



# Icônes pop du 21<sup>e</sup> siècle

Depuis son apparition dans les années 90, la K-pop moderne a conquis la scène musicale internationale grâce à ses airs joyeux et irrésistibles, ses touches de couleur flamboyantes et ses chorégraphies entraînantes. Transcendant les barrières linguistiques et culturelles, les générations successives de jeunes artistes et groupes coréens passionnés se sont fait une place dans l'histoire de la musique.

Puis, en 2013, sept stars sud-coréennes se sont alignées en une extraordinaire constellation pour remodeler entièrement le paysage de la K-pop sur la scène musicale pop. Avec des titres très inclusifs qui continuent à battre des records du monde, les membres du groupe BTS sont les icônes pop incontestables de cette génération. Dans le monde entier, RM, Jin, SUGA, j-hope, Jimin, V et Jung Kook ont atteint des niveaux de popularité sans précédent en tant qu'icônes pop du 21<sup>e</sup> siècle. Cela est dû non seulement à leur style musical unique et à leur attitude pince-sans-rire, mais également à leur capacité à agir de manière responsable en tant qu'influenceurs positifs, activistes pour l'égalité et l'inclusion et ambassadeurs de l'amour de soi et de la joie, sur scène et en dehors.



## BTS – Sur et au-delà de la scène

Avec des millions de disques vendus, des concerts dans des stades remplis, un nombre incroyable de nominations, des reconnaissances et des prix prestigieux, ainsi que des dizaines de millions de followers sur les réseaux sociaux, BTS a eu un impact considérable sur ses fans du monde entier, en particulier chez les jeunes générations. BTS, acronyme de *Bangtan Sonyeondan*, est devenu plus tard l'acronyme de « Beyond the Scene », car les membres du groupe voulaient utiliser leurs voix pour avoir un impact bien au-delà de la scène musicale. En 2017, ils ont conclu un partenariat avec l'UNICEF afin de lutter contre la violence et la négligence, tout en promouvant l'estime de soi et le bien-être de la jeune génération par le biais des campagnes LOVE MYSELF et #ENDviolence. En 2018, le groupe a été invité à prononcer son discours « Speak Yourself » à l'Assemblée générale des Nations Unies avec un message visant à encourager les jeunes à avoir confiance en leur valeur et leur talent, et à faire entendre leur voix.



# Comment créer un titre au succès planétaire

Sorti en 2020 sous BIGHIT MUSIC (HYBE LABELS), l'un des labels leaders de l'industrie musicale, le nouveau tube du groupe a connu un succès fulgurant dans le monde entier, à une époque où la plupart d'entre nous avaient vraiment besoin d'un peu de funk et de soul. (Ou de beaucoup, en réalité.) N'ayant pas la possibilité de partir en tournée et de rencontrer ses fans bien-aimés et dévoués en personne, le groupe a su traverser la pandémie, continuant à chanter, danser et redéfinir son art à sa manière. « Dynamite » a constitué un défi stimulant qui leur a permis de continuer à progresser. Cette chanson nous rappelle qu'il faut laisser place à la lumière et à l'amusement en cette période sombre, remplissant ainsi la mission de BTS qui consiste à rassembler les gens et à répandre le bonheur. Elle attise notre propre espièglerie et reconnaît que la vie, c'est vraiment de la dynamite !

## Construisez. Jouez. Dansez !

« Dynamite » est entrée directement à la première place du Billboard Hot 100, du Global Top 50 sur Spotify et a atteint la place de n° 1 dans les classements de plus de 100 pays et régions sur iTunes. À sa sortie, le nombre de vues du clip vidéo a également explosé sur YouTube, atteignant la barre des 100 millions en moins d'une journée. Ce set est un hommage à l'un des phénomènes musicaux les plus extraordinaires de notre époque. Il est destiné à tous ceux qui partagent la passion des membres du groupe pour cette disco incroyablement funky, qui rend tellement heureux. Préparez-vous à vous imprégner des couleurs chaudes et ensoleillées et de l'ambiance pleine d'énergie des scènes dynamiques, chantez (fort !), construisez, jouez et dansez grâce à votre set.

**BEAT**



# Rencontrez le duo de fans designers

**Les fans designers, Josh Bretz et Jacob Twerski, se sont rencontrés en ligne dans une communauté de fans LEGO® et ont travaillé ensemble, combinant leur passion pour BTS et la construction LEGO.**

Josh Bretz (nom LEGO® Ideas : JBBrickFanatic) est un étudiant américain, originaire de l'Indiana. Fan de LEGO depuis toujours, il aime jouer et écouter de la musique, s'amuser en plein air et vivre à la ferme.

