

Carnaval op.9 pour piano, « Prélude »

Schumann Robert

Romantique

Allemagne

1835

Cycle 1, Cycle 2, Cycle 3

02'33"

Genre :

Instrumental

Thème :

Le carnaval, Le piano

L'œuvre (ou l'extrait) :

Cette œuvre est écrite en 1835 dans les dix années (1829-1839) où Robert Schumann ne composa que des œuvres au piano. Il composait avec une grande hâte, une incroyable originalité. On dit de lui qu'il n'avait aucun temps de préparation, aucune hésitation. Ce répertoire lui valut d'être reconnu de son vivant et la notoriété est venue très vite. Les *Abegg-Variationen* op. 1, les *Intermezzi* op.4, *Carnaval* op.9, la *Sonate en fa dièse mineur* op.11, les *Études symphoniques* op.13, *Kreisleriana* op.16, *Novellette* op.21 figurent parmi les chefs-d'œuvre composés pendant ces dix ans.

Son opus 9 pour piano, *Carnaval*, « scènes mignonnes sur quatre notes » (*la, mi bémol, do, si*) est achevé à Leipzig en 1835. Dans la norme germanique de dénomination des notes de musique, le *la* s'écrit « A », le *mi* bémol s'écrit « Es », le *do* s'écrit « C » et le *si* s'écrit « H ». Ces quatre lettres forment le mot « Asch », nom de la ville où habite la femme qu'il aime à l'époque, Ernestine von Fricken. Il s'inspire d'un roman de l'Allemand Johann Paul Friedrich Richter, mieux connu sous le pseudonyme de Jean Paul. Ses livres eurent une influence considérable sur Robert Schumann.

Le *Carnaval* op.9 pour piano nous entraîne dans vingt et une scènes courtes ; le prélude présenté ici débute cette œuvre. Chaque scène porte un titre : « Prélude », « Pierrot », « Arlequin... Papillons », « ASCH-SCHA » (on retrouve les quatre lettres correspondantes aux quatre notes), « Chiarina » (scène qui rend compte de la passion naissante pour Clara Wieck, sa future femme), « Chopin », etc.

Elle est l'une des œuvres les plus brillantes et variées que Robert Schumann ait léguée aux pianistes et l'on retrouve tous les personnages qui composent son univers à l'époque : Franz Liszt, Frédéric Chopin, Clara Wieck et Ernestine von Fricken notamment.

Le « Prélude » débute cette œuvre. Il est très marqué par la danse et plus particulièrement la valse (ternaire) que l'on retrouve dans l'extrait mais aussi dans d'autres scènes du *Carnaval* : IV « Valse noble », XVI « Valse allemande » et XXI « Marche des Davidsbündler [Compagnons de David] contre les Philistins ».

Il se scinde en deux parties :

- dans une première partie, le « Prélude » ressemble à une marche. Les notes sont jouées « forte » et le rythme est fortement marqué. Les accords se détachent fortement ;
- puis il y a une cassure et, jusqu'à la fin de l'extrait, on peut apprécier toute la virtuosité du pianiste et imaginer aisément ses doigts parcourir le piano. La musique est tantôt légère tantôt plus appuyée, le tempo s'accélère puis, par moments, ralentit. Des mélodies se détachent, mais on ne s'y arrête pas, elles forment comme des vagues qui vont et viennent tout au long de cette deuxième partie.

Musique Prim

Pour enseigner la musique et découvrir l'univers musical à l'école primaire

Auteur / Compositeur / Interprète :

Robert Schumann (1810-1856)

Compositeur allemand, il s'inscrit dans le romantisme dont il est l'un des principaux représentants. Toutes ces œuvres ont été fortement influencées par la littérature. Il commence à composer à l'âge de neuf ans. À sa majorité, il commence à vivre en tant que musicien, mais hésite entre une carrière de virtuose ou de compositeur. Il dut choisir la deuxième car, suite à des exercices orthopédiques visant à assouplir ses doigts, il se paralyse le majeur de la main droite.

Son œuvre peut être divisée en quatre périodes principales : la jeunesse et sa rencontre avec Clara Wieck (1830-1840, essentiellement des œuvres pour piano), Leipzig (1840-1844, mariage avec Clara, poste au conservatoire de Leipzig, composition de Lieder et œuvres orchestrales), Dresde (1844-1849, œuvres pour chœur, cantates, œuvres dramatiques et pièces pédagogiques pour le piano) et Düsseldorf (1849-1856, *Generalmusikdirektor* de l'orchestre de la ville, composition de ses dernières œuvres, symphonies et musique de chambre).

Interné en 1854 après s'être jeté dans le Rhin (plus par folie que par envie de suicide), son œuvre a été inlassablement défendue après sa mort par son épouse, Clara Schumann, et le compositeur Johannes Brahms.

Compositeur :

Schumann Robert

Formation instrumentale :

Piano.

