

Le Centre Européen des Produits de l'Enfant organise :

Colloque international
à Angoulême

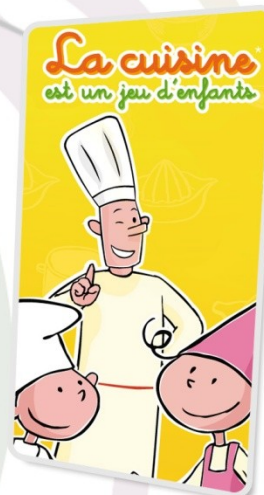


Alimentation, cultures enfantines et éducation

1-2
avril
2010



DOSSIER DE PRESSE



<http://funfoodconference.iae.univ-poitiers.fr>

*d'après l'ouvrage de Michel Oliver édité chez Plon
© 2005 Alphanim, CCA, Tji. Tous droits réservés



Sommaire

Page

1. Présentation du Centre Européen des Produits de l'Enfant (CEPE) 2

➔ VISITER LE CEPE :

Un accueil et une visite du CEPE sera organisée le mercredi 31 mars à 20h00 suivis par un dîner avec les enseignants-chercheurs du CEPE.

2. Présentation du Colloque 3

Le projet ANR Ludo-Aliment 4

Le programme du colloque 6

Atelier organisé par l'AFDN 7

Atelier organisé par la CIBDI 7

Traduction simultanée français-anglais 8

Deux tables rondes 8

Une exposition grand public 10

Un comité scientifique international 11

Contacts 14

➔ ASSISTER AU COLLOQUE :

Vous bénéficiez d'un tarif privilégié d'inscription à 200,00 €.

Si vous souhaitez échanger avec certains chercheurs présents lors du colloque, nous pourrions organiser une rencontre lors des deux déjeuners ou du dîner de gala.

Le Centre Européen des Produits de l'Enfant Angoulême

Créé en 2003 par l'Institut d'Administration des Entreprises de l'Université de Poitiers sur le site délocalisé d'Angoulême, le CEPE forme des généralistes des techniques de marketing et de management appliquées aux différents produits et marchés de l'enfant et à la valorisation des marques grâce au design et au packaging.

Le CEPE propose aujourd'hui trois diplômes :

- une **Licence de Gestion** (bac+3),
- un **Master Management Plurimédia des Produits de l'Enfant** (bac+5),
- un **Master Marketing du Design et du Packaging** (bac+5).

Le Centre bénéficie du soutien actif des professionnels avec des partenariats spécifiques et des échanges continuels (interventions, stages,...).

L'équipe du CEPE se compose de **cinq enseignants-chercheurs et cinq administratifs** sous la direction d'Inès de la Ville, Professeur des Universités en Sciences de Gestion. Le CEPE développe des travaux de recherche sur la consommation enfantine avec notamment :

- Création et organisation du premier Colloque International « *Pluridisciplinary Perspectives on Child and Teen Consumption* », Angoulême, France, 25-26 Mars. (36 communications, 230 participants de 11 pays). La deuxième édition de ce colloque a été organisée par la Copenhagen Business School (Danemark) en Avril 2006, la troisième par Norwegian Centre for Child Research (Norvège) en Avril 2008, et la quatrième par Linköping University en Suède en juin 2010.
- La publication d'un ouvrage en mai 2005 aux éditions Vuibert d'un ouvrage intitulé « *L'enfant consommateur : variations interdisciplinaires sur l'enfant et le marché* »,
- Des **projets de recherche sous contrat** avec :
 - l'Agence Nationale de la Recherche « LUDO-ALIMENT »; « Les biens de l'Enfant »,
 - Le groupe LA POSTE les Réseaux Sociaux Numériques
 - Le Rectorat de Poitiers et OUAT Entertainment, pour la coproduction du Serious Game 'KAISHA'

Le CEPE dispose d'un environnement idéal au cœur du Pôle Image MAGELIS et de locaux spacieux : sur 1500m²), 7 salles de cours équipées de vidéoprojecteurs, 40 postes informatiques en libre accès pour les étudiants équipés de logiciels professionnels, et également :

- un **centre de documentation** spécialisé qui propose plus de 2500 ouvrages de référence sur la consommation enfantine et le design packaging, des revues spécialisées et les mémoires de fin d'études des diplômés.
- une **salle d'expérimentation et de recherche** comprenant une régie vidéo, des caméras et une glace sans tain permettant de réaliser des observations scientifiques, régulièrement utilisée par les professionnels pour mener à bien des études qualitatives et des focus group.

