

JEUX VIDEO

UNE CAMPAGNE D'INFORMATION ET DE SENSIBILISATION POUR RAPPELER LES REGLES ET BONNES PRATIQUES A L'USAGE DES PARENTS



Le jeu vidéo passionne de plus en plus de joueurs, jeunes et moins jeunes. A l'instar de la télévision et du cinéma, il existe des outils qui permettent aux joueurs et à leurs parents de pratiquer un jeu vidéo « responsable » grâce à la signalétique PEGI.

A l'approche des vacances d'été et des journées de liberté propices aux loisirs et activités en tout genre, le Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs (SELL) entre en campagne et adresse aux parents des conseils pour une bonne pratique du jeu vidéo de leurs enfants.

Diffusée dans un panel de titres de la presse magazine française, la campagne donne trois règles simples pour que le jeu vidéo reste un plaisir pour toute la famille.

A quoi tu joues ?

En tant que porte-parole de l'industrie des jeux vidéo, le SELL souhaite rappeler l'engagement de ses adhérents sur un certain nombre de valeurs, au premier rang desquelles la responsabilité.

La campagne s’articule autour de 3 règles et bonnes pratiques :

- **Vérifier que le jeu est bien adapté à l’âge des enfants** grâce à la classification PEGI qui propose des pictogrammes très simples : un coup d’œil suffit aux parents pour savoir l’âge minimum requis par rapport au contenu du jeu (3, 7, 12, 16 ou 18 ans). Inscrites sur tous les jeux vidéo, ces mentions ne correspondent pas à un niveau de difficulté mais bien à des recommandations d’âge.
- **Fixer des limites de temps devant les écrans**, pour veiller à ce qu’ils n’empiètent pas sur les autres activités de l’enfant ;
- **Pour mieux comprendre la pratique du jeu vidéo de ses enfants**, rien de tel que de partager des moments avec eux.



Un plan média à destination des parents

La campagne s’attache à sensibiliser les parents à la classification PEGI et aux bonnes pratiques du jeu vidéo grâce à des conseils simples.

Le SELL a investi un budget valorisé de 400 000€ sur la période de juin à septembre pour diffuser ce message à travers un publi-rédactionnel dans un panel de titres de la presse magazine française : *ELLE, Famille et Education, La Revue des Parents, L’Obs, Marie Claire, Mon Quotidien, Petit Quotidien, Psychologies Magazine, Sport & Style Version Femina, et Télérama.*

Contacts Presse :

PROFILE : Nicolas Brodiez - 01 56 26 72 00 - nbrodiez@agence-profile.com

Jennifer Loison - 01 56 26 72 12 - jloison@agence-profile.com

SELL : Anne Sophie Montadier - 01 56 90 08 24 / 06 27 55 06 64 - as.montadier@sell.fr / @SELL_JeuxVideo

A propos du SELL, Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs - www.sell.fr

Le SELL représente au plan national les éditeurs de jeux vidéo et de logiciels de loisirs : les logiciels grand public qui ne sont pas destinés au travail de bureau dans les entreprises. Il compte vingt-quatre membres qui représentent, selon le panel GfK, plus de 90% du chiffre d’affaires du secteur. Le SELL promeut et défend les intérêts collectifs des éditeurs de jeux vidéo dans les différents domaines où ils sont engagés et sous les différents aspects professionnels, économiques ou juridiques qui les concerne, et contribue ainsi à la structuration du marché et à sa reconnaissance par tous les professionnels, les pouvoirs publics et les consommateurs. Le SELL soutient la norme européenne PEGI, véritable système de classification du contenu des jeux vidéo, qui propose des informations fiables et faciles à comprendre sous forme de labels figurant sur les emballages. Le SELL représente ainsi la volonté d’engagement et de responsabilisation de l’industrie des loisirs numériques. La Présidente du SELL est Julie Chalmette, et son Délégué Général, Emmanuel Martin.