Les clés de lecture :

- Le préambule se découpe en deux parties bien distinctes que l'on peut dégager. Une partie jouée en accord, scandée, avec un jeu qui fait penser à une marche. Puis, après environ une minute, une mélodie débute note par note et son étendue (ambitus) permet de mettre en valeur toutes les qualités instrumentales du piano.
- De la mesure 1 à 6, le thème est joué deux fois à l'identique. Il est intéressant de noter qu'on le retrouve modifié par bouts de la mesure 15 à la mesure 24 pendant lesquelles la montée d'accord (une partie du thème) s'enchaîne avec une descente.
- Au début, lorsque deux accords se succèdent, ils ne sont presque jamais joués sur un même temps. Si le premier est joué sur un temps plus court (croche ou double croche) alors le second est joué sur un temps plus long (blanche, noire ou croche pointée) et inversement. C'est ce qui donne cette impression de marche en avant.
- À partir de la mesure 28, les variations de tempo et d'intensité se font plus présentes au profit d'une interprétation subtile. Les moments animés sont nombreux et ponctués, par moments, de quelques passages plus posés.

Une analyse musicale :

- Mcs. 1 à 6

Musique Prim

Pour enseigner la musique et découvrir l'univers musical à l'école primaire

☐ Piano seul

Mesure à trois temps

☐ Thème A joué en accords

Tonalité la bémol

fortissimo (ff)

Joué avec une « majestueuse lenteur »

Reprise à l'identique du thème A sur les six mesures.

Il est joué deux fois

• Mes. 7 à 14

☐ Piano seul

Mesure à trois temps

☐ Thème A' joué en accords

Fortissimo

Joué avec une « majestueuse lenteur »

• Mes. 15 à 24

☐ Piano seul

Mesure à trois temps

☐ Reprise du thème A par bout

Fortissimo

Joué avec une « majestueuse lenteur »

• Mes. 25 à 27

☐ Piano seul

Mesure à trois temps

☐ Transition

Fortissimo

Accélération du tempo

Joué avec plus de mouvement

La mélodie se détache. Il n'y a plus d'accords

• Mes. 28 à 35

☐ Piano seul

Mesure à trois temps

☐ Thème C joué note par note

Fortissimo

Tempo rapide

Reprise à l'identique du thème C sur les huit mesures

• Mes. 36 à 70

☐ Piano seul

Mesure à trois temps

Musique Prim

Pour enseigner la musique et découvrir l'univers musical à l'école primaire

▣ Notes jouées en alternance : accords – note par note

Variation :

fortissimo

diminution du son : mezzo-forte

Notes jouées en accords, accélérations avec des passages « forte »

Descente d'accord en ralentissant et en diminuant le son

• Mes. 71 à 113

▣ Piano seul

Mesure à trois temps

▣ Note par note

Joué avec plus d'animation

Variation :

accélération du tempo et augmentation du son.

À la fin, accords plaqués avec force puis les derniers sont retenus

• Mes. 114 à la fin

▣ Piano seul

Mesure à trois temps

▣ Thème D joué note par note puis octavié. Puis dernière montée de notes octaviées avant la fin

Tempo rapide (presto)

À la fin les notes octaviées sont jouées fortissimo

Exploitation pédagogique possible :

Travailler deux paramètres du son, l'intensité et la durée

Schumann utilise dans ce préambule deux paramètres du son qu'il fait varier. Alors que la première partie de l'extrait est jouée fortissimo tout du long avec un tempo relativement lent (quasi *macstoso*), la deuxième partie fait varier le tempo par des ralentis et des accélérations, mais fait aussi varier l'intensité (de piano à fortissimo).

Il est intéressant de travailler avec les élèves des écoutes corporelles. Elles lui permettent de rentrer dans la musique par le corps afin qu'une première écoute puisse se faire détacher de tout prérequis (connaissance) musical. Vivre la musique par le corps pour une première imprégnation du morceau. Ensuite, on peut les faire verbaliser sur leur mise en corps et ainsi dégager ces deux paramètres.

Enfin, on peut ne s'attacher qu'à l'un des deux paramètres, la durée par exemple, et analyser à quel moment les gestes deviennent lents pour ensuite s'accélérer.

Structure du morceau

Les deux parties sont clairement identifiables. Il est judicieux que les élèves les repèrent puis mettent en scène une mise en corps pour chacune des parties. On s'attachera à faire varier l'organisation dans l'espace, les déplacements, l'amplitude des gestes, la contextualisation. Cette dernière peut se faire en faisant imaginer aux élèves deux scènes distinctes en leur faisant répondre à des questions telles que où ?, quand ?, qui ?, comment ? et ainsi raconter une histoire.

Travailler autour d'un instrument, le piano

Le piano est un instrument connu de la plupart des élèves. Cette œuvre de Schumann peut être mise en réseau avec d'autres œuvres de Chopin, Brahms, Liszt ou Schubert.

Il est aussi intéressant de leur faire écouter du piano dans un autre genre de musique. Le jazz, par exemple, s'y prête bien avec des pianistes tels que Art Tatum, Erroll Garner ou encore Bill Evans, mais aussi le piano-rock avec Elton John.

Enfin, il est possible de leur permettre de travailler sur le timbre d'autres instruments : le clavecin, par exemple, où les cordes sont pincées et non frappées comme pour le piano.

Informations complémentaires :

Écouter d'autres extraits de Carnaval est intéressant

Schumann l'a écrit en pensant notamment aux masques que l'on retrouve dans la *commedia dell'arte* et plus précisément à certains personnages tels que Pierrot et son antagoniste Arlequin. On peut les décrire dans la manière dont Schumann a composé leur scène : Pierrot est composé à deux temps, peu rapide avec des mélodies descendantes, un peu lourdes alors qu'Arlequin est composé à trois temps, rapide, avec des mélodies ascendantes et très enjouées.

