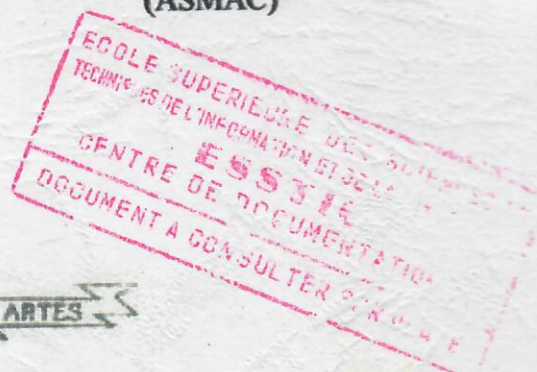


**UNIVERSITE DE YAOUNDE II**  
Ecole Supérieure des Sciences et  
Techniques de l'Information et de la  
Communication  
(ESSTIC)

**THE UNIVERSITY OF YAOUNDE II**  
Advanced School  
Of Mass Communication  
(ASMAC)



## **Enfant et publicité télévisée alimentaire Contexte d'émergence et analyse du spot de Milo-NESTLE**

### **MEMOIRE**

Présenté et soutenu publique en vue de l'obtention du Diplôme  
des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication  
(D.S.T.I.C)

Filiere  
**PUBLICITE**

Par :  
**Isabelle OMBOLO**

Sous la direction de :

**Dr. Jean NUNGA**  
Chargé de cours

Yaoundé, novembre 2005

001.4  
OMB