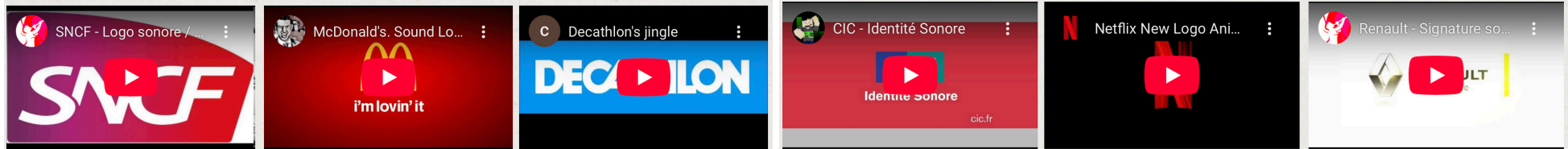
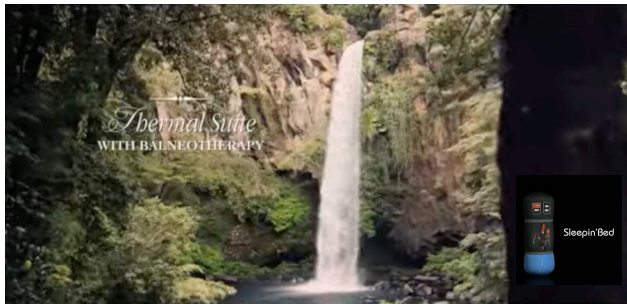


Le JINGLE ou LOGO SONORE

C'est un **court motif musical** de quelques notes (3 à 7 environ) que l'on reconnaît et associe ensuite au produit : clairement **identifiable**, il devient sa **signature sonore**

**La MUSIQUE ORIGINALE**

C'est une musique qui a été composée spécialement pour le spot publicitaire



QUECHUA décathlon Sleepin' Bed - 2012
«*The finest hotel in the world*», composée par Chut! on vous écoute, feat. Louise Elliot

Source : OFF
Fonction : CINÉTIQUE

LA MUSIQUE POSÉE ET RELAXANTE ILLUSTRE LES PLANS DES DIFFÉRENTS SPOTS NATURELS : LES 'PLUS BEAUX HÔTELS DU MONDE'



HOLLYWOOD chewing-gum

Fraîcheur de Vivre - 1986
«*Fraîcheur de vivre*», musique originale composée par Paul de Senneville et Olivier Toussaint

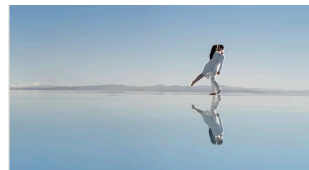
Source : OFF
Fonction : DÉMARCATIVE

UN THÈME MUSICAL CHANTÉ QUI REPREND LE SLOGAN ET DONNE SIGNATURE MUSICALE AU PRODUIT

La MUSIQUE CLASSIQUE donne-t-elle **une plus-value** aux publicités ?

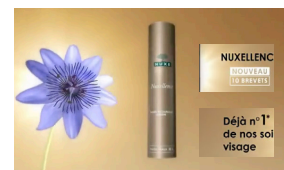
AIR FRANCE commercial - L'Envol 2011
«*Concerto n°23 : Adagio*» de W.A.Mozart

Fonction : CINÉTIQUE
FAIRE DU CIEL LE PLUS BEL ENDROIT DE LA TERRE
EN ACCORD AVEC LES IMAGES, LA MUSIQUE DE MOZART SOULIGNE LE CALME, L'ÉLÉGANCE ET LA CONFIANCE QUI SONT LES VALEURS ÉVOQUÉES PAR LE SPOT



NUXE-Nuxellence - 2012
«*Ainsi parlait Zarathoustra*», de Richard Strauss

Fonction : IMPLICATIVE
COMPOSÉE EN 1896, LA MUSIQUE QUI REPRÉSENTE LE LEVER DU SOLEIL SUR LA MONTAGNE A ÉTÉ UTILISÉE POUR LE GÉNÉRIQUE DU FILM *2001, L'ODYSSÉE DE L'ESPACE* DE STANLEY KUBRICK.



DS 9 - 2021
«*Aquarium du Carnaval des animaux*», Camille St Saens - 1886

Fonction : IMPLICATIVE et mnémonique
LE CÉLÈBRE THÈME, TOURNOYANT ET SCINTILLANT (DONT LA MUSIQUE RAPPELLE L'ENFANCE) EST ICI RÉ-ORCHESTRÉ ET MODERNISÉ POUR ÉVOQUER LA FÉÉRIE, L'IMAGINAIRE MAIS SURTOUT L'ÉLÉGANCE, LA VALEUR SÛRE, L'INTÉMPORALITÉ ET LA PERFECTION ARTISTIQUE DE LA VOITURE.