Robert Schumann incarne le « piano romantique »

Il est intéressant de faire écouter d'autres œuvres de piano romantique : Frédéric Chopin (Nocturnes, Impromptus, Polonaises...), Franz Schubert (Moments musicaux, impromptus...) et de nombreuses danses, Franz Liszt (Rhapsodies hongroises, Sonate en *si* m...), Johannes Brahms (Rhapsodies, Danses hongroises...).

La situation chronologique

[Afficher le tableau](#)

Références discographiques :

Robert Schumann (compositeur). Claire-Marie Le Guay (piano). Accord (label) / Universal Music (distributeur)

Auteur de la fiche pédagogique :

Eric Hamon



» Retrouver toutes les offres légales de musique en ligne

Traviata, Noi siamo zingarelle

	Romantique	Italie
06 mars 1853	Cycle 1, Cycle 2, Cycle 3	02:46

Genre :

Opéra, Romantique/postromantique, Vocal

Thème :

L'exotisme, Le carnaval

L'œuvre (ou l'extrait) :

D'après le roman *La Dame aux camélias* de Dumas fils, l'opéra est en trois actes sur le livret de F. M. Piave. L'extrait se situe au début du second tableau du deuxième acte.

Verdi est bouleversé par la représentation parisienne d'une adaptation du roman alors qu'il y assistait avec sa compagne. Ayant conclu un contrat avec la Fenice à Venise dont le thème n'avait pas été arrêté, il se met à la composition de son nouvel opéra : *La Traviata* (la Dévoyée) avant même d'être en possession du livret.

Auteur de l'œuvre :

Piave Francesco Maria

Compositeur :

Verdi Giuseppe

Interprète :

Kleiber Carlos (chef d'orchestre)

Formation instrumentale :

Orchestre symphonique romantique

Cordes : violons (un et deux), altos, violoncelles, contrebasse et une harpe.

Bois : deux flûtes (dont un piccolo), deux hautbois, deux clarinettes, deux bassons.

Cuivres : quatre cors, deux trompettes, trois trombones et deux cimbassi (cousins du trombone basse, proche du tuba qui le remplace de nos jours).

Percussions : quatre timbales, grosse caisse, triangle, tambourins et castagnettes.

Certaines scènes nécessitent l'ajout ponctuel d'instruments : la bacchanale du dernier acte ou ici des tambourins par exemple.

Voix

Chœur mixte (SATB) mais dans cet extrait, seul un chœur à voix égales féminin (soprani et alti) est utilisé.

Musique Prim

Pour enseigner la musique et découvrir l'univers musical à l'école primaire

Solistes

Soprano et basse (Flora et le Marquis) en dialogue.

Le Docteur (basse) se joint au chœur sur la dernière partie, Flora et le Marquis également.

Les clés de lecture :

Nous sommes au début du second tableau de l'acte II.

Alfredo a su troubler le cœur de Violetta (la Traviata) et gagner son amour confiant. Ils emménagent ensemble à la campagne, loin du tumulte parisien. Mais le passé de demi-mondaine rattrape Violetta. Germont, le père d'Alfredo la convint de quitter ce dernier afin que sa mauvaise réputation n'entache pas plus longtemps sa famille et permette ainsi à sa fille cadette de se marier dignement. Violetta se sacrifie, sans donner d'explication à Alfredo, et retourne à Paris.

Elle se rend avec son ancien protecteur à la fête de Flora. Les divertissements battent leur plein en particulier avec la venue des zingarelles puis des matadors. Alfredo est présent, gagne au jeu et humilie publiquement Violetta sous l'opprobre de leurs amis. Elle s'effondre de douleur.

Les semaines passent et la santé de Violetta décline de jour en jour, seule une lettre de Germont, lui assurant d'avoir révélé la vérité à Alfredo lui offre une lueur d'espoir. Elle attend fébrilement son retour et s'éteindra dans ses bras après de brèves retrouvailles.

L'extrait proposé ici sonne comme une dernière futilité, un dernier plaisir pour Violetta. Les bohémiennes lisent le destin galant dans les mains des convives, entraînant une dispute presque feinte entre Flora et le Marquis. Cette liasse fera tout le contraste avec le sacrifice de Violetta. On peut sans doute voir un écho à cette scène dans la bacchanale du véritable carnaval du dernier acte, ponctuant l'interminable attente de Violetta.

Une analyse musicale :

00:00:00

Entrée d'un chœur féminin à deux voix, soprano et alto. Les syllabes sont scandées, **staccato** et l'orchestre reste discret ponctuant chaque phrase à la manière d'un tambourin.

00:00:17

Le même chœur chante une nouvelle phrase de façon plus mélismatique (des petites fioritures sur les premières syllabes) se terminant à nouveau en scansion. La seconde présentation se termine de façon **suspensive** et annonce le retour de la première phrase musicale.

00:00:25

Retour de la première phrase qui alterne avec la seconde qui se développe, plus longue, plus liée et avec encore davantage de mélismes. Cette première partie se clôt en **cadence parfaite** très affirmée.

00:01:00

La seconde partie est dialoguée entre le chœur et l'orchestre. **Soprani** et **alti** chantent en alternance : les présentations sont terminées, le jeu commence.

00:01:30

Entrée des solistes dans une dispute amoureuse mise en valeur par les roucoulements de la soliste se terminant de façon suspensive.

