

Cambiano le regole dei videogiochi per i minori: in Europa ora l'etichetta avviserà i genitori anche dei rischi social di Fabrizia Malgieri

Da giugno il sistema europeo di classificazione per età introduce undici nuovi criteri in quattro categorie inedite: non più solo su contenuti e linguaggio ma anche i meccanismi di engagement e di interazione con gli altri utenti (Fonte: <https://www.corriere.it/> 2 maggio 2026)



Brawl Stars

Per oltre vent'anni il sistema PEGI – Pan European Game Information – ha guidato i genitori nella scelta dei **videogiochi appropriati** per i propri figli, con le ormai familiari etichette PEGI 3, 7, 12, 16 e 18. Dall'esterno, tutto sembra rimasto uguale. Ma dal prossimo giugno qualcosa cambia in modo sostanziale: undici nuove domande, distribuite in quattro categorie inedite, entreranno a far parte del questionario che ogni casa produttrice deve compilare prima di portare un titolo sul mercato europeo.

È Dirk Bosmans, direttore del PEGI, a spiegare la logica di fondo: i genitori chiedono da anni risposte non solo sui contenuti tradizionali, ma anche su **aspetti concreti della vita digitale quotidiana** dei loro figli. «I genitori vogliono sapere: il mio bambino può spendere soldi nel gioco? Quanto? Sta passando troppo tempo davanti allo schermo? Con chi sta parlando? Queste domande esistevano già. **Ora abbiamo gli strumenti per rispondere**», spiega il direttore nell'intervista rilasciata pochi giorni fa a *Corriere*.



Fortnite

Come funziona il sistema di classificazione: domande semplici, conseguenze precise

Il meccanismo alla base del sistema PEGI è più rigoroso di quanto possa sembrare dall'esterno. Ogni azienda che vuole distribuire un videogioco in Europa deve rispondere a **un questionario strutturato in forma di domande binarie: sì o no**. Le risposte determinano automaticamente la **fascia d'età assegnata al prodotto**, seguendo un percorso ad albero che non lascia margine all'interpretazione soggettiva.

Bosmans ne illustra il funzionamento con un esempio concreto legato alla **violenza**, valido anche per le nuove categorie: se il gioco contiene **violenza realistica** contro personaggi umanoidi, il rating sarà PEGI 16 o 18. Se la **violenza è fantasiosa** e rivolta a personaggi non umani, si scenderà a PEGI 7 o 12. Lo stesso approccio è ora applicato agli acquisti *in-game* e alle meccaniche di *engagement*. Un gioco che prevede **pressioni temporali sugli acquisti** - come un *countdown timer* o un *battle pass* a scadenza - ottiene automaticamente almeno un PEGI 12.

A verificare la correttezza delle risposte fornite dalle aziende sono due istituti indipendenti: il **NICAM nei Paesi Bassi** e la **Games Rating Authority** nel Regno Unito, dove professionisti giocano ai videogiochi per mestiere e confrontano le dichiarazioni con i contenuti effettivi. I dati storici mostrano che il sistema funziona: **il 75% delle autodichiarazioni aziendali è completamente accurato**. Del restante 25%, la maggior parte (circa il 17-18%) ha applicato **un rating più restrittivo** del necessario, mentre solo l'8% ha sottovalutato la propria classificazione. Ci racconta Bosmans: «Tre aziende su quattro rispondono al questionario in modo perfetto. Di quelle che

sbagliano, la grande maggioranza **pecca di eccessiva cautela**: si auto-assegnano un PEGI 16 e noi diciamo loro che il PEGI 12 è sufficiente. Solo una piccola parte va corretta verso l'alto».



Clash Royale

Un gioco su dieci cambierà fascia d'età

L'impatto pratico di queste modifiche è già stato misurato in Germania, dove l'ente **USK** ha anticipato regole simili su mandato di una legge nazionale entrata in vigore tre anni fa. I dati emersi parlano chiaro: **il 30% dei videogiochi dovrà rispondere "sì" ad almeno una delle nuove domande**, e di questi un titolo su tre riceverà un rating più alto. Il risultato complessivo è che circa il 10% di tutti i giochi sul mercato europeo sarà riclassificato verso l'alto. Alcuni titoli oggi **PEGI 3 potrebbero diventare PEGI 16**.

«Potreste pensare che il 10% non sia molto. Ma è sicuramente significativo. E riguarda alcuni dei titoli più in vista. La categoria **PEGI 16 crescerà in modo deciso** rispetto alle altre fasce», continua Bosmans. Sul tema delle **loot box** - le "scatole premio" acquistabili con denaro reale il cui contenuto è casuale e sconosciuto al momento dell'acquisto - i dati PEGI degli ultimi cinque anni mostrano che questo meccanismo è presente in non più del 3-3,5% dei videogiochi totali. Non è un fenomeno diffuso, ma tende a concentrarsi esattamente nei **titoli più popolari e più giocati dai minori**.

