



UFC-QUE CHOISIR  
233 bd Voltaire  
75555 PARIS CEDEX 11

Le 1er juin 2022

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### Jeux vidéo

#### L'industrie doit cesser de se jouer de vous

**L'UFC-Que Choisir, aux côtés de 19 associations de consommateurs européennes<sup>1</sup>, tire la sonnette d'alarme sur la persistance des mauvaises pratiques en matière de jeux vidéo et appelle les autorités à mettre en place une stricte et efficace régulation du secteur. Dans ce cadre, l'Association met en demeure EA Games, et interpelle 10 autres éditeurs de jeux vidéo, afin qu'ils cessent leurs pratiques considérées trompeuses.**

En Europe, près de 500 millions de consommateurs jouent régulièrement à des jeux vidéo, marché en plein essor qui paradoxalement ne bénéficie pas d'une réglementation particulière et protectrice alors même que la plupart des utilisateurs sont des jeunes ou adolescents, particulièrement vulnérables aux biais cognitifs. Dès lors, les éditeurs exploitent une série de techniques pour engranger un maximum de gains en se jouant des joueurs. Au cours des deux dernières décennies, les achats *in-game*<sup>2</sup> sont ainsi devenus une source majeure de revenus pour les éditeurs, générant plus de 15 milliards de dollars de chiffre d'affaires en 2020.

#### Pochettes surprises et machines à cash

Depuis 2017, l'UFC-Que Choisir dénonce le système de *lootboxes* dans les jeux vidéo. Hier, le Conseil norvégien des consommateurs (NCC) a publié une analyse<sup>3</sup> sur ces « pochettes surprises » ou « coffre à butin » incorporés dans la majorité des jeux que les consommateurs sont incités à acheter sans en connaître le contenu.

Ce rapport met en lumière plusieurs manquements des éditeurs à la réglementation européenne :

- Ils incitent d'abord les consommateurs à dépenser au final d'importantes sommes d'argent en exploitant les vulnérabilités de leur jeune public, par le biais d'un marketing agressif, de nombreux biais cognitifs et de probabilités de gains trompeuses,
- Ils utilisent ensuite des monnaies virtuelles pour masquer ou déformer les coûts réels de ces contenus.

Mais au-delà de ce constat global qui plaide pour une réglementation spécifique et une action résolue des autorités, l'UFC-Que Choisir épingle aujourd'hui plus particulièrement certains acteurs.

#### Des achats *in-game* aux prix opaques

L'industrie du jeu vidéo a mis en place un fin stratagème, en divisant en deux étapes l'achat d'un contenu dans le jeu. Le consommateur est d'abord obligé d'acheter une quantité définie de monnaie virtuelle, exclusivement utilisable dans le jeu, avant de dépenser cette cagnotte pour acheter un contenu. Mais les éditeurs ne s'embarrassent pas de retranscrire le prix en euros avant l'achat : tout est organisé pour faire oublier au consommateur le prix du contenu qu'il paye.

---

<sup>1</sup> Verein für Konsumenteninformation - VKI (the Austrian Consumers' Association), Асоциация активни потребители - Бнаас (The Bulgarian National Association), dTest (Czech Association of Consumers TEST), Forbrugerrådet Tænk (The Danish Consumer Council), Verbraucherzentrale Bundesverband – VZBV (The Federation of German Consumer Organisations), KEPKA - Consumers' Protection Center, Greece, EKPIZO (Consumers' Association "The Quality of Life"), Greece, Neytendasamtökin - NS (The Consumers' Association of Iceland), Adiconsum (Consumers and Environment Protection Association), Italy, Atvijas Patērētāju Interešu Aizstāvības Asociācija - LPIAA (Latvian National Association for Consumer Protection), Consumentenbond, Netherlands, Forbrukerrådet (The Norwegian Consumer Council), Federacja Konsumentow (The Polish Consumers' Association), DECO, Portugal, Zveza Potrošnikov Slovenije - ZPS (the Slovene Consumers' Association), Organización de consumidores y usuarios – OCU, Spain, Asufin, Spain, Sveriges Konsumenter (The Swedish Consumers' Association), Fédération Romande des consommateurs - FRC (The Romande Consumer Federation), Switzerland.

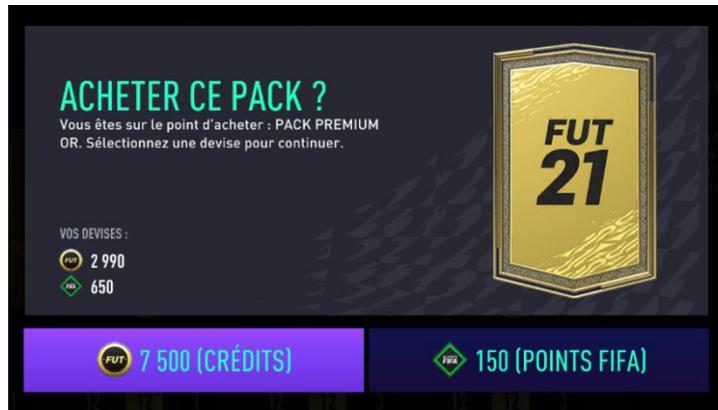
<sup>2</sup> Ventas de contenidos numéricos supplémentaires dans le jeu

<sup>3</sup> « Insérer une pièce : comment l'industrie du jeu vidéo exploite les consommateurs en utilisant des coffres à butin » – <https://www.forbrukerradet.no/report-on-loot-boxes-insert-coin>



UFC-QUE CHOISIR  
233 bd Voltaire  
75555 PARIS CEDEX 11

Le 1er juin 2022



Capture écran – FIFA 2021

Face à ces nouvelles méthodes, l'UFC-Que Choisir interpelle 10 éditeurs de jeux vidéo sur leur pratique, et met en demeure l'éditeur EA Games, éditeur de Fifa, Battlefield et NHL, d'afficher en euro les prix des contenus qu'il vend dans ses jeux vidéo.

**Au vu de ces éléments, l'UFC-Que Choisir et ses homologues européens exigent une réglementation plus stricte passant notamment par l'interdiction des designs trompeurs, l'instauration de protections supplémentaires pour les mineurs ainsi que la transparence des transactions. Elle met en demeure l'éditeur EA Games d'afficher en euro les prix des contenus qu'il vend dans ses jeux vidéo. À défaut de réponse satisfaisante, elle ne manquera pas d'agir en justice.**