00:01:57

Retour du chœur sur la première phrase, l'orchestre est un peu plus présent désormais et l'ajout des solistes donne à entendre l'ajout de voix supplémentaires (en particulier dans le grave) et davantage de texture,

Musique Prim

Pour enseigner la musique et découvrir l'univers musical à l'école primaire

d'épaisseur.

00:02:36

Coda : tutti et forte se terminant de façon brillante et conclusive.

Exploitation pédagogique possible :

Travailler corporellement

Les oppositions à travers la marche

Comment peut-on se déplacer « staccato » (accompagnement du début) ? Sur la pointe des pieds ? des grands pas ? des petits pas ? rapides ? lents ? « **Legato** » ? (accompagnement « mondain ») : pieds qui glissent comme un patineur, mouvements amples...

L'accumulation

Unisson initial, puis la scission en deux groupes. Ou encore comme à la fin de l'extrait : un grand groupe auquel se greffent successivement des individus pour se fondre dans la masse.

On part d'une situation ordinaire de chorale : tous groupés de façon à bien voir le chef. Le groupe chante à l'unisson. Au signe, une moitié exécutera des notes brèves, staccato, en observant le geste du chef, pendant que l'autre moitié forme une valeur longue, legato, en allant jusqu'au bout de l'air disponible, prenant ensuite calmement sa respiration pour recommencer si besoin.

On peut reprendre cet exercice avec un déplacement dans la salle après s'être assuré que chaque élève ait compris s'il appartenait au groupe « staccato » ou au groupe « legato ». Il faudra alors prêter attention au chef d'orchestre tout en se déplaçant (ce que doit faire un choriste d'opéra).

Enfin on peut opposer un groupe important « legato » et un groupe plus petit « staccato » séparés physiquement. Un par un, les élèves « staccato » vont venir rejoindre le groupe « legato » et se fondre dans la masse (en devenant legato). Puis on peut proposer l'inverse (passer du legato au staccato).

Ce même travail peut être fait vocalement à partir d'un texte appris en commun au sein de la classe : une diction très scandée d'une part et une diction très liée, peu articulée d'autre part, donnant beaucoup de place aux voyelles. (D'une façon générale, les consonnes rythment le mot, lui donnent un squelette et soutiennent l'articulation. Les voyelles, au contraire, portent la voix et permettent le legato et le lyrisme.)

Isoler au travers d'écoutes répétées certains éléments musicaux

Le contact répété avec l'extrait doit permettre aux élèves de repérer dans un premier temps les phrases identiques. Le premier motif « *noi siamo zingarelle...* » en particulier est aisé à mémoriser et à identifier. Chercher ensemble à reproduire la mélodie de mémoire, sans les paroles, en onomatopées (on cherche dès lors l'opposition consonnes/voyelles du staccato et du legato) les phrases identiques (la première est facilement identifiable). Avec certains groupes classes, il sera possible d'ajouter les paroles en italien voire d'en créer de nouvelles en français.

Travail de comparaison avec *Carmen* de Bizet

Le trio des cartes qui encadre « en vain pour éviter les réponses amères » : même procédé d'un épisode de soliste enchâssé dans une présentation enjouée (cette fois avec deux solistes : Mercedès et Frasquita). Le contraste de l'enthousiasme des amis de Carmen et sa propre prédiction fatale. Notons également l'accompagnement qui soutient discrètement la première partie en pizzicato, son orchestration parfois semblable à celle de Verdi. Évocation du goût pour l'Orient chez les romantiques bien que cette fascination soit ancienne (comme en témoignent les arts plastiques).

Musique Prim

Pour enseigner la musique et découvrir l'univers musical à l'école primaire

Informations complémentaires :

Le texte original et sa traduction

La partition est disponible en piano-chant gratuitement

Mises en scènes de l'œuvre au fil de l'actualité lyrique

- Arte live Web
- Culturebox
- « Traviata et nous » de Jean-françois Sivadier , un film de Philippe Béziat
- Web documentaire de Radio France, en lien avec la production de Benoît Jacquot à l'Opéra national de Paris
- Verdi – Le chœur des bohémiciens, film d'animation : L'opéra imaginaire

La bohème dans la peinture et la musique

- Les musiques traditionnelles espagnoles
- HALS La Bohémienne – peinture hollandaise
- Le Caravage – La Diseuse de bonne aventure

Dossiers pédagogiques sur *La Traviata*

- Opéra en actes – La Traviata
- L'orientalisme au musée d'Orsay

Le carnaval

- Le carnaval : se déguiser, renverser les conventions...
- Bruegel l'Ancien – Le Combat de Carême et de Mardi Gras

Glossaire

Staccato : terme désignant une attaque de son très brève comme quand on articule rapidement « takatakata » par exemple. S'oppose à **legato**.

Suspensif : se dit d'une ponctuation de phrase qui donne la sensation qu'une suite musicale va se produire (demi-cadence ou cadence rompue en général). Elle correspond en syntaxe française à la virgule, double point ou encore point de suspension.

Cadence parfaite : c'est la ponctuation de phrase musicale la plus conclusive (enchaînement de la dominante

à la tonique), correspondant au point dans la syntaxe française.

Soprano/Alto : correspondent aux tessitures des voix féminines. Du plus aigu au plus grave, on distingue généralement : soprano, mezzo-soprano, alto pour les femmes, puis ténor, baryton et basse pour les hommes. En général au pluriel, on utilise les pluriels italiens en « i » pour soprano et alto.

