

NOWE OZNACZENIE PEGI INFORMUJĄCE RODZICÓW O MOŻLIWYCH ZAKUPACH W GRZE

Najnowsze badania pokazują, że większość rodziców ustala z dziećmi kwotę wydatków w grach wideo, ale czasem brakuje im informacji lub narzędzi do ich monitorowania.

Bruksela, 30.08.2018 – PEGI ogłosiło dzisiaj wprowadzenie nowego oznaczenia treści do gier wideo w dystrybucji fizycznej. Oznaczenie to ma na celu informowanie rodziców o możliwości dokonywania zakupów w grze wideo. Ikona "zakupy w grze" jest już stosowana przez PEGI w cyfrowej dystrybucji gier (z wykorzystaniem procesu [IARC](#)), ale od tej pory konsumenci zobaczą ją także na opakowaniach gier dostępnych w sklepach detalicznych.



Według badań konsumenckich¹ przeprowadzonych przez Ipsos 40% rodziców dzieci grających w gry, przyznaje, że ich podopieczni dokonują zakupów w grach. Zdecydowana większość spośród tych rodziców (ponad 8 na 10) zawarła z dziećmi porozumienie odnośnie wydatków, które przybiera następujące formy: pytanie o pozwolenie przed każdym zakupem (60%), tygodniowy lub miesięczny limit wydatków (31%), wykorzystanie narzędzi kontroli rodzicielskiej (28%), monitorowanie rachunków kart kredytowych (25%) lub użycie kart pre-paid (20%). Tylko 2% rodziców w żaden sposób nie monitoruje wydatków swoich dzieci.

"Uświadomienie rodzicom istnienia opcjonalnych zakupów w grze jest dla nas ważnym krokiem. PEGI, poprzez wprowadzenie odpowiedniego oznaczenia, udostępni tę informację bezpośrednio w punkcie zakupu, dzięki czemu rodzic będzie mógł zdecydować, jak chce monitorować i / lub ograniczać wydatki dziecka" - mówi Simon Little, dyrektor zarządzający PEGI S.A. „Z przytoczonych badań wiemy, że rodzice stosują różne metody zarządzania wydatkami. Zachęcamy jednak do korzystania z narzędzi kontroli rodzicielskiej, które są bardzo pomocne w zapewnieniu ogólnego bezpieczeństwa dzieci w Internecie oraz umożliwiają kontrolowanie wydatków. Niemniej ważny jest dialog z dziećmi na temat gier, które lubią. Rozmowy pozwalają na stworzenie warunków do grania, w których zarówno dzieci, jak i rodzice czują się komfortowo."

¹ Badania zostały przeprowadzone w maju 2018 r. przez firmę Ipsos w Wielkiej Brytanii, Francji, Niemczech i Hiszpanii. Wszyscy respondenci byli rodzicami grających dzieci w wieku do 15 lat. Dane wazono, wykorzystując pomiary GameTrack do reprezentowania populacji na podstawie: demografii (wiek / płeć), gospodarstwa domowego (wiek dzieci) i tego, czy rodzic odpowiadający na ankietę sam jest graczem.

Nowa ikona treści: „zakupy w grze” zostanie zastosowana do wszystkich gier oferujących opcję kupowania produktów cyfrowych za prawdziwą walutę. Zacznie się pojawiać na opakowaniach gier pod koniec roku 2018. "Mikro transakcje w grach stały się powszechne i konieczne jest zapewnienie identycznej informacji konsumentom korzystającym zarówno z cyfrowych, jak i fizycznych form dystrybucji" - mówi Simon Little. "Biorąc pod uwagę fakt, że gry pudełkowe są ważną częścią rynku, była to istotna luka do wypełnienia. Wprowadzenie ikony informującej o opcjonalnych zakupach ma szczególne znaczenie dla rodziców, którzy nie są zaznajomieni z grami wideo. Obecność tej ikony na opakowaniu gry, której zakup rozważają, powinna wzbudzić ich czujność i zachęcić do monitorowania rozgrywki. To kluczowa informacja, której dotychczas rodzicom brakowało”.

###

O PEGI S.A.:

PEGI S.A. to organizacja odpowiedzialna za nadzorowanie i rozwijanie ogólnoeuropejskiego systemu klasyfikacji gier wideo – Pan European Games Information. Zadaniem PEGI jest edukacja konsumentów, a w szczególności ochrona małoletnich przed dostępem do potencjalnie nieodpowiednich treści gier. PEGI dostarcza rodzicom i opiekunom szczegółowych informacji, które pomagają im w dokonywaniu świadomych wyborów przy zakupie gier dla dzieci. PEGI zapewnia również odpowiedzialny sposób reklamy i dystrybucji gier. Gry klasyfikowane w systemie PEGI są dostępne w 38 krajach w Europie. Więcej informacji na temat PEGI można znaleźć na stronie www.pegi.info.

Kontakt:

PEGI S.A.

Dirk Bosmans

dirk.bosmans@pegi.eu

+32 2 612 17 72