Site du CEPE : <http://cepe.univ-poitiers.fr>

« Alimentation, cultures enfantines et éducation »

**Colloque international
1 – 2 avril 2010**

Un évènement scientifique exceptionnel

Le colloque a pour but d'établir un dialogue approfondi entre spécialistes de différents champs disciplinaires afin d'éclairer les enjeux relatifs à l'alimentation des enfants dans la société contemporaine.

Ces journées regroupent des travaux de recherche récents visant à mieux cerner les enjeux relatifs à l'évolution des marchés, à la conception des produits eux-mêmes, aux pratiques et aux usages relatifs à l'alimentation infantine.

Il rassemble des contributions émanant de toutes les disciplines des Sciences Humaines, Economiques et Sociales et intègre en particulier les apports de l'histoire, de la psychologie, de la sociologie, de la gestion et des sciences de la communication. Les thématiques scientifiques sont les suivantes :

- Représentation et catégorisation des aliments par les enfants
- Jeux et alimentation infantine
- Place de l'aliment dans les cultures enfantines
- L'enfant dans la prise de décision familiale en matière d'alimentation
- La socialisation alimentaire des enfants
- Comportement d'achat de l'enfant pour les produits alimentaires
- Espaces commerciaux et alimentation infantine
- Communication et publicité sur les produits alimentaires ciblés « enfant »
- Les produits alimentaires, l'enfant et les nouveaux médias
- Risques et plaisirs dans l'alimentation infantine
- Histoire de l'alimentation infantine
- Politiques et stratégies d'éducation alimentaire
- Discours publics et médiatiques sur l'enfant et l'alimentation
- L'alimentation dans les industries culturelles de l'enfance
- Responsabilité sociale des entreprises et alimentation infantine
- Régulation et auto-régulation des marchés agro-alimentaires ciblés « enfants »

Plus de 50 propositions de communications ont été reçues et le Comité Scientifique en a retenu 36 qui proviennent des Etats-Unis, du Canada, de Chine, du Danemark, de Norvège, de Grande Bretagne, de Suisse, d'Italie, de Colombie, ce qui confirme le caractère fortement international de cet évènement. Le programme détaillé du Colloque sera en ligne à partir du 15 février 2010 sur le site du colloque : <http://funfoodconference.iae.univ-poitiers.fr>.

Clôture d'un projet de recherche national d'une durée de trois ans

Le projet ANR Ludo-Aliment (janvier 2007 – juin 2010)

Le projet intitulé « La consommation enfantine d'aliments ludiques : analyse des tensions entre plaisir, risque et éducation » et focalisé sur un objet précis - le segment des produits alimentaires ludiques - éclaire les enjeux du rapprochement qui s'opère entre deux sphères considérées comme des espaces propres de l'enfance : les activités ludiques et les plaisirs alimentaires. Que ce soit au niveau du produit alimentaire lui-même, de sa conception, de sa présentation ou de la communication qui le porte, on constate une mise en scène qui renvoie à l'univers enfantin et à ses activités, à ses plaisirs, ses représentations, ses références en termes de héros, de modes... Le segment de marché des aliments ludiques et sa communication s'appuient sur un certain nombre de mécanismes ludiques. Cette association trouve sa place dans un contexte de pratiques et de représentations où depuis quelques années alimentation et jeu ne s'excluent plus, mais se combinent pour renforcer des stratégies commerciales et/ou pour renforcer l'impact de politiques d'éducation nutritionnelle.

