



## Le groupe LEGO lance le tout nouveau thème LEGO DREAMZzz

Les rêves rendent les enfants belges plus créatifs, indique une enquête

10 mai 2023, Anvers – À travers le tout nouveau thème LEGO® DREAMZzz™, le groupe LEGO donne vie aux pouvoirs créatifs des enfants qui rêvent. Des recherches aussi approfondies n'avaient jamais été conduites précédemment avant un lancement. Le concepteur des célèbres briques s'est inspiré des enfants et de leurs rêves dans 239 pays aux quatre coins du monde. Au total, il a interrogé pas moins de 23.000 enfants de 6 à 12 ans, dont 445 en Belgique. Qu'en ressort-il? Les enfants belges aiment rêver: c'est le cas de 94% des 6 à 12 ans. La moitié d'entre eux précisent aussi que les rêves agréables peuvent les encourager à se montrer plus créatifs. *“Rêver constitue un super pouvoir pour les enfants. Cela les rend créatifs à l'infini et nous aimons les voir donner vie à leurs rêves les plus fous”* déclare Marloes Zwagerman, Manager Brand Relations Benelux du groupe LEGO. La série TV de LEGO DREAMZzz sera d'abord lancée sur la chaîne YouTube de LEGO. Les nouveaux ensembles suivront quant à eux à partir du mois d'août.

Voilà trois ans que le département R&D de LEGO travaille au lancement de LEGO DREAMZzz. Des enfants de 6 à 12 ans ont été interrogés un peu partout dans le monde – et notamment en Belgique – quant à leurs expériences en matière de rêves. Il en ressort que, dans notre pays, les enfants aiment rêver (94%): c'est toujours agréable pour 24% d'entre eux, ce l'est parfois pour 70%. 5% peuvent toujours se souvenir de leur rêve quand ils s'éveillent, c'est parfois le cas pour 87%. Mais quel est l'objet des rêves des enfants belges? Ce sont surtout les personnes avec lesquelles ils sont en contact quotidien: membres de la famille (50%) ou amis (40%) arrivent en tête de liste. La troisième place du podium est occupée par l'école (29%), la quatrième par des personnages imaginaires (23%).

### Des émotions complexes

L'enquête internationale montre que 69 % des 23.000 enfants interrogés expérimentent des émotions complexes dans leur vie quotidienne. Le stress ou la solitude, par exemple. Chez nous, ce pourcentage est encore plus élevé. Pas moins de 76% des enfants belges ayant participé à l'enquête indiquent avoir été confrontés à des sentiments négatifs au cours des sept jours précédents. Dans notre pays, c'est dû à des soucis à l'école (36%), des événements à la maison (23%), des problèmes avec les amis (23%) ou encore l'actualité dans le monde (20%). La suite, ce sont les rêves.

*“Les rêves jouent un rôle clé dans le traitement des émotions, tant chez les adultes que chez les enfants. Ils sont aussi importants pour faire face aux petites et aux grandes difficultés de l'existence. Donner vie aux rêves des enfants en leur permettant de jouer avec eux de manière positive peut stimuler leur potentiel créatif et soutenir leur équilibre émotionnel”*, explique la docteure Inge Declercq, neurologue et experte en sommeil. L'enquête le confirme également. À la question de savoir si les rêves aident à explorer l'imagination créative, c'est 'oui, toujours' pour 13% des enfants et 'oui, parfois' pour 44%. Ensemble, cela représente 57%. La moitié des enfants (50%) indiquent que des rêves agréables peuvent stimuler la créativité. Pour 59%, les rêves peuvent distiller des idées pour toute la journée.

### Mateo, Izzie, Cooper Logan et Zoey

C'est sur cette grande puissance des rêves que LEGO s'est basé pour développer le tout nouveau thème LEGO DREAMZzz. La série LEGO DREAMZzz suit les aventures de camarades d'école, Mateo, Izzie, Cooper, Logan et Zoey. Ils rejoignent une agence secrète et apprennent à utiliser leur imagination pour voyager dans le monde des rêves et vaincre le tyrannique Roi des Cauchemars!

Dix épisodes de la série TV LEGO DREAMZzz seront lancés sur la chaîne YouTube de LEGO le 15 mai, avant d'être suivis par d'autres. La série sera aussi disponible ultérieurement sur Netflix et Prime Video. La toute nouvelle gamme de produits sera quant à elle lancée en août.

*“LEGO DREAMZzz est notre tout premier concept qui célèbre le monde merveilleux des rêves et explore ce qui se passe lorsqu'ils se transforment en réalité. Les enfants deviennent extraordinaires et la créativité est leur super pouvoir!”, déclare Marloes Zwagerman, Manager Brand Relations Benelux du groupe LEGO. “Nous voulons que les enfants se sentent capables de donner vie à leurs rêves les plus fous et de profiter de la véritable puissance de leur imagination créative pendant qu'ils rêvent.”*

#### **À propos du groupe LEGO®**

*Le Groupe LEGO® est une entreprise familiale privée dont le siège social est basé à Billund, au Danemark, et possédant ses bureaux principaux à Enfield (États-Unis), à Londres (Royaume-Uni), à Shanghai (Chine), et à Singapour. Fondé en 1932 par Ole Kirk Kristiansen, et basé sur l'emblématique brique LEGO®, il s'agit d'un des principaux créateurs d'expériences de jeu au monde. Animée par la devise : « Only the best is good enough » (“Seul le meilleur est assez bien”), l'entreprise s'engage à favoriser le développement des enfants et souhaite inspirer et développer le potentiel des constructeurs de demain à travers un apprentissage ludique et une expérience de jeu créative. Les produits LEGO sont vendus dans le monde entier et vous pouvez les découvrir à l'adresse suivante : [www.LEGO.com](http://www.LEGO.com). Pour consulter les actualités du Groupe LEGO, obtenir des informations sur les performances financières de l'entreprise et sur son engagement responsable, vous pouvez visiter la page suivante : <http://www.LEGO.com/aboutus>. Le Groupe LEGO a récemment adhéré aux UN Women's Empowerment Principles, un geste symbolique par lequel il confirme son engagement : contribuer, en tant qu'entreprise, à autonomiser les femmes et les jeunes filles.*

*LEGO, le logo LEGO, la mini-figure et la configuration des briques et des plots sont des marques et/ou des droits d'auteur du groupe LEGO. © 2023 LEGO Group.*

**Réservé à la presse - Pour de plus amples informations, des visuels ou des demandes d'interview | de review, veuillez prendre contact avec Wavemakers PR & Communications – Friedl De Saeger – [friedl@wavemakers.eu](mailto:friedl@wavemakers.eu) – 0493 58 53 35**