



**ΚΥΠΡΙΑΚΟΣ  
ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ  
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ**

Λευκωσία: Λεωφ. Ακροπόλεως 8, Γραφείο 302, 2006, Στρόβολος Τ.Θ. 24874, 1304.  
Παγκύπριος αριθμός: 22516112 φαξ: 22516118  
info@katanalotis.org.cy, www.katanalotis.org.cy

## ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

### Καταγγελία εταιρειών βιντεοπαιχνιδιών που εφαρμόζουν premium νομίσματα εντός του παιχνιδιού

Σήμερα, 12/09/2024, η **BEUC** (The European Consumer Organization – Ευρωπαϊκός Οργανισμός για τα δικαιώματα του καταναλωτή) μαζί με 22 οργανώσεις<sup>1</sup> μέλη της από 17 διαφορετικές χώρες, μεταξύ των οποίων και ο **Κυπριακός Σύνδεσμος Καταναλωτών**, υπέβαλαν καταγγελία στις αρμόδιες αρχές της Ευρωπαϊκής Ένωσης σχετικά με τις αθέμιτες πρακτικές κορυφαίων εταιρειών βιντεοπαιχνιδιών. Η καταγγελία αφορά συγκεκριμένα τις εταιρείες **Activision Blizzard, Electronic Arts, Epic Games, Mojang Studios, Roblox Corporation, Supercell** και **Ubisoft**, οι οποίες βρίσκονται πίσω από δημοφιλή βιντεοπαιχνίδια, όπως το **Fortnite, EA Sports FC 24, Minecraft** και **Clash of Clans**. Τα αποτελέσματα της έρευνας κατέδειξαν ότι οι εταιρείες αυτές παραβιάζουν την νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών. Καλούμε τις αρμόδιες αρχές να διασφαλίζουν ότι αυτές οι εταιρείες συμμορφώνονται με τις νομοθεσίες και παρέχουν στους καταναλωτές ασφαλές περιβάλλον σχετικά με τα παιχνίδια αυτά.

Η προειδοποίηση της BEUC προς την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Αρχών Καταναλωτών (CPC-Network) αποκαλύπτει πώς η βιομηχανία βιντεοπαιχνιδιών μεγιστοποιεί τις δαπάνες των καταναλωτών χρησιμοποιώντας εικονικά premium νομίσματά εντός του παιχνιδιού. Τα premium νομίσματα είναι εικονικά νομίσματα που μπορούν να αγοραστούν με πραγματικά χρήματα μέσα από το παιχνίδι ή σε ένα κατάστημα εφαρμογών. Δύναται να έχουν διάφορες μορφές, όπως πολύτιμοι λίθοι, πόντοι, νομίσματα και άλλα. Συγκεκριμένα, η BEUC και τα μέλη της έχουν εντοπίσει ότι:

- **Οι καταναλωτές δεν μπορούν να δουν το πραγματικό κόστος των ψηφιακών νομισμάτων, γεγονός που οδηγεί σε υπερβολική δαπάνη:** η έλλειψη διαφάνειας των τιμών των premium νομισμάτων εντός του παιχνιδιού και η ανάγκη αγοράς επιπλέον νομισμάτων σε πακέτα, ωθεί τους καταναλωτές να ξοδεύουν περισσότερα.

<sup>1</sup> **Οργανώσεις καταναλωτών που συμμετέχουν:** Testachats / Testaankoop (Belgium), Bulgarian National Consumers Association (BNAAC) (Bulgaria); Kypriakos Syndesmos Katanaloton – CCA (Cyprus); Forbrugerrådet Tænk, (Denmark); CLCV and UFC-Que Choisir (France); Kuluttajaliitto ry (Finland); vzbv (Germany), EKPIZO and KEPKA (Greece); Adiconsum and Altroconsumo (Italy), Consumentenbond (the Netherlands); Forbrukerrådet (Norway); Federacja Konsumentow - FK (Poland); DECO (Portugal), Spoločnosť ochrany spotrebiteľov (S.O.S.) Poprad (Slovakia) ; Sveriges Konsumenter (Sweden); ASUFIN, CECU and OCU (Spain); Fédération romande des consommateurs – FRC (Switzerland).

