



THÉORIES, TEXTES,
NUMÉRIQUE

La musique : élément du langage publicitaire

S. Mayol



IUT de Saint-Denis
Université Sorbonne Paris Nord



- ▶ « Si on veut connaître un peuple, il faut connaître sa musique » Platon
- ▶ « Sans musique, la vie serait une erreur » Nietzsche

Introduction

- ▶ La notion de marque
- ▶ La notion de publicité

Introduction

► La notion de Marque

« La marque est un nom, un terme, un signe, un symbole, un dessin ou toute combinaison de ces éléments servant à identifier des biens ou services d'un vendeur ou d'un groupe de vendeurs et à les différencier des concurrents »

Kotler Dubois et Manceau, 2006

Introduction

- ▶ Marque : «signe servant à distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises »
 - ▶ Signe verbal
 - ▶ Chiffres
 - ▶ Lettres
 - ▶ Signe figuratif
 - ▶ Combinaisons ou nuances de couleurs
 - ▶ Signes sonores
 - ▶ Simples sons
 - ▶ Phrases musicales
 - ▶ Séquences rythmiques

Introduction

- ▶ Théories liées à la marque
 - ▶ L'attachement à la marque :
 - ▶ Associations affectives
 - ▶ Lien chargé émotionnellement et ciblé spécifiquement
 - ▶ Dimension psychologique

Qui traduit une relation durable sur le plan affectif, synonyme de proximité psychologique avec la marque

Introduction

▶ Théories liées à la marque

▶ La sensibilité à la marque :

- ▶ Variable psychologique individuelle et spécifique à une catégorie de produits
- ▶ Lien chargé émotionnellement et ciblé spécifiquement
- ▶ Dimension psychologique

Qui traduit une relation durable sur le plan affectif, synonyme de proximité psychologique avec la marque

Introduction

- ▶ La notion de publicité
- ▶ La publicité fait partie intégrante de la vie populaire
- ▶ Il s'agit d'un message destiné à accroître la notoriété d'une marque et de convaincre les consommateurs
- ▶ AIDA
- ▶ C'est une communication persuasive qui n'est donc pas neutre
- ▶ C'est une communication d'impact, d'où son lien avec la musique

