

Organizacje konsumenckie potępiają manipulacyjne praktyki nakłaniania do wydawania pieniędzy w grach wideo

Dzisiaj BEUC i 22 organizacje członkowskie* z 17 krajów złożyły skargę do władz UE w sprawie nieuczciwych praktyk wiodących firm produkujących gry wideo¹, m. in.: Fortnite, EA Sports FC 24, Minecraft i Clash of Clans. Nasza analiza wykazała, że handlowcy naruszają unijne przepisy o ochronie konsumentów. Wzywamy władze do zapewnienia, przestrzegania zasad i zapewnienia konsumentom bezpiecznego środowiska do gry.

Alert BEUC skierowany do Komisji Europejskiej i Europejskiej Sieci Organów Ochrony Konsumentów (CPC-Network) ujawnia, w jaki sposób branża gier wideo maksymalizuje wydatki konsumentów, korzystając z walut premium w grach². W szczególności³ stwierdzamy, że:

- **Konsumenci nie widzą rzeczywistego kosztu kupowanych „przedmiotów” cyfrowych**, co prowadzi do nadmiernych wydatków: brak przejrzystości cen walut premium w grze i konieczność zakupu dodatkowej waluty w pakietach skłaniają konsumentów do wydawania większej ilości pieniędzy. Zakupy w grze powinny być zawsze wyświetlane w prawdziwych pieniądzach (np.: euro) lub przynajmniej powinny wyświetlać równowartość w walucie rzeczywistej.
- **Twierdzenia firm, że gracze wolą waluty premium w grze, są błędne**: wielu konsumentów uważa ten niepotrzebny krok za mylący i woli kupować przedmioty bezpośrednio za prawdziwe pieniądze.⁴
- **Konsumenci często są pozbawiani swoich praw podczas korzystania z walut premium w grze**, co wiąże się z nieuczciwymi warunkami faworyzującymi twórców gier.

¹ Activision Blizzard, Electronic Arts, Epic Games, Mojang Studios, [Roblox Corporation](#), Supercell and Ubisoft.

² Waluty premium to waluty wirtualne, które można kupić za prawdziwe pieniądze, często w grze lub w sklepie z aplikacjami. Mogą przybierać różne formy, takie jak klejnoty, punkty, monety i inne.

³ Zobacz GET PLAYED, Prawdziwy koszt wirtualnej waluty, raport opublikowany przez Forbrukerrådet (Norweską Radę Konsumentów – NCC); 12.09.2024, dostępny [tutaj](#).

⁴ Predatory Monetisation? A Categorisation of Unfair, Misleading and Aggressive Monetisation Techniques in Digital Games from the Player Perspective, October 2021, Journal of Business Ethics.

- Dzieci są szczególnie bardziej podatne na te manipulacyjne taktyki. **Dane pokazują, że dzieci w Europie wydają średnio 39 euro⁵ miesięcznie na zakupy w grze.** Chociaż są wśród tych, którzy grają najwięcej, mają ograniczoną wiedzę finansową i łatwo dają się zwieść wirtualnym walutom.

Agustín Reyna, Dyrektor Generalny BEUC, skomentował:

„Świat online stawia nowe wyzwania dla ochrony konsumentów i nie powinien być miejscem, w którym firmy naginają zasady, aby zwiększyć zyski. Członkowie BEUC zidentyfikowali liczne przypadki, w których gracze są wprowadzani w błąd, aby wydawać pieniądze. Organy regulacyjne muszą działać, jasno dając do zrozumienia, że chociaż świat gier jest wirtualny, nadal musi przestrzegać zasad świata rzeczywistego”.

„Gracze nie powinni polegać na kalkulatorze za każdym razem, gdy chcą podjąć świadomą decyzję o tym, ile planują wydać. Kwoty, które wydają, powinny być wyświetlane w prawdziwych pieniądzach, a oszukańcze praktyki muszą zostać powstrzymane”.

