

La MUSIQUE EMPRUNTÉE

ou pré-existante

La musique (du répertoire classique, rock ou jazz ...) est **choisie pour sa célébrité** ou pour **sa popularité**. Elle **fait appel aux souvenirs et aux émotions** de l'auditeur.

FUZE TEA, Un monde de fusion - 2022
«*Believer*», *Imagine Dragons*- 2017

Source : OFF

DÉJÀ ENTENDUE DANS PLUSIEURS PUBLICITÉS COMME
NINTENDO SWITCH EN 2017

KFC Double Tacos, 2025
«*Baby one more time*», *Britney Spears*- 1999

Source : IN
UNE REPRISE DÉCALÉE, ARRANGÉE ET INTERPRÉTÉE PAR UN
GROUPE DE MARIACHIS, RENFORÇANT LE TON DÉCALÉ ET FESTIF
DE LA PUBLICITÉ.

VINCI Autoroute, 2025- Aventures de Mona
«*Sunny*», *Boney M*- 1976 - Disco

Source : OFF

UNE MUSIQUE SOUVENT UTILISÉE POUR SON ÉNERGIE POSITIVE.

NOLAN'S Cheddar - 2010 - Seriously strong
«*Top of the world*», *The Carpenters*- 1973
«*This is the end*», *The Doors*- 1967
«*Eye of the tiger*», *Survivor*- 1982

Source : OFF
3 MUSIQUES / 3 ÉTAPES (UNE BELLE JOURNÉE - PRISE AU PIÈGE - SURVIVANTE)

La plupart de ces musiques empruntées ont une → **Fonction AFFECTIVE** (due au souvenir et son émotion)
ou → **Fonction IMPLICATIVE** : reconnue par l'auditeur, elle permet de mieux entrer en contact avec lui

La MUSIQUE ADAPTÉEC'est aussi une musique pré-existante, connue du grand public dont on reprend la musique **l'on en modifie / adapte les paroles** pour les besoins de la pub ou du slogan

1986 - La MAAF-Tempo adapte les paroles de la chanson «*C'est la ouate*» de Caroline Loeb

2015 - La DACIA Duster adapte les paroles d' «*Another one bites the dust*» de Queen



«*Efficace et pas chère, C'est la MAAF
que j' préfère - C'est la MAAF*»



«*De toutes les matières, C'est la ouate
qu'elle préfère*»



«*Another one drives a duster*»



«*Another one bites the dust*»

Ces musiques adaptées sont nommées timbres de marque car elles sont ré-utilisées, souvent ré-orchestrées à chaque nouvelle pub. Elles ont une → **Fonction DÉMARCATIVE**, tout comme les jingles ou logos sonores ...