Coda : « queue » en italien, désigne la section finale d'un morceau, un peu comme la conclusion d'une rédaction.

Legato : mode de jeu lié, d'un seul coup d'archet pour les instruments à cordes ou sans réattaque pour les instruments à vent.

Références discographiques :

Act2 – Noi siamo zingarelle Verdi La Traviata-disc2 Carlos Kleiber 1977

Interprète : Bayrisches Staatsorchester

Orchestre dirigé par Carlos Kleiber

Compositeur : Giuseppe Verdi

Label/maison de disque : Deutsche Grammophon

Auteur de la fiche pédagogique :

Zélie Leclerc



» Retrouver toutes les offres légales de musique en ligne

Le rôle de la musique dans la publicité



Que serait la publicité sans musique ? Difficile de l'imaginer, sachant que 75% des publicités TV contiennent de la musique... Mais pourquoi la musique est-elle si souvent utilisée par les publicitaires : à quoi sert-elle, comment la choisir et comment l'utiliser au mieux ?

La musique est avant tout un exhausteur d'émotions. Elle résonne en nous et influence nos perceptions. A cet effet, elle peut attirer notre attention, affecter notre mémorisation, éveiller notre intérêt et impacter nos choix.

Pour en profiter au mieux, les publicitaires doivent veiller à choisir la musique la plus adaptée au rôle qui lui est assigné. Il faut donc s'interroger sur la fonction que doit remplir la musique dans la publicité, et sur sa contribution potentielle à la stratégie de la marque.

En effet, une musique peut occuper 6 fonctions différentes :

1. **Décorative**, elle crée du lien entre les scènes et permet au consommateur d'entrer plus facilement dans l'histoire. Même une musique d'ascenseur a son importance ! On peut avoir une publicité dans laquelle la musique accompagne la démonstration sans jamais la gêner.
2. **Démarcative**, elle fait sortir la publicité du lot au sein de l'écran publicitaire. On tend l'oreille quand on reconnaît une musique ou un *jingle*, tellement associés à une marque qu'on s'en souvient et qu'on sait instantanément que c'est une publicité pour cette marque. Les publicités DIM, par exemple, sont très facilement reconnaissables grâce à leur musique.
3. **Implicative**, elle crée une proximité immédiate avec la cible qu'elle vise en utilisant une musique qui lui ressemble. La cible est ainsi plus réceptive et se retrouve plus facilement dans ce que propose la marque. Les fans de la marque Apple se souviennent de *New Soul* de Yael Naim en 2008.
4. **Illustrative**, elle met en valeur le discours de la marque et le scénario par une musique « de film » ou un rythme musical sur mesure, variant en fonction des scènes. La compréhension et la communication sont ainsi facilitées. La publicité pour l'*iPad 4* est un très bon exemple, puisque le rythme de la musique soutient parfaitement les démonstrations.
5. **Symbolique**, elle véhicule naturellement le positionnement de la marque (son origine géographique, sa modernité...). La personnalité et le message de la marque sont ainsi renforcés. On pense à la musique des publicités *Paysan Breton* ou encore aux musiques qui vantent l'origine du café sur un air *latino*.
6. **Affective**, elle doit avant tout générer de l'émotion ou jouer sur le sentiment de nostalgie. La musique, familière au plus grand nombre, devient la porte-parole d'une époque ou d'une culture à laquelle on a envie d'adhérer. C'est le cas de Led Zeppelin pour le parfum *Dior Homme*, qui colle parfaitement à l'image de masculinité du célèbre parfum.

L'enjeu est donc autant sur le choix de la musique que sur son intégration à l'histoire. La musique doit être appréciée et doit également être au service de l'histoire et du message. Comme l'expliquait Pierre Gomy dans un article, la musique mérite toute notre attention et doit être davantage valorisée. Parce que qu'une musique est bien plus que de la musique !

La musique « savante » dans la publicité

Dans les années 50 déjà, de nombreux Français fredonnaient un petit air entendu sur leur poste de radio « *D'un coup de Timbler, je nettoie mon auto* », sans se douter un seul instant que cette entraînante musique, *La Marche militaire*, avait été écrite par Frantz Schubert (avec un slogan publicitaire écrit par Robert Desnos).

Les liens entre la publicité moderne et la musique trouvent leur origine dans le développement de la radio. Durant l'entre-deux-guerres, c'est aux régies des supports radiophoniques que revient la conception des messages musicaux. Depuis, la télévision a pris le relais de la radio et de multiples spots publicitaires ont fait appel au patrimoine classique. Petit tour d'horizon...

Dans le répertoire français, c'est tout naturellement vers **Georges Bizet** et son chef-d'œuvre *Carmen*, l'opéra le plus joué dans le monde, que les publicitaires se sont le plus souvent tournés, à l'image des promoteurs de la lessive **Ajax**, détournant à leur profit la célèbre *Habanera* en 2003. D'autres marques ont également utilisé cette œuvre : *Colgate Palmolive* (1996), *Lesieur Frial* (2001), *Isotoner* (2003), *Pages jaunes 118 008* (2006), *Saucisson Tournebon* (2011), *Danone Blédina* (2011), *Assurances GMF* (2012). D'autres airs célèbres du même opéra ont servi certaines publicités : *Peugeot Jours trop courts* (2004), *Nintendo Wii* (2006), *Chorizo Elpozo* (2011).

