

## CAMPAGNE PEGI : TOUS RESPONSABLES POUR UNE MEILLEURE PRATIQUE DU JEU VIDEO



« IL Y A UN AGE POUR TOUT.  
IL Y A UN JEU VIDEO POUR TOUS LES AGES. »

Le SELL - Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs - lance à l'initiative de l'ensemble de ses adhérents une vaste campagne nationale de sensibilisation et d'information sur la norme de classification des jeux vidéo PEGI créée en 2003 (Pan European Game Information). Reconnue d'intérêt général par le Service d'Information du Gouvernement, cette campagne démontre l'engagement et les valeurs de l'industrie du jeu vidéo, au premier rang desquelles la responsabilité et l'information des consommateurs et des joueurs.

### Deux films et un message simple pour sensibiliser à la signalétique PEGI

« *Il y a un âge pour tout. Il y a un jeu vidéo pour tous les âges* ». Du 6 octobre au 2 novembre, ce message sera véhiculé par deux films de 25 secondes, intitulés « Bonjour » et « Baseball » et conçus par l'agence Ladies and Gentlemen pour le SELL. Ils s'attachent à vulgariser et sensibiliser à la classification PEGI et s'adressent à tous les publics, aussi bien aux parents en qualité d'acheteurs et d'accompagnateurs dans la pratique de leurs enfants qu'aux joueurs en tant que prescripteurs.

Jean-Claude Ghinozzi, Président du SELL souligne : « *Depuis sa création il y a vingt ans, le SELL n'a pas cessé de prendre ses responsabilités face à des joueurs de plus en plus nombreux qui représentent aujourd'hui 53%\* de la population. Cette campagne s'inscrit dans cette démarche : il nous incombe d'anticiper les besoins d'information des consommateurs, des médias et des pouvoirs publics sur ce loisir culturel entré dans tous les foyers.* »

@SELL\_JeuxVideo

## Le pitch

Comme pour tout bien culturel, une même scène, une même situation peut varier selon le jeu vidéo et le classement PEGI. Par exemple, jouer avec une batte de baseball ou tout simplement dire « bonjour » peut prendre des formes très différentes selon le public à qui s'adresse le jeu vidéo. Les films PEGI se livrent à un exercice de style pour expliquer de façon simple et didactique la classification PEGI à tous les publics, y compris les plus jeunes.

## Un plan media ambitieux conçu pour toucher les parents et les joueurs

Avec un budget valorisé de 850 000€, ces deux films bénéficient d'une campagne nationale digitale visible sur de nombreux médias ainsi qu'une diffusion durant 4 semaines dans les cinémas des réseaux UGC et Gaumont Pathé pour cibler en premier lieu les parents puis les 10-25 ans, en tant que joueurs et prescripteurs.

Emmanuel Martin, Délégué Général du SELL et Administrateur PEGI en France, conclut : « *La classification PEGI fait partie intégrante de la culture du jeu vidéo. Grâce à cette campagne, reconnue d'intérêt général par le Service d'Information du Gouvernement, au nom du Premier Ministre, nous souhaitons créer le débat au sein des foyers pour une pratique plus responsable des jeux vidéo au sein de la famille. PEGI est homologué depuis le 17 décembre 2015 par le gouvernement. Nous tenons également à saluer le soutien du Ministère de l'Intérieur, du Ministère de la Culture et de la Communication, du Secrétariat d'Etat au Numérique et à l'Innovation et du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* ».

\*Source : Etude GfK\_SELL / Octobre 2015



Pour plus d'informations sur PEGI, consultez l'édition hors-série de l'Essentiel du Jeu Vidéo :

Le Guide du PEGI : [www.sell.fr](http://www.sell.fr)

Spot « Bonjour » : [https://www.youtube.com/watch?v=t9hj77ZQ4\\_U&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=t9hj77ZQ4_U&feature=youtu.be)

Spot « Baseball » : <https://www.youtube.com/watch?v=xI3g9ewFyAw&feature=youtu.be>

## Contacts Presse :

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

Jennifer Loison – 01 56 26 72 12 - [jloison@agence-profile.com](mailto:jloison@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

## A 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 : les logiciels grand public qui ne sont pas destinés au travail de bureau dans les entreprises. Il compte vingt-cinq membres qui représentent, selon le panel GfK, plus de 95% 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 (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. Le Président du SELL est Jean-Claude Ghinozzi, et son Délégué Général, Emmanuel Martin.