« Dynamite » est la première chanson de BTS que j'ai entendue et qui m'a permis de découvrir l'univers de la K-pop. Leurs rythmes disco et leurs airs entraînants m'ont vraiment attiré. J'aime leur positivité et la joie que leur musique propage ! J'ai fait équipe avec Jacob, qui sait tout sur BTS, et il m'a aidé à capturer l'essence du clip vidéo « Dynamite » en briques LEGO. Dès que nous avons partagé le projet sur les réseaux sociaux, la communauté des fans de BTS a contribué à rendre la vidéo de notre modèle virale presque du jour au lendemain, ce qui nous a permis de gagner 10 000 votes en quelques jours seulement. C'est tellement inspirant de voir à quel point les fans de BTS leur sont dévoués. Leur amour et leur passion sont tellement contagieux et j'espère vraiment qu'ils apprécieront le set ! »



Jacob Twerski (nom LEGO® Ideas : BangtanBricks) est originaire de New York et étudie la psychologie. Il adore la K-pop et la musique en général, construire des sets LEGO et écrire des histoires et des sagas de science-fiction.

« BTS c'est tout pour moi. La première chose que je fais le matin, c'est d'écouter leur musique. Je leur ai consacré deux articles universitaires. Au-delà des visuels époustouflants, des chorégraphies élaborées, du travail vocal et des paroles hors du commun, les membres eux-mêmes sont vraiment inspirants. Avec Josh, nous nous sommes beaucoup amusés à travailler sur ce set. J'ai partagé mes idées et lui ai envoyé des captures d'écran de détails importants. Lui, il a donné vie au set. La musique est une force puissante. Elle transcende les langues et « Dynamite » démontre parfaitement la capacité de BTS à répandre la joie dans le monde. Je suis heureux de voir que, chaque année, de plus en plus de nouveaux fans rejoignent la communauté de BTS. »



# Ping Pong



Jacob Twerski



Josh Bretz



**FUNK**

## Rencontre avec les designers LEGO®

« Recréer un clip vidéo est quelque chose de totalement différent pour LEGO® Ideas. J'adore le fait que nous puissions essayer toutes ces choses différentes avec le soutien des fans de LEGO ! Je suis aussi un fan de BTS, et j'ai été ravi d'ajouter des détails et des accessoires à ce set pour en faire un formidable modèle d'exposition, avec lequel les fans les plus jeunes peuvent également jouer ! La chorégraphie est vraiment importante pour BTS, c'était donc génial de pouvoir intégrer une scène où les membres du groupe peuvent réellement danser avec la fonction spéciale. Nous avons dû regarder la vidéo des centaines de fois pour nous en imprégner, et nous l'aimons toujours autant, parce que cette chanson est un bop absolu ! »

– James May, créateur de modèles LEGO Ideas

« En tant que fan de BTS moi-même, je me suis beaucoup amusée à transformer ce fantastique concept en un set LEGO Ideas à construire ! J'ai aimé la façon dont le modèle de Josh et Jacob reproduit les décors du clip vidéo, avec des lieux très emblématiques comme la boutique de beignets et le magasin de disques. Notre objectif était de donner vie au modèle et aux minifigurines LEGO en ajoutant de nombreux détails et références au clip vidéo, une fonction de scène dynamique et, bien sûr, les autocollants et les minifigurines décorées par Diego. »

– Gemma Anderson, créatrice de modèles LEGO Ideas

« J'ai regardé le clip de « Dynamite » encore et encore (j'ai même appris la chorégraphie !) pour repérer un maximum de détails de leurs tenues et de leurs expressions, qui représentent les personnalités uniques des membres du groupe. J'adore leur musique. Je ne parle pas coréen, mais j'aime l'amour et l'énergie qu'ils dégagent et les émotions que cela me procure même sans comprendre les paroles. Pour moi, la musique est un langage universel et BTS l'a prouvé en séduisant des fans dans le monde entier. Le groupe LEGO ne représente que très rarement de vraies personnes sous la forme de minifigurines, en particulier des célébrités dont les fans sont aussi nombreux et se font autant entendre ! Je suis fier que nous ayons pu leur rendre hommage de cette façon. »