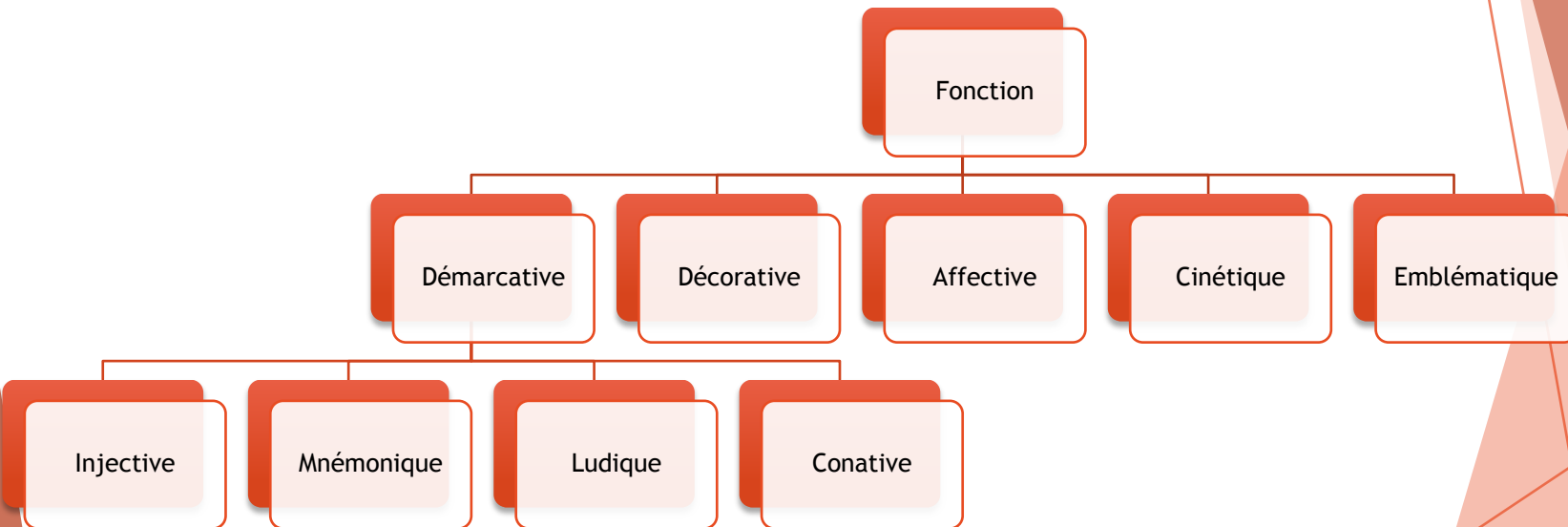
Introduction

- ▶ Prémices dans l'antiquité (fresques, vases). Il s'agit d'annoncer un combat de gladiateur ou de vanter un homme politique
- ▶ Naissance réelle avec l'imprimerie de Gutenberg en 1454. il s'agit de rendre public un discours ou un événement
- ▶ 1517 : Martin Luther critique l'église en mettant des affiches sur les murs de la ville = début de la publicité de masse
- ▶ La première publicité pour un produit apparaît en 1660 dans un journal anglais : il s'agit d'un dentifrice
- ▶ Au 20^{ème} siècle, la publicité s'organise, se généralise, s'impose sur tous les supports.

Les différentes fonctions de la musique

- ▶ La musique dans la pub fait son apparition dans les années 1920 avec la radio
- ▶ On distingue
 - ▶ l'annonce illustrée avec un timbre de marque (un jingle) en début et en fin d'annonce
 - ▶ L'annonce chantée qui est souvent une chanson parodique, utilisant un air connu
- ▶ Depuis cette époque, la pub cherche à
 - ▶ Faire sourire
 - ▶ Émouvoir
 - ▶ Faire rêver

Les différentes fonctions de la musique (Mayol-2001)



Les différentes fonctions de la musique

- ▶ La fonction démarcative ou implicative (Embs-1991)
 - ▶ Pour se démarquer les uns des autres, les marchands ambulants au XIIIème siècle utilisaient des chansons
 - ▶ Ces chansons étaient en lien avec leur professions
 - ▶ Elles servaient à attirer les chalands sur leurs étals
 - ▶ Aujourd'hui, le marché publicitaire est saturé
 - ▶ L'annonceur doit impérativement se démarquer des concurrents mais aussi des autres spots présents dans la coupure pub.
 - ▶ La musique doit donc être mémorisable et différente des autres
 - ▶ A pour but de distinguer la marque de ses concurrents
 - ▶ Peut être réalisée avec un slogan musicale facile à mémoriser et toujours démarqué mélodiquement ou textuellement

Les différentes fonctions de la musique

▶ La fonction démarcative

- ▶ Exemple : Pour se démarquer, Free utilise le même air musical depuis plusieurs années, ce qui lui donne une vraie spécificité et une identification rapide

- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=oKvZ0-HiQFU>

- ▶ Exemple : Sosh. Les paroles de la chanson populaire de Claude François sont modifiées pour coller avec la prononciation difficile de la marque

- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=rHzuyvLJ7fE>

Les différentes fonctions de la musique

On distingue 4 approches (Lascher-1994) dans la fonction démarcative:

- ▶ 1-La fonction injective (l'interpellation).
 - ▶ Il s'agit souvent d'un court jingle musical en début de spot
 - ▶ La marque dit à l'auditeur : « me voici »
 - ▶ Très utilisée en radio pour la grande distribution
 - ▶ Exemple :
 - ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=XV4IMZHnrE>

Les différentes fonctions de la musique

- ▶ 2-La fonction mnémonique (la reconnaissance).
 - ▶ Le fait d'utiliser un vieil air enfouie au fond de notre mémoire
 - ▶ Cela permet de stimuler un affect positif
 - ▶ Et de faire une association avec un vécu « heureux »
 - ▶ Exemple : <https://www.youtube.com/watch?v=WfETNvJDJxw>
 - ▶ En 2001, Herta sort cette publicité qui touche les parents de l'époque car ils regardaient dans les années 70 le programme Chapi Chapo
 - ▶ Le pouvoir affectif de la musique est un moyen d'inciter la cible à acheter ce produit pour leurs enfants

Les différentes fonctions de la musique

- ▶ 3-La fonction ludique
 - ▶ L'humour dans la pub est une efficacité redoutable
 - ▶ L'humour est souvent lié aux textes prononcés ou aux mises en scènes de situations cocasses
 - ▶ La musique peut également renforcer certaines de ces situations pour marquer l'ironie ou faire rire
 - ▶ Exemple : Dans ce film Visual la musique à base de cuivre apporte une dimension comique supplémentaire à la situation présentée
 - ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=tENfCvCkH68>

