

Source : <http://www.tdg.ch/actu/hi-tech/2008/05/28/gamers-suisse-partent-campagne>

Journal « Tribune de Genève » du 28.05.2008

## Les «gamers» suisses partent en campagne

JEUX |

LUCA SABBATINI | 28.05.2008 | 00:01

«Les médias mettent toujours et seulement en avant les jeux violents. A croire qu'on ne joue qu'à ça.» On le sent gentiment agacé, Nicolas Akladios. Président du Swiss Gamers Network (SGN), association qui «prône une pratique responsable des jeux vidéo», il a envoyé hier une lettre ouverte à tous les médias de Suisse romande. Motif: les «gamers» en ont assez de passer pour des brutes sanguinaires dans les articles de journaux et les émissions de télévision. Devant les menaces de censure et d'interdiction des jeux violents, ils souhaitent «élever le débat».

«L'industrie du jeu vidéo est plus importante que celle du cinéma, et pourtant on continue à caricaturer grossièrement l'univers vidéoludique, voire à le diaboliser», s'indigne Nicolas Akladios. Et de rappeler qu'à l'occasion de la sortie du controversé Grand Theft Auto IV (GTA IV), il y a un mois, la presse, les politiciens et la télévision s'étaient lancés dans une croisade contre la violence dans les jeux. «Une vague de paranoïa» qui ne reposait absolument pas sur la réalité.

«En l'état actuel, affirme la lettre ouverte de l'association, pour toute étude qui prouve l'influence néfaste des jeux vidéo violents sur le comportement des joueurs, il existe une étude — tout aussi sérieuse — qui prouve le contraire. Bref, on n'avance pas beaucoup dans une telle partie de ping-pong.» Or, relève Nicolas Akladios, ces jeux violents ou pour jeunes adultes, dûment signalés comme tels sur le boîtier par les labels 16+ (16 ans et plus) et 18+ (18 ans et plus), représentent respectivement 16,5% et 4% de la production mondiale, soit à peine un jeu sur cinq.

En Suisse, ces catégories «extrêmes» constituent 17% du total des jeux vendus, dont le classement est dominé par des produits familiaux. A l'exemple de Super Mario Galaxy, un divertissement destiné à tous les publics, «sur lequel aucun article n'a été écrit», constate avec un brin d'amertume le président des «gamers» suisses.

Le problème, selon ce joueur de 35 ans, réside dans la relative nouveauté du phénomène. «Il y a quelques années, si un jeu séduisait 100 000 acheteurs, c'était un record. Aujourd'hui, GTA IV se vend à 6 millions d'exemplaires en une semaine.» Une progression fulgurante qui rend les jeux beaucoup plus médiatiques, analyse Nicolas Akladios, «sans qu'ils soient accompagnés d'une information adéquate du public».

### Vérifier l'âge des joueurs

Cette information, le Swiss Gamers Network est prêt à la donner, à condition de trouver un financement. «Nous aimerions publier des flyers répondant aux questions que se posent les parents.» Dès septembre, l'association espère également mettre sur pied des partenariats avec différents médias de Suisse romande.

Nicolas Akladios a déjà identifié une dizaine de thèmes sur lesquels il lui paraît urgent de communiquer, de l'explication de la norme PEGI (Pan European Game Information, système européen de classification des logiciels de loisirs par catégorie d'âge), aux «règles d'hygiène» à observer quand on joue.

«Il est clair que certains jeux ne conviennent absolument pas aux enfants. Nous militons pour une sensibilisation de tous, notamment des vendeurs spécialisés, qui doivent prendre l'habitude de vérifier l'âge de leurs clients.»