„Stosowanie walut premium w grach to celowe wprowadzanie w błąd konsumentów. Firmy doskonale zdają sobie sprawę z podatności dzieci i stosują sztuczki, aby zwabić młodszych konsumentów do wydawania większych kwot”.

*** Organizacje członkowskie BEUC, które uczestniczą w akcji :** Testachats / Testaankoop (Belgia); Bulgarian National Consumers Association (BNAAC) (Bułgaria); KYPRIAKOS SYNDESMOS KATANALOTON – CCA (Cypr); Forbrugerrådet Tænk, (Dania); CLCV and UFC-Que Choisir (Francja); Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet (Finlandia); vzbv (Niemcy), EKPIZO and KEPKA (Grecja); Adiconsum and Altroconsumo (Włochy); Consumentenbond (Holandia); Forbrukerrådet (Norwegia); **Federacja Konsumentów - FK (Polska)**; DECO (Portugalia), Spoločnosť ochrany spotrebiteľov (S.O.S.) Poprad (Słowacja); Sveriges Konsumenter (Szwecja); Fédération romande des consommateurs – FRC (Szwajcaria); ASUFIN, CECU and OCU (Hiszpania)

Kontekst

Ponad połowa konsumentów w UE regularnie gra w gry wideo⁶. Dzieci grają jeszcze częściej - 84% osób w wieku 11-14 lat gra w gry wideo. W 2020 r. zakupy w grach wynosiły ponad 50 miliardów dolarów amerykańskich na całym świecie (ok. 46 miliardów euro), co stanowiło około jednej czwartej przychodów na rynku gier wideo⁷. Sektor gier wideo generuje większe przychody z zakupów w grach niż branża filmowa i muzyczna razem wzięte.

W ciągu ostatnich lat firmy produkujące gry wideo rozwinęły modele biznesowe, które coraz bardziej polegają na zakupach w grach, w tym w walucie stworzonej na potrzeby gry. Waluty premium w grach są szeroko obecne w grach dostępnych na rynku. Przegląd 50 gier wideo, w które najczęściej grano w 2023 r., pokazuje,

⁵ Perspective, October 2021, Journal of Business Ethics.

⁵ Video Games Europe, 2023, [In-game spending – A report by Ipsos for Video Games Europe \(formerly ISFE\) on parents' supervision of in-game spending.](#)

⁶ European Parliament, January 2023, [Consumer protection in online video games: a European single market approach.](#)

⁷ Statista, [Video game market revenue worldwide in 2022, by segment](#) (in billion U.S. dollars).

że 21 z nich (42%) zawiera waluty premium⁸. Spośród tych 21 gier 8 ma kategorię wiekową 12 lat lub niższą.

Problemy oznaczone w tym alercie wykraczają poza gry wideo i dotyczą również platform mediów społecznościowych i innych rynków. BEUC już w 2021 r. wskazał, że TikTok nie był pewien, ile warta jest jego wirtualna waluta. Lepsze egzekwowanie ram prawa konsumenckiego w sektorze gier wideo i dalsze regulacje w nadchodzących latach są niezbędne.⁹

Monika Kosińska-Pyter – Prezeska Federacji Konsumentów: „Zapewne nie jednego rodzica intryguje pytanie: ile jest warta sakiewka wirtualnych klejnotów? Zapewne tyle ile konsumenci są skłonni za nią zapłacić. Podstawowa reguła rynkowa obowiązująca w świecie rzeczywistych produktów. Ale... kupując sakiewkę, także wirtualną, nie możemy być wprowadzani w błąd, a oznaczenie ceną to podstawowe prawo konsumenta, który bez tej wiedzy nie jest w stanie dokonać racjonalnych zakupów.”

Zapraszamy do kontaktu mailowego:

Michał Herde

m.herde@federacja-konsumentow.org.pl

lub telefonicznego, sekretariat: 577 167 895

⁸ <https://store.steampowered.com/charts/bestofyear/BestOf2023?tab=3>.

⁹ See BEUC's new report: "MONETISING PLAY: Regulating in-game and in-app premium currencies", for more information on the necessary regulation, available [here](#).