

## **L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL FAIT-IL TROP DE PLACE AU PLAISIR ?**

**Questions/Réponses avec Valérie-Inès de LA VILLE**  
**Directrice du Centre Européen des Produits de l'Enfant,**  
**Unité de documentation, d'enseignement et de recherche**  
**sur la consommation enfantine, Université de Poitiers**

### **L'environnement commercial fait-il trop de place au plaisir alimentaire ?**

**Valérie-Inès de LA VILLE :** Dans un contexte d'industrialisation croissante de la production des aliments et de peurs suscitées par la progression de l'obésité et la déstructuration de l'alimentation, c'est le point de vue d'un certain nombre d'acteurs, notamment d'associations de consommateurs telles que l'UFC Que Choisir. Un chercheur a comparé les enfants à « des canaris au fond de la mine de charbon », c'est-à-dire à la population la plus exposée. Pour répondre à votre question, il faut regarder comment se construit le plaisir gustatif chez l'enfant et comment il s'inscrit dans le champ plus vaste de la consommation enfantine, il faut aussi décrypter le rôle joué par une pluralité d'institutions : industriels, médias, institutions éducatives, parents, institutions politiques, associations de consommateurs ...

### **Le plaisir gustatif chez l'enfant s'inscrit dans les rapports entre générations et institutions sociales. Quels sont les principaux enseignements des travaux en sciences sociales ?**

**Valérie-Inès de LA VILLE :** Il ressort d'un ensemble de travaux historiques et ethnographiques que le plaisir gustatif chez l'enfant fait tout d'abord référence au regard que les adultes et la société dans son ensemble portent sur l'enfance. Depuis l'époque romantique, s'est imposée une vision de l'enfance comme d'une période d' « innocence merveilleuse », où le comportement de l'enfant serait essentiellement spontané, naturel, non encore perverti par des règles sociales imposées par le monde adulte et ses conventions. En parallèle, différents événements sociaux se sont progressivement construits comme des moments de célébration de l'enfance et ont fait l'objet d'une forme de ritualisation alimentaire. Baptêmes, rituels religieux, veillées de Noël, Halloween, Mardi gras, anniversaires, puberté, sont autant d'occasions sociales dans diverses cultures qui célèbrent le passage progressif vers le monde adulte.

### **Que signifient pour l'enfant ces fêtes d'anniversaire qui sont de plus en plus organisées avec catalogues d'invitations, de décorations, de gâteaux ... ?**

**Valérie-Inès de LA VILLE :** C'est un espace propre à l'enfance dans la société contemporaine. L'enfant est au cœur et au centre de la fête, il en définit précisément les modalités sociales.

Les enfants inventent des règles de civilité en matière d'invitations, de types de cadeaux à offrir, d'activités festives à programmer, de gâteaux et confiseries à servir. La fête d'anniversaire, c'est la transgression ponctuelle des règles alimentaires ordinaires ; cette liberté n'est accordée que parce que contrôlée par l'adulte.

### **Comment le plaisir gustatif de l'enfant se construit-il dans les interactions avec les autres ?**

**Valérie-Inès de LA VILLE :** Les enfants inventent collectivement certaines règles de façon à les intégrer dans l'univers social et culturel qu'ils vivent et revendiquent parfois comme le leur. Les goûters apportés dans la cour de l'école jouent un rôle important à cet égard car ils sont le support de relations d'échange, d'amitié, de solidarité entre pairs : l'enfant choisit avec qui, dans quelles circonstances et selon quelles modalités il va partager l'aliment. Les subtilités du plaisir gustatif enfantin se révèlent dans les rituels de l'échange, la capacité à surprendre ses amis ...

## **Qu'y a-t-il dans cette notion de « coolness » qui est au cœur des cultures enfantines ?**

**Valérie-Inès de LA VILLE :** Etre cool, c'est être à la fois à la page, à la mode, mais aussi ne plus se soumettre aux règles imposées par les adultes. Cependant, privilégier une lecture exclusivement « cool » des cultures enfantines serait oublier que les aliments apportés à l'école sont aussi le fruit de négociations en amont avec les parents ...

## **Le plaisir gustatif comporte également une part de transgression volontaire des interdits et des normes alimentaires dictées par les parents ?**

**Valérie-Inès de LA VILLE :** Les comportements de grignotage alimentaire et l'utilisation de l'argent de poche ou l'organisation de fêtes telles que des pyjamas parties constituent une sphère privilégiée où l'enfant peut expérimenter une forme d'indépendance, accéder à une capacité à négocier avec les adultes, à se fixer ses propres règles, bref à s'essayer à son rôle de consommateur en dehors du contrôle parental. Comme l'a bien montré Nicoletta Diasio, cet espace intermédiaire, en tension entre projet éducatif et transgression, est « extraordinaire » au sens étymologique du terme.

## **L'enfant n'est-il pas de plus en plus interpellé par la publicité télévisée et invité à être un « consomm-acteur » au même titre qu'un adulte ?**

**Valérie-Inès de LA VILLE :** Retenons que l'année 2007 a été marquée par un renversement majeur dans les pratiques de loisirs des enfants : le temps passé à regarder la télévision a été détrôné au profit du Web et en particulier du Web 2.0. Les techniques de marketing s'y sont adaptées avec la pratique de l'« advergaming » qui offre à l'enfant sur internet une activité ludique gratuite.

## **Protéger les enfants de l'environnement commercial n'est-il pas utopique, voire même parfois dangereux ?**

**Valérie-Inès de LA VILLE :** De plus en plus d'industriels sont conscients de leur responsabilité envers l'enfant et s'interrogent sur la façon d'étayer le projet éducatif des parents afin d'inculquer des habitudes de consommation raisonnables et d'éduquer le futur consommateur adulte que l'enfant représente en puissance. La pertinence s'impose d'un marketing éducatif contribuant à réguler les prises alimentaires des enfants en les aidant à maîtriser par eux-mêmes les tensions entre compulsion et satiété, entre gourmandise et nutrition, entre banalité des saveurs et extension de leur répertoire de goûts. Mais il faut bien voir que la construction du plaisir gustatif de l'enfant dans la société contemporaine est le résultat d'une dynamique qui s'inscrit dans un système culturel, institutionnel, social et politique complexe, entremêlant un ensemble ambivalent de logiques, d'intérêts et de valeurs.