

Child & Teen Consumption

8ème conférence Child and Teen Consumption

Les Industries Culturelles et Créatives de l'Enfance et de la Jeunesse



Dossier de presse



IC industries
culturelles &
CA création
artistique

4 - 6 avril 2018
Bâtiment du Nil
138 rue de Bordeaux
16000 Angoulême



<http://ctc2018.conference.univ-poitiers.fr>

Sommaire

Communiqué de presse	P.1
Colloque Child and Teen Consumption.....	P.2/3
Les moments forts du colloque.....	P.4
Les Keynotes invités.....	P.5
Le comité scientifique	P.6/7/8
Les organisateurs du colloque	P.9
Les partenaires du colloque.....	P.10
Les soutiens du colloque.....	P.11
Le CEPE-IAE.....	P.12
Ils parlent de nous.....	P.13/14/15
Contacts.....	P.16
Programme détaillé en anglais (annexe)	

Communiqué de presse

8ème édition du Colloque international « **Child and Teen Consumption** »

4 – 6 avril 2018, Angoulême

UN EVENEMENT SCIENTIFIQUE A FORT RAYONNEMENT INTERNATIONAL

Créé par le CEPE - IAE de l'Université de Poitiers à Angoulême en 2004, le colloque CHILD AND TEEN CONSUMPTION organise un dialogue interdisciplinaire approfondi entre chercheurs en gestion, psychologie, sociologie, information et communication, anthropologie, histoire, sciences de l'éducation, droit, etc. pour interroger les liens entre l'enfant et les univers marchands. Cette logique d'hybridation, d'une part, expose les travaux en gestion à des recherches récentes sur l'enfant développant parfois un regard critique sur le marketing jeunesse, et, d'autre part, incite les spécialistes des cultures enfantines à intégrer une analyse des dispositifs socio-économiques qui façonnent et contraignent les pratiques culturelles de la jeunesse.

Après 14 ans de tournée européenne, il revient à sa source pour la 8ème édition qui se déroulera du 4 au 6 avril 2018 à Angoulême, ville de l'image et de la bande dessinée, sur le thème :

Cultural and Creative Industries of Childhood and Youth - <http://ctc2018.conference.univ-poitiers.fr/>

Organisée par la Maison des Sciences de l'Homme et de la Société (**MSHS**) et le Centre Européen des Produits de l'Enfant (**CEPE-IAE**) de l'Université de Poitiers, le Laboratoire d'excellence « Industries Culturelles et Création Artistique » (**Labex ICCA Paris**) et le **CNRS**, la 8ème édition a retenu **57 communications venant du monde entier** : Chili, Nouvelle-Zélande, Canada, USA, Brésil, Grande-Bretagne, Finlande, Suède, Portugal, Espagne, Iran, Chine, Danemark, Israël, France, etc.

VENEZ INTERVIEWER LES 4 KEYNOTES, SPECIALISTES DU SUJET

3 chercheurs académiques pionniers de ce champ de recherches :

- ▶ **Minna RUCKENSTEIN** – Centre de recherche sur la consommation – Université d'Helsinki – Finlande :
« Gaming life and data traces: transitions in children's consumption »
- ▶ **Marc STEINBERG** – Professeur Associé – Concordia University – Canada :
« Delivering Media: The Convenience Store as Media Mix Hub »
- ▶ **Pascal LARDELLIER** – Professeur à l'Université de Bourgogne – France :
« Deconstructing generation Y and digital natives: a critical reading of two media and marketing clichés »

1 producteur français leader de la création de contenus culturels pour la jeunesse :

- ▶ **Marc du PONTAVICE** - Fondateur et PDG de Xilam - France :
« The new challenges confronting French Animation Producers »

SUIVEZ LE DEBAT PROFESSIONNEL SUR LE FINANCEMENT DES CONTENUS JEUNESSE

« Financer la création de contenus culturels pour la jeunesse :
nouveaux formats publicitaires, aides publiques et enjeux éthiques ».

Table ronde du 5 AVRIL de 16h15 à 18h00 animée par **Christophe ERBES** avec la participation de :

- ▶ **Michel MOGGIO** – Fédération des industries Jouet - Puériculture
- ▶ **Julien VILLEDIEU** – Syndicat National du Jeu Vidéo
- ▶ **Julien BORDE** – Directeur chaînes jeunesse et ciné/séries - France/Afrique - Turner
- ▶ **Philippe ALESSANDRI** – Syndicat des producteurs de films d'animation
- ▶ **Stéphane MARTIN** – Président - European Advertising Standards Alliance

Contacts presse : Antoine GEORGET, Carole BOUBILA - CEPE Université de Poitiers - 186 rue de Bordeaux,
16 025 Angoulême Cedex – Tel : + 33 545 21 00 11 – Email : ctc2018@univ-poitiers.fr



Colloque Child and Teen Consumption

Le colloque « Child and Teen Consumption », créé par le CEPE - IAE de l'Université de Poitiers à Angoulême en 2004, a pour objectif d'organiser un dialogue approfondi entre chercheurs de diverses disciplines (gestion, psychologie, sociologie, information et communication, anthropologie, histoire, sciences de l'éducation, droit, etc.) dont les travaux sont centrés sur les liens entre l'enfant et les univers marchands.

S'est ainsi constituée une communauté active ayant organisé les six éditions précédentes du colloque qui ont réuni entre 120 et 180 participants :

- en 2006 par la Copenhagen Business School (Danemark) ;
- en 2008 par le Norwegian Child Research Centre (Norvège) ;
- en 2010 par Linköping University (Suède) ;
- en 2012 par l'Università Libera di Milano (Italie) ;
- en 2014 par la Business School of Edinburgh University (Royaume-Uni) ;
- en 2016 par l'Université de Aalborg (Danemark).



Colloque Child and Teen Consumption

L'organisation du colloque est portée en alternance par un département d'Administration des Entreprises et un département orienté Child Studies ou Cultural Studies.

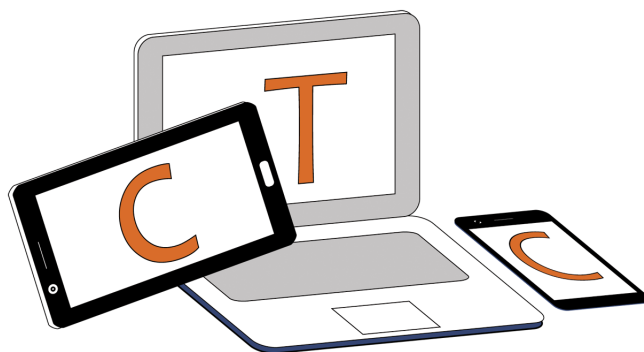
Cette logique d'hybridation, d'une part, expose les travaux en gestion à des recherches récentes sur l'enfant développant parfois un regard critique sur le marketing jeunesse, et, d'autre part, incite les spécialistes des cultures enfantines à intégrer une analyse des dispositifs socio-économiques qui façonnent et contraignent les pratiques culturelles de la jeunesse.

La 8ème édition met en exergue le thème « **Cultural and Creative Industries of Childhood and Youth** » afin de mettre en valeur les recherches dans ce domaine et inviter des producteurs de contenus culturels à apporter leur point de vue aux débats.

Evaluation des communications

Les communications font l'objet d'une double évaluation en aveugle interdisciplinaire par le Comité scientifique international. L'objectif étant que la conférence constitue un lieu de dialogue scientifique et d'apprentissage afin que les chercheurs dont les communications ont été retenues puissent progresser dans leur réflexion et renforcer la robustesse de leur approche scientifique.

Le comité scientifique a retenu **57 communications venant du monde entier** : Chili, Nouvelle-Zélande, Canada, USA, Brésil, Grande-Bretagne, Finlande, Suède, Portugal, Espagne, Iran, Chine, Danemark, Israël, France, etc.



