

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 leur 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, à quelques jours seulement avant l'ouverture de la semaine nationale de la petite enfance.



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 nos jouets et nos articles de puériculture pour nous permettre de mieux comprendre leurs habitudes de jeu et leurs préférences car nous croyons que 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 et **40%** le constatent déjà.

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)
- et **43%** sur leurs **perceptions 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.
- un tiers 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 et **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.

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). »



Le jeu est perçu comme permettant aux tout petits d'acquérir de multiples aptitudes, 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 et qui ont été affectées par la crise :

- **la sociabilité est notamment désignée comme acquise par les enfants grâce au jeu selon 42% des parents (et 48% des professionnels de la petite enfance),**
- **ainsi que le sens de l'observation (36% et 37%)**
- **ou encore la connaissance du monde qui l'entoure (31% et 69%).**

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 (44% parmi ceux qui se sont sentis plus stressés qu'ils ne l'auraient dû).**
- C'est tout particulièrement leur rapport au monde extérieur qui a souffert de cette période inédite. Aujourd'hui, **un parent sur quatre (24%) constate que, du fait de la crise sanitaire, son enfant préfère jouer avec lui plutôt qu'avec d'autres enfants.** Ils sont autant à déclarer que à la suite de la crise leurs enfants craignent facilement les adultes qu'ils connaissent peu (famille, amis) et qui veulent jouer avec eux (23%).

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 (37%, et jusqu'à 51% parmi les habitants de l'agglomération parisienne).

Si cela vaut dans la sphère privée, cette affirmation est également largement vérifiée par les autres adultes s'occupant des tout petits. **62% des professionnels de la petite enfance confirment ne pas avoir eu à leur disposition les jeux nécessaires au développement des moins de 3 ans pendant la crise en raison des restrictions sanitaires.**

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. Si le jeu est jugé indispensable par ces derniers, il l'est tout autant pour les parents. Et les professionnels l'ont compris : beaucoup prévoient d'y avoir davantage recours à l'avenir.

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 pouvoir du jeu et Les bienfaits des jouets sur le développement et l'éveil des enfants.

LE PLAY LAB, L'ATOUT SECRET DE FISHER-PRICE DÉDIÉ AU JEU DEPUIS 1961

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.

137 250 bébés et jeunes enfants ont testé les jouets Fisher-price à travers les années

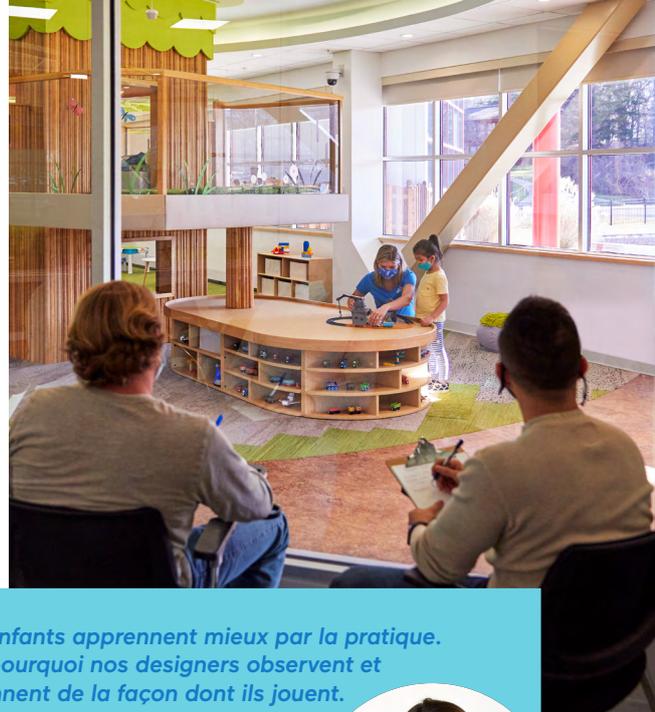
61 ans de recherches depuis l'ouverture

+ 2 500 enfants participent chaque année

+ 450 idées de jouets testées par an

1 850 parents participent chaque année à des tests au Play Lab et à domicile

Situé à East Aurora, dans l'état de New-york, le Play Lab accueille les enfants et leur famille dans des espaces chaleureux et ludiques. Les enfants peuvent se déplacer librement tout en jouant avec nos jouets.



«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



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.

La Souris de méditation est une peluche câline qui donne aux tout-petits les outils nécessaires pour se calmer et réguler leurs émotions, notamment avant de s'endormir.

En observant des familles dont les enfants âgés de 2 à 5 ans pratiquent la méditation et des exercices de pleine conscience, sur place ou à la maison, les chercheurs du Play Lab ont remarqué la nécessité d'optimiser la durée, la cadence et la vitesse des exercices de méditation. Ainsi la souris est dotée de trois modes d'apaisement, un mode jour a été ajouté pour aider les petits à réguler leurs émotions pendant la journée également.

Notre souhait est qu'à long terme, les enfants puissent utiliser ces précieuses compétences de gestion du stress, acquises avec la souris de méditation.



Motricité, sociabilisation et stimuli des sens

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.

Chaque jouet Linkimals™ détecte la présence d'autres amis Linkimals™ à proximité. Ensemble ils créent un spectacle musical et lumineux synchronisé. Cette technologie permet aux enfants d'apprendre différemment et favorise le jeu avec les personnes qui s'occupent d'eux.

Les chansons et les phrases amusantes familiarisent les tout-petits avec les formes, les chiffres et les couleurs. Les éléments constitutifs de ces jouets: rouleau, interrupteur, barres d'activité favorisent le renforcement de l'agilité et de la coordination œil-main.



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 soutien 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,
- de 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.

D'autres actions verront le jour tout au long de l'année.



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

Pour les visuels des jouets et du Play Lab : [ici](#)

Pour la vidéo HD du Play Lab (les séquences comprennent des images du Play Lab, des extraits de tests de jouets et des interviews) : [ici](#)



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