

HOJA DE ANÁLISIS

El cumplimiento del Sistema PEGI en el mercado europeo

España, el tercer país europeo más involucrado en el cumplimiento del Sistema PEGI

- El 91,5% de los anuncios cumplen correctamente con el código de aplicación del Sistema
- En España la prensa escrita registra el mayor grado de cumplimiento (98,6%), seguida de la televisión (98%). La peor cifra se da en Internet (67,6%)

Madrid, 12 de junio de 2012.- Hoy en día el videojuego ya no es sólo una opción de ocio para los más jóvenes -[el 24% de los adultos españoles se declara aficionado](#)-, y es que el desarrollo de nuevos géneros, plataformas y tecnologías ha contribuido de manera notable en la multiplicación del perfil de usuario.

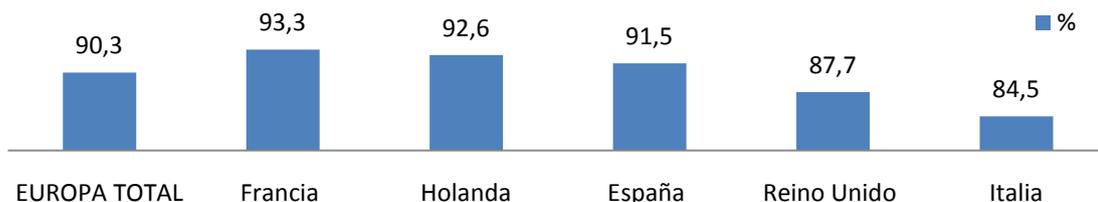
Esta expansión social requiere de una importante labor divulgativa y de autocontrol por parte del sector. Hoy más que nunca, dada la enorme amplitud de [perfiles de videojugador](#) -no todos expertos-, resulta necesario ofrecer al consumidor mecanismos que le ayuden a realizar una compra de videojuegos adecuada y acorde a sus intereses.

Por este motivo, la industria, a través de ISFE (la patronal europea del videojuego) ha llevado a cabo una auditoría del cumplimiento de publicación de la información relativa al código PEGI -el sistema de clasificación de videojuegos por edades y contenidos- en los diferentes medios publicitarios.



En concreto, ISFE ha analizado el cumplimiento de la guía de estilo de aplicación PEGI en más de 670 anuncios de casi 40 editores en los cinco mercados europeos más importantes: Francia, Reino Unido, España, Italia y Holanda.

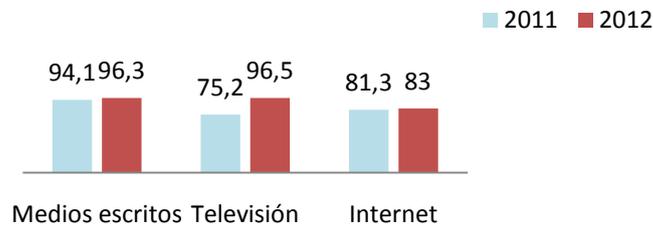
El informe de auditoría PEGI Compliance Report (nov 2011-enero 2012) revela que el grado de cumplimiento europeo se sitúa en el 90,3%, siendo Francia, Holanda y España los países más involucrados. Este dato, supone además, un incremento significativo respecto del 2011, cuando el grado de cumplimiento medio europeo era del 83,5%.



Fuente: PEGI Compliance Report



Por soportes analizados, la tasa de cumplimiento en revistas y periódicos es muy alta con una media europea del 96,3%. En Internet se muestra una relativa mejoría respecto al 2011 al alcanzar el 83%, pero el crecimiento más notable se encuentra en la televisión, medio en el que se ha alcanzado un grado de cumplimiento del 96,5%. Estas cifras que ponen de manifiesto el compromiso de editores por lograr la total implantación del Código PEGI como mecanismo de clasificación de contenidos.



En España el mayor cumplimiento se da en los casos analizados en prensa escrita con un 98,6%, y en televisión con un 98%. La peor cifra se da en Internet con un 67,6%. De estos datos se deduce que existe aún cierta desinformación sobre cómo implementar los iconos PEGI a los distintos formatos de los medios online, por lo que la industria deberá realizar un esfuerzo extra.

Qué es el sistema PEGI

El sistema PEGI (Pan European Game Information) es el mecanismo de autorregulación diseñado por la industria para dotar a sus productos de información orientativa sobre la edad adecuada para su consumo.

Este sistema está integrado por dos tipos de iconos descriptores, uno relativo a la edad recomendada y otro al contenido específico susceptible de análisis. Asimismo integra una etiqueta PEGI Online en los juegos que ofrecen la funcionalidad de jugar en línea y una etiqueta PEGI OK diseñada para la clasificación de “casual games”.

www.pegi.eu/es

Acerca de aDeSe

La Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (aDeSe), se constituyó en octubre de 1997 con el firme propósito de representar y contribuir al desarrollo de la industria del sector y de sus asociados. aDeSe está integrada actualmente por 14 compañías que representan más del 90% del consumo en el mercado español. Activision-Blizzard, Disney Interactive, Electronic Arts, GAME, Koch Media, Microsoft, Namco Bandai Partners Ibérica, Nintendo, Sega, Sony Computer Entertainment, Two Interactive, THQ, Ubisoft y Warner Interactive Entertainment.

www.adese.es

Para más información

Gabinete de prensa aDeSe
 Marta Frau / Juan Gabriel Corral
 E-mail: marta.frau@evercom.es; juangabriel.corral@evercom.es
 Tfno. 91 577 92 72