Child & **T**een **C**onsumption

Langue de travail

Tout le colloque se déroulera en anglais.

Valorisation

Ce colloque sera filmé par le service UPtv, la web TV de l'Université de Poitiers.

Un partenariat avec la revue *Young Consumers* (ISSN 1747-3616 – Professeur Brian Young) distingue le travail d'un jeune chercheur par un prix remis à l'occasion de chaque conférence CTC.

Les moments forts du colloque

4 Avril 2018

Keynote 1 : 13.30 - 14.15 Minna RUCKENSTEIN - Finlande

« La vie du gamer et ses données : transition des habitudes de consommation des enfants »

Sessions parallèles 14.30 - 16.00

Jeunesse, Boissons et Média, Président : Cristina BADULESCU - Université de Poitiers (France)

Magasins et Ludothèques, Président : Dominique DESJEUX - Université Descartes Paris (France)

Enfance, Marketique et Ethique, Président : Daniel T COOK - Rutgers Université (USA)

Sessions parallèles 14.30 - 16.00

Ethique, Réglementation alimentaire et Médias, Président : David MARSHALL, Université d'Edimbourg (Royaume-Uni)

Le consommateur créatif en ligne, Président : Natalie COULTER - Université York (Canada)

Les pratiques culturelles et parentales, Président : Gilles BROUGERE - Université Villetaneuse Paris (France)

Visites 18.15 - 19.30

5 Avril 2018

Keynote 2 : 09.00 - 09.45 Marc STEINBERG - Canada

« Diffusion des médias : Le commerce de proximité comme plateforme mix média »

Sessions parallèles 10h00 - 12h00

Enfants et matérialisme, Président : Olivier BADOT - ESCP-EAP Paris (France)

L'enfance et les marchés, Président : Pascal GARNER - Université Villetaneuse Paris (France)

Genre, jeunesse et médias, Président : Stephen KLINE - Université Simon Fraser de Vancouver (Canada)

Consommateurs créatifs sur Youtube, Président : Valérie-Inés de LA VILLE - Université de Poitiers (France)

Keynote 3 : 13.30 - 14.15 Marc du PONTAVICE - France

Fondateur et Directeur Général de XILAM - « Les nouveaux défis pour les producteurs d'animation français »

Sessions parallèles 14h30 - 16h00

Le point de vue des enfants sur l'alimentation, Président : Malene GRAM - Université d'Aalborg (Danemark)

La consommation, la maternité et le rôle parental, Président : Minna RUCKENSTEIN, Centre de recherche sur la société de consommation - Université d'Helsinki (Finlande)

Médias et imaginaires des aliments, Président : Pascal LARDELLIER - Université de Bourgogne (France)

Séries TV, consommation et adolescence, Président : Anna SPARRMAN - Université de Linköping (Suède)

Table ronde : 16.15 - 18.00

« Financer la création de contenus culturels pour la jeunesse : nouveaux formats publicitaires, aides publiques et enjeux éthiques ».

Animé par Christophe ERBES, Consultant médias.

- ▶ **Michel MOGGIO** – Fédération des industries Jouet - Puériculture
- ▶ **Julien VILLEDIEU** – Syndicat National du Jeu Vidéo
- ▶ **Julien BORDE** – Directeur chaînes jeunesse et ciné/séries - Europe du Sud - Turner
- ▶ **Philippe ALESSANDRI** – Syndicat des producteurs de films d'animation
- ▶ **Stéphane MARTIN** – Président - European Advertising Standards Alliance

6 Avril 2018

Keynote 4 : 9.00 - 9.45 Pascal LARDELLIER - France

« Déconstruire la génération Y et les natifs du numérique : lecture critique de deux clichés médias et marketing »

Sessions parallèles 10.00 - 12h00

Bandes dessinées, marques et transmédia, Président : Marc STEINBERG - Université Concordia (Canada)

Public enfantin et culture de la convergence, Président : Everardo ROCHA - Université PUC Rio de Janeiro (Brésil)

Construction identitaire et remodelage des relations sociales, Présidente : Lydia MARTENS – Université de Keele (Ukraine)

L'éducation formelle et la culture des enfants, Présidente : Régine SIROTA – Université Descartes Paris (France)

Tout le colloque se déroulera en anglais

Ley Keynotes invités

Venez les interviewer !

RUCKENSTEIN Minna



Professeur au Consumer Society Research Center, Université d'Helsinki (Finlande), a combiné l'étude des enfants et de l'enfance avec un intérêt pour la technologie et l'économie.

Son expérience est particulièrement solide dans les domaines de l'anthropologie, de la communication, des études scientifiques, technologiques et de la recherche sur l'enfance. Elle est également titulaire d'un doctorat en économie de la consommation, spécialisée dans les questions de consommation numérique.



STEINBERG Marc

Professeur à l'Université Concordia (Canada) et auteur de livres primés, *Anime's Media Mix : Franchising Toys and characters in Japan* (Université de Minnesota Press, 2012) et *Naze Nihon Wa « Media Mikkusu Suru Kuni » Nano Ka*.

Son projet de recherche actuel porte sur la formation et l'évolution des plateformes numériques pour la distribution de contenu au Japon, en Corée du sud et en Amérique du nord - des téléphones de fonction, aux smartphones en passant par les sites de streaming, les jeux et les applications mobiles. Ce travail porte une attention particulière à la manière dont la théorie managériale et les systèmes logistiques interviennent dans les cultures numériques.

DU PONTAVICE Marc



Diplômé de l'Institut d'Etudes politiques de Paris, Marc du Pontavice lance en 1990 Gaumont Télévision. En 1995, il participe à la création et devient directeur général du département Gaumont Multimédia centré sur les métiers du dessin animé, des jeux vidéo et internet.

En 1999, il crée son studio de production de films d'animation, « Xilam », et rachète en 2000 les actifs de Gaumont Multimédia. Ancien président du SPFA (Syndicat des Producteurs Français d'Animation).



LARDELLIER Pascal

Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université de Bourgogne (France). Il est également directeur scientifique de PROPEDIA, laboratoire du groupe IGS à Paris.

Il est l'auteur d'une vingtaine de livres traitant de plusieurs sujets, de la sociologie à l'anthropologie, par exemple, les usages sociaux des TIC par les adolescents, les rencontres en lignes, les formes et fonctions des rituels dans les sociétés occidentales, l'alimentation, la communication non-verbale ...

Le comité scientifique



BADOT Olivier
Experiential Marketing
ESCP-EAP – France



BADULESCU Cristina
Communication / Museums
University of Poitiers – France



BAHUAUD Myriam
Transmedia communication
University Bordeaux Montaigne
France



BROUGERE Gilles
Educational Sciences
University Paris 13 – France



COOK Dan
Sociology of childhood
Rutgers University – USA



COCHOY Franck
Economic sociology
University Toulouse
Jean Jaurès – France



CROSS Gary
Modern History
Pennsylvania State University
USA



COUTANT Alexandre
Communication
UQAM – Canada

Le comité scientifique



DE LA VILLE Valérie-Inés
CSR with regard to children
University of Poitiers – France



DESJEUX Dominique
Anthropology of consumption
University Paris 5 – France



GARNIER Pascale
Sociology of childhood
University Paris 13 – France



GOLLETY Mathilde
Marketing to children
University Paris 2 – France



GRAM Malene
Intercultural communication
Aalborg University – Denmark



KLINE Stephen
Young audiences and marketing
Simon Fraser University – Canada



LARDEULLIER Pascal
Juvenile consumption
University of Bourgogne
France



MARSHALL David
Marketing to children
Edinburgh University
Great Britain

Le comité scientifique



MARTENS Lydia
Keele University
Great Britain



O'DONOHOE Stéphanie
Marketing communications
Edinburgh University
Great Britain



ROCHA Everardo
Anthropology of consumption
University PUC Rio de Janeiro
Brazil



ROEDERER Claire
Experiential marketing
University of Strasbourg – France



SIROTA Régine
Sociology of childhood
University Paris 5 – France



SPARMANN Anna
Child studies and visual culture
Linköping University – Sweden



TARTAS Valérie
Developmental psychology
University Toulouse
Jean Jaurès – France



WILLETT Rebekah
Youth media practices
University of Wisconsin-Madison
USA



YOUNG Brian
Developmental psychology
Exeter University
Great Britain

Les organisateurs du colloque



Créée en 2013, la Maison des Sciences de l'Homme et de la Société est une unité mixte de services et de recherche rattachée à l'Université de Poitiers et au CNRS. Elle accueille 15 laboratoires de recherche de l'Université de Poitiers en Sciences Humaines, Economiques et Sociales.