– Diego Sancho, graphiste LEGO Ideas

**DING  
DONG**

cha  
ching





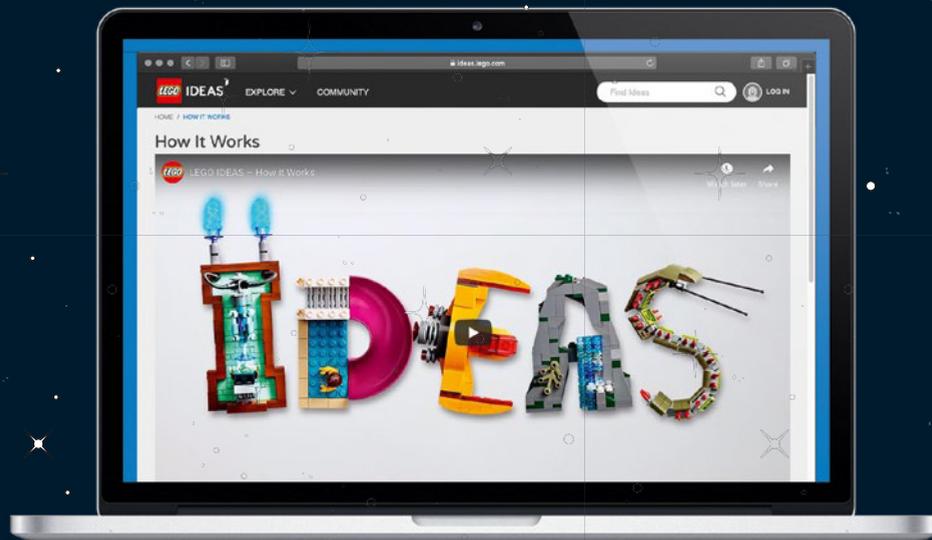
# IDEAS

SHARE YOUR IDEA  
TEILE DEINE IDEE  
PARTAGEZ VOTRE IDÉE  
CONDIVIDI LA TUA IDEA  
COMPARTE TU IDEA  
PARTILHA A TUA IDEIA  
分享创意  
PODZIEL SIĘ POMYSŁEM

SDÍLEJTE SVÉ NÁPADY  
ZDIEĽAJTE SVOJE NÁPADY  
OSZD MEG AZ ÖTLETED!  
İMPARTĂȘEȘTE IDEEA TA  
СПОДЕЛЕТЕ ИДЕИТЕ СИ  
PARĂDI SAVU IDEJU  
JAGA OMA IDEED  
PASIDALINK SAVO IDĒJA

GATHER SUPPORT  
HOL DIR UNTERSTÜTZUNG  
RECUEILLES DES VOTES  
CHIEDI DI ESSERE SUPPORTATO  
CONSIGUE APOYOS  
OBTÉM APOIO  
争取支持  
ZDOBĄDŹ GŁOSY

ZÍŠKEJTE PODPORU  
ZÍŠKAJTE PODPORU  
SZEREZZ TÁMOGATÁST!  
CERE SPRIJIN  
ПОЛУЧЕТЕ ПОДКРЕПА  
IEGŪŠTI ATBALSTU  
KOGU TOETUST  
RINK PALAIKYMA



LEGO® REVIEW  
LEGO® PRÜFUNG  
EXAMEN PAR LEGO®  
REVIEW LEGO®  
REVISIÓN DE LEGO®  
AVALIAÇÃO LEGO®  
乐高®审核  
OCENA LEGO®

OUZENÍ DESIGNÉRY LEGO®  
POSÚDENÉ DIZAJNÉRMÍ LEGO®  
LEGO® VÉLEMÉNYEZÉS  
VERIFICARE LEGO®  
ПРЕГЛЕД НА LEGO®  
LEGO® RECENZIA  
LEGO® ARVUSTUS  
LEGO® APŽYALGA

NEW LEGO® PRODUCT®  
NEUES LEGO® PRODUKT  
NOUVEAU PRODUIT LEGO®  
NUOVO PRODOTTO LEGO®  
NUEVO PRODUCTO LEGO®  
NOVO PRODUTO LEGO®  
全新乐高®产品  
NOWY PRODUKT LEGO®

NOVÁ STAVEBNICE LEGO®  
NOVÁ STAVEBNICA LEGO®  
ÚJ LEGO® TERMÉK  
PRODUS LEGO® NOU  
НОВ ПРОДУКТ LEGO®  
JAUNS LEGO® PRODUKTS  
UUS LEGO® TOODE  
NAUJAS LEGO® PRODUKTAS



ideas.LEGO.com

