

Nos enjeux spécifiques

Protection et accompagnement de la jeunesse

Dans un environnement de révolution numérique qui bouscule les usages, Vivendi a la responsabilité de protéger et d'accompagner les jeunes publics dans leurs pratiques culturelles et médiatiques. Le groupe doit évaluer les opportunités et les risques que présentent ses offres de contenus et de services pour les adolescents.



Promouvoir des règles déontologiques

Vivendi a adopté une Charte sur la protection des données et des contenus par laquelle le groupe s'engage à promouvoir les moyens de choix ou de contrôle des contenus (outils de filtrage et autres moyens de sélection), à coopérer activement avec les autorités compétentes dans la lutte contre les contenus illégaux, à promouvoir des règles déontologiques pour accompagner le développement de ses activités, à mener des actions de sensibilisation des parents et des enfants sur les usages des nouveaux médias.

Cette charte constitue un cadre de référence pour les filiales qui définissent leurs propres règles déontologiques en fonction de leur secteur d'activité. Ainsi, SFR applique les recommandations sur l'encadrement des contenus sensibles et la lutte contre les contenus illicites prévues dans la

Charte multimédia mobile. Maroc Telecom a défini une Charte de modération applicable aux espaces de discussion et Casanet, sa filiale en charge du portail d'information Menara, s'appuie sur un code de conduite.

Dans sa Charte éthique, le Groupe Canal+ rappelle ses engagements en matière de classification des programmes au regard de la protection des enfants et des adolescents, et applique à ce titre la signalétique correspondante. Cette vigilance s'applique par ailleurs aux nouveaux supports techniques de réception et équipements sur lesquels sont diffusés les contenus audiovisuels du groupe (voir le témoignage de Frédéric Mion p.49).

Le site Internet d'Universal Music France se réfère à la Charte sur la protection des données et des contenus pour informer les jeunes internautes des règles de comportement à respecter.



©DR



Pan-EU Youth, une plateforme d'expression pour les jeunes Européens

Niamh Carey, 17 ans, Ambassadrice irlandaise de Pan-EU Youth

Pan-EU Youth donne la parole aux jeunes Européens et leur permet d'exprimer leurs opinions sur des questions de citoyenneté. Cette voix est écoutée par la Commission européenne et ne reste pas sans réponse. J'ai accepté d'être ambassadrice de Pan-EU Youth car c'est un projet très utile, qui offre aux jeunes un espace pour débattre et se faire des amis. En tant qu'ambassadrice,

j'ai sollicité les professeurs d'éducation civique de mon école pour utiliser le jeu de rôle et j'ai interviewé les filles de ma promotion sur le thème « Les jeunes dans les médias ». Au plan national, j'ai accordé une interview à l'*Irish Times*, dans un supplément consacré à la sécurité sur Internet, à l'occasion de la journée nationale « Pour un Internet plus sûr ». Je fais également partie du Comité consultatif national des jeunes pour la sécurité sur Internet et, dans ce cadre, je discute avec

les autres membres afin de promouvoir Pan-EU Youth. Il est important pour les jeunes de dialoguer avec les industriels. Ils ont grandi avec la technologie et savent comment l'utiliser de façon efficace. Bâtir des échanges entre les jeunes et les entreprises permettra à ces dernières de mieux répondre aux attentes des consommateurs. Les jeunes sont toujours à la recherche des dernières nouveautés en matière de technologie. Plus c'est petit, léger et rapide, mieux c'est !

Blizzard Entertainment (voir le témoignage de Mike Morhaime p. 73) a défini des règles du « bien jouer ensemble » destinées à encadrer le comportement des joueurs de *World of Warcraft*®. Afin de s'assurer du respect de ces règles de conduite, des « maîtres de jeu » supervisent les échanges entre les joueurs. Ces derniers, en cas d'infraction, reçoivent un avertissement ou sont sanctionnés par la suspension temporaire ou la fermeture définitive de leur compte. Des milliers de comptes sont ainsi définitivement fermés suite à de telles violations.

Sensibiliser les jeunes et les parents

Vivendi est soucieux de permettre aux adolescents d'évoluer dans un environnement numérique sûr et de donner à leurs parents des outils permettant de mieux maîtriser les contenus et les usages liés aux produits et services du groupe. Téléphones mobiles, Internet, films, jeux, espaces de discussion peuvent véhiculer des contenus sensibles ou des modes de consommation inappropriés. Les filiales veillent donc à promouvoir la sensibilisation des parents et des jeunes publics, et à proposer des dispositifs rigoureux de contrôle parental. Vivendi s'investit par ailleurs dans des partenariats impliquant des jeunes et des experts (voir le témoignage de Christian Gautellier p. 57) afin de mieux saisir les opportunités liées aux pratiques numériques.

Vivendi s'est à nouveau associé en 2011 à la journée « Pour un Internet plus sûr » en relayant sur son site institutionnel et auprès de ses filiales le clip vidéo de la Commission européenne « Internet, c'est ta vie, pas qu'un jeu ! ». Ce clip interpelle les jeunes internautes sur la manière dont ils concilient leurs vies virtuelles et leur existence réelle.