<http://mshs.univ-poitiers.fr/>



Le Labex Industries Culturelles et Création Artistique est un laboratoire de recherche interdisciplinaire de l'Université Paris 13 axé sur les pratiques et les marchés de la culture, de l'art et du monde numérique.

<https://icca.univ-paris13.fr/>



Le Centre National de la Recherche Scientifique, sous la tutelle administrative du Ministère de l'Éducation Nationale et du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, a été fondé en 1939 pour coordonner l'activité des laboratoires de recherche afin d'atteindre une plus grande efficacité dans la recherche scientifique.

<http://www.cnrs.fr/>



Fondée en 1431 par le pape Eugène IV, l'Université de Poitiers est l'une des plus anciennes universités d'Europe. Chaque année, l'Université accueille près de 27 000 étudiants à Poitiers, Le Futuroscope, Chatellerault, Niort et Angoulême.

www.univ-poitiers.fr

Avec le soutien de



Les partenaires du colloque



La Fédération des Industries du Jouet et Puériculture (FJP) participe à la promotion du secteur du jouet et des articles de puériculture.

www.fjp.fr



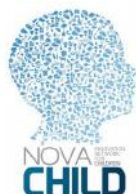
La Fondation pour l'Enfance fédère des porteurs de projets innovants et multipartenaires en faveur de l'enfance. www.fondation-enfance.org



Syndicat qui participe à l'organisation, au développement et à la promotion de la production d'animation en France pour la télévision, le cinéma et Internet. www.animation-france.fr



Syndicat qui représente les professionnels du jeu vidéo en France et qui oeuvre au développement des formations dans les domaines du jeu vidéo. www.snjv.org



Nova CHILD - Réseau européen transversal qui fédère entreprises, formation et recherche autour de l'innovation pour le bien-être de l'enfant. www.novachild.eu



Le Centre d'Entrainement aux méthodes d'Education active oeuvrent pour des valeurs et des principes de l'Education Nouvelle et des méthodes d'éducation active. www.cemea.asso.fr/



Le Fonds Français pour l'Alimentation et la Santé (FFAS) est une structure inédite et fédératrice qui a pour mission l'étude et la mise en valeur d'une alimentation source de plaisir et de santé. alimentation-sante.org



La Direction Régionale Alimentation Agriculture et forêt (DRAFF) de la Nouvelle Aquitaine, est un service déconcentré du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.

<http://draaf.nouvelle-aquitaine.agriculture.gouv.fr>



Le Pôle Magelis regroupe 100 entreprises spécialisées dans les Industries créatrices de contenus culturels et organise des manifestations professionnelles à Angoulême. www.magelis.org



Le Conservatoire National des Arts et Métiers est le seul établissement d'enseignement supérieur français dédié à la formation des adultes.

www.cnam.fr

Les soutiens du colloque



Institut d'Administration
des Entreprises
<http://iae.univ-poitiers.fr>



Le Centre de REcherche en GEstion
<https://cerege.iae.univ-poitiers.fr>



Centre Universitaire de la Charente
UNIVERSITÉ DE POITIERS

Centre Universitaire de la Charente
www.centre-universitaire-charente.fr



FSPack
www.fspack.fr



La ville d'Angoulême
www.angouleme.fr



Le Musée du papier
www.musee-du-papier.fr



LES ENFANTS DU MARKETING

BDE CEPE-IAE À ANGOULÊME

Les Enfants du Marketing
Bureau des étudiants du CEPE - IAE à Angoulême
<http://cepe.univ-poitiers.fr>

Créé en 1997 par l'Institut d'Administration des Entreprises de l'Université de Poitiers sur le site d'Angoulême, le CEPE-IAE 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-IAE propose un Master Marketing Vente (bac+5) ouvrant deux parcours :

▶ « **Marques et Produits Jeunesse** » dont la responsable est Valérie-Inés de La Ville, Professeur des Universités en Sciences de Gestion à l'IAE de Poitiers. Ce diplôme bénéficie du soutien actif de 6 fédérations professionnelles nationales : la Fédération des Industries Jouet-Puériculture (FJP), le Syndicat National du Jeu Vidéo (SNJV), le Pôle Nova Child (Cholet), les Centres d'Entraînement aux Méthodes d'Education Active (CEMEA), le Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs (SELL) .

▶ « **Design Communication et Packaging** » dont le responsable est Olivier Rampnoux, Enseignant. Ce diplôme a été créé en 2007 avec le soutien de l'INDP (Institut National du Design et du Packaging) et d'ATLANPACK qui regroupe des professionnels du packaging.

Le CEPE-IAE développe des travaux de recherche sur la consommation enfantine avec notamment :

▶ **2004 Création du colloque « Child and Teen Consumption »** : cette conférence organise un dialogue approfondi entre chercheurs en gestion, psychologie, sociologie, information et communication, anthropologie, histoire, sciences de l'éducation et droit dont les travaux sont centrés sur les liens entre l'enfant et les univers marchands. Une communauté internationale organise ce colloque en alternance par un département de Gestion et d'Administration des Entreprises et un département orienté Child Studies ou Cultural Studies. <http://mshs.univ-poitiers.fr/childandteenconsumption/>

▶ **2005**, la publication d'un ouvrage collectif « **L'enfant consommateur : variations interdisciplinaires sur l'enfant et le marché** », chez Vuibert, Paris.

▶ **2007-2010 ANR « La consommation enfantine d'aliments ludiques »**, clôturée par le colloque international « **Alimentation, Cultures Enfants et Education** » (les vidéos sont en intégralité sur le site <http://funfoodconference.iae.univ-poitiers.fr>)

▶ **2010-2013 ANR « Les biens de l'enfant dans l'espace familial »** qui a débouché sur un ouvrage collectif : « **Les biens de l'enfant** », Nouveau Monde Editions, Paris.

▶ **2011** Ouvrage collectif « **On ne joue pas avec la nourriture** », les cahiers de l'ocha n° 16, CNIEL Paris.

▶ **2015-2020 – CPER – Feder Programmes INSECT et NUMERIC** : Création du FAB®ICC de l'Université de Poitiers, groupe démonstrateur de recherche interdisciplinaire - en économie, gestion, communication, arts numériques, droit du numérique, propriété intellectuelle, sciences et techniques informatiques - dédié à la création de prototypes pour les Industries Culturelles et Créatives (ICC) : entreprises et institutions productrices de contenus culturels dans les domaines de l'image, la culture, la création et les arts numériques. Site : <http://cepe.univ-poitiers.fr>

6

REPORTAGE

Charente Libre
Jeudi 9 octobre 2014

■ Le Centre Européen des Produits de l'Enfant organise un colloque sur l'éducation à l'ère numérique
■ Les enfants sont aujourd'hui connectés très jeunes
■ Une réalité à prendre comme une chance.