D'autres Français ont collaboré à la réussite de spots publicitaires à finalité mercantile. Ce fut notamment le cas de **Paul Dukas** dont *L'Apprenti Sorcier* a servi de support à la promotion du... papier hygiénique **Lotus** en 1973. Ont également été utilisés pour vanter des produits commerciaux : **Maurice Ravel** avec son œuvre-culte, le *Boléro*, mis au service des AGF en 1992, **Charles Gounod** avec le *Dies Irae* de son *Requiem*, pour accompagner les torréfacteurs de *La Maison du Café*, et **Camille Saint-Saëns**, avec l'*Aquarium du Carnaval des Animaux*, pour dynamiser les ventes du lait pour enfants **Gallia**.

Le compositeur russe **Alexandre Borodine** a également apporté sa pierre à l'édifice publicitaire, grâce notamment aux *Danses Polovtsiennes du Prince Igor*, mises en 1989 au service des pneus **Kléber-Colombes**. Autre Russe appelé en renfort des courbes de vente : **Sergueï Prokofiev** avec *Pierre et le Loup*, naguère au profit de **Nestlé** puis, en 2010, de la multinationale **Coca-Cola**. Le champion russe dans le domaine est toutefois **Piotr Ilitch Tchaïkovsky** dont de nombreuses œuvres ont été utilisées par la publicité, notamment l'opéra *Roméo et Juliette* (**Chanel** en 1990 pour le parfum *Égoïste*) et les ballets : *Le Lac des cygnes* pour le chocolat **Lindt** en 1991, et *Casse-Noisette* pour **Intel Pentium** (*Valse des fleurs*) ainsi que pour les bouchées chocolatées **Ferrero** en 2003 (*Danse de la fée Dragée*).

En égard au caractère très mélodique de ses compositions, il était évident que l'on fasse appel au Norvégien **Edvard Grieg** et à son merveilleux opéra *Peer Gynt*. Plusieurs annonceurs y ont eu recours, et notamment **Bridel** en 2003 avec, en accompagnement de la promotion des produits allégés, l'impressionnant *crescendo Dans la caverne du Roi des montagnes*.

L'immense **Joseph Haydn** lui-même a été mis à contribution à différentes reprises, et notamment par **Bosch** en 1990 (*3e mouvement du concerto pour trompette*). Autre grand nom épinglé par les publicitaires : **Georg Friedrich Haendel** dont la magnifique *Sarabande*, celle-là même qu'avait utilisé Stanley Kubrick dans son film *Barry Lyndon*, a servi de support au chocolat **Nestlé** en 2000 ainsi qu'aux *jeans Lévi's* la même année.

Anton Dvořák a également été mis à contribution. Par les biscuits **Delacre** en 2002 sur fond de *Tempo di valse de la Sérénade Op. 22*, et surtout pour vanter, grâce à la tonicité de la formidable *Symphonie du Nouveau Monde*, les mérites d'**Audi** en 2002 (*4e mouvement, allegro con fuoco*) et du Thé **Éléphant** (*1er mouvement, allegro molto*). Quant on compatriote **Bedřich Smetana**, c'est évidemment avec son magnifique poème symphonique *La Moldau* qu'il a, à son corps défendant, collaboré en 1994, à faire grimper les actions du constructeur automobile **Subaru**. Quant à leur grand voisin d'Europe centrale **Johannes Brahms**, c'est sur la *danse hongroise n°7* que les publicitaires ont axé en 1990 leur campagne en faveur des pneus **Dunlop**.

A tout seigneur tout honneur, la palme en matière d'emprunt publicitaire revient tout naturellement à **Wolfgang Amadeus Mozart**. Et presque tous les genres abordés par le génial compositeur ont été mis à contribution : l'*ouverture des Noces de Figaro* pour les saucis **Barilla** en 2002 ; le sombre *1er mouvement de la symphonie n°25 (allegro con brio)*, toujours pour Barilla ; la merveilleuse *romance du concerto pour piano n°20* au service de la **Renault Safrane** en 1990 : des arias d'opéra, et notamment *Non più Andrai* et *Voi che sapete* tous deux tirés des *Noces de Figaro* au profit respectivement de **Renault Portes ouvertes** en 2002 et de **Émail Diamant**, sans oublier le spectaculaire *air de la Reine de la Nuit* extrait de *La Flûte enchantée*, souvent utilisé, en particulier par la **Banque Directe**.

Autre géant dont l'œuvre a souvent servi de support à la publicité : **Ludwig van Beethoven**. Pour **Quick** en 2001 avec les premières mesures de la *5e symphonie*. Pour le journal économique **Les Échos** en 2003 avec le formidable *scherzo de la 9e symphonie*, utilisé de façon si inquiétante dans le film de Stanley Kubrick *Orange Mécanique*. Pour les **Éditions Atlas** en 2002 avec le *rondo du sublime concerto pour violon (3e mouvement)*.