Activision Blizzard poursuit ses actions de sensibilisation pour promouvoir les référentiels d'âges et de contenus établis par les organisations professionnelles : PEGI (*Pan European Game Information*), PEGI Online en Europe et ESRB (*Entertainment Software Rating Board*) aux États-Unis (voir les illustrations p. 72). Selon une enquête commandée par Activision Blizzard, 82 % des parents de joueurs et 75 % des enfants américains déclarent bien connaître le référentiel



ESRB ; 70 % des parents se réfèrent à la signalisation ESRB dans leur acte d'achat.

Par ailleurs, les efforts de sensibilisation déployés par l'industrie du jeu vidéo se révèlent tout aussi efficaces vis-à-vis des commerçants. Aux États-Unis, selon la dernière étude de la *Federal Trade Commission*, dans 80 % des cas les distributeurs prennent en compte les référentiels et refusent de vendre les jeux vidéo qualifiés *M-rated* (17 ans et plus) à des acheteurs n'ayant pas atteint l'âge requis.

Avec le label Canal Ready, apposé sur les nouveaux équipements TV, Canal+ garantit la parfaite compatibilité des équipements (téléviseurs, décodeurs, etc.) avec les offres et services commercialisés par le groupe. Ce label comporte notamment des exigences au plan technique qui attestent du respect des règles en matière de protection de la jeunesse. Les fabricants labellisés Canal Ready sont contraints de satisfaire à ces engagements.

Très vigilant en matière de protection de la jeunesse, SFR propose à ses clients un dispositif d'encadrement et de sélection des contenus accessibles sur le portail multimédia Vodafone live ! des téléphones mobiles. De nombreux conseils pratiques d'utilisation sont disponibles sur le site dédié de SFR ainsi que dans le Guide sur l'usage du mobile et d'Internet chez les jeunes. Par ailleurs, SFR propose aux parents des ateliers qui permettent de mieux appréhender les fonctionnalités des mobiles et met à leur disposition des conseillers



spécialisés pour répondre à leurs questions, qu'ils soient ou non clients de SFR.

Au Brésil, en complément de la troisième édition de son guide de sensibilisation au bon usage d'Internet *Guia para o uso responsável da Internet* distribué dans les établissements scolaires et plusieurs organismes éducatifs, GVT a publié dix nouvelles bandes dessinées qui interpellent les jeunes sur un comportement responsable en ligne. L'opérateur a également lancé en partenariat avec le CDI (*Comitê para Democratização da Informática*) le jeu en ligne « Edu et l'usage responsable d'Internet » à destination des jeunes, des parents et des professeurs pour leur permettre de mieux maîtriser les risques auxquels ils peuvent se trou-

ver confrontés en naviguant sur Internet. Une quarantaine de salariés de GVT contribuent à cette sensibilisation en rencontrant les jeunes publics dans les établissements scolaires (voir le témoignage d'Alcides Troller p.43).

Adapter l'outil de contrôle parental à l'environnement multimédia

Les filiales sont soucieuses de doter les parents d'outils qui peuvent les aider à mieux accompagner leurs enfants dans leurs pratiques de communication et de divertissement numériques.

Blizzard Entertainment met à la disposition des parents des joueurs de *World of Warcraft*® plusieurs dispositifs qui leur donnent la possibilité de paramétrer les plages de jeu et les temps de pause, de recevoir des comptes-rendus sur le temps passé dans le jeu par leurs enfants ou encore de limiter l'utilisation de la fonctionnalité de discussion vocale (*voice chat*).

Conscient que l'accès à certains contenus peut être inapproprié pour les jeunes utilisateurs, SFR propose depuis plusieurs années un système gratuit de contrôle parental sur le mobile à deux niveaux, simple et renforcé. Pour répondre à la diversification des offres Internet de l'opérateur sur de nouveaux supports (ordinateur et télévision), SFR a mis en place un contrôle parental adapté au profil de l'utilisateur afin de verrouiller l'accès à certains services et contenus. SFR diffuse une brochure « Le contrôle parental, une solution gratuite, simple et adaptée » et a développé un site pour conseiller au mieux les parents et les jeunes sur ce dispositif.

Au Maroc, dans le cadre du programme GENIE (Généralisation des technologies d'information et de communication dans l'enseignement) mis en œuvre avec le ministère de l'Éducation nationale marocain et l'ANRT (Agence nationale de

Activision Blizzard mène une campagne d'information rappelant que les pictogrammes de classification d'âge et les descriptions de contenu apposés sur les emballages des jeux vidéos sont destinés à guider les consommateurs dans leurs choix. Ainsi le jeu *World of Warcraft : Cataclysm*® de Blizzard Entertainment s'adresse à des joueurs âgés de 12 ans et plus.



