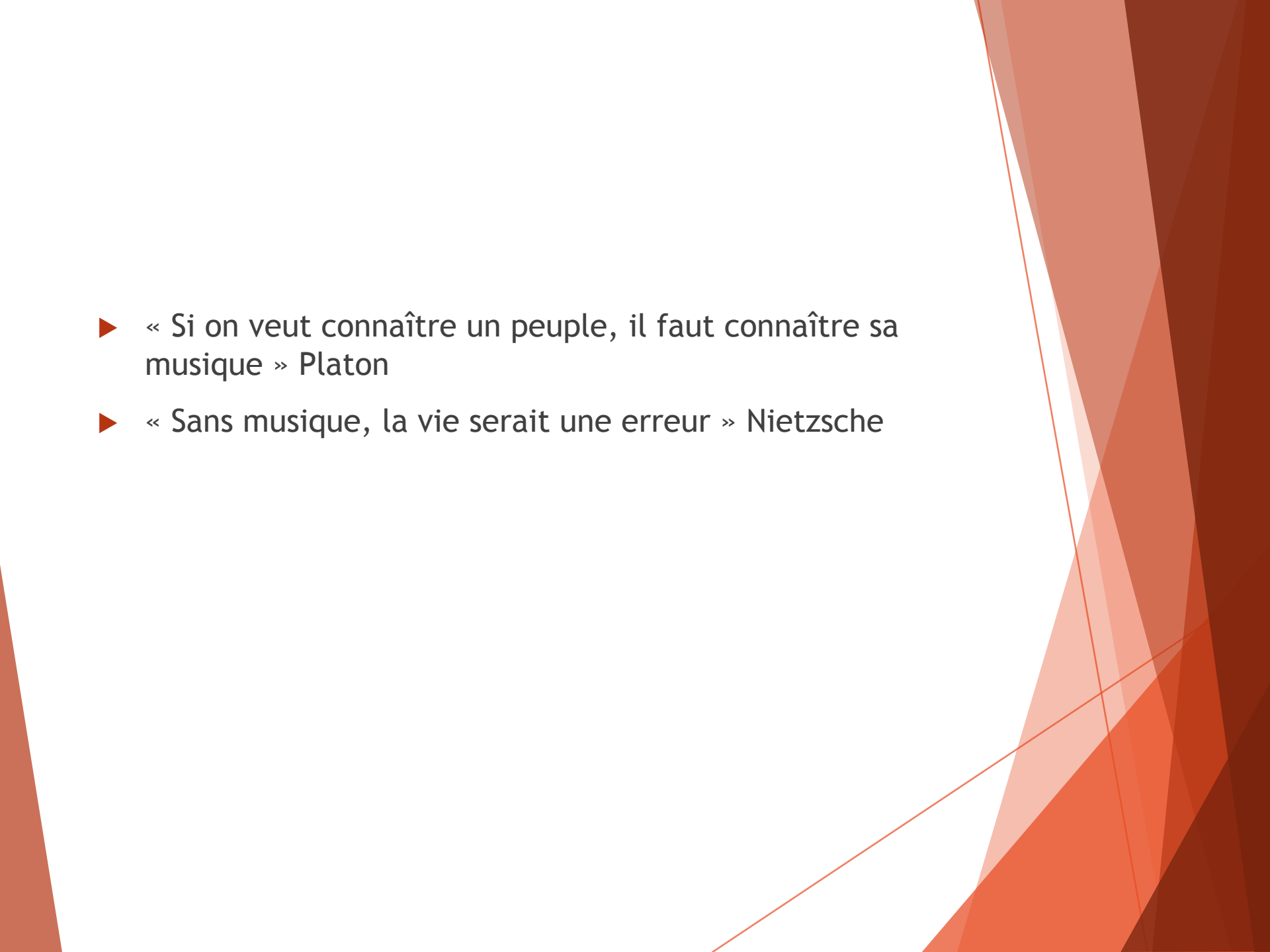


La musique publicitaire

S. Mayol

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

Avant tout

► Extrait 1



► Extrait 2



► Extrait 3



► Extrait 4



Avant tout

- ▶ Extrait 1 : le Boléro de Ravel - AGF
- ▶ Extrait 2 : La valse n°2 de Shostakovich - CNP
- ▶ Extrait 3 : "What A Way To Win A War" de Tom McRae - Flowers by Kenzo
- ▶ Extrait 4 : Happy de Pharrell Williams - Fiat
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=PsCf8fWBhtA>

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.