Travailler avec des outils numériques, c'est devenu le quotidien de la classe de CM1/CM2 de Bourg-Charente, des outils dont ne pourrait plus se passer l'enseignant.
Photo Majid Bouzzat



Numérique, l'enjeu éducatif

Richard TALLET
tallet@charentelibre.fr

Elle distribue les souris comme d'autres distribuent les cahiers. Elle fait le tour des tables dans la classe pour que chaque groupe en ait une par ordinateur. Le numérique est tellement présent dans la classe de Sandrine Gattineau, à Bourg-Charente, qu'il y a même une préposée aux souris. Alors qu'aujourd'hui, le Cepe organise un colloque sur l'éducation à l'ère numérique, dans cette classe de CM1/CM2, il y a bien longtemps qu'il fait partie du quotidien.

«Vous vous connectez avec le même identifiant que la dernière fois», lance l'institutrice. Les gamins s'exécutent. L'exercice du jour : faire une carte schématisée à partir d'une photo satellite. Depuis son Tableau Blanc Interactif (TBI), l'enseignante va pouvoir visualiser le travail de chaque groupe, d'un simple clic.

«Je ne voudrais plus enseigner dans une classe qui n'est pas équipée», ne cache pas Sandrine Gattineau. Elle manie son tableau

comme une miss météo fait défiler les cartes. La météo d'ailleurs se fait tous les matins en anglais. Depuis 2009, quand la communauté de communes a financé ce TBI et la classe mobile avec treize ordinateurs portables, certains cours sont devenus «interactifs». On peut avoir du son, de l'image, on peut écrire au tableau et conserver une trace numérique. Bref, c'est l'école 2.0.

Le tableau noir indispensable

«Mais il faut garder le tableau noir, tempère l'enseignante. Il faut aussi écrire et manipuler, le numérique ne remplace pas tout». Si elle maîtrise de mieux en mieux l'outil, c'est aussi parce qu'elle s'investit beaucoup. «L'idéal serait que toutes les classes soient équipées». L'informatique à l'école, Christophe Gautellier, directeur des publications pour le Cemea (Centres d'Entraînement aux Méthodes d'Education Active), se bat pour. Le co-organisateur du colloque va plus loin et parle de co-éducation. «Il ne peut pas y avoir que l'école. L'enfant est confronté aux outils

»
Aujourd'hui, le virtuel est bien réel dans la vie des enfants et il ne faut pas avoir d'affolement par rapport à ça.

numériques aussi chez lui ou dans le cadre de ses loisirs». Si petit à petit, l'Education Nationale commence à prendre en compte l'environnement numérique dans sa pédagogie, si les animateurs de centres de loisirs ou de centres sociaux sont de plus en plus formés à ses outils, le véritable enjeu aujourd'hui c'est la famille. «Comme il n'y a pas d'école de parents, c'est compliqué de les informer sur les bonnes pratiques». «La conscience des adultes, sur les contenus adaptés, n'est pas très bonne», constate Marie Derain. Et ce n'est pas une question de niveau

social mais du temps que les parents peuvent consacrer à leurs enfants». Elle était jusqu'à très récemment Défenseur des droits de l'enfant et a rédigé un rapport en 2012 sur les enfants face aux écrans et au numérique.

«Aujourd'hui, le virtuel est bien réel dans la vie des enfants et il ne faut pas avoir d'affolement par rapport à ça», modère Marie Derain. C'est un accès à la connaissance, une ouverture sur le monde, c'est une mine d'infos. Elle précise quand même qu'il est indispensable de développer l'esprit critique des enfants.

«Et sur la question des relations sociales, le numérique permet de rapprocher des gens parfois éloignés physiquement, des grands-parents avec leurs petits-enfants par exemple», ajoute-t-elle.

Des jeux pour apprendre

Depuis sa classe, Sandrine Gattineau a peu d'informations sur les pratiques de ses élèves à la maison. «Je vois ceux qui pratiquent chez eux, ils sont plus à l'aise». En début d'année, elle rencontre les parents,

leur explique comment elle se sert des outils numériques, leur parle de la charte qu'elle fait signer à ses élèves sur l'utilisation d'internet. Pour le reste, elle n'a que peu de possibilités d'intervenir. «Parfois, me demandant où trouver les jeux éducatifs sur lesquels ils m'arrivent de travailler». Mais même quand ils ne sont pas estampillés éducatifs, les jeux éduquent. «Sur les jeux massivement multijoueurs, cite en exemple Christophe Gautellier, il y a de l'organisation collective, de la gestion de tâches. Ils mettent en jeu des compétences. Le rôle de l'adulte est d'en faire prendre conscience aux enfants pour que la compétence devienne un apprentissage».

Dans le paysage éducatif charentais, Sandrine Gattineau fait figure de pionnière. Le département montre des disparités étonnantes. D'abord en terme d'équipement. Les villes comme Angoulême ou Cognac sont moins bien dotées que des petites communes rurales. Et même dans des classes équipées, l'utilisation du numérique dépend aussi de la volonté de l'enseignant.



Inès de la Ville est fière d'avoir réussi à faire venir des grands groupes pour débattre du sujet.
Photo Archives Phil Messiaud

Du marketing subtil

Dix ans qu'elle rêve d'organiser un colloque sur ce sujet. Inès de la Ville, la directrice du Centre Européen des Produits de l'Enfant (Cepe) à Angoulême est donc assez fière de faire venir, à l'espace Franquin, des représentants de la société civile comme des grands groupes.

Quel est l'objectif de ce colloque ? Inès de la Ville. Depuis la création du Cepe en 1997, on travaille avec le Cemea (Centre d'Entraînement aux Méthodes d'Education Active) qui apporte la voix du citoyen par rapport au marketing. Je veux inclure à nos étudiants une forme de prudence. Quand on touche à

l'enfant, il y a beaucoup de parole pour les défendre et les protéger. Il est donc important que sur les produits qui leur sont destinés, on apprenne à faire un marketing subtil et honnête, sinon la société civile réagit très vite.

Pourquoi le numérique est un enjeu particulier pour l'enfant ? Parce qu'en 1924, quand ont été rédigés les droits de l'enfant, le numérique n'existait pas. Il bouleverse les formes de contrat. Aujourd'hui se posent des questions qu'on ne se posait pas il y a deux ans, comme la notion de trace numérique. Beaucoup d'enfants ont une empreinte

numérique avant même d'avoir un compte sur un réseau social.

Pourquoi est-ce important pour vous que Bayard et Vivendi participent ? Le Cepe devient un vrai lieu de dialogue. Au moins, on aura pu comprendre le point de vue de chacun et le confronter aux autres. Ça permet de renvoyer aussi un message aux Industriels qu'ils doivent s'entendre avec la société civile, sans attendre une loi pour définir un cadre.

Collège et lycée concrets : l'école à l'ère numérique, ce jeudi 9 octobre à partir de 10h30 à l'Espace Franquin à Angoulême.

Le CEPE, générateur de talents pour les petits et les grands

On l'appelle au choix Centre européen des produits de l'enfant ou Centre européen du packaging et de l'emballage. Installé dans le campus de l'image, le CEPE forme au marketing.