Ce projet se propose d'étudier la construction de ce champ du ludo-alimentaire en étudiant comment s'élabore cette synergie au niveau de la consommation enfantine, à la fois à partir de la production, par l'étude de la conception et de la communication du point de vue des professionnels, et à partir de la consommation, par l'étude de la réception de ces produits/communications et des pratiques des acteurs que sont les enfants et les adultes, sans oublier l'aménagement physique de l'espace commercial... Les inégalités ou différences de trajectoires familiales qui s'expriment dans l'éducation alimentaire et dans l'accès aux informations nutritionnelles et à leur réappropriation par l'enfant seront plus particulièrement étudiées dans une perspective pluri-disciplinaire. L'équipe a saisi comment est appréhendé par les uns et les autres le caractère ludique, mais aussi comment sont pensées au niveau de cet espace de l'alimentation enfantine les pratiques éducatives qui visent la consommation. Il s'agit :

- de cerner les modalités de la mise en scène des désirs et plaisirs de l'enfant en matière d'alimentation et de jeu par les rhétoriques commerciales,
- d'explorer la tension entre ces désirs ou plaisirs de l'enfant et les risques auxquels il se trouve inéluctablement confronté comme acteur de la société de consommation dans les discours et les pratiques, et
- de s'interroger sur les possibilités de recadrage de cette dialectique plaisir - risque dans une perspective éducative ou prophylactique.

Ce projet interdisciplinaire exploratoire analyse comment les enfants de 4 à 12 ans eux-mêmes vivent leurs expériences de consommation d'aliments ludiques. Les enfants sont segmentés entre ceux qui sont tributaires des adultes pour l'information écrite et ceux qui jouissent d'une plus grande autonomie de consommation et fréquentation des pairs : selon les catégories sociales la césure se situera entre 7 et 8 ans. L'objectif consiste à construire une perspective complète sur la consommation d'aliments ludiques du point de vue de l'enfant en traitant les problématiques suivantes :

- étudier les conceptions intuitives des enfants sur les aliments susceptibles d'orienter leurs pratiques de consommation et analyser leur façon de rendre compte de leurs diverses expériences alimentaires et de la signification qu'ils leur assignent ;
- retracer les modalités selon lesquelles le marketing opère une interpénétration des sphères de l'alimentation et du jeu, en analysant l'émergence du segment des aliments ludiques ;

- repérer les modalités d'une éducation informelle (sur le lieu de vente, au foyer, dans la fratrie ou le groupe de pairs) orientant les compétences de consommation des enfants relatives aux produits alimentaires.

- repérer la façon dont les enfants jouent avec ou dans l'univers commercial, parfois indépendamment des stratégies mises en œuvre par les professionnels pour favoriser ce type d'activité ;

- analyser les négociations à travers lesquelles se construit l'autonomie accordée à l'enfant en matière de pratiques alimentaires ;

Cerner les différents registres concourant à la formation des pratiques de consommation de l'enfant en matière d'alimentation constitue un préalable indispensable à la définition de toute politique visant à transformer ces dernières. En effet, les pratiques sociales que recouvre le champ de la consommation enfantine font l'objet de vifs débats entre spécialistes, certains davantage préoccupés par la protection de l'enfant dans la société contemporaine, d'autres plus enclins à valoriser les capacités critiques des enfants et leur faculté d'adaptation aux différentes sollicitations commerciales. Il convient dans cette perspective de transformer les pratiques marketing afin d'établir des relations commerciales responsables avec les enfants et à évaluer l'impact potentiel d'initiatives éducatives destinées à accroître les compétences de consommation alimentaire des enfants.

9 Partenaires – 25 chercheurs impliqués :

Laboratoire Cultures et Sociétés en Europe, UMR CNRS, Université de Strasbourg

Laboratoire CERTOP, UMR CNRS, Université de Toulouse 2

Laboratoire EXPERICE, EA CNRS, Université de Paris 13

Laboratoire CITERES, UMR CNRS, Université François Rabelais, Tours

Laboratoire LEAD, UMR Université de Dijon

Laboratoire CEREGE, Université de Poitiers

DANONE Research, Palaiseau

Institut National de la Consommation, Paris

Le Syndicat des Fabricants de Biscuits & Gateaux de France

Budget global du projet de recherche sur 3 ans :

1,2 million d'€ dont 400 K€ apportés par l'ANR

Le Programme du colloque

Jeudi 1^{er} avril 2010

8h30
9h45

Ouverture du Colloque

Mot d'accueil par Valérie-Inés de La Ville

Allocution d'ouverture par **Madame Bernadette VERGNAUD**
Députée Européenne et 2^{ème} Vice-Présidente de la Commission du Marché Intérieur et
de la Protection des Consommateurs au Parlement Européen