Les différentes fonctions de la musique

▶ 4- La fonction conative

- ▶ Fait référence aux goûts des consommateurs
- ▶ Cherche à renforcer le contact et à faire rentrer le message de façon musicale dans la mémoire du consommateur
- ▶ Selon l'âge, le statut social, le niveau des revenus, on choisira la musique qui s'adaptera à la cible
- ▶ Une clientèle aisée ou intellectuelle sera attirée par une musique classique
- ▶ Une clientèle jeune préférera un répertoire plus actuel et moderne

- ▶ Exemple
- ▶ La marque Lacoste en synchronisant le groupe Disclosure et son morceau You&Me vise également une population plutôt jeune en phase avec l'image de la marque
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=QJNMloOfhlw>

Les différentes fonctions de la musique

- ▶ La fonction décorative (Minsky-1985)
 - ▶ On utilise cette fonction lorsqu'on cherche une musique pour un produit ou une marque fortement connotée dans l'esprit du consommateur
 - ▶ L'origine géographique d'un café ou d'un hamburger peut déterminer un accompagnement musical stéréotypé
 - ▶ Une période de l'Histoire comme la Préhistoire, le Moyen-Âge, le XVIIIème siècle peut être accompagnée d'une illustration relative à la période évoquée
 - ▶ Un genre cinématographique comme le Western, le péplum, la science-fiction peuvent conditionner un choix musical

Les différentes fonctions de la musique

▶ Exemples

- ▶ En 2010, la Vendée a lancé cette campagne en évoquant des pays comme l'Italie ou l'Irlande pour montrer la richesse de ses paysages, grâce à des musiques évocatrices de ces pays
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=hiZxQ5JQnsg>
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=0NE5k36V21w>

- ▶ Les pizzas de la marque Ristorante
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=RujpjJZT74A>

Les différentes fonctions de la musique

- ▶ La fonction affective (Kellaris et Kent-1993)
 - ▶ Utilisation d'une musique empruntée à un répertoire déjà existant
 - ▶ On va faire appel aux leaders d'opinion de la musique
 - ▶ C'est le principe du témoignage d'un porte parole, d'un emblème d'une époque ou d'une société pour créer de l'émotion, rappeler un souvenir, susciter une réaction affective issue de l'expérience personnelle de chaque individu
 - ▶ L'idée est d'associer une personnalité musicale en phase avec la cible visée
 - ▶ On cherche à conquérir les consommateurs appréciant le chanteur voire le groupe
 - ▶ Stratégie efficace mais coûteuse

Les différentes fonctions de la musique

▶ Exemples :

- ▶ Flower by Kenzo avec le titre « What A Way To Win A War » de Tom McRae avec le mannequin sud-coréenne Kim Tae-Ri

- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=44wPg3LpfkM>

- ▶ Pepsi avec les Jackson 5 (1984)

- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=po0jY4WvClc>

- ▶ La pub Évian de 2013. Dans ce spot les passants se regardant devant une vitrine se retrouvent plongés en enfance face à leur corps de bébé.

- ▶ Tout cela sur un air de « Here comes the hotstepper » de Ini Kamoze

- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=DEduV4t2-Wc>

Les différentes fonctions de la musique

- ▶ La fonction cinétique ou poïétique (Gorn-1982)
 - ▶ Cette fonction se rapporte à l'esthétique
 - ▶ C'est lorsque la musique entre en parfaite coordination avec le rythme des plans, le mouvement des images... la musique imposant même à ces images son propre rythme
 - ▶ Elle se rapporte au fait d'écouter pour rêver
 - ▶ Il s'agit de la mélodie et du rythme des mots en association avec la musique
 - ▶ <https://www.dailymotion.com/video/x3g2q2t>

Les différentes fonctions de la musique

- ▶ La fonction emblématique (Pitt et Abratt-1988)
 - ▶ C'est lorsqu'une marque utilise un thème musical qui est réorchestré, ré instrumenté à chaque campagne.
 - ▶ La musique devient sur le long terme un véritable emblème pour la marque
- ▶ Exemple :
- ▶ Le célèbre air de marque de Lalo Schiffrin pour Dim intitulé « The Fox » est le parfait exemple. Cet air à toujours été utilisé en fond sonore pour les campagnes Dim avec diverses orchestrations
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=-VLzidmb2YQ>

Les différentes fonctions de la musique

- ▶ L'alchimie entre musique et publicité tient du mystère, du hasard, de la chance et du flair
- ▶ Souvent lorsqu'on essaye de coller une musique sur des images, les qualificatifs suivants sont à prendre en compte :
 - ▶ Connue
 - ▶ Mémorisable
 - ▶ Joyeuse
 - ▶ Entrainante
 - ▶ Moderne
 - ▶ Positive
 - ▶ Rythmée