette, des vents et des cordes (contrebasse).

Activité 3 : Analyse du rapport musique/image

👁️ 🎵 Précise musicalement les 2 parties que tu entends en fonction de l'image :

<u>Action</u>	1 ^{ère} partie : c'est la fin des vacances, il y a des bouchons sur l'autoroute...	2 ^{ème} partie : une voiture seule roule sur les voies opposées aux bouchons
<u>Musique</u>	L'accordéon tient des accords longs et successifs accompagné de la clarinette, ce qui rend la musique monotone.	Dans cette deuxième partie, la clarinette soliste se moque et ricane car l'automobiliste part en vacances.

→ Pourquoi la marque a-t-elle fait ce choix musical ? La marque a choisi une musique aux sonorités originales et contrastées qui viennent décrire les sentiments des vacanciers (= musique descriptive).

La musique a été composée spécialement pour ce spot publicitaire et n'existait pas avant.

C'est une musique **ORIGINALE.**

→ Dans cette publicité, le but de la musique est d'**amuser** le téléspectateur. Elle a une **fonction LUDIQUE (qui va amuser)**.

A la fin du spot, « A qui le tour ? » apparaît. Il s'agit du SLOGAN.

☞ **Le slogan :** Courte phrase d'accroche qui va représenter la marque.