Benoît CAURETTE
b.caurette@charentelibre.fr

Un nom qui sent bon les sous-bois et sonne comme un morceau de vigne. Quatre lettres faciles à retenir pour résumer l'un des fleurons du centre universitaire de la Charente. Le CEPE d'Angoulême, c'est, au choix, le Centre européen des produits de l'enfant ou le Centre européen du packaging et de l'emballage. «Une formation inédite de la faculté de Poitiers», assure l'enseignante Inès de la Ville, sa directrice. Tout commence au début des années 1990 au lycée Marguerite-de-Valois à Angoulême. Un prof passionné par le monde de l'enfance sème les premières graines: une formation complémentaire d'initiative locale marketing du jouet «qui dépend alors de l'université de Paris XIII», sourit Inès de la Ville. Cela ne donne pas un diplôme mais apporte aux BTS de solides bases sur le business consacré aux jeunes pousses. Seulement voilà, le titre a du mal à séduire, les effectifs se tassent. Le salut vient de l'université de Poitiers, appelée à la rescousse et acquise au concept,



Le CEPE ne perd jamais de vue ses anciens étudiants qu'il sollicite parfois pour donner des cours. Comme ici Rénéald Lafarge, aujourd'hui responsable de l'observatoire de produits pour enfants Nova Child.

Photo Phil Meszelet

à condition qu'il soit élargi aux produits de l'enfance dans leur intégralité. Le CEPE naît en 1997 et s'installe dans ses locaux de la route de Bordeaux six ans plus tard. Tout près du campus de l'image qui en fait l'un de ses partenaires.

Une polyvalence certaine

Depuis, le CEPE a bien poussé. On lui a greffé en 2007 une filière design de communication et packaging à la demande d'Atlan-pack, les professionnels du secteur. Bien que cette spécialité soit pas mal axée sur le monde des spiritueux - région oblige -, elle aborde tous les domaines et permet aux étudiants de trouver n'importe quel job qui requiert une formation marketing complète (chef de produit, responsable clientèle, etc.). Parce que c'est

ça, le CEPE: la polyvalence. «On donne un maximum d'outils à nos étudiants, on les fait mûrir et après ils se déterminent.»

La formation s'est taillée une réputation solide: ceux qui passent par là ont des chances de finir chez Lego, Disney, Gulli, Ludendo, Playmobil et consorts pour la partie «enfance». Dans la grande distribution ou dans les maisons de cognac pour la voie design et packaging. «Le taux d'employabilité est de 90% à six mois, un an», assure la directrice.

Du comportement de l'enfant utilisateur au e-marketing en passant par l'éco-design ou encore la gestion de projets en équipe, la formation en 24 mois (dont six de stage) accessible à partir de bac +2 est «particulièrement complète», vante Inès de la Ville. Le recrutement est tout autant exigeant. «Il faut d'abord se monter très motivé

mais surtout être bon en anglais.» Le niveau des cours de langues est particulièrement élevé. Même en LV2, qu'il s'agisse de l'espagnol ou du japonais très utile pour travailler dans le monde du jeu vidéo.

Reste que les heures d'anglais ont été divisées par trois au fil des années. Le nombre d'étudiants aussi a quelque peu chuté. D'environ 20% à la rentrée dernière. La faute sans doute à la concurrence de nouvelles structures comme l'Institut d'administration des entreprises (IAE) de Limoges et, depuis l'an passé, de La Rochelle. Pour y remédier, le CEPE aimerait bien mettre sur pied une filière aux cours entièrement dispensés dans la langue de Shakespeare. Ce serait là une salubre porte ouverte sur le recrutement international. Reste à convaincre et à trouver les financements.

Création Un logo plus design



La création est signée par deux étudiants du CEPE. Repro CL

Le vieux carré austère a vécu. Place à la légèreté, aux fines palmes académiques grises pour embrasser le U couleur bordeaux. Voici le nouveau symbole du centre universitaire de la Charente, une création originale de deux étudiants du CEPE. Le logo remis au goût du jour est signé Fatima Zahra Machkour et Gaëtan Veye, en master II design de communication et de packaging, actuellement en stage pour six mois. À l'invitation d'Évelyne Rocher, la directrice du centre universitaire, ils ont participé avec dix autres binômes d'étudiants à un appel à projets. Et leur création, fruit de huit bonnes heures de travail, a tiré son épingle du jeu. «Nous avons quand même dû repatiner un peu notre première version», raconte Gaëtan Veye. Le U était entouré de deux C en symétrie qui l'étrouffaient trop. M^{me} Rocher a souhaité quelque chose de plus aéré, qui marque davantage l'idée d'ouverture vers l'extérieur. Quelques retouches sous Illustrator et hop, l'affaire était entendue. Les deux étudiants, qui ont déjà décroché cet hiver l'Oscar de l'emballage, un prix national, ne sont pas peu fiers d'avoir laissé cette trace de leur passage à Angoulême.

Repères

80 étudiants en 2013/2014. **Bac+5**, Master 1 marketing plurimédia et consommation (tronc commun). Master 2 marketing plurimédia et consommation: management des marques et produits jeunesse (17 étudiants) ou design de communication et packaging. **Bac+8**, Doctorat ès sciences de gestion. **Recrutements**. Jusqu'en mai. Contact: 05 45 21 00 11. **Dossiers téléchargeables** sur www.iae.univ-poitiers.fr

David Popineau

« Un diplôme spécialisé



David Popineau a obtenu en 2004 son DESS management plurimédia des produits de l'enfant. La voie royale pour décrocher un stage chez Disney Channel et enchaîner avec

plusieurs métiers dans la maison de Mickey. Depuis 2010, il gère chez Walt Disney Company France toutes les activités de marketing digital pour les activités de la marque hors Disneyland. «Le CEPE m'a permis d'obtenir un diplôme spécialisé. Je suis ravi de cette formation et ne peux que le conseiller fortement. Elle allie les techniques marketing, la connaissance des marchés des produits de l'enfant et l'apprentissage des activités transversales liées à tout poste dans ce domaine: le juridique, la gestion de projet et la connaissance du développement de l'enfant.»

Mathilde Escamilla

« De suite opérationnelle



Mathilde Escamilla, promo 2006, n'a plus quitté la chaîne de télé Gulli depuis son stage de fin d'étude. «J'ai été embauchée en tant qu'assistante du service

acquisitions. Je m'occupais de la prospection à l'international pour la création de nouvelles chaînes. Désormais, je suis responsable adjointe du service en charge des fictions pour toutes les chaînes du groupe. Le CEPE m'a permis de connaître parfaitement le marché de la jeunesse. Quand on postule pour des chaînes de télé jeunesse, les connaissances sont souvent limitées à une vision personnelle. Moi, je connaissais très bien les enjeux marketing, la montée du licensing en matière d'acquisition télévisuelle et le rôle de l'enfant dans le processus de décision familial.»

Damien Corre

« Tout ce qui est primordial



Damien Corre était au CEPE jusqu'en 2013, pour suivre le parcours design de communication et packaging. Après un stage de fin d'étude chez Diadeis, agence de création

et de production publicitaire à Paris, l'entreprise l'a gardé en CDI. «Pour intégrer les locaux d'un autre client, L'Oréal Cosmétique Active, précise-t-il. Je suis actuellement coordinateur packaging et gère les projets packaging de trois marques, en relation avec les équipes marketing, le développement industriel et les imprimeurs.» Le CEPE? «Il m'a dispensé une formation marketing complète, une compréhension du design de marques et un aperçu des problématiques techniques liées au packaging: tout ce qui est primordial dans mon quotidien.»

Charlotte Piquet

« Une vision à 360 degrés



Charlotte Piquet a suivi le parcours design et packaging du CEPE de 2008 à 2010. «Depuis, je suis en CDI chez Carrefour. Jusqu'au 17 mars, j'étais chef de projet électroménager,

photo, ciné, son, jouets et maison. Je suis devenue chef de produit pour les développements produits à la marque Carrefour sur le secteur entretien du linge et sol. Par le biais d'intervenants d'univers variés, le CEPE m'a inculqué un savoir qui m'est indispensable pour mon métier. On y apprend les avis critiques graphiques sur des développements créatifs pour les étendre à l'échelle mondiale, comme chez Carrefour. La formation est complète. On aborde aussi les compétences juridiques, gestionnaires, marketing... Ce qui apporte une vision à 360° dans une gestion de projet.»