Un autre thème familier, extrait de l'*ouverture de Guillaume Tell* de **Gioacchino Rossini** (également présente dans *Orange Mécanique*), est régulièrement utilisé hors des salles de concert. En matière de publicité, il a servi les intérêts du chausseur **Reebok** en 2001, à l'image de quelques airs d'opéra du compositeur également mis à contribution par le *marketing*. Rossini n'a évidemment pas été le seul compositeur italien appelé à la rescousse par les annonceurs. Ce fut également le cas de **Giuseppe Verdi** dont les œuvres ont servi des intérêts pour le moins diversifiés, de la **Citroën Saxo** sur la *Marche triomphale d'Aïda* aux serviettes hygiéniques féminines **Vania** en 1991, en recourant au magnifique *Chœur des Bohémiens de La Traviata*. Autre contributeur incontournable : **Antonio Vivaldi**, souvent mis à contribution, dernièrement avec son *Gloria* pour les Reprises **Peugeot** en 2006 et avec le *presto de son concerto « Alla rustica »* pour les produits de beauté **Gemey-Maybelline** en 2008.

La musique de **Verdi** a également servi de support aux publicités suivantes : Jeu électronique **Arts Harry Potter** (2003, *Requiem*), Coq sportif (2007, *Requiem*), Restaurant **Dr Octker** (2007, *Rigoletto*), **Peugeot 407** (2008, *Requiem*), **Citroën** (2009, *Traviata*), **Carapelli** (2013, *Traviata*), **NRJ Mobile** (2013, *Traviata*), **Volkswagen Passat** (2014, *Ouverture Sinfonia*), etc.

Le compositeur espagnol **Isaac Albenitz** dont le célèbre *Asturias* a servi les intérêts du café **Jacques Vabre**.

Ce modeste tour d'horizon ne recense évidemment qu'une part infime des contributions de la musique « savante » à la promotion des ventes, parmi les plus connues ou les plus récentes des prestations télévisées (on aurait pu citer également **Pachelbel**, **Puccini**, **Strauss**, **Offenbach**, **Orff**, et de nombreux autres compositeurs). Toute chose ayant une fin, on terminera cet article en faisant appel à la célébrité de *Marche nuptiale* de **Félix Mendelssohn** utilisée naguère par **Téfal**. *La Marche nuptiale*, une évidence pour illustrer le mariage de la musique et de la publicité.

Sens et portée du détournement de la musique dans les spots publicitaires.

Pour illustrer les différents types de procédés de création, dont l'inversion, liés au Carnaval, une série de spots publicitaires a été sommairement analysée.

1) Parallèle sur le sens :

En 1990, **Ajax** utilise *La habanera*, tirée de l'opéra *Carmen* de **Georges Bizet**, qui symbolise la liberté d'une femme rebelle, pour mettre en parallèle la liberté dans le ménage, acquise grâce à la lessive. Les actrices sont des femmes comme Carmen.

En 2013, pour la sortie de la nouvelle *C3 Picasso Collection*, **Citroën** a misé sur les années 1980. Le protagoniste de la publicité chante *Da Da Da*, un air entêtant. Une façon pour Citroën de rappeler que « *Les années 80 c'est bien, en musique seulement* », mais que la voiture de 2013 est bien meilleure ! Le comique de la situation vient que la caméra nous fait découvrir, après coup, que la voiture dans laquelle se trouve le chanteur, se fait en fait remorquer !

La publicité **Sanibroyeur SFA** vante les mérites d'un système autonome d'évacuation et de traitement des eaux usées des WC sur le dernier mouvement *Alla turca* de la *Marche turque* de **Mozart**, extrait de sa *Sonate pour piano n°11 K.331*. La diction de l'actrice est particulièrement ridicule.

On peut également établir un parallèle entre le papier toilette **Lotus** et la musique de *L'apprenti sorcier* de Paul Dukas, avec le petit enfant qui déroule tout le rouleau de papier des WC au salon, où se trouvent des adultes.

2) Contraste entre le sens des images et de la musique :

En 2015, **Booking.com** (site de réservation de résidence de vacances) joue sur le contraste entre l'histoire racontée par le spot (une famille déçue par un mauvais voyage) et le côté dramatique de la musique (*Lacrimosa* du *Requiem* de **Wolfgang Amadeus Mozart**). Au moment où le père ouvre la porte, la musique, après un grand *crescendo*, soutient l'image de la surprise agréable de la famille de découvrir un lieu de vacances sublime. Le décalage entre le côté sombre et mortuaire de la musique et la réalité crée le comique de la situation.

En 2015 également, le site de location de voitures « entre grandes personnes » **OuiCar** utilise le même procédé de contraste entre le côté dramatique de la musique employée (*Allegretto* de la *Symphonie N°7* de **Ludwig Van Beethoven**) et le sens réel de l'information : un enfant joue avec une voiture, un autre la lui prend (synchronisation

avec la musique sur une entrée des cordes), ils se disputent violemment jusqu'à cette phrase prononcée par une voix masculine : « *C'est vrai, c'est difficile de confier sa voiture...* ». La publicité se termine sur ce slogan : « *OuiCar.fr Location de voiture entre grandes personnes* ».

3) Inversion :

a. Homme / femme :

- En 2015, la marque des pulls **Eric Bompard** axe sa publicité « Mélodie pour un cachemire » sur cette inversion avec un jeu de paravents sur une musique rythmée et entraînante.
- Précédemment, en 2012, la même marque, dans sa campagne « Irrésistibles cachemires » s'appuyait sur l'extrait *Nessun dorma* (Que personne ne dorme) tiré de l'opéra *Turandot* de **Giacomo Puccini**. Le message intuitif est peut-être de ne pas dormir, mais plutôt de s'éveiller pour acheter des pulls de la marque. Le yéti rappelle le froid à combattre grâce aux pulls Bompard.