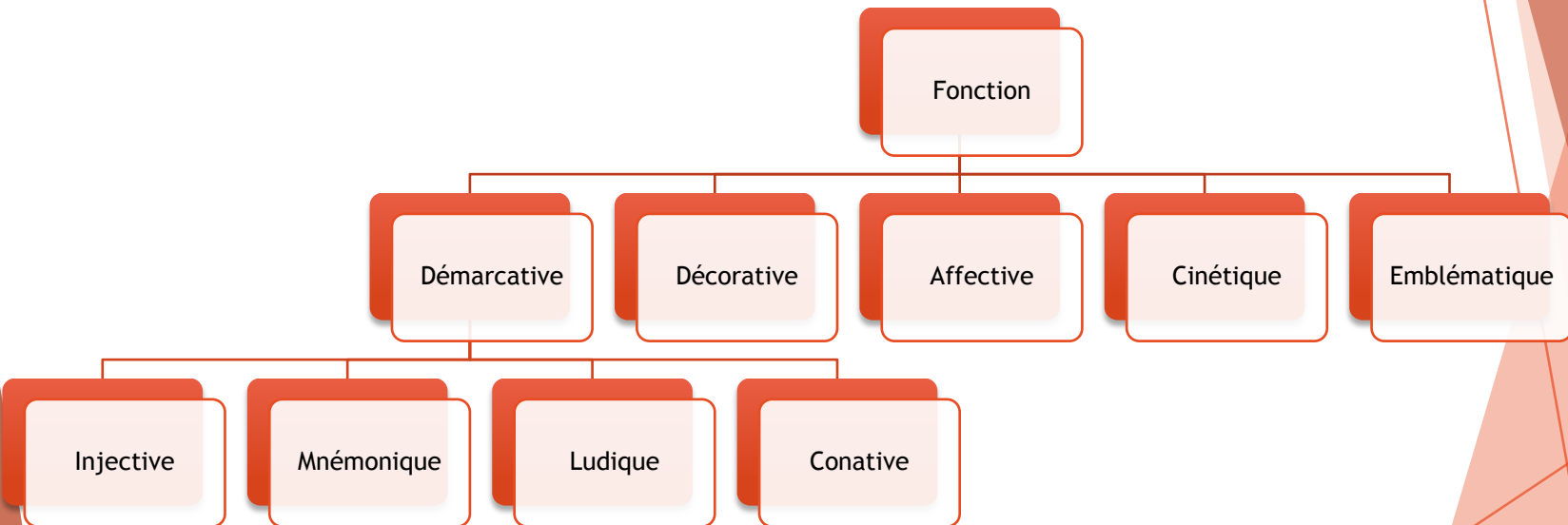
Introduction

- ▶ La publicité
 - ▶ Affichage
 - ▶ Presse
 - ▶ Radio
 - ▶ Cinéma
 - ▶ Télévision
 - ▶ Internet
 - ▶ Téléphones Mobiles

I - 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

I - Les différentes fonctions de la musique



I - Les différentes fonctions de la musique

- ▶ La fonction démarcative ou implicative
 - ▶ 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
 - ▶ Exemple :



I - Les différentes fonctions de la musique

► La fonction démarcative

- 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>
- La pub LCL avec Gad Elmaleh qui joue son rôle d'humoriste en s'adressant à son public mais surtout au consommateur en vantant les mérites d'une banque
- <https://www.dailymotion.com/video/x1boqn5>

I - Les différentes fonctions de la musique

- ▶ La fonction démarcative
 - ▶ 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
- ▶ 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>

I - Les différentes fonctions de la musique

On distingue 4 approches 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
 - ▶ Exemples :
 - ▶ <http://www.purebreak.com/news/35-jingles-de-pub-en-moins-de-5-minutes-le-mashup-de-genie-signe-french-fuse/97314>
 - ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=h3PJk5HtiqM>
 - ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=XV4IMZHnrE>