© Activision Blizzard



World of Warcraft® donne aux parents les moyens d'encadrer les pratiques de jeu de leurs enfants

Mike Morhaime, Chief Executive Officer and cofounder of Blizzard Entertainment

Blizzard reconnaît que, lorsque les joueurs s'y adonnent de manière responsable, les jeux en ligne offrent un environnement stimulant, ludique et socialement diversifié. Dans *World of Warcraft®*, les joueurs du monde entier voient la transposition de leur propre culture dans le jeu, et ils peuvent partager des expériences culturelles au travers de leurs échanges avec

d'autres joueurs. Ils peuvent également développer leurs qualités de leadership lorsqu'ils mobilisent un grand nombre de joueurs, au cours d'aventures coopératives et autres activités sociales intégrées au jeu.

Pour l'ensemble de nos jeux, nous nous engageons à assurer à nos joueurs un environnement en ligne sécurisé. Par exemple, le système de contrôle parental que nous avons mis en place pour *World of Warcraft®* permet aux parents de mieux

gérer l'accès au jeu de leur enfant, notamment aux fonctionnalités de communication comme le *chat* vocal. Ce système leur propose également un rapport hebdomadaire de temps de jeu indiquant la date et la durée d'utilisation du compte. Par ailleurs, nous nous conformons strictement aux référentiels de chaque pays où nos jeux sont distribués, et nous commercialisons nos jeux en tenant compte des âges recommandés.

réglementation des télécommunications), Maroc Telecom a connecté près de 400 établissements scolaires à Internet. Il y a également déployé des équipements multimédias qui intègrent une solution de filtrage des accès afin de permettre aux jeunes internautes d'évoluer dans un environnement sécurisé.

Dans le cadre de ses offres, GVT propose l'outil *Protect Total* qui permet aux parents d'activer l'option contrôle parental dès lors que leurs enfants se connectent à Internet.

Pour Canal+, le développement des nouveaux supports de réception impose d'étendre des règles de protection des contenus télévisuels en intégrant à ces équipements les mêmes restrictions d'accès qu'offrent les décodeurs. Le contrôle parental est présent sur les programmes diffusés en webTV sur PC, Xbox et lecteur Blu-ray. Canal+ a également défini des règles complémentaires aux normes existantes pour protéger les jeunes publics, et chaque nouvelle génération de décodeurs intègre de nouvelles fonctionnalités permettant l'application du contrôle parental au-delà des exigences légales.

Accompagner les jeunes dans leurs pratiques médiatiques

Partenaire du programme « Safer Internet » de la Commission européenne, Vivendi a participé à la seconde édition du panel paneuropéen des jeunes pour un Internet plus sûr et soutient *Pan-EU Youth*, une initiative menée par European Schoolnet et le réseau Insafe. Cette plateforme inédite offre aux jeunes internautes de l'Union européenne un espace d'expression sur l'impact des nouvelles technologies dans leur vie quotidienne. Ils font part de leurs opinions et attentes en alimentant blogs, sondages et forums. Ils ont également la possibilité de télécharger des jeux de rôle interactifs spécialement conçus pour l'occasion (voir le témoignage de Niamh Carey p.71).

Soucieux d'évaluer la contribution des jeux vidéo en ligne au développement des qualités relationnelles des joueurs, le ministère italien de l'Éducation a mis en place un projet expérimental d'apprentissage basé sur *World of Warcraft®*. Au cours d'une période de trois mois, 149 lycéens âgés de 14 à 16 ans ont ainsi joué pendant un temps limité.

L'évaluation a porté sur la perception qu'ils avaient d'eux-mêmes et leur capacité d'adaptation à leur environnement scolaire. Les résultats de l'étude montrent que les jeux massivement multijoueurs peuvent contribuer à prévenir les mauvais comportements (comme le harcèlement) en raison de leur faculté à stimuler la participation et l'esprit d'équipe.

Par ailleurs, Activision Blizzard a rejoint l'initiative *Change the Equation* (CTEq) qui s'inscrit dans le programme *Educate to Innovate* lancé par le Président Barack Obama aux États-Unis pour encourager les étudiants américains à s'impliquer davantage dans les sciences, les mathématiques et la technologie. En s'associant à cette initiative qui regroupe plusieurs industriels, Activision Blizzard apporte son savoir-faire pour explorer le rôle des jeux vidéo dans le processus d'acquisition des connaissances.

Éduquer aux médias les jeunes spectateurs polonais ainsi que leurs enseignants est un objectif que poursuit Canal+ Cyfrowy à travers son programme *Mediastart*. Il s'agit pour le premier opérateur de télévision payante en Pologne d'aider les jeunes publics à adopter un regard critique face aux contenus qui leur sont proposés et à mieux appréhender l'influence des médias sur la société (voir l'illustration ci-dessous). Cette initiative est parrainée par les ministères de l'Éducation et de la Culture polonais.



Canal+ Cyfrowy remet les diplômes aux jeunes ayant suivi avec succès les cours organisés dans le cadre du programme d'éducation aux médias *Mediastart*.

© CANAL+ CYFROWY