10h00
12h00

1. L'enfant dans la prise de décision familiale
en matière d'alimentation

2. Processus de socialisation alimentaire
des enfants

13h30
15h30

3. Le développement des représentations et
catégorisations des aliments par les enfants

4. Place de l'aliment dans les cultures
enfantines

15h45
17h45

Table Ronde 1

« Regards croisés sur la transformation des cultures alimentaire enfantines »
animée par Jean-Pierre CORBEAU

18h00 - 19h00 Apéritif d'inauguration de l'exposition :
« Le goût des bulles –
Alimentation, bande dessinée et cultures enfantines »

18h00 - 19h00

**5. Atelier proposé par la Cité Internationale de la
Bande Dessinée et de l'Image (CIBDI)**

« Alimentation, bande dessinée et cultures enfantines »

Grande Galerie

18h00 – 19h00

**6. Atelier proposé par la Ville d'Angoulême et
l'Association Française des Nutritionnistes (AFDN)**

**« Implication de la collectivité dans une éducation
alimentaire »**

Table à Dessin

20h00 Départ bus

21h00 DINER DE GALA

à la Grande Salle des Distilleries de Segonzac

Vendredi 2 avril 2010

09h15 10h15	7. Histoire de l'alimentation enfantine	8. Espaces commerciaux et alimentation enfantine
10h30 12h00	9. Responsabilité sociale des entreprises et alimentation enfantine	10. Jeux et enjeux contemporains de l'alimentation enfantine
13h30 15h30	11. Communication et publicité sur les produits alimentaires ciblés « enfant »	12. Politiques et stratégies d'éducation alimentaire
15h45 17h45	Table Ronde 2 « Pratiquer un marketing éducatif, est-ce crédible ? » animée par Jean-Jacques URVOY	
17h45 18h00	Clôture du colloque	

Atelier organisé par l'Association Française Des Nutritionnistes (AFDN)

« L'implication de la collectivité dans une éducation alimentaire »

En s'impliquant dans des actions d'éducation alimentaire, quels sont les objectifs de la cité : un changement individuel de comportement ou une aide pour que chacun puisse acquérir plus de prise sur son milieu de vie et sur son environnement.

Quels effets peut-on en attendre, que doit-on craindre de ces interventions, quelle est leur pertinence ?

L'AFDN propose de débattre de ce thème avec 2 personnalités du monde de la nutrition.

Atelier organisé par la Cité Internationale de la Bande Dessinée et de l'Image

« Alimentation, bande dessinée et cultures enfantines »

Gino FREZZA, Professeur, Université de Salerne

interviendra sur le thème :

« Modèles symboliques de l'alimentation dans la bande dessinée »

Sergio BRANCATO, Professeur, Université de Naples Frédéric II

interviendra sur le thème :

« Images du désir. Comportement social et consommation culturelle dans les représentations de l'alimentation en bande dessinée »

Traduction simultanée français-anglais

L'ensemble des communications scientifiques et des échanges qui auront lieu pendant les tables rondes fera l'objet d'une prestation de traduction simultanée par une société spécialisée. L'objectif est de rendre facilement accessible l'ensemble du programme de ces deux journées aux 250 participants attendus (1/3 étudiants, 1/3 d'enseignants-chercheurs et 1/3 professionnels de l'agro-alimentaire).

Deux tables rondes

En outre, ces journées sont l'occasion d'un dialogue étroit entre chercheurs en sciences humaines et professionnels des industries agro-alimentaires ciblant « l'enfant » à travers des tables rondes sur des thèmes d'actualité. Ces deux tables rondes qui se tiendront de 15h45 à 17h45 chaque jour.

Table Ronde 1 : le 1^{er} avril 2010

« Regards croisés sur la transformation des cultures alimentaires enfantines »

Cette table ronde à visée scientifique présentera des avancées récentes en matière de recherche au plan international. Elle présentera des recherches récentes – avec une base empirique solide – dans une perspective internationale afin de comparer sur quels éléments reposent les modèles de sociabilité alimentaire infantine selon les cultures et le stade de développement de la société de consommation. Cette table ronde comparera les cultures alimentaires enfantines en Amérique du Nord (USA et Canada), en Europe, en Amérique Latine et en Afrique, et le débat portera sur l'adéquation des politiques éducatives à ces différentes réalités.