Mastering the art of kids merch CEPE trains the children's product managers of tomorrow

by emily claire afan

Consumer products executives are kind of like fine wines in that they tend to start off a little immature and become more seasoned over time. But employers looking for a more refined vintage of entry-level employee may do well to check out the graduates pouring into the job market from France's University of Poitiers, the only post-secondary school in the world to offer a master's degree in children's product management.

Home to the Centre Européen des Produits de l'Enfant (CEPE), Poitiers rolled the program out in 1997 under the guidance of CEPE director and associate professor Inés de la Ville, who wanted to foster mentorship in the industry and give the next generation of executives a leg-up into the business. To date, more than 300 graduates have come out of the stream with degrees in hand, 90% of which achieved gainful employment in the industry within three months of finishing their studies.

The 60 students who are accepted into CEPE each year take a broad array of courses that encompass child development fundamentals (exploring socialization and the evolution of skills by age range) and practical business functions such as law, licensing, copyright, market research, distribution and brand management.

Relying on partnerships with French trade orgs like The Toys and Infant Care Federation, The French Union of Animation Producers, The Association of Training Centers on Active Education Methods and The Union of Leisure Software Producers, the program also facilitates discussions and studies with university professors, industry professionals and focus groups on a range of topics that include the evolution of business models in media industries, licensing design (including style guides, merchandising and packaging) and clearing rights.

Only some courses are bilingual, but a good number of the program's guest lecturers—which in the past have included Patricia De Wilde (Marathon's general licensing manager), Christophe Portal (GM of NPD France) and Roland Earl (deputy director general of the



CEPE is launching a specialized master's program in design and packaging this year, and course curriculum may incorporate focus group sessions with kids to find out what they grok to at retail

British Toy and Hobby Association)—deliver their presentations in English, and CEPE students are expected to read professional English publications and produce written and oral reports in that language as well.

The program is capped off with a demanding six-month internship that throws students directly into the business at companies such as Disney Channel, Electronic Arts, Hasbro and Nelvana Enterprises. Coffee-fetching doesn't figure into these placements, where students are directly involved in a specific project, completing a managerial report and designing a licensing policy. As an example, CEPE students conducted a quantitative study to evaluate the brand strength of French broadcaster TF1's youth blocks, looking at brand recognition and values with both parents and kids.

Taffy Entertainment is one company that participates annually in the school's internship program, and has recruited several interns to join its staff afterwards. Cynthia Money, the company's president of worldwide marketing and consumer products, says hiring from the university's pool of graduates definitely has its advantages. First off, they've got a demonstrated passion for the industry, which

is crucial to long-term career success. They've also worked very hard to acquire some basic skills that most people just starting out in the consumer products business don't have. They've established connections with key professionals in the industry through their work with guest lecturers and professors. And since most CEPE grads stay in touch with each other once they've entered the workforce, their peer relationships may just be the foundation of lucrative business partnerships in the future.

Sebastien Fillion joined Taffy as a brand manager after interning there, and he says of all the skills he came away with from the school, he appreciated gaining knowledge of intellectual property law.

Catering to this interest in more specialized learning opportunities, CEPE is launching a master's program in design and packaging this year. Like the core children's product management stream, it will also accept 60 students a year. **N**

LINKS
• CEPE > cepe.univ-poitiers.fr
• Taffy Entertainment > www.taffyentertainment.com

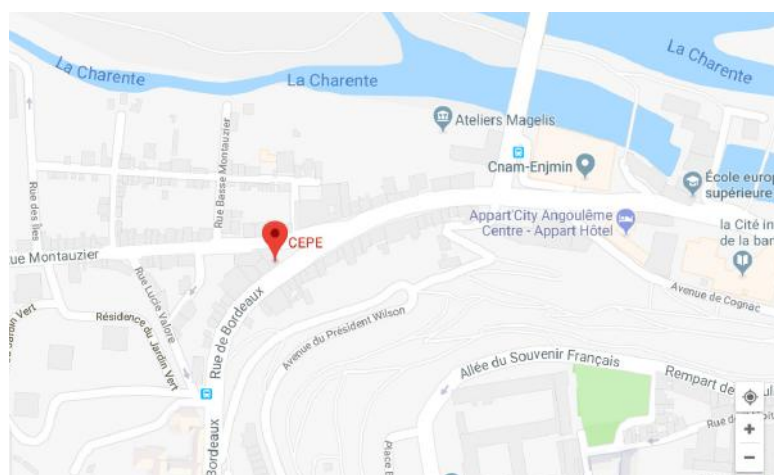
Contacts

Centre Européen des Produits de l'Enfant (CEPE) Institut d'Administration des Entreprises (IAE) Université de Poitiers

Valérie-Inés de La Ville,
Professeur des Universités
Responsable scientifique du colloque
Directrice du CEPE - IAE

186 rue de Bordeaux
16 025 ANGOULEME Cedex

05 45 21 00 11
ctc2018@univ-poitiers.fr



<http://ctc2018.conference.univ-poitiers.fr/>

<http://cepe.univ-poitiers.fr/>



Cepe
IAE Poitiers


1431
Université
de Poitiers



8th International Child and Teen Consumption conference

Cultural and Creative Industries of Childhood and Youth



Programme



4 – 6 April 2018

Bâtiment du Nil
138 rue de Bordeaux
16000 Angoulême



IC industries
CA culturelles &
création
artistique



CTC 2018 Description

The interdisciplinary conference « *Child and Teen Consumption* » **aims to facilitate in-depth dialogue between researchers from various disciplines:** management, psychology, sociology, information and communication, anthropology, history, educational sciences, law, etc.

An active interdisciplinary community has organised the **seven previous conferences:**

- ▶ 2004: University of Poitiers (Poitiers University Business School)
- ▶ 2006: Copenhagen Business School (Denmark)
- ▶ 2008: Norwegian Child Research Centre (Norway)
- ▶ 2010: Linköping University (Sweden)
- ▶ 2012: Università Libera of Milan (Italy)
- ▶ 2014: Edinburgh University Business School (United Kingdom)
- ▶ 2016: Aalborg University (Denmark)

The 8th CTC conference returns to its origins, to the University of Poitiers and Angoulême, home to a wealth of creative organisations and initiatives.

In 1998 Greater Angoulême set up the MAGELIS Image Centre which now comprises 100 companies from key sectors of the image industry (audio-visual production studios, post-production studios, video game producers, serious game producers, mobile game producers, advertising agencies, design agencies, etc.).

Furthermore, Greater Angoulême is currently in the process of establishing a technology park where the Cultural and Creative Industries are one of the main themes. Second to Paris, MAGELIS in Angoulême is now the largest centre in France recording the greatest number of cartoons produced each year.

Whilst the 8th conference will aim to continue interdisciplinary research and dialogue on broad themes related to children and young people as consumers, the theme of the 2018 conference will be « **Cultural and Creative Industries of Childhood and Youth** » in order to reflect its location in Angoulême and the growing research and public policy interest in this topic. The conference aims to highlight research in this domaine and invites producers of cultural material to bring their views to the debate.

Because of their interdisciplinary focus, the Child and Teen Consumption conferences tackle a wide variety of **topics relating to the links between childhood and adolescence and consumer environments in different social and institutional contexts.** The CTC conferences promote and enhance original research that explores and highlights what children understand about the market experiences in which they participate, and how they use the resources available to them to assert their child status vis-a-vis adults or their peer groups.

The conference also welcomes work that analyses marketing techniques used towards young people as well as the socio-economic mechanisms that shape and control childhood cultures.