La publicité **Eram** de 1990, « Cendrillon moderne » inverse les rôles de la femme et de l'homme (voir paragraphe 6).

b. Jeune / vieux :

- En 2012, **Evian** inverse les âges sur la musique *We will rock you* de **Queen**. Les voix sont celles d'enfants et les acteurs sont des hommes et des femmes adultes et âgés.
- La nouvelle publicité en 2013 a modernisé le spot, en utilisant un jeu de glaces et de miroirs.

c. Epoque ancienne / époque actuelle :

Perrier, dans son spot publicitaire « Ivresse », en 1997, mélange les époques sur la chanson *La foule* d'Edith Piaf. Dès les premières bulles d'eau que la serveuse ouvre, les personnages sortent des tableaux et dansent, mais s'arrêtent quand la serveuse revient dans la pièce. On parle ici de l'ivresse du Perrier.

118 218, en 2006, inverse les époques, en montrant les deux personnages de la publicité qui donnent l'idée du thème de la *Symphonie N°40 en Sol mineur* à **Mozart**.

d. Haut / Bas :

Le clip publicitaire « Fusée » d'**Uépar**, en 2014, s'appuie sur le départ d'une fusée (vers le ciel) symbolisant le transit (vers le bas) avec un compte à rebours. C'est l'image d'une fusée qui est associée à celle des bienfaits de l'eau Uépar sur le transit. La chanson « *Woo hoo* » est celle d'un groupe japonais, elle est amusante et démarre au moment du départ de la fusée.

e. Réalité / Virtualité :

La publicité « Emma » du papier toilette **Le Trèfle**, en 2013, est une campagne amusante et inattendue. Dans un monde où le numérique impose sa suprématie, quelques feuilles de papier résistent. Emma est une femme et mère de famille encore attachée au papier. Ce n'est sans compter sur son mari « très numérique » et un brin moqueur. Ce dernier pointe toutes les utilisations de papier, injustifiées selon lui, en interpellant sa femme de manière amusée. Mais le moment fatidique des toilettes sans papier réel permet à sa femme de lui rappeler que le papier a encore de beaux jours devant lui. La musique choisie est une musique de détente en simple accompagnement sonore des images.

4) Paradoxe entre images et musique :

- En 1968, la marque de fromages **Boursin** joue sur le côté ridicule de l'insomniaque qui se lève pour aller manger un morceau de fromage. La publicité s'achève sur un accord majestueux joué à l'orgue et en complet paradoxe avec la situation.

- En 1985, Boursin, dans son spot « *Le crooner* » montre un homme élégant mangeant du fromage dans un décor qui s'écroule ; l'homme continue de savourer son Boursin en toute quiétude et se moque de ce qui se passe autour de lui : il mange et la musique utilisée est une musique de « *crooner* » au style décontracté. La conclusion de la publicité est que « *Pour aller bien, en toute situation, il suffit d'un peu de pain, de vin... et de Boursin* ».

- En 2014, avec son clip « *Le mariage* », le comique de la situation est créé par le décalage entre les musiques du mariage. D'abord, le 3^{ème} mouvement du Concerto N°23 de Mozart donne le ton du clip en adéquation avec la situation. Boursin revient à la comédie basée sur l'attrait irrésistible du fromage frais avec une nouvelle signature : « *Quand on mange du Boursin, on mange du Boursin* ». Le réalisateur Scott Corbett met en scène un mariage au cours duquel l'addiction du père de la mariée à son Boursin entraîne une série d'incidents préjudiciables au déroulement conventionnel prévu de la cérémonie, dont la musique *Métal* finalement au programme du mariage.

5) Utilisation du ralenti :

En 1996, **Boursin** utilise le procédé du ralenti dans la musique et les images.

La phrase suivante passe deux fois sur des images d'un homme qui déguste son fromage en faisant des grimaces de plaisir : « *Nous sommes désolés de passer ce film au ralenti, mais les nouveaux Boursin en Habit sont tellement irrésistibles qu'à vitesse réelle cet homme les aurait déjà mangés* ». A la fin du spot publicitaire, la musique et les images reviennent à la vitesse normale.

Booking.com et **OuiCar**, en 2015, utilisent également le procédé du ralenti (voir paragraphe 2), pour accentuer le côté dramatique des situations.

En 2014, **Mc Donald's**, pour son *Big Tasty*, fait de même sur une musique de Vangélis (*Chariots of Fire*), le slogan étant « *Un Big Tasty, c'est si bon que l'on aimerait que ça dure plus longtemps* ».

6) Revisitation de légendes :

En 2014, une publicité anglaise, réalisée par l'agence Leo Burnett pour la marque **Sopalin**, a revisité la légende de l'épée d'Excalibur. La scène : un homme renverse du café sur une table en se servant une tasse, puis il s'installe confortablement dans le canapé pour regarder la télévision. Sa femme tente alors de saisir du Sopalin pour essuyer la tâche, mais elle est se retrouve dans l'impossibilité de soulever le rouleau de papier essuie-tout. Le temps est venu pour son mari de reconquérir sa couronne ! Il soulève sans aucun problème le rouleau ; au même instant, la musique s'arrête brutalement. Sa femme lui indique donc d'essuyer les traces de café.

La publicité **Eram** de 1990, « Cendrillon moderne » détourne avec humour et dérision le fameux conte *Cendrillon* pour proposer aux hommes des chaussures de marque à prix imbattable.