Intervenants :

Stephen KLINE, Professeur de Psychologie, School of Communication, Simon Fraser University, Canada, interviendra sur *Globesity, food marketing and family lifestyles: the role of media*.

Nicoletta DIASIO, Maître de Conférence, Université de Strasbourg, interviendra sur *Les enfants et la fun food en France: un terrain contrasté. De la surveillance et la méfiance à la négociation et l'affirmation de soi*.

Charles-Edouard de SUREMAIN, Anthropologue, Institut de la Recherche pour le Développement, interviendra sur *s'alimenter dans la rue, la culture des bandes d'enfants en Bolivie*.

Jean-Pierre POULAIN, Professeur de Sociologie de l'Alimentation, Université Toulouse 2, Laboratoire CERTOP, qui a publié en 2008 : « *Sociologies de l'obésité* ».

Animateur :

Jean-Pierre CORBEAU, Professeur de sociologie de la consommation et de l'alimentation, Université François Rabelais, Tours.

Table Ronde 2 : le 2 avril 2010

« Pratiquer un marketing éducatif, est-ce crédible ? »

Cette table ronde à visée managériale tirera les enseignements apportés par ces deux journées de recherche pour orienter les pratiques marketing relatives aux produits alimentaires destinés aux enfants. Elle regroupera des responsables marketing gérant une marque internationale, une PME récemment créée pour offrir aux enfants des aliments biologiques sous une forme ludique. Elle sera complétée par le point de vue d'une association de consommateurs et par un représentant de l'Agence de Régulation des Pratiques Publicitaires.

Intervenants :

Olivier VERNIER, Vice-Président Nutrition de Fabricants de Biscuits et Gâteaux de France
Directeur Général Marketing-Ventes – United Biscuits, interviendra sur « *Démarche collective et démarche privée, approches complémentaires pour asseoir un développement durable sur la confiance dans les marques alimentaires ?* »

Matt COHEN, Fondateur KIDFRESH - PME créée à New York sur un concept original de « Food store for kids » qui affirme sa volonté de pratiquer un marketing éducatif. <http://www.kidfresh.com/> Il interviendra en visio-conférence depuis New-York sur : « *De l'ultra-frais au surgelé : repositionner la marque Kidfresh sur le marché américain en équilibrant promesse nutritionnelle, éducative et ludique.* »

Anne CHANON, Adjoint Direction Générale- Déontologie - Relations institutionnelles ARPP - Autorité de régulation professionnelle de la publicité –traiterai le thème suivant : « *Pour une éthique partagée : les règles déontologiques de l'ARPP pour une communication responsable en direction des jeunes publics* » de façon à présenter les nouvelles règles de responsabilité sociale adoptée par les annonceurs entées en vigueur en Janvier 2010.

Olivier RAYMOND - Planneur Stratégique - Kids Now - Cabinet Conseil Expert de l'Univers de l'Enfant – <http://www.kidsnow.eu/> traitera : « *Maximiser la dimension éducative du discours d'une marque alimentaire enfants et optimiser sa retranscription transversale sur les différents supports d'expression (packaging, web, ...)* »

Animateur :

Jean-Jacques URVOY, consultant indépendant et auteur du livre « *Gérer une marque enfant* » chez Eyrolles.

Une exposition grand public et un site internet à visée pédagogique

« Le goût des bulles. Alimentation, bande dessinée et cultures enfantines »

La Cité Internationale de la Bande Dessinée et de l'Image

1^{er} avril – 30 septembre 2010

La *Cité Internationale de la Bande Dessinée et de l'Image* (CIBDI) d'Angoulême présente « *Le goût des bulles* », une exposition qui redessine les entrelacs unissant les univers de l'alimentation et de la bande dessinée

De 1900 à nos jours, de l'Europe à l'Amérique en passant par le Japon, cette exposition traite de la place prépondérante accordée au thème de l'alimentation dans les *comics* et illustre les usages sans cesse renouvelés du langage et des motifs propre à la BD et à ses personnages dans les domaines de la publicité, du packaging et du design alimentaire.

