

Tržni inšpektorat Republike Slovenije
Dunajska cesta 160
1000 LJUBLJANA
gp.tirs@gov.si

Ljubljana, 31. maj 2022

Zadeva: Poziv k ukrepanju: plenilske škatle v videoigrah

Spoštovani,

dvajset potrošniških organizacij iz 18 držav¹ je pristopilo k skupni akciji, v okviru katere želimo zaustaviti nadaljnje zavajajoče prakse in izkoriščanje pristranske zaznave potrošnikov, igralcev videoiger – še posebej najmlajših. Akcija sledi objavi poročila, ki ga je o tej problematiki pripravila norveška potrošniška organizacija Forbrukerrådet in ga prilagamo v angleščini kot prilogo temu pozivu.

Norveški kolegi so raziskali trg videoiger, ki je eden od največjih in najhitreje rastočih trgov na področju zabavne industrije². V raziskavi so posebno pozornost namenili plenilskim škatlam (v angleščini loot box), ki predstavljajo pakete presenečenja z naključno digitalno vsebino, in nakupom znotraj iger.

Plenilske škatle so že nekaj let pod drobnogledom regulatorjev³, saj so vir številnih pritožb in neodobranja. Koncepta prodaje in predstavitve namreč temeljita na izkoriščanju potrošnikov prek njim nejasnih mehanizmov. Takšen način prodaje spodbuja odvisnosti, pri tem pa cilja predvsem na ranljive skupine potrošnikov, med njimi so tudi najmlajši. Izsledki norveškega poročila, ki jih podpirata dve študiji primerov, dokazujejo, da prodaja in predstavitve plenilskih škatel predstavljata več težav z vidika potrošnika:

- manipuliranje pristranske zaznave in ranljivosti potrošnikov z zavajajočo in manipulativno zasnovano (npr. s temnimi vzorci, dark patterns),
- agresivne trženjske prakse, ki potrošnike ob vsaki priložnosti spodbujajo k nakupu plenilskih škatel,
- zavajajoče informacije o verjetnosti zmage ali izgube, ki jih je težko ovrednotiti,
- zamegljeni, nejasni algoritmi,

¹ Avstrija: Verein für Konsumenteninformation (VKI), Bolgarija: Aktivni potrebiteli, Češka: dTest, Danska: Forbrugerrådet Tænk, Francija: UFC-Que Choisir, Grčija: KEPKA in EKPIZO, Islandija: Neytendasamtökin (NS), Italija: Adiconsum, Latvija: Latvijas Patērētāju Interesešu Aizstāvības Asociācija (LPIAA), Nemčija: Verbraucherzentrale bundesverband (VZBV), Nizozemska: Consumentenbond, Norveška: Forbrukerrådet, Poljska: Federacja Konsumentow, Portugalska: DECO, Slovenija: Zveza Potrošnikov Slovenije (ZPS), Španija: Organización de consumidores y usuarios (OCU) in Asufin, Švedska: Sveriges Konsumenter, Švica: Fédération Romande des consommateurs (FRC)

² Industrija video iger je tudi zahvaljujoč pandemiji postala večja od skupne vrednosti filmske industrije in športa v Severni Ameriki. Marketwatch. 22/12/2020: <https://www.marketwatch.com/story/videogames-are-a-bigger-industry-than-sports-and-movies-combined-thanks-to-the-pandemic-11608654990/>

³ "Loot boxes in online games and their effect on consumers, in particular young consumers". Študija možganskega trusta Evropskega parlamenta. 16/07/2021: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_STU\(2020\)652727](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_STU(2020)652727), str. 32 – 37.

- virtualne valute za prikrivanje ali izkrivljanje resničnih denarnih stroškov plačanih plenilskih škatel, ki povzročajo zmedo,
- zavajanje potrošnikov o resničnih (in zelo visokih) stroških brezplačnih iger («freemium»⁴) in neskončnem ponavljanju (grinding⁵),
- tveganje, da lahko potrošniki kadar koli izgubijo svoje (kupljene) digitalne vsebine,
- ciljanje ponujanja plenilskih škatel na otroke in manipulativne prakse pri otrocih.

Poročilo jasno kaže, da uporabniki videoiger, zlasti najmlajši, potrebujejo močnejšo zaščito. Poročilo tudi poziva organe za varstvo potrošnikov (organe CPC), da zagotovijo skladnost industrije videoiger s potrošniško zakonodajo EU. Omrežje CPC prosimo, da o tem poročilu razpravlja na enem od svojih prihodnjih sestankov in razmisli o pregledu sistema plenilskih škatel v videoigrah.

Marca 2022 je Evropska komisija [objavila](#), da bodo izvedli oceno ali »preverjanje primernosti« Direktive o nepoštenih poslovnih praksah⁶, Direktive o pravicah potrošnikov⁷ in Direktive o nepoštenih pogodbenih pogojih⁸, da bi ugotovili, ali še vedno zagotavljajo visoko raven zaščite v digitalnem okolju. V to oceno bo vključena analiza več ključnih konceptov, ki so še posebej pomembni za zaščito potrošnikov na področju videoiger, kot so koncept ranljivosti, temni vzorci, virtualne valute ali uporaba digitalnih izdelkov, ki povzročajo odvisnost.


Na Zvezi potrošnikov Slovenije menimo, da bo to vrednotenje velika priložnost za države članice in oblikovalce politik EU, da analizirajo in za celotno EU predlagajo rešitve za vprašanja, opisana v tem poročilu, s katerimi se med igranjem videoiger sooča na tisoče potrošnikov v EU, vključno s slovenskimi.

Potrebni so odločni ukrepi za zagotovitev zaščite potrošnikov (vključno z ranljivimi) tudi v svetu videoiger. Poročilo norveške potrošniške organizacije med drugim poziva k:

- prepovedi zavajajočih zasnov pri razvoju videoiger,
- obveznosti, da se ob virtualnih valutah vedno navede cena v »pravem« denarju,
- prepovedi plenilskih škatel (loot box), mehanizma »plačaj za zmago« ali drugih naključnih vsebin v zameno za pravi denar v videoigrah, do katerih bodo verjetno dostopali mladoletniki.

Seveda smo vam na Zvezi potrošnikov Slovenije na voljo za dodatne informacije in pojasnila.

S prijaznimi pozdravi

Boštjan Okorn 

ZPS Zveza potrošnikov
Slovenije - društvo
Tržaška cesta 2
SI - 1000 LJUBLJANA

⁴ Gre za poslovni model, ki omogoča brezplačno igranje spletnih iger, a potrošnik lahko dokupi vsebino, s katero običajno hitreje ali lažje napreduje.

⁵ Izraz »grinding« se pogosto uporablja kot opis ponavljajočih se nalog, kar naj bi igralcu omogočilo preskok na naslednjo stopnjo. V številnih »brezplačnih« igrach se je mogoče s plačilom izogniti tem neskončnim ponovitvam.

⁶ Direktiva Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu

⁷ Direktiva 2011/83/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. oktobra 2011 o pravicah potrošnikov

⁸ Direktiva Sveta 93/13/EGS z dne 5. aprila 1993 o nedovoljenih pogojih v potrošniških pogodbah