

Impact de la pandémie de Covid-19 sur le développement cognitif et l'ancrage des apprentissages sur les enfants de moins de 3 ans.

60% des parents craignent au moins un effet négatif
sur le développement de leurs enfants.

91% des professionnels de la petite enfance
redoutent les conséquences de la pandémie.

Fisher-Price, expert et marque engagée dans le développement de l'enfant dès son plus jeune âge, révèle les résultats de l'étude menée avec OpinionWay en collaboration avec l'association, reconnue d'intérêt général, AGIR pour la petite enfance, quelques jours seulement avant l'ouverture de la semaine nationale de la petite enfance.

“opinionway

Depuis plus de 60 ans, Fisher-Price dans son Play Lab se consacre à développer les meilleurs jouets, les plus amusants et enrichissants possibles pour les jeunes enfants. C'est le lieu de rencontre entre les experts et leurs mentors : les enfants. Ces derniers viennent tester les jouets et les articles de puériculture pour permettre à Fisher-Price de mieux comprendre leurs habitudes de jeu et leurs préférences car faire équipe avec les enfants et les parents est la meilleure — et la seule — façon de concevoir des jouets.

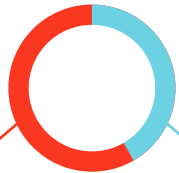
Avec la crise, les temps de jeu ont été tronqués, remplacés par d'autres activités donnant lieu à des conséquences néfastes sur le développement des enfants. Aujourd'hui, parents comme professionnels de la petite enfance constatent un retard dans l'éveil des enfants, notamment par rapport aux générations précédentes.



Des conséquences aujourd'hui, source d'inquiétude pour les parents et les professionnels de la petite enfance.

60%

des parents craignent
au moins un effet négatif
de la crise sur
le développement de leurs
enfants de moins de 3 ans



40%

le constatent déjà

Une éducatrice d'une structure publique témoigne :

« J'observe des retards importants
de langage et de socialisation.
Pendant toute cette période, les
enfants ont été isolés des familles
élargies (cousins, amis). »

En premier lieu, des impacts sur le rapport
que les enfants entretiennent au monde extérieur,
sur leur acquisition du langage et sur leur humeur :

45%

s'inquiètent pour leur sociabilisation
(et 24% constatent déjà des effets sur la
capacité de leurs enfants à nouer des liens)

43%

sur leur perception du monde
(dont 20% qui l'observent déjà)

Les professionnels de la petite enfance, valident ces
impressions des parents :

41%

font déjà état d'effets sur l'apprentissage
du langage des moins de 3 ans.

1/3

déclare des effets sur la sociabilisation
et les perceptions du monde des tout-
petits (respectivement 34% et 33%).

28%

observent des effets sur leur humeur

20%

sur leur sommeil.

Plus globalement :

37%

des professionnels de la petite enfance
signalent une différence d'éveil par rapport
aux enfants du même âge, avant la crise
sanitaire et désignent la crise comme en
étant au moins partiellement responsable.



Le jeu est perçu comme un outil permettant aux tout-petits d'acquérir de multiples aptitudes, qui semblent leur faire défaut aujourd'hui, après deux ans de crise.

Si parents et professionnels de la petite enfance s'accordent sur le fait que **le jeu permet avant tout aux enfants en bas-âge d'apprendre la maîtrise du corps (respectivement 48% et 84%)**, ils citent aussi, les uns comme les autres, des aptitudes cruciales qui ont été affectées par la crise: **la sociabilité, le sens de l'observation et la connaissance du monde qui les entourent.**

Sans surprise alors, les parents ont pu déplorer un rapport dégradé au jeu de la part de leurs enfants de moins de 3 ans:

27% des parents ont ressenti des réticences à jouer de la part de leurs enfants.

C'est tout particulièrement leur rapport au monde extérieur qui a souffert de cette période inédite. Aujourd'hui, **un parent sur quatre constate que, du fait de la crise sanitaire, son enfant préfère jouer avec lui plutôt qu'avec d'autres enfants.**

Plus d'un parent sur trois déclarent ne pas avoir eu à disposition / accès aux jeux, jouets qu'ils auraient aimé avoir pour le développement de leur enfant. Si cela vaut dans la sphère privée, cette affirmation est également largement vérifiée par **62%** des professionnels.

De plus,

50% des professionnels de la petite enfance, trouvent que le temps accordé au jeu est aujourd'hui insuffisant pour favoriser le développement des enfants. Ils évaluent à un peu plus de 6h le temps de jeu nécessaire par jour aux enfants de moins de 3 ans pour assurer leur éveil.

Loin d'être fatalistes, les parents comme les professionnels, estiment que le jeu est une façon de rattraper les difficultés accumulées par les enfants en bas-âge.

