

Ce que je vais apprendre :

- à respecter la sensibilité de chacun
- à travailler en groupe, à mettre au service d'une expression ses envies et ses talents
- à savoir identifier le procédé de sonorisation d'une publicité et le justifier
- à analyser son environnement sonore, à identifier les sources qui le constituent et en comprendre ses significations

Comment la musique peut-elle faire vendre ?

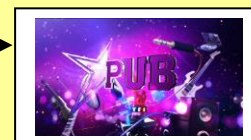


Etude n°1 : Analyse de films publicitaires

Publicités	N°1	N°2	N°3	Pub de votre choix
Marques / Produit				
Public visé				
Musique <i>(Création ou reprise Caractéristique musicale, Formation instrumentale)</i>				
Images <i>(Personnages et actions)</i>				
Impact publicitaire <i>(Lien entre musique/sons et image, message transmis)</i>				
Slogan du produit/ marque				
Comment identifier le slogan				

La musique a un rôle important dans la publicité elle contribue à façonner l'image d'une marque. Selon les cas et l'effet recherché, sa **fonction** est différente :

- a) Le prestige de la **musique classique** peut évoquer le luxe, le raffinement ou la sécurité d'un produit.
- b) Les **musiques exotiques, de variétés ou de jazz** peuvent évoquer des sensations, des atmosphères, un décor, une époque
- c) Les **slogans musicaux**, appelés aussi « **jingles** », sont quant à eux, définitivement associés à la marque. La mélodie très brève permet de mémoriser facilement le texte (court lui aussi) dans lequel figure la marque du produit. Par exemple : La MAAF Ils sont souvent créés sur des chansons existantes et connues.



Exercice : Travail à la maison

Choisis une publicité qui doit obligatoirement contenir une musique afin d'en faire l'analyse. Remplis la case vide dans le tableau ci-dessus puis justifie ton choix en donnant ton avis et tes impressions

Etude n°2 : Les slogans publicitaires

Connaissez-vous des slogans publicitaires ?

Marques	Slogan	Chanté	Parlé	Ecrit	Rimes	Répétitions de sons (voyelles consonnes)	Sens	
							Poétique	Jeux de mots
Haribo	Haribo c'est beau la vie, pour les grands et les petits							
Carrefour	J'optimisme							
Air France	France is in the air							
Evian	Vivons jeune							
Mc Donald's	Venez comme vous êtes							
Lapeyre	Lapeyre y'en a pas deux							
MAAF	Efficace et pas cher, c'est la MAAF que j' préfère, c'est la MAAF							
Antibiotiques	Les antibiotiques, si on les utilise à tort, ils deviendront moins forts							
Flunch	Y'a que chez Flunch qu'on peut Fluncher							
Coca Cola	Savoure l'instant							

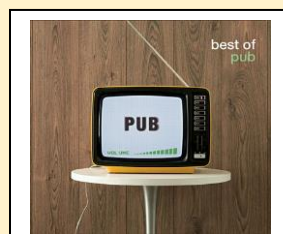
Un **slogan** est une **courte phrase** qui cherche à promouvoir un produit et est associé à une marque. Conçu de façon poétique, drôle, facile à mémoriser, jouant sur les mots, les rimes ou les répétitions...

Qu'est qui fait qu'un slogan est plus vendeur qu'un autre ?

.....

Exercice : 1- Essayez d'écrire un slogan pour le collègue

Attention : le message doit être positif et mettre en valeur le collègue



CREATION : Casting Pub - Réalisation d'un spot publicitaire.

Groupe (noms des élèves) : Classe :

Consigne 1 : Choisissez parmi ceux proposés le produit que vous allez sonoriser (entourez) **Produit :**

Consigne 2 : Vous allez réaliser un spot publicitaire audio. Avant, vous devez remplir le tableau ci-dessous :

ATTENTION : les spots devront durer entre 20 et 30 secondes. N'hésitez pas à faire un brouillon de votre scénario

(au choix) Produit (Nom / description)	
Texte du slogan (qui sera à la fin du spot)	
Autre texte (dialogue ou monologue, chanté ou parlé)	
Caractères d'interprétation (commercial + 1 minimum au choix)	
Musiques choisies (titre, artiste ou compositeur, année)	
Durée prévue des enregistrements (en secondes)	

Consigne 3 : Réalisez ci-dessous le scénario de votre spot pub (avec minutage, gestes, dialogues etc.)

Consigne 4 : Interpétez votre spot publicitaire en groupe dans les 2 versions ! Vous serez enregistrés.

Critères d'évaluation : /10

Préparation /2	Interprétation /5	Contenu /3
Sérieux, discrétion, échanges. Efficacité de la mise au travail	Sérieux lors de l'interprétation, respect de votre scénario, qualité sonore, coordination du groupe.	Qualité du contenu : originalité, cohérence du scénario, propreté et clarté de la feuille.



Ecoute : **French Fuse** – *FrenchPub* (2016)

Essayez de reconnaître le plus de marques possibles. Classez les dans la bonne catégorie

Slogans (parlé ou chanté)	Jingles

Quel est la différence entre un jingle et un slogan ?
Pourquoi certains jingles sont-ils très reconnaissables ?
.....
.....

Regarde un extrait de la vidéo : Quels instruments ou techniques sont utilisés par les deux artistes ?
.....

Dans quel style de musique contemporaine cette méthode est-elle souvent utilisée ?
.....

Vocabulaire :

Slogan : formule concise et frappante qui exprime une idée qu'un émetteur veut diffuser.

Jingle : slogan musical court ou mélodie très brève facile à mémoriser.

Publicité : forme de communication de masse, dont le but est de fixer l'attention d'une cible visée (consommateur, utilisateur, usager, etc.) afin de l'inciter à acheter ou consommer un produit, adopter un certain comportement, effectuer une action...

Un **échantillon** (ou **sample**), est un extrait sonore récupéré sur une musique ou bande-son existante. L'extrait est sorti de son contexte afin d'être utilisé musicalement souvent sous forme de **boucle** (ou **loop**).

Plus généralement un échantillon désigne un enregistrement sonore relativement court utilisé avec un **échantillonneur** ou **sampler**

Quels sont les avantages et les inconvénients de l'utilisation de la musique dans la publicité ?
.....
.....

Comment répondre à la problématique ?

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 : **mémorisation, identification, émotion, universalité.**