Nations Unies TD/B/C.I/CLP/23

Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement

Distr. générale
29 avril 2013
Français
Original: anglais

Conseil du commerce et du développement
Commission du commerce et du développement
Groupe intergouvernemental d'experts du droit et de la politique de la concurrence
Treizième session
Genève, 8-12 juillet 2013
Point 3 a) de l'ordre du jour provisoire
Consultations et discussions au sujet des examens collégiaux du droit et de la politique de la concurrence, examen de la loi type sur la concurrence et études relatives aux dispositions de l'Ensemble de principes et de règles

Rapport sur la mise en œuvre des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur (1985-2013)

Note du secrétariat de la CNUCED

Résumé

La Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) procède actuellement à la révision des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur, conformément au mandat qui lui a été confié à la première Réunion spéciale d'experts sur la protection des consommateurs, tenue à Genève les 10 et 11 juillet 2012.

Initialement établis par le Conseil économique et social puis adoptés par l'Assemblée générale en 1985 (voir l'annexe du document portant la cote A/RES/39/248), les Principes directeurs ont été étendus par le Conseil en 1999 (voir la résolution 1999/7 figurant en annexe du document portant la cote E/1999/INF/2/Add.2). Dès l'élaboration des Principes directeurs actuels, toute l'attention voulue avait été portée aux travaux menés sur les questions de protection des consommateurs par des organisations telles que l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), l'Organisation des États américains (OEA), l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI) et la Commission des Nations Unies pour le droit commercial international (CNUDCI), et les normes et pratiques dominantes avaient été intégrées au document original. Comme l'indique la présente évaluation, les Principes directeurs demeurent un document valable et pertinent sur le plan de la protection des consommateurs qui a inspiré un grand nombre de lois nationales en la matière. Pour que ces principes continuent de constituer un cadre pertinent, plusieurs domaines où des améliorations s'imposent ont été recensés. La CNUCED a invité les États membres, les organisations internationales et d'autres parties prenantes concernées[1] à participer à cet important projet

Merci de recycler

en donnant des informations sur les processus législatifs des États membres et sur les lignes directrices préconisées par des organisations telles que l'International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN), l'OCDE, l'OEA, la CNUDCI et Consumers International. Les 58 réponses adressées à la suite des appels à contributions ainsi que les commentaires formulés au sujet d'une première version du présent document constituent la base du présent rapport[2].

I. Commentaires formulés sur l'application des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur dans les législations existantes des États membres

I. Objectifs

1. Compte tenu des intérêts et des besoins des consommateurs de tous les pays, en particulier des pays en développement, et de la position souvent précaire des consommateurs sur le plan économique et du point de vue de l'éducation et du pouvoir de négociation, et considérant que les consommateurs doivent jouir du droit d'obtenir des produits qui ne sont pas dangereux et qu'il importe de promouvoir un développement économique et social juste, équitable et soutenu et la protection de l'environnement, les présents principes directeurs pour la protection du consommateur visent:

a) À aider les pays à établir ou à maintenir chez eux une protection adéquate du consommateur;

b) À faciliter des modes de production et de distribution adaptés aux besoins et aux souhaits des consommateurs;

c) À encourager l'adoption de normes de conduite strictes chez ceux qui s'occupent de la production de biens et de services et de leur distribution aux consommateurs;

d) À aider les pays à mettre un frein aux pratiques commerciales abusives de toutes les entreprises, aux niveaux national et international, lorsque ces pratiques sont préjudiciables aux consommateurs;

e) À faciliter la formation de groupes de consommateurs indépendants;

f) À promouvoir la coopération internationale dans le domaine de la protection du consommateur;

g) À favoriser la constitution de marchés donnant aux consommateurs un plus grand choix à moindre prix;

h) À promouvoir des modes de consommation durable.

Source: E/1999/INF/2/Add.2, résolution 1999/7, annexe.