Οι αγορές εντός παιχνιδιού θα πρέπει πάντα να εμφανίζονται σε πραγματικά χρήματα (π.χ.: Ευρώ) ή τουλάχιστον θα πρέπει να εμφανίζουν την ισοδυναμία σε πραγματικό νόμισμα.

- **Οι ισχυρισμοί των εταιρειών ότι οι χρήστες των παιχνιδιών προτιμούν τα premium νομίσματα εντός του παιχνιδιού είναι λάθος:** Πολλοί καταναλωτές βρίσκουν αυτό το περιπτό βήμα παραπλανητικό και προτιμούν να αγοράζουν αντικείμενα απευθείας με πραγματικά χρήματα.
- **Οι καταναλωτές συχνά στερούνται τα δικαιώματά τους όταν χρησιμοποιούν premium νομίσματα εντός του παιχνιδιού,** λόγω αθέμιτων όρων που ευνοούν τους προγραμματιστές παιχνιδιών.
- **Τα παιδιά είναι ακόμη πιο ευάλωτα σε αυτές τις χειριστικές τακτικές.** Τα δεδομένα δείχνουν ότι τα παιδιά στην Ευρώπη ξοδεύουν κατά μέσο όρο 395 ευρώ το μήνα για αγορές εντός του παιχνιδιού. Ενώ τα παιδιά είναι μεταξύ αυτών που παίζουν περισσότερο, έχουν περιορισμένη οικονομική παιδεία και επηρεάζονται εύκολα από τα εικονικά νομίσματα.

## Γενικότερα

Περισσότεροι από τους μισούς καταναλωτές της ΕΕ παίζουν τακτικά βιντεοπαιχνίδια. Τα παιδιά παίζουν ακόμη περισσότερο, με το 84% των ατόμων ηλικίας 11-14 ετών να παίζουν βιντεοπαιχνίδια. Το 2020, οι αγορές εντός παιχνιδιού απέφεραν περισσότερα από 50 δισεκατομμύρια δολάρια παγκοσμίως (περίπου 46 δισεκατομμύρια ευρώ), που αντιπροσωπεύουν περίπου το ένα τέταρτο των εσόδων στην αγορά των βιντεοπαιχνιδιών. Ο τομέας των βιντεοπαιχνιδιών παράγει περισσότερα έσοδα μέσω αγορών εντός παιχνιδιού από τις βιομηχανίες του κινηματογράφου και της μουσικής μαζί.

Τα τελευταία χρόνια, οι εταιρείες βιντεοπαιχνιδιών έχουν εξελίξει επιχειρηματικά μοντέλα που βασίζονται όλο και περισσότερο σε αγορές εντός παιχνιδιού, συμπεριλαμβανομένου του νομίσματος εντός παιχνιδιού. Τα premium νομίσματα εντός παιχνιδιού είναι ευρέως παρόντα στα παιχνίδια της αγοράς. Μια ανασκόπηση σε 50 από τα βιντεοπαιχνίδια που παίχτηκαν περισσότερο το 2023 δείχνει ότι 21 από αυτά (42%) περιλαμβάνουν νομίσματα premium. Από αυτά τα 21 παιχνίδια, τα 8 απευθύνονται σε άτομα ηλικίας κάτω των 12 ετών.

Τα προβλήματα που επισημαίνονται σε αυτήν την καταγγελία δεν αφορούν μόνο τα βιντεοπαιχνίδια, αλλά ισχύουν επίσης για πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης και άλλες αγορές. Είναι απαραίτητη η καλύτερη επιβολή του πλαισίου της νομοθεσίας για τους καταναλωτές στον τομέα των βιντεοπαιχνιδιών και η περαιτέρω ρύθμιση τα επόμενα χρόνια.

Κυπριακός Σύνδεσμος Καταναλωτών

12.09.2024