I - 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

I - 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>
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=Ok0IzCapyJ0>

I - 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

I - Les différentes fonctions de la musique

▶ 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>
- ▶ En choisissant un artiste comme Iggy Pop, la marque SFR touche un profil de consommateurs bien plus large, les jeunes comme leurs aînés pouvant apprécier les titres de ce chanteur
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=aBylUgRIZoQ>

I - Les différentes fonctions de la musique

► La fonction décorative

- 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 accompagné d'une illustration relative à la période évoquée
- Un genre cinématographique comme le Western, le péplum, la science-fiction peuvent conditionner un choix musical

I - 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>
- Pour son burger Cajun McDonald's présente un spot avec des airs qui sonnent très New Orléans
 - <https://www.youtube.com/watch?v=Qw4SnTF0BuQ>
- Les pizzas de la marque Ristorante
 - <https://www.youtube.com/watch?v=RujpjJZT74A>
- Doritos
 - <https://www.youtube.com/watch?v=Ey01ZlAoYes>

I - Les différentes fonctions de la musique

▶ La fonction affective

- ▶ 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

I - Les différentes fonctions de la musique

► Exemples

- Pepsi avec les Jackson 5 (1984)
 - <https://www.youtube.com/watch?v=po0jY4WvClc>
- Pepsi avec les Spice Girls (1998)
 - https://www.youtube.com/watch?v=oSZ_nVBlz9I
- Pepsi avec Beyonce, Pink et Britney Spears (2004)
 - https://www.youtube.com/watch?v=W7jkygJ_QNo
- Pepsi et Snoop Dog
 - <https://www.youtube.com/watch?v=-ePJ3YA2vSc>

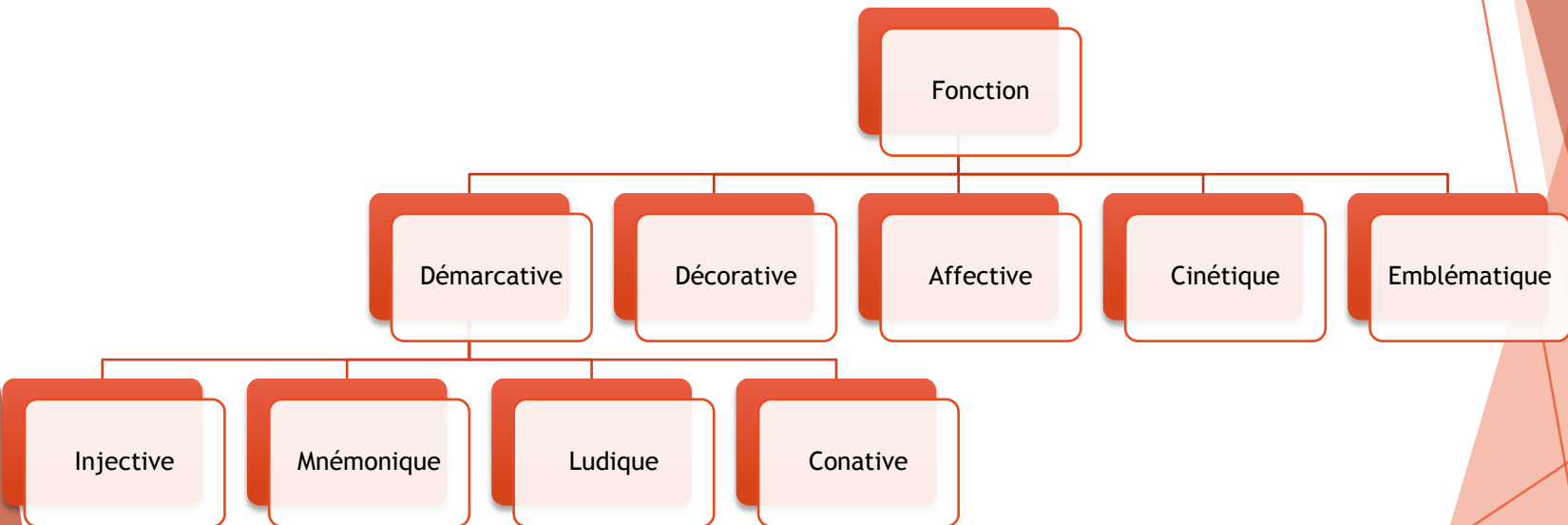
I - Les différentes fonctions de la musique