1. En règle générale, les États membres ont adopté les objectifs fondamentaux des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur. Dans de nombreux cas[3], la protection des consommateurs a été inscrite dans la Constitution, et certains pays ont reconnu les droits des consommateurs comme des droits de l'homme[4]. Tous les pays ont adopté une loi sur la protection des consommateurs; le droit d'obtenir des produits qui ne sont pas dangereux et le droit à un développement économique et social juste, équitable et soutenu et à la protection de l'environnement sont prévus dans ces lois ou dans d'autres normes sectorielles nationales.

2. S'agissant des objectifs individuels énoncés au point I des Principes directeurs, tous les pays ont mis en place un cadre juridique destiné à offrir une protection adéquate aux consommateurs, mais ils peuvent privilégier des objectifs différents et présenter divers niveaux de développement institutionnel. Bien que l'objectif consistant à mettre un frein aux pratiques abusives soit unanimement reconnu, le principe de la consommation durable

est rarement inclus dans les législations nationales sur la protection des consommateurs[5]. Les objectifs visant à faciliter des modes de production et de distribution appropriés, à encourager l'adoption de normes de conduite strictes chez les producteurs et les distributeurs et à faciliter la formation de groupes de consommateurs indépendants sont souvent formulés de manière indirecte et s'inscrivent dans le cadre de politiques gouvernementales individuelles ou spéciales[6]. Fait intéressant, la question de la constitution de marchés relève soit directement des législations sur la protection des consommateurs, soit du droit de la concurrence[7]. La plupart des organismes de protection des consommateurs exercent certaines compétences en matière de coopération internationale[8], bien que cela soit rarement reconnu comme objectif individuel dans les régimes juridiques nationaux.

3. Quelques organisations intergouvernementales ont aussi adhéré aux objectifs énoncés dans les Principes directeurs et ont élaboré des outils pour aider leurs États membres à les atteindre. Ainsi, l'ICPEN et l'OCDE ont établi un éventail de moyens d'action et de lignes directrices concernant tous les principes directeurs fondamentaux. En outre, l'OCDE mène des recherches, favorise l'échange d'informations et établit des grandes orientations[9] par l'entremise du Comité de la politique à l'égard des consommateurs[10]. Au niveau interaméricain, les États membres de l'OEA ont inscrit certains principes dans la Charte de l'Organisation et dans plusieurs résolutions de l'Assemblée générale[11]. De même, la Commission européenne a établi un cadre stratégique global sur la protection des consommateurs, comme le prévoit l'Agenda du consommateur européen[12], couvrant en particulier la sécurité des consommateurs, le service universel et les droits des consommateurs[13], la formation de groupes de consommateurs indépendants et la constitution de marchés dans le cadre de son marché unique.

4. Enfin, Consumers International propose d'inclure la participation des consommateurs dans les affaires culturelles, civiles et éducatives pour ce qui est de la Déclaration universelle des droits de l'homme et du Pacte international relatif aux droits économiques, sociaux et culturels.

II. Principes généraux

2. Les gouvernements devraient élaborer ou maintenir des politiques strictes de protection du consommateur en s'inspirant des principes énoncés ci-après et des accords internationaux pertinents. Ce faisant, chaque gouvernement doit fixer ses propres priorités assorties de délais dans le domaine de la protection du consommateur, en fonction de la situation économique, sociale et écologique du pays et des besoins de la population et en ayant présents à l'esprit les coûts et avantages des mesures envisagées.

3. Les principes directeurs visent à répondre aux besoins légitimes suivants:

a) Protection des consommateurs contre les risques pour leur santé et leur sécurité;

b) Promotion et protection des intérêts économiques des consommateurs;

c) Accès des consommateurs à l'information voulue pour faire un choix éclairé, selon leurs désirs et leurs besoins;

d) Éducation des consommateurs, notamment concernant l'impact socioéconomique et sur l'environnement des choix qu'ils effectuent;

e) Possibilité pour le consommateur d'obtenir une réparation effective;

f) Droit de constituer des groupes ou des organisations de consommateurs et autres groupes pertinents et possibilité, pour ces organisations, de faire valoir leurs vues dans le cadre des décisions les concernant;

g) Promotion des modes de consommation durables.