<http://ctc2018.conference.univ-poitiers.fr>

Wednesday 4 April 2018

Official opening of the conference 12.45 - 13.30

KEYNOTE 1: 13.30 – 14.15

Minna RUCKENSTEIN – University of Helsinki – Finland

« Gaming life and data traces: transitions in children's consumption »

Parallel sessions 1: 14.30 – 16.00

YOUTH, BEVERAGES AND MEDIA

Chair: Cristina BADULESCU – University of Poitiers – France

The impact of alcohol consumption in movies on attitude and desire to drink in youth: the role of mental image valence

▶ Rémi BREHONNET - La Rochelle Business School – France

What parents do is not always right – parents' impact on children's sugar-containing beverage consumption

▶ Susanne PEDERSEN, Alice GRØNHØJ - Aarhus University – Denmark

Adolescents as target populations in regulation of unhealthy food and beverage advertising and marketing

▶ Stephanie CHAMBERS, Lauren WHITE, Rebecca PHIPPS, Shona HILTON - University of Glasgow – United Kingdom

SHOPS AND TOY LIBRARIES

Chair: Dominique DESJEUX – University Descartes Paris – France

Young people behaving badly or creating agency – towards commercial enculturation approach for shops

▶ Eliisa KYLKILAHTI - University of Helsinki – Finland

Gathering the consumer's meta – experience: an example through shopscapes among children from 4 to 12

▶ Nathalie NICOL - HEC Paris – France

The toy library, a fun stage on a hybrid path of consumption?

▶ Dominique CARRY - University of Poitiers – France

CHILDHOOD, MARKETING AND ETHICS

Chair: Daniel T COOK – Rutgers University – United States of America

Ethical marketing in the light of childhood : preliminary reflections applied to the food sector

▶ Laëtitia CONDAMIN, Valérie-Inés de LA VILLE - University of Poitiers – France

A reflection on child socialization within a solidary economy culture

▶ Marcio DIAS - Catholic University of Brasília – Brazil

Child Caring and the Moralisation of Products and Sales Practices

▶ Lydia MARTENS - Keele University – United Kingdom

Parallel sessions 2: 16.15 – 17.45

ETHICS, FOOD REGULATION, MEDIA

Chair: David MARSHALL – Edinburgh University – United Kingdom

Is nutritional labelling efficient in preventing parents from making unhealthy cereals choices for their children?

- ▶ Luisa AGANTE - School of Economics and Management of the University of Porto – Portugal
- ▶ Maria SILVA - Nova School of Business and Economics – Portugal

Parents' views on responsibility and regulation on digital unhealthy food advertising to children and young people: Ethical perspectives

- ▶ Lauren Elsie WHITE, Stephanie CHAMBERS, Shona HILTON - University of Glasgow – United Kingdom

Do suggested portion sizes affect how much (un)healthy food children eat? The impact of serving suggestions on snack intake

- ▶ Goele AERTS, Tim SMITS - KU Leuven-Institute for Media Studies – Belgium

THE CREATIVE CONSUMER ONLINE

Chair: Natalie COULTER - York University – Canada

The 'play-sumer' in and of creative industries

- ▶ Daniel T. COOK - Rutgers University – Unites States of America

Branding the creative child: Creative industries and (e)valuations of children's imagination

- ▶ Yelyzaveta HRECHANIUK - Linköping University – Sweden

The customization of news websites' media contents by young adults

- ▶ Diego SCACALOSSO - Panthéon Assas-Paris II University – France

CULTURAL PRACTICES AND PARENTING

Chair: Gilles BROUGERE – University Villetaneuse Paris – France

Fun time, finite time. The meaning of spending extended time together for grandparents and grandchildren

- ▶ Malene GRAM, Heike SCHÄNZEL, Stephanie O'DONOHUE - University of Edinburgh – United Kingdom
- ▶ Caroline MARCHANT, Anne KASTARINEN - Aalborg University – Denmark

For the sake of the children? Consumption and fare-well strategies in the face of a parent's terminal illness

- ▶ Stephanie O'DONOHUE - University of Edinburgh – United Kingdom
- ▶ Darach TURLEY - Dublin City University – Ireland

Adoption return visits – commercial trips or authentic experiences?

- ▶ Johanna GUSTAFSSON - Linköping University – Sweden

18.15 – 19.30 VISIT 1 – COMIC STRIP MUSEUM

VISIT 2 – TUMULTE CORTEX PRODUCTIONS

KEYNOTE 2: 09.00 – 09.45

Marc STEINBERG – Concordia University – Canada

« Delivering Media: The Convenience Store as Media Mix Hub »

Parallel sessions 3: 10.00 – 12.00

CHILDREN AND MATERIALISM

Chair: Olivier BADOT – ESCP-EAP Paris – France

Children's views on opportunities for decision – making in the home and the centrality of consumption

▶ Martin SHIRLEY, Deirdre HORGAN, Catherine FORDE - University College Cork – Ireland

Measuring Children's Value Perception

▶ Janine WILLIAMS, Aaron GAZLEY - Victoria University of Wellington – New Zealand
▶ Nicholas ASHILL - American University of Sharjah – United Arab Emirates

Watching, Wanting and Wellbeing: Exploring the Role of Socio-Economic Status

▶ Agnes NAIRN - University of the West of England – United Kingdom
▶ Suzanna OPREE - Erasmus School of History Culture and Communication – The Netherlands
▶ Paul BOTTOMLEY - Cardiff Business School – United Kingdom

Investigating the Unintended Effects of Television Advertising among Children in Former Soviet Bulgaria

▶ Suzanna OPREE - Erasmus School of History Culture and Communication – The Netherlands
▶ Siana PETROVA, Esther ROZENDAAL - Behavioural Science Institute Radboud University – The Netherlands

CHILDHOOD AND MARKETS

Chair: Pascale GARNIER – University Villetaneuse Paris – France

Advancing research on children, childhood and consumer culture? Presenting and debating Childhood and Markets: Infants, Parents and the Business of Child Caring (Lydia Martens, Palgrave MacMillan, May 2018)

▶ Lydia MARTENS - Keele University – United Kingdom

Territorialisation around entities : the challenges of moving analysis of children, childhood and consumer culture forward

▶ Stephanie O'DONOHUE - The University of Edinburgh – United Kingdom

Child caring as a locus for cultural analysis

▶ Anna SPARRMAN - Linköping University – Sweden

Purity as a teleoffective quality of child caring and locus for pecuniary value creation

▶ Minna RUCKENSTEIN - University of Helsinki – Finland

Conclusion : Advancing research on children, childhood and consumer culture



GENDER, YOUTH AND MEDIA

Chair: Stephen KLINE – Simon Fraser University – Vancouver - Canada

Harry Styles or Leo Messi? Differences between Boys and Girls in the Selection of Media Celebrities

- ▶ Juan Francisco DAVILA - University of Piura – Peru
- ▶ Monica CASABAYO - ESADE Business School – Spain

Teenagers and video games. Gender and age differences in consumption

- ▶ Samuel COAVOUX - Orange Labs – France

Girls' Bedroom Culture in a Networked World

- ▶ Nina DUQUE - University of Québec – Canada

Children's 'Genderous' Toy Stories

- ▶ Sarah GOLDSMITH - Glasgow Caledonian University – United Kingdom

CREATIVE CONSUMERS ON YOUTUBE

Chair: Valérie-Inés de LA VILLE – University of Poitiers – France

Relations between Brands and youtubers: Strategies employed by influencers for a better engagement

- ▶ Patricia NUÑEZ GOMEZ - Complutense Madrid University – Spain
- ▶ Victoria TUR VIÑES - University of Alicante – Spain

Performing “authentic” labour: The superfans, influencers and micro-celebrities of children’s media culture

- ▶ Natalie COULTER - York University – Canada

Children on YouTube – video consumption and production in the everyday life of children

- ▶ Stine Liv JOHANSEN - Aarhus University – Denmark

Teenage boys watching “with purpose” – investigating agency and relationships with microcelebrities on YouTube

- ▶ Kate JONES - Auckland University of Technology – New Zealand
- ▶ Janine WILLIAMS - Victoria University of Wellington – New Zealand

KEYNOTE 3: 13.30 – 14.15

Marc du PONTAVICE – Founder and CEO XILAM – France

« The new challenges confronting French Animation Producers »

Parallel sessions 4: 14.30 – 16.00

CHILDREN'S VIEWS ON FOOD

Chair: Malene GRAM – Aalborg University – Denmark

Positioning the child at the heart of his/her school lunch. The case of canteens in French primary schools

▶ Valérie HEMAR-NICOLAS - Paris Sud-Paris XI University – France

Is Tony the Tiger that Threatening for Kids' Health?