Sous quelles formes le rapprochement entre la bande dessinée et l'alimentation se manifeste-t-il? Quel rôle l'alimentation joue-t-elle à l'intérieur des narrations de la BD? Pourquoi fait-on appel aux répertoires narratifs et iconographiques de la bande dessinée dans la conception, la réalisation et la promotion de produits alimentaires? Autant de questions qui trouveront réponses au fil d'un parcours jalonné de reproductions de planches originales de bandes dessinées, d'imprimés, d'annonces publicitaires et d'affiches ainsi que d'images de *packaging* et de produits alimentaires inspirés des bandes dessinées.

Cette exposition est co-organisée par le Laboratoire Cultures et Sociétés en Europe (CNRS-Université de Strasbourg), le Centre Européen des Produits de l'Enfant (Université de Poitiers) et la Cité Internationale de la Bande Dessinée et de l'Image.

L'inauguration aura lieu le jeudi 1^{er} Avril à 18h00 dans les locaux de la *Cité Internationale de la Bande Dessinée et de l'Image*. Elle sera exposée jusqu'au 30 septembre 2010 dans le hall de la CIBDI ce qui permettra de la faire visiter gratuitement par environ 30 000 visiteurs tout au long du printemps et de l'été 2010.

Commissaire : Simona De Iulio, Université de Strasbourg

Cité Internationale de la Bande Dessinée et de l'Image (CIBDI)
121 rue de Bordeaux
16000 ANGOULEME

Avec le soutien de :



Magelis
Pôle Image Angoulême

IN
Institut National
du Design Packaging



UNIVERSITÉ
FRANCO
ITALIENNE

UNIVERSITÀ
ITALIANA
FRANCESE

Un Comité Scientifique international



Alberto ABRUZZESE

Directeur de l'Institut de la Communication
Université IULM, Milan, Italie

Recherches

- Sociologie de la communication
- Sociologie de la consommation
- Sociologie de l'art
- Sociologie de l'imaginaire



Jean-Jacques BOUTAUD

Professeur en Communication
UFR Langues et Communications
Université de Bourgogne

Recherches

- Responsable du Laboratoire LIMSIC
- Membre du Bureau de l'Ecole Doctorale Langues Imaginaires et Sociétés.



Søren ASKEGAARD

Professeur en Marketing et Consommation
Department of Marketing & Management
University of Southern Denmark

Recherches

- Consumer Culture Theory
- Globalisation processes and consumer culture
- Consumer desires
- Branding from a consumer perspective
- Food consumption, food culture and food symbolism.



Gilles BROUGERE

Professeur de Sciences de l'éducation, Université
Paris 13
Directeur du Laboratoire Expérience Ressources
Culturelles Education (EXPERICE)

Recherches

- Le jouet
- Les relations entre jeu et éducation
- La sociologie de l'enfance et de l'apprentissage



Michelle BERGADAA

HEC, Université de Genève, Suisse

Member of Editorial Board

- Decision Marketing (DM)
- Journal of Business Research (JBR)
- Recherche et Application en Marketing (RAM)
- Revue Management et Avenir (RMA)
- Revue Internationale des Sciences Commerciales - Forum on Science, Techniques and Art Applied to Marketing (Spain)



Franck COCHOY

Professeur de Sociologie,
Université de Toulouse 2
Directeur du Laboratoire Centre d'Etude et
Recherche Travail, Organisation, Pouvoir
(CERTOP)

Recherches

- Sociologie des marchés
- Rapports entre politique et marché
- Responsabilité sociale de l'entreprise
- Démocratie technique



Daniel Thomas COOK

Associate Professor of Childhood Studies
Department of Childhood Studies,
Rutgers University, USA

Recherches

- Youth and Childhood
- Consumption and Media
- Qualitative Methods
- Cultural Sociology
- Urban Sociology



Pascal HINTERMEYER

Professeur de Sociologie,
Université de Strasbourg
Directeur du Laboratoire Cultures et Sociétés en
Europe (LCSE)

Recherches

- Le rapport social à la mort et aux figures du négatif (souffrance, maladie...).
- Les représentations de la cohérence et de la fragilité du lien social.
- Le sens de la violence, notamment des jeunes.



Jean-Pierre CORBEAU

Professeur de Sociologie de la consommation et de
l'alimentation, Université François Rabelais, Directeur
du Laboratoire Cités, Territoires, Environnement,
Sociétés (CITERES)

Recherches

- Anthropologie et sociologie de l'alimentation
- Cofondateur de l'Institut Français du Gout
- Membre du comité scientifique de l'Observatoire CNIEL des habitudes alimentaires
- Membre du bureau de l'Association Internationale des Sociologues de Langue Française (AISLF)
- Secrétaire général de l'IEHCA (Institut Européen)



Stephen KLINE

Professor in Psychology
School of Communication,
Simon Fraser University, Canada

Research

- Advertising
- Children's media & culture
- Energy metabolism and obesity
- Audience research
- Public communication campaigns
- Non-broadcast video designs & uses.



Patrick HETZEL

Professeur de Sciences de Gestion
Université Panthéon-Assas, Paris II
Directeur du Laboratoire Largepa

Recherches

- Publication de nombreux articles dans les revues internationales - *Planète Conso*, *marketing expérientiel* et *nouveaux univers de consommation*, Editions d'Organisation, Paris.



Jean-Pierre THIBAUT

Professeur de Psychologie,
Université de Bourgogne
Responsable du Laboratoire d'Etude de
l'Apprentissage et du Développement (LEAD)

Recherches

- Développement cognitif de l'enfant
- Théories et connaissances naïves des enfants
- Apprentissages cognitifs



Michel MANSON

**Professeur en Sciences de l'éducation
Université Paris 13
Membre du Laboratoire EXPERICE**

Recherches

- Pratiques et objets culturels de l'enfance et de la jeunesse
- L'histoire de l'enfant, de l'éducation, du jouet, du livre de jeunesse, dans l'Antiquité, l'Ancien Régime, et l'époque contemporaine



Pascal SCHLICH

**Professeur, Université de Bourgogne
Directeur du Centre Européen des Sciences du Goût (CESG), Responsable du Laboratoire LIRIS**

Recherches

- Coordination de deux programmes de recherches transdisciplinaires sur les préférences et les comportements alimentaires de l'enfant :
- Opaline, qui vise à comprendre la formation et l'évolution des préférences depuis la naissance jusqu'à l'âge de 2 ans,

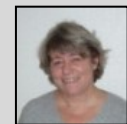


David MARSHALL

**Professor of Marketing and Consumer Behaviour,
The University of Edinburgh, UK**

Recherches

- consumer behavior
- marketing
- special interest in food industry, health issues and change
- marketing to children
- consumption and music



Régine SIROTA

**Professeur de Sociologie,
Faculté des Sciences Humaines et Sociales,
Université Paris Descartes**

Recherches

- Sociologie de l'éducation
- Sociologie de l'enfance
- Responsable du comité de recherche de l'Association Internationale des Sociologues de Langue Française



Jean-Pierre POULAIN

**Professeur des Universités,
Université de Toulouse 2**

Recherches

- La sociologie et l'anthropologie de l'alimentation et des cultures alimentaires
- L'évolution des pratiques alimentaires
- Les dimensions sociales de l'obésité et des troubles du comportement alimentaire
- La gestion des crises alimentaires



Brian YOUNG

**Honorary University Fellow,
School of Psychology, University of Exeter, UK**

Recherches

- Psychology and the media, with particular reference to advertising.
- Children and materialism.
- Children's understanding of television and television advertising.
- Editor of 'Young Consumers'
- Member of the Editorial Board of the International Journal of Advertising

Contacts

Centre Européen des Produits de l'Enfant
186 rue de Bordeaux
16025 ANGOULEME CEDEX
Tél : +33 (0)5 45 21 00 11
Fax : +33 (0)5 45 21 23 25
<http://cepe.univ-poitiers.fr>

Programme scientifique du colloque :

Inés de LA VILLE
Tél : +33 (0)5 45 21 23 27
delaville@iae.univ-poitiers.fr

Organisation et renseignements sur le colloque :

Maxine JOHNSON
Tél : +33 (0)5 45 21 25 26
johnson@iae.univ-poitiers.fr

Françoise MIGNOT
Tél : +33 (0)5 45 21 23 26
mignot@iae.univ-poitiers.fr