4. Les modes de production et de consommation non durables, en particulier dans les pays industrialisés, sont la principale cause de la détérioration continue de l'environnement mondial. Tous les pays devraient s'efforcer de promouvoir des modes de consommation durables; les pays développés ouvrir la voie en parvenant à des modes de consommation durables; et les pays en développement se fixer des objectifs similaires pour leur processus de développement, compte dûment tenu du principe des responsabilités communes mais différenciées. La situation et les besoins spécifiques des pays en développement à cet égard doivent être pleinement pris en compte.

5. Les politiques promouvant des modes de consommation durables devraient tenir compte des objectifs que sont l'élimination de la pauvreté, la satisfaction des besoins de base de l'ensemble des membres de la société et la réduction des inégalités au sein des pays et entre ces derniers.

6. Les gouvernements devraient fournir ou maintenir l'infrastructure nécessaire pour élaborer et appliquer des politiques de protection du consommateur et en suivre la mise en œuvre. Il importe de veiller particulièrement à ce que les mesures de protection du consommateur soient appliquées à l'avantage de tous les secteurs de la population, notamment à la population rurale et aux pauvres.

7. Toutes les entreprises devraient respecter les lois et règlements des pays où elles opèrent. Elles devraient aussi se conformer aux dispositions pertinentes des normes internationales de protection du consommateur que les autorités compétentes du pays intéressé ont acceptées. (Toute mention ultérieure des normes internationales doit s'entendre à la lumière du présent paragraphe.)

8. Il faudrait tenir compte du rôle positif que les universités et les organismes de recherche publics et privés peuvent jouer dans l'élaboration de politiques de protection du consommateur.

Source: E/1999/INF/2/Add.2, résolution 1999/7, annexe.

5. Tous les États membres de la CNUCED appliquent les politiques de protection des consommateurs par l'entremise d'organismes publics, s'inspirant largement des principes généraux énoncés au paragraphe 2 des Principes directeurs actuels. Les organismes de protection des consommateurs ont reçu le mandat de répondre à la plupart des besoins légitimes énoncés au paragraphe 3 des Principes directeurs. Dans de nombreux pays, toutefois, les pouvoirs de supervision de certains des besoins légitimes répertoriés sont partagés avec d'autres organes exécutifs[14] ou réservés exclusivement à d'autres autorités sectorielles[15]. La promotion des modes de consommation durables (par. 3 g)) est souvent exclue du mandat d'un organisme pour être plutôt confiée à d'autres autorités[16].

6. Il importe de noter que la plupart des organismes de protection des consommateurs sont habilités à connaître des questions relatives à la protection de la santé et de la sécurité des consommateurs, à la promotion et à la protection des intérêts économiques des consommateurs, à l'accès à l'information voulue, à l'éducation des consommateurs, à l'obtention d'une réparation et au droit d'association. L'OCDE a également aidé ses États membres (et des pays tiers) à élaborer et à maintenir des politiques strictes de protection des consommateurs grâce aux travaux menés par un certain nombre d'organismes, tels que le Comité de la politique à l'égard des consommateurs de l'OCDE et des sous-comités, qui se sont penchés sur les besoins légitimes énoncés dans les Principes directeurs, notamment sur les questions relatives à la consommation durable et à l'infrastructure[17].

7. La plupart des politiques nationales de protection des consommateurs traitent indirectement de la promotion des modes de consommation durables dont il est question au paragraphe 4 des Principes directeurs, par le biais de campagnes d'information et

d'éducation[18]. À l'exception du Pérou[19], les législations et politiques nationales en la matière ne comportent que peu d'objectifs concernant l'élimination de la pauvreté et la satisfaction des besoins de base (Principes directeurs, