

# **23<sup>ème</sup>** **Parlement des Enfants**

## **PROPOSITION DE LOI**

*visant à protéger les mineurs des contenus indésirables des jeux vidéos*

**présentée**

*par les élèves de la classe de CM2 de l'Ecole Pont du Suve à Toulon*

*(Académie de Nice)*

*1<sup>ère</sup> circonscription électorale du Var de Mme Geneviève Lévy*

## EXPOSE DES MOTIFS

Mesdames, Messieurs les Député(e)s,

La signalétique PEGI (*Pan European Game Information*) est un système européen de classification des jeux vidéos qui sert à informer les utilisateurs sur l'âge et le contenu des jeux vidéos, vendus dans le commerce ou en libre téléchargement sur Internet. On la reconnaît grâce à des logos colorés (verts, orange ou rouges) qui déconseillent le jeu selon la tranche d'âge de l'utilisateur (*PEGI 3, PEGI 7, PEGI 12, PEGI 16, PEGI 18*) et à neuf pictogrammes qui décrivent le contenu du jeu (*scènes de violence, usage d'un langage grossier, allusion à la drogue ou l'alcool ou le tabac, incitation à la discrimination, scènes de peur ou d'horreur, incitation au pari, allusions sexuelles, présence d'achats intégrés, jeu en ligne*). Ils sont apposés sur le recto et le verso de la jaquette du jeu ou sous l'image de l'application à télécharger sur le site de l'éditeur conformément à la loi de 2015, votée en France.

Or, une enquête menée en octobre 2018, nous démontre que 65% des adultes achètent des jeux vidéos sans regarder la norme PEGI. Ceci nous prouve que la plupart des parents ne connaissent pas cette classification et nous laissent jouer à des jeux vidéos avec des contenus inappropriés à notre âge et souvent sans surveillance. Ainsi, ils nous exposent à des images parfois très choquantes et à une réalité virtuelle que l'on peut confondre avec la réalité quotidienne.

En enquêtant dans notre entourage, nous avons compris aussi que les vendeurs de jeux vidéos en magasin n'avaient pas l'interdiction de vendre des jeux vidéos à contenus choquants à des enfants seuls, non accompagnés d'un adulte lors de l'achat comme c'est le cas pour l'alcool et le tabac. Ils disposent uniquement d'une obligation de conseiller l'acheteur selon la signalétique PEGI, laissant aux parents le soin de veiller à sa bonne utilisation. Or, tous les jours, nous avons accès aux jeux vidéos sur nos consoles, nos tablettes, nos ordinateurs ou nos smartphones. Chaque jour, nous pouvons nous connecter à ce monde virtuel et rencontrer des personnes malveillantes en jouant en ligne, ce qui nous expose à des dangers supplémentaires (suicide, discrimination, pédophilie, violence, menace, enlèvement, piratage de données personnelles, harcèlement) sans que nos parents en aient conscience par la méconnaissance des pictogrammes du jeu.

Mesdames, Messieurs, les adultes ont le devoir de guider la jeunesse d'aujourd'hui vers une utilisation « *cyber responsable* » des jeux vidéos, de la protéger contre leurs contenus inappropriés et contre les personnes malveillantes.

## PROPOSITION DE LOI

### Article 1<sup>er</sup>

Pour signifier clairement que le contenu du jeu vidéo est inadapté aux mineurs de moins de 18 ans, un bandeau rouge de 2 cm de hauteur, portant la mention « **déconseillé aux mineurs** », écrite en lettres majuscules noires, sera créé et apposé en haut sur toute la longueur de la boîte, sur le recto de la jaquette du jeu vidéo, ou, sur l'image de l'application à télécharger en ligne, en complément de la signalétique PEGI.

### Article 2

Tous les magasins multimédias devront disposer obligatoirement d'un rayon spécial pour accueillir tous les jeux vidéos portant la mention « **déconseillé aux mineurs** ». Ces jeux ne pourront pas être vendus à des mineurs de moins de 18 ans, non accompagnés d'un adulte.

### Article 3

En cas de vente des jeux vidéos portant la mention « **déconseillé aux mineurs** » à un public de moins de 18 ans, le vendeur s'expose à une amende de 7 500 €. Cette peine est portée à 15 000 € outre un an de prison en cas de récidive.

### Article 4

Dans un souci de responsabilité publique et d'éducation, une campagne d'information annuelle, simple et claire sur la signalétique PEGI sera réalisée auprès des consommateurs sous la forme de spots publicitaires à la télévision ou sur les réseaux sociaux, sur les panneaux publicitaires urbains, sous la forme d'un livret informatif et d'une charte, affichés et délivrés en magasin ou dans les écoles. Elle sera financée par le budget de l'Etat.