- ▶ Spot d'Yves Saint-Laurent (2014) pour le parfum Black opium utilise la chanson « Jungle » de la chanteuse Emma Louise
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=MPkVSHOacXk&feature=youtu.be>
- ▶ 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?time_continue=6&v=Q3q6fy4H0wA

I - Les différentes fonctions de la musique

- ▶ Exemple :
- ▶ 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>

I - Les différentes fonctions de la musique



I - Les différentes fonctions de la musique

- ▶ La fonction cinétique ou poïetique
 - ▶ 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>

I - Les différentes fonctions de la musique

► Exemples

- Ce spot pour Axe montre une cavalcade de femmes qui courent vers un homme s'aspergeant de son déodorant. La musique utilisée dans le répertoire classique vient donner un caractère épique aux images
- <https://www.youtube.com/watch?v=M2fu2E2sXuQ>
- Ici, pour la marque Asics, on assiste à une vraie attaque de chaussures créant une véritable panique dans toute la ville sur un air très dynamique tiré du thème original de la série « Le frelon vert » d'Al Hirt, que Quentin Tarantino utilisa pour son film « Kill Bill 1 »
- <https://www.youtube.com/watch?v=NM2O-SlYOlw>

I - Les différentes fonctions de la musique

- ▶ La fonction emblématique
 - ▶ 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

I - Les différentes fonctions de la musique

- ▶ Dim 1970
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=-VLzidmb2YQ>
- ▶ Diam's de JP Goude pour Dim (1988)
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=hNUjc4M877Q>
- ▶ Film pour l'Australien de Dim (1996)
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=hNUjc4M877Q>
- ▶ Film pour Absolu de Dim (2000)
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=EjAbyd5Y2h4>
- ▶ Film pour le Sublim de Dim (2014)
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=Ex-2-QHIIHo>

I - 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

II - Les effets comportementaux de la musique

- ▶ La musique donne des informations para textuelles et para visuelles
- ▶ La musique influence le comportement des personnes qui y sont exposés
- ▶ Le comportement des consommateurs est influencé par les ambiances musicales

II - Les effets comportementaux de la musique

► Le Tempo

► Travail expérimental de Milliman sur la musique d'ambiance :

- En magasin, un tempo lent provoque un déplacement lent
- Un tempo rapide provoque un déplacement rapide
- Or, plus le consommateur se déplace lentement, plus il voit les produits et les achète
- +38% de vente pour une musique à tempo lent par rapport à une musique à tempo rapide

► Exemples

- Musique de Antonin Dvorak « Tempo Di Valse » pour Delacré, représente bien un tempo de type lent.
 - <https://www.youtube.com/watch?v=rLXfzPnjNqw>
- Musique The Caesars Jerk It Out pour Renault représente bien un tempo de type rapide.
 - <https://www.dailymotion.com/video/x8tmn9>

II - Les effets comportementaux de la musique

- ▶ L'influence des styles de musiques
 - ▶ Expérience de Areni et Kim (1993)
 - ▶ Magasin de vin
 - ▶ Diffusion de musique classique à certains moments
 - ▶ Diffusion de musique « top 50 » à d'autres moments
 - ▶ Montant total moyen par client :
 - ▶ 7,43 \$ pour la musique classique
 - ▶ 2,17 \$ pour la musique « top 50 »
 - ▶ Le nombre de bouteilles achetées diffère peu entre les 2 groupes
 - ▶ Achat de vin de meilleur qualité dans le groupe vec musique classique

II - Les effets comportementaux de la musique

- ▶ Exemples
- ▶ <https://youtu.be/0N8B0Sf2UPc>
- ▶ <https://www.dailymotion.com/video/x1ef8iu>