Une éducatrice témoigne :

« À cause de l'interdiction de lien social, les enfants ont été beaucoup moins en contact avec des personnes extérieures à leur foyer et les processus de séparations sont souvent plus longs et douloureux. L'absence de visages visibles complexifie la transmission et la bonne compréhension des émotions et des consignes. On observe une montée importante de l'utilisation des écrans chez des très jeunes enfants (déjà amorcée avant la crise mais amplifiée par télétravail avec enfants). Le volume sonore a augmenté en structure et les enfants crient beaucoup, on observe des retards dans la compréhension et l'acquisition du langage. »



Le PLAY LAB, l'atout secret de Fisher-Price dédié au jeu depuis 1961

**LE POUVOIR DU JEU ET LES BIENFAITS DES JOUETS
SUR LE DÉVELOPPEMENT ET L'ÉVEIL DES ENFANTS.**



Depuis sa création, Fisher-Price cultive son côté avant-gardiste à travers l'attention portée à l'observation minutieuse des enfants en train de jouer. Cette approche a commencé très tôt puisque Herman Fisher, cofondateur de Fisher-Price, était passionné par l'idée de soumettre les concepts de jouets au test ultime de réussite: le jeu avec les enfants qui ont bien vite été considérés comme les experts du jeu. C'est pourquoi en 1961, Herman Fisher crée le Play Lab, le premier centre de recherches et laboratoire de son genre dans l'industrie du jouet.

Dans le Play Lab, des experts en développement de la petite enfance sont impliqués dans toutes les phases du processus de recherche et de développement de Fisher-Price. Le mariage de cette expertise avec le vrai jeu des enfants permet d'innover et d'apprendre en permanence pour produire des jouets à la fois attractifs, drôles et pédagogiques. Ainsi, les enfants et leurs familles sont placés au centre du process chez Fisher-Price: de la conception à la commercialisation.

«Les enfants apprennent mieux par la pratique. C'est pourquoi nos designers observent et apprennent de la façon dont ils jouent. Cela nous aide vraiment à créer de meilleurs jouets.»

Deborah Weber. Ph.D.
Senior Director, Early Childhood
Development Research



137 250

bébés et jeunes enfants
ont testé les jouets Fisher-Price
à travers les années



+2500

enfants participent
chaque année

Plus de **450**
idées de jouets testées par an

61 ans

de recherches depuis l'ouverture

1850

parents participent
chaque année à des tests
au Play Lab et à domicile

Chaque année plus de 450 idées de jouets sont passées au filtre du Play Lab et seulement la moitié sont commercialisés.

Situé dans l'État de New-York à East Aurora, le Play Lab accueille les enfants et leur famille dans des espaces chaleureux et ludiques où les enfants peuvent se déplacer librement tout en jouant.

L'utilisation de technologies de pointe permet au Play Lab de Fisher-Price de développer des jouets bien pensés qui visent à favoriser le développement du langage, l'apprentissage, la cognition et l'éducation de chaque enfant qui joue avec un jouet Fisher-Price.

Voici quelques exemples qui répondent aux besoins des tout-petits pour rattraper les retards observés par les parents et les professionnels.

Ma Petite Souris de Méditation a été initialement imaginée pour faciliter la routine du coucher. Cependant, après l'avoir testée au Play Lab et directement à la maison, les parents ont indiqué qu'ils l'utilisaient également pendant la journée lorsque l'enfant avait besoin d'un moment de calme. Les chercheurs lui ont donc ajouté une fonctionnalité pour répondre à ce besoin en intégrant un mode jour, plus axé sur l'attention, le calme et la prise de conscience de ses émotions. L'intégration de cette fonctionnalité donne aux tout-petits les outils nécessaires pour apprendre à faire une pause ou à se calmer dès qu'ils en ont besoin. L'acquisition de ces compétences d'autorégulation pour calmer le corps ou l'esprit est vraiment nécessaire du point de vue du développement social. Elles aident les enfants à se comporter avec les autres, en classe, à la crèche ou dans leur environnement préscolaire.



C'est en observant au Play Lab, la manière dont les enfants interagissent avec les jouets connectés, que la technologie **Linkimals™** a vu le jour pour amplifier l'apprentissage. En effet, grâce à cette technologie les jouets vont se lier entre eux pour, ensemble, aider les bébés à mieux apprendre en les plongeant dans une ambiance musicale synchronisée avec des jeux de lumières colorés et différents contenus éducatifs rendant l'apprentissage encore plus captivant et amusant. Une étude de quatre mois au Play Lab comprenant des tests sur des bébés avec des lunettes de suivi des yeux, a prouvé que les jouets **Linkimals™** favorisent l'apprentissage lorsque plusieurs jouets sont

utilisés pendant le jeu. Cette technologie permet aux enfants d'apprendre différemment, favorise le jeu et les interactions avec les personnes qui s'occupent d'eux.



Se mobiliser

FISHER-PRICE ET SON PLAY LAB DEVIENNENT PARTENAIRE DE L'ASSOCIATION RECONNUE D'INTÉRÊT GÉNÉRAL **AGIR POUR LA PETITE ENFANCE**. CETTE ASSOCIATION ŒUVRE À CRÉER DES PASSERELLES ENTRE FAMILLES ET PROFESSIONNELS DE LA PETITE ENFANCE.



