



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.

Dans les spots étudiés en classe, nous voyons qu'il existe 2 cas de figure :

soit la bande son utilise une musique déjà ,
 et Cette musique devient alors la
 sonore de la marque. Le but est d'établir la correspondance entre le "capital sympathie" de la musique et le produit.

Dans tous les cas, les annonceurs jouent sur les codes culturels de ces musiques :

Par exemple, pour la musique classique, il y a mise en avant de l'aspect "savant" = qualité du produit, du côté "intellectuel" = sa respectabilité,
 uneen
 utilisant le produit.

Le plus souvent, on retrouve des musiques populaires récentes, des « » qui toucheront un plus:

	Levis de
	Yves Saint-Laurent	Arrangement de la suite n°1 pourde Jean-Sébastien Bach
	L'or sublime	Adagio (..... mouvement du pour n°23 de.....
	Bouygues Telecom	La Wally d'A. Catalani, interprété par

	Nutella	Glorious Andreas Johnson
	Kiabi	Wake up Sliimy
	Perrier	Waves Camille
	Renault Megane	In this world Moby

Ou bien des musiques célèbres appartenant à d'autres styles (jazz, blues, hip-hop, ethnique, traditionnel...) ou des musiques de film :

Carte noire : Harry Bellafonte « Try to remember » ; Nike : hip-hop; Panten pro V: remix jazz vocal; C3 Picasso : bande originale du film "Ghostbusters (SOS Fantômes)" ; Clio: bande originale du film "Un éléphant ça trompe énormément" Vladimir Kosma ; Crédit agricole : les blues Brothers « Every body needs somebody » ;

soit la bande son utilise une musique créée pour le clip : on parle alors de « ».
 ex : Gaz de France - Coca Cola - Oasis - Cegetel -



Richard Gotainer est un des compositeurs de variété le plus souvent sollicité pour composer des musiques publicitaires.

Ex : Banga, Belle des champs, Infinitif.

Cependant, il semble que le plus marquant soit de
 du grand public sur lequel seront du slogan.

Exemple : MMA (« Trop de bla-bla »princesse Erika) ; MAAF (« c'est la ouate » de Caroline Loeb) ; les publicités pour les renseignements téléphoniques : « 118 218 » (sur l'air du générique de l'émission « Gyptonic ») et « 118 000 » (sur l'air « Des prisons de Nantes »).

Il est possible également de composer un très court motif musical, qui deviendra en quelque sorte
 de la marque : on l'appelle aussi
 « ».
 ex : Monsieur Propre, Haribo, Direct assurance...