II - Les effets comportementaux de la musique

- ▶ L'impact sur l'humeur
 - ▶ La musique affecte le comportement humain dans tous les domaines
 - ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=xFofb-QNZBU&feature=youtu.be>
 - ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=uCaDI8LFLAo>
 - ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=2wllttYaSsE>
 - ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=6T1U7KyqIG4>
 - ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=w8p4Brf9qOw>
 - ▶ La musique agit sur l'humeur en raison du caractère novateur et/ou connu de ce stimulus
 - ▶ Si ce stimulus est positif, il favorise l'activation d'une humeur agréable et faciliterait un comportement en accord avec cette humeur

II - Les effets comportementaux de la musique

- ▶ L'impact sur la mémoire
 - ▶ La musique s'avère toujours utile pour mémoriser
 - ▶ Chanson # poème
 - ▶ Test 1 : <https://www.youtube.com/watch?v=PsCf8fWBhtA>
 - ▶ Test 2 : <https://www.youtube.com/watch?v=R768PBQmgHA>
 - ▶ Les émotions jouent un rôle crucial pour la mémorisation

II - Les fonctions de la musique sur l'image

- ▶ L'audiovisuel utilise plusieurs vecteurs de communication parmi lesquels, principalement: l'image, le son et le langage verbal (écrit ou parlé).
- ▶ Le son agit directement sur les sens des téléspectateurs, beaucoup plus que l'image et le verbe. Son impact est beaucoup plus subtil.
- ▶ Une image ou une parole offrent une signification intellectuelle immédiate et provoquent des réactions en grande partie conscientes. Au contraire, le son échappe en grande partie à une analyse intellectuelle car ses repères ne sont pas palpables. Le téléspectateur le reçoit, le subit et réagit de façon subjective.
- ▶ Le son serait donc, plus que tout autre vecteur, un moyen de manipulation affective et sémantique. Il agit avec une efficacité quasi imparable à condition d'être contrôlé.

II - Les fonctions de la musique sur l'image

- ▶ Un tel contrôle nécessite :
 - ▶ d'une part, une maîtrise de tous les aspects techniques du son en général et de la musique en particulier, et de leur interaction avec les autres vecteurs sémantiques d'un message audiovisuel : images et paroles.
 - ▶ d'autre part, le rapprochement entre un vocabulaire musical, se référant à des phénomènes esthétiques et sensibles, et le vocabulaire de notre quotidien, recouvrant une réalité ethnique et intellectuelle. Le rapprochement ethnique entre ces deux univers sémantiques peut seul permettre d'élaborer un discours concret.

II - Les fonctions de la musique sur l'image

- ▶ Exemple : Egoïste de Chanel
- ▶ Il s'agit d'une musique d'illustration (off) identifiée par le grand public comme musique classique . On entend des voix in et off, mais pas de bruitage (dans la seconde partie, le bruit des volets qui se ferment correspond aux coups de cymbales de la partition). Une grande partie du message est transmis à travers le travail de synchronisation/non synchronisation de la musique, très rythmée, avec des plans qui se succèdent rapidement :
- ▶ Première partie (image en noir et blanc): la non coordination de la pulsion musicale avec l'image donneuse d'une sensation de chaos. (Non synchronisation des temps forts avec les changements de plans).
- ▶ Seconde partie (couleur) : chaque changement de plan est scandé auditivement par la musique, et visuellement par les volets qui claquent : sensation de force, de certitude. (Les femmes précédemment isolées et désemparées font bloc contre l' Égoïste).
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=ZDwAKK7Wsts>

III Application

- ▶ Publicité Gabrielle de Chanel
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=DYyawl879Js>
- ▶ Publicité Fower by Kenzo
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=eTL7K7hyxvw>
- ▶ Publicité Miss Dior
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=h4s0llOpKrU>
- ▶ Publicité Live Irrestible de Givenchy
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=b-TtaiubO4>

III Application

- ▶ Choisir une publicité avec fond musical
- ▶ Analyser le rôle de la musique dans cette publicité
- ▶ Trouver un autre fond musical pour ce spot
- ▶ Analyser le rôle de la nouvelle musique dans cette publicité

- ▶ Powerpoint à présenter à l'oral et à envoyer à
- ▶ samuel.mayol@univ-paris13.fr