Dans le cadre de ce partenariat annuel, Fisher-Price et son Play Lab apporteront un appui financier et matériel pour soutenir l'apprentissage et le développement des enfants, de 0 à 5 ans, et apporter de l'aide à leurs parents ainsi qu'aux professionnels de la petite enfance.

Ainsi, pour le lancement de ce partenariat Fisher-Price fournira à **Agir pour la petite enfance** un kit solidaire composé de :

- ressources pédagogiques élaborées avec les experts du Play Lab,
- jouets axés sur le développement et l'apprentissage des enfants, de 0 à 5 ans, **pour les aider à franchir les étapes clés qui ont été touchées par la pandémie.**

Ce kit solidaire sera distribué auprès de LAEP (Lieu d'Accueil Enfants Parents) identifiés par l'association AGIR pour la Petite Enfance.

Cette collaboration entre Fisher-Price, son Play Lab et l'association Agir pour la petite enfance s'étendra sur toute l'année. L'objectif: continuer à apporter de l'aide aux enfants, à leurs familles et aux professionnels de la petite enfance à travers différentes actions.



Pour plus d'informations sur le Play Lab de Fisher-Price : [ici](#)

Visuels du Play Lab : [ici](#)

Visuels des jouets Ma Petite Souris de Méditation et Linkimals™ : [ici](#)

Vidéo HD du Play Lab : [ici](#)

(Les séquences vidéo comprennent des images du Play Lab, des extraits de tests de jouets et des interviews.) Il existe une version longue de cette vidéo que nous tenons à votre disposition sur demande.

“*opinionway*” MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE OPINIONWAY :

Sondage réalisé auprès d'un échantillon de 406 personnes, représentatif de la population de parents d'enfants âgés de 0 à 3 ans, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge et de région de résidence.

Consultation menée auprès de 556 professionnelles de la petite enfance, sollicitées via le fichier de contacts dont dispose l'association « Agir pour la petite enfance ».

Les interviews ont été réalisées par questionnaire autoadministré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview) du 16 février au 6 mars 2022.



À PROPOS DE LA SEMAINE NATIONALE DE LA PETITE ENFANCE

Elle se déroulera du 19 au 26 mars 2022, sur le thème des (re)trouvailles.

Pour cette 9^{ème} Edition, la Semaine Nationale de la Petite Enfance mobilise environ 7000 lieux d'accueil collectif et individuel à travers tout le territoire, qui vibreront ensemble le temps d'une semaine placée sous le signe du jeu et des pédagogies nouvelles.

www.semainepetiteenfance.fr



À PROPOS DE L'ASSOCIATION AGIR POUR LA PETITE ENFANCE

Agir pour la petite enfance a pour mission de réunir les trio Enfants – Parents – Professionnels. Les enfants doivent pouvoir grandir dans un monde qui leur donne toutes leurs chances. Les parents doivent être accompagnés. Les professionnels ont besoin d'être valorisés.

Pour provoquer la rencontre de ce trio, l'association a créé une Semaine particulière, la Semaine Nationale de la Petite Enfance, mais aussi les trophées des Girafes Awards et les ateliers-formations ECLA. Tout a été conçu pour encourager les rencontres, la réflexion, pour susciter l'enthousiasme, l'envie. L'association cherche à agir dans toutes les villes, tous les villages, les hôpitaux, les centres culturels, elle souhaite partager ses ambitions avec les acteurs, publics et privés, collectifs et individuels, qui exercent le grand métier de girafe partout sur le territoire.

Les 4 piliers de l'association : Réunir les trio Enfants – Parents – Professionnels ; Valoriser les professionnels ; Garantir l'accessibilité ; Soutenir la Parentalité.



À PROPOS DE MATTEL

Mattel est une société de jouets leader au niveau mondial et possède l'un des catalogues de franchises de divertissement pour enfants et familles les plus solides au monde. Nous créons des produits et des expériences innovants qui inspirent, divertissent et développent les enfants par le jeu. Nous faisons participer les consommateurs grâce à notre portefeuille de marques emblématiques, notamment Barbie®, Hot Wheels®, Fisher-Price®, American Girl®, Thomas & Friends®, UNO® et MEGA®, ainsi qu'à d'autres propriétés intellectuelles populaires que nous possédons ou dont nous détenons la licence en partenariat avec des sociétés de divertissement mondial. Notre offre comprend des contenus cinématographiques et télévisuels, des jeux, de la musique et des événements en direct. Nous opérons dans 35 sites et nos produits sont disponibles dans plus de 150 pays en collaboration avec les plus grandes sociétés de vente au détail et de commerce électronique du monde. Depuis sa fondation en 1945, Mattel est fier d'être un partenaire de confiance pour donner aux enfants les moyens d'explorer les merveilles de l'enfance et d'atteindre leur plein potentiel.

Rendez-vous sur notre site : www.mattel.com

CONTACT PRESSE

FAUBOURG

stories

Delphine SCHAACK

delphine.schaack@thestories.fr

Mob. 06 12 47 02 99

Tel. 01 86 95 19 70