

## JEUX VIDÉO

### Une campagne nationale pour informer et sensibiliser les familles aux règles et outils permettant une pratique sereine à la maison

L'Hexagone compte 71% de joueurs occasionnels de jeux vidéo soit plus de 37 millions de Français. Chez les enfants de 10 à 17 ans, ce taux monte à 96%. La France compte ainsi près de 4,5 millions de jeunes *gamers*. Afin d'accompagner les parents à l'approche des fêtes de fin d'année, le Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs (SELL) lance une nouvelle campagne d'information et de sensibilisation destinée à leur donner les clés nécessaires pour une pratique sereine du jeu vidéo au sein du foyer.

À l'heure où l'exercice de la parentalité et l'omniprésence du numérique au sein du foyer vont de pair, cette campagne intitulée « *Bons usages, bons souvenirs* », diffusée du 15 novembre au 15 décembre en TV, presse et web, aborde pour la première fois tous les outils et bonnes pratiques du jeu vidéo : **du respect de la signalétique PEGI à l'encadrement du temps de jeu sans oublier l'activation de contrôles parentaux**. La multiplication des écrans, le déploiement d'un Internet toujours plus rapide et accessible, l'essor de l'offre de jeux et la multiplication des supports ont bouleversé les repères des parents et ont confronté la parentalité à l'ère du numérique. Le SELL, dans sa vocation de responsabilité, d'information et de protection des consommateurs, lance une nouvelle campagne de sensibilisation portant sur quelques règles simples à appliquer pour une pratique plus sereine du jeu vidéo au sein du foyer :

#### 1 - Choisir un jeu adapté à l'âge de l'enfant



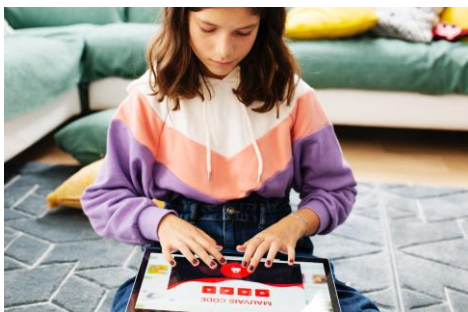
Si plus d'1 parent sur 2 se déclare attentif au respect de la norme de classification des jeux vidéo PEGI (56%) lors de l'acte d'achat, une majorité d'enfants (54%) y portent moins d'importance. Un coup d'œil au pictogramme très simple apposé sur chaque jeu suffit aux parents pour connaître l'âge minimum requis par rapport au contenu du jeu (3, 7, 12, 16 ou 18 ans), ... Un réflexe simple à adopter en magasin ou sur un site e-commerce... surtout au moment des cadeaux de Noël !

## 2 - Encadrer le temps de jeu



La définition de ce temps doit s'entendre en temps de loisirs numériques en cumulant TV, tablette, ordinateur, console et smartphone. Si l'âge et les plannings scolaire et extrascolaire de l'enfant définissent ce temps, des règles claires, précises, personnalisées et évolutives doivent s'instaurer en discussion avec lui. Avec le jeu vidéo aussi, la base des rapports parents / enfants reste le partage, l'échange et le dialogue...

## 3 - Installer les contrôles parentaux



9 parents sur 10 connaissent l'existence des systèmes de contrôle parental. Pourtant, seul 1 tiers d'entre eux les utilisent. La campagne du SELL rappelle leur existence quelle que soit la plateforme de jeu. Ils permettent de bloquer l'accès aux jeux dépassant une certaine catégorie d'âge du système PEGI, de contrôler les achats en ligne, de limiter la navigation sur Internet, mais également de surveiller le temps passé à jouer ou encore de paramétrer le niveau d'interaction en ligne.

Autant le paramétrer une bonne fois pour toutes, et rester l'esprit tranquille !

*« Cette campagne passe en revue 3 bonnes pratiques qui, si elles peuvent paraître évidentes, s'avèreront très utiles au quotidien des parents de jeunes joueurs. A cet égard, il est important de rappeler que le jeu vidéo peut aussi être un moment de partage familial. Nous observons d'ailleurs que les enfants apprécient particulièrement que les parents s'intéressent à leur loisir de prédilection et fassent une partie avec eux. C'est un vrai moment de complicité où les rôles sont souvent inversés. L'âge moyen des joueurs est aujourd'hui de 40 ans et va continuer à augmenter. Cela laisse à penser que de plus en plus, le jeu vidéo pourra permettre de fédérer les générations dans les foyers et au-delà »* commente **Julie Chalmette, Présidente du SELL.**



La campagne « *Bons usages, bons souvenirs* » renvoie vers le site d'information PédaGoJeux, qui accompagne parents et médiateurs éducatifs pour favoriser une pratique sereine du jeu vidéo dans les familles. Celui-ci

regorge de conseils pratiques pour guider, aider les parents à accompagner leur enfant et à mieux comprendre le jeu vidéo.

La campagne « *Bons usages, bons souvenirs* » a également reçu le soutien du Ministère de l'Économie et des Finances, de l'Action et des Comptes Publics et du Ministère de la Culture.

*Source : étude SELL/Médiamétrie « Les Français et le jeu vidéo », réalisée sur Internet du 02 au 27 septembre 2019, auprès d'un échantillon de 4 049 internautes de 10 ans et plus, représentatif de la population d'internautes vivant en France.*

### **Fiche technique « Bons usages, bons souvenirs » :**

Annonceur : S.E.L.L.

Agence : Biborg

Production : W2P

Pays de sortie : France

### **Contacts Presse :**

PROFILE : Nicolas Brodier - 01 56 26 72 00 - [nbrodier@agence-profile.com](mailto:nbrodier@agence-profile.com)

Jennifer Loison – 01 52 26 72 12 – [jloison@agence-profile.com](mailto:jloison@agence-profile.com)

Titouan Coulon – 01 56 26 72 07 - [tcoulon@agence-profile.com](mailto:tcoulon@agence-profile.com)

SELL : Anne Sophie Montadier - 01 56 90 08 24 / 06 27 55 06 64 - [as.montadier@sell.fr](mailto:as.montadier@sell.fr) /  
[@SELL JeuxVideo](#)

### **À propos du SELL, Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs - [www.sell.fr](http://www.sell.fr)**

Le SELL représente au plan national les éditeurs de jeux vidéo et de logiciels de loisirs et compte vingt-deux adhérents. 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 (classification, promotion de la profession, antipiraterie, presse...) 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.