▶ June MARCHAND - University of Laval – Canada

Effects of suggested portion size and type of bread spread on children's spread consumption

▶ Goele AERTS, Tim SMITS - KU Leuven-Institute for Media Studies – Belgium

CONSUMPTION, MOTHERING AND PARENTING

Chair: Minna RUCKENSTEIN - Consumer Society Research Center - University of Helsinki - Finland

“Digital parenting”: A preliminary analysis of marketing discourses promoted by digital services aimed at children under 6 years

▶ Valérie-Inés de LA VILLE, Tatiana PICQ, Cristina BADULESCU, François BOBRIE - University of Poitiers – France

The influence of mothers: White working-class boys navigating the UK Higher Education Market

▶ Ruth McLELLAN - Southampton Solent University – United Kingdom

▶ Charlotte LYSTOR - University of Winchester – United Kingdom

“Good mothering” labour: consuming and presenting your free, right choice

▶ Shosh DAVIDSON - Gordon College of Education – Israel

MEDIA AND IMAGINARIES OF FOOD

Chair: Pascal LARDELLIER – University of Bourgogne – France

Mothers choosing seafood for their children: scenarios to restore the feeling of self-efficacy

▶ Sofia MESTARI, Valérie-Inés de LA VILLE - University of Poitiers – France

How do Danish and French children make sense of well-being in food context? A crosscultural approach of the concept of Food Well-Being

▶ Liselotte HEDEGAARD - University College Lillebaelt – Denmark

▶ Valérie HEMAR-NICOLAS - University of Paris XI-Paris Sud – France

‘Imag(e)ining’ commensality through the selfie: weekday family meals and practices

▶ David MARSHALL - University of Edinburgh Business School – United Kingdom

▶ Teresa DAVIS - University of Sydney Business School – Australia



TV SERIES, CONSUMPTION AND TEENS

Chair: Anna SPARRMAN – Linköping University – Sweden

An Expanding Luxury Land – A journey through the magical world TV series are offering to their teenage audience

- ▶ Eve LAMENDOUR - University of La Rochelle – France
- ▶ Cécile FONROUGE - Université du Québec à Trois Rivières – Canada

Communication practices amongst teenagers in the series 13 Reasons Why: a discussion on youth cultures, expressions of self and risky behaviour

- ▶ Marcella AZEVEDO - Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro – Brazil

TV Series in digital media: a study with Brazilian teenagers on global consumption

- ▶ Viviane RIEGEL, Joana PELLERANO - Superior School of Advertising and Marketing of São Paulo – Brazil

ROUND TABLE: 16.15 – 18.00

Financing creative cultural content for young audiences: new forms of advertising, public funding and ethical stakes

- ▶ Chaired by Christophe ERBES - Media Consultant
- ▶ Michel MOGGIO - French Federation of Toy Manufacturers
- ▶ Julien VILLEDIEU - National Video Game Trade Association
- ▶ Julien BORDE - Director Youth Channels TV/series and Cinema - South Europe and Africa - Turner
- ▶ Philippe ALESSANDRI - Trade Union of Animation Film Producers
- ▶ Stéphane MARTIN – Président - European Advertising Standards Alliance

GALA DINNER and BEST PAPER AWARDS 19.30 – 23.00

KEYNOTE 4: 09.00 – 09.45

Pascal LARDELLIER – University of Bourgogne – France

« Deconstructing generation Y and digital natives: a critical reading of two media and marketing clichés »

Parallel sessions 5: 10.00 – 12.00

COMICS, BRANDS AND TRANSMEDIA

Chair: Marc STEINBERG – Concordia University - Canada

Comics for children, in France and in the United States : invisibility and genres

▶ Nicolas LABARRE - University of Bordeaux Montaigne – France

The position of the author in a production process in the cultural industry, the example of an animated cartoon created from a comic book

▶ Gilles BROUGERE - University of Paris XIII – France

Superhero/cartoon brands and fantasy worlds: an investigation into children's brand relationships

▶ Diliara MINGAZOVA - University of East London – United Kingdom

Youth-oriented comic books : an historical account of the rise of a mass-market in Europe...

▶ Jean-Pierre MERCIER - Comic Strip Museum, Angoulême – France

CHILD AUDIENCES AND CONVERGENCE CULTURE

Chair: Everardo ROCHA – University PUC Rio de Janeiro – Brasil

The Creation of Cultural Value in Children's Media: Studying the Production and Circulation of a Quality-TV Cartoon

▶ Sébastien FRANÇOIS, Pascale GARNIER - University of Paris XIII – France

Looking through Alice in Wonderland: imaging cultural industry

▶ Anna SPARRMAN - Linköping University – Sweden

Cultural products for children in China: The Case of Bonnie Bears

▶ Kara CHAN, Wenna ZENG - Hong Kong Baptist University – China

Disney's Frozen Franchise and Transmedia Adaptation

▶ Alison HALSSALL - York University – Canada

IDENTITY CONSTRUCTION AND RESHAPING OF SOCIAL RELATIONSHIPS

Chair: Lydia MARTENS – Keele University – United Kingdom

The problematic place of game-playing in the daily life of children and young people in China

▶ Dominique DESJEUX - Paris Descartes-Paris V – France

Teenagers' selfies: love and hate affair

▶ Pedro BRITO, Isabel GONÇALVES - University of Porto – Portugal

The contributions of the consumption of luxury brands on the construction of the social identity: qualitative approach on the teenage girl consumer

▶ Arnaud DELANNOY – Normandy Business School – France

Patterns of collaboration, contestation and compromise in the operation of a male teen online gaming circle (DOTA2)

▶ Lelia GREEN - Edith Cowan University – Australia

FORMAL EDUCATION AND CHILDREN'S CULTURES

Chair: Régine SIROTA – University Descartes Paris – France

The cultural and digital practices of young people in primary and secondary school

▶ Ornella MOLL, Charlotte PREAT - Saint Louis University – Belgium

Is pester power the secret to a greener future? Children's stories of Eco-School activities

▶ Elaine RITCH - Glasgow Caledonian University – United Kingdom

The commodification of the childhood in Italy. Historical - educational notes

▶ Noemi Gabriella DONATO - University of Firenze – Italy

How Films can influence Children and Young Adults' Life? An Insight into Abbas Kiarostami's Films for Institute for the Intellectual Development of Children and Young Adults of Iran

▶ Mina REZAEI, Patsy OWENS - University of California – United States of America

CLOSING SPEECHES / PRIZES: 12.15 – 12.45

LUNCH: 12.45 -14.00

OPTIONAL VISITS to ANGOULEME / COGNAC: 14.30 – 17.00 / 19.00

FAREWELL RECEPTION : from 20.00