


Noms, prénoms et rôles: (scribe, documentaliste, modérateur) .....

→ Pour chaque extrait, identifier précisément: 1. les types de sons (voix, musiques et bruitages), 2. le ton général de la publicité (humour, sérénité, beauté, jeunesse, luxe, liberté, dérision, sérieux, poésie, dynamisme...), 3. le produit et la marque, 4. le slogan, 5. les plans vidéos utilisés (général, moyen, rapproché, gros plan, insert). 6. Comparer ensuite chaque publicité avec la musique originale (points communs et différences).

 **Spot publicitaire n° 1** (2013): L'été - 3ème mouvement des **Quatre Saisons** d'A. Vivaldi.


Écrit en 1725, les Quatre Saisons est à ce jour certainement l'œuvre la plus célèbre de Vivaldi. Elle se compose de quatre concertos indépendants pour violon ( le Printemps, l'Été, l'Automne et l'Hiver). Chaque concerto comporte 3 mouvements.

.....  
.....  
.....  
.....

 **Spot publicitaire n° 2** (2006): Prélude de la suite n°1 de J.S. Bach.

Les six suites pour violoncelle (BWV 1007 à 1012) ont été composées par Bach entre 1717 et 1723. Elles sont aujourd'hui considérées comme des classiques incontournables du répertoire pour violoncelle. Cette première suite est fondée sur une succession de pièces lentes et de pièces rapides (Prélude, Allemande, Courante, Sarabande, Menuet et Gigue).

.....  
.....  
.....  
.....

 **Spot publicitaire n° 3** (2013): Lascia ch'io pianga - (Air d'Almirena, acte II) de G.F. Haendel.

C'est un des airs les plus célèbres de l'opéra Rinaldo de Haendel créé en 1711 à Londres. Quand on songe que Haendel finit sa vie complètement aveugle, après une opération ratée de la cataracte, on peut se demander si le choix musical est vraiment approprié pour célébrer une marque d'optique...

.....  
.....  
.....  
.....