Giochi su disco e giochi digitali: due procedure diverse

La crescita esponenziale del mercato digitale ha imposto a PEGI una revisione profonda delle proprie procedure operative. Quindici anni fa l'organizzazione classificava tra i 2.000 e i 2.500 titoli all'anno. Oggi ne arrivano circa **2.500 al giorno**, la maggior parte su **piattaforme mobile**. È fisicamente impossibile applicare a ogni titolo le tradizionali cinque-dieci giornate di valutazione manuale.

Per questo motivo PEGI distingue ora **due percorsi**: i giochi distribuiti su supporto fisico (disco o cartuccia) seguono ancora l'iter completo, perché la classificazione deve essere nota prima della stampa delle confezioni e della distribuzione in tutta Europa. I giochi esclusivamente digitali, invece, **completano il questionario durante il processo di caricamento sull'app store**, e la verifica avviene a posteriori, con priorità assegnata ai **titoli più scaricati**. Un vantaggio del digitale: se emerge un errore di classificazione, la correzione avviene con un clic, senza dover ritirare stock fisici dai negozi di mezzo continente.



Roblox

Libertà creativa e protezione dei minori: una scelta, non un divieto

Il sistema PEGI si fonda su un principio che vale la pena comprendere bene: **non esiste un divieto**, ma una scelta con conseguenze. Un'azienda che vuole piena libertà creativa e commerciale può inserire qualsiasi contenuto nel proprio gioco, ma **dovrà accettare un rating elevato** che restringe il pubblico di riferimento. Chi invece vuole raggiungere tutte le fasce d'età, compresi i bambini più piccoli, dovrà rinunciare ad alcuni contenuti.

Bosman è netto su questo punto: «**Non puoi avere entrambe le cose**: piena libertà di contenuto e piena libertà di pubblico. I sistemi di classificazione per età sono la risposta moderna alla censura del Novecento. La censura non ha mai insegnato nulla a nessuno. **La classificazione, invece, educa**: dice a tutti cosa è appropriato per chi, lasciando liberi di scegliere, ma con conseguenze chiare». Un punto delicato riguarda i minori che giocano a titoli pensati per adulti. Bosman è diretto anche su questo: un'azienda che produce un gioco PEGI 18 non lo indirizza ai bambini, ma non può escludere che alcuni bambini lo giochino. In quel caso, **la responsabilità ricade sui genitori**.

Gli strumenti a disposizione dei genitori: dal sito all'app, fino alla pubblicità

Il sito [PEGI.info](https://www.pegi.info) e l'app ufficiale permettono di consultare il *rating* di qualsiasi titolo e offrono guide pratiche per **configurare i controlli parentali** su Nintendo Switch, PlayStation e Xbox. Bosman sottolinea quanto questi strumenti siano cambiati, raccontando la propria esperienza diretta come padre. «Quando mio figlio è a casa e io sono al lavoro, mi manda un messaggio: papà, ho fatto i compiti e suonato la chitarra, posso giocare un'ora? Con un'app sul telefono gli dico sì o no. Posso vedere che i suoi contenuti sono limitati al PEGI 16, che non può spendere soldi, ma che ha cinque euro a settimana. I controlli parentali sono diventati davvero accessibili: **i genitori oggi non hanno più l'alibi di non capirli**», continua Bosmans.

Oltre agli strumenti digitali, PEGI si affida a una strategia di comunicazione che sfrutta i budget pubblicitari dell'industria videoludica. L'organizzazione, che deve raggiungere **quasi 500 milioni di persone in Europa** con risorse limitate, ha imposto alle aziende l'obbligo di includere il rating PEGI in tutti i materiali promozionali: spot televisivi, annunci in rivista, cartelloni e video YouTube a pagamento. Il risultato, costruito in due decenni, è significativo. «Oggi l'80% dei genitori europei con figli che giocano ai videogiochi **conosce il sistema PEGI e lo utilizza**. Non è il 100%, quindi abbiamo ancora lavoro da fare. Ma anni e anni di presenza nelle pubblicità dell'industria hanno fatto più di qualsiasi campagna istituzionale avremmo potuto permetterci», conclude il Direttore del PEGI.

Un sistema in continua evoluzione: revisioni già pianificate

Le nuove linee guida non sono un punto d'arrivo. PEGI ha già pianificato **una prima revisione entro la fine del 2026** e una valutazione più ampia nel 2027. Una delle sfide principali dei prossimi anni **sarà formare e orientare i nuovi sviluppatori indipendenti** - spesso privi di esperienza con le procedure di certificazione - che oggi popolano piattaforme come *Roblox*, *Fortnite* e Google Play. «Una volta c'era un gruppo ristretto di professionisti del settore. Oggi dobbiamo fare i conti anche con due fratelli che sviluppano un'app nel garage di casa. E devono rispondere agli stessi questionari. Educare sviluppatori e publisher **sarà un lavoro doppio nei prossimi due anni**.», conclude Bosmans. Nel frattempo, l'indicazione per i genitori è semplice: guardare l'etichetta

PEGI non solo per il numero, ma anche per i descrittori che la accompagnano. Da giugno, quegli stessi descrittori parleranno anche di acquisti, pressioni e interazioni social. Un vocabolario nuovo per rispondere a domande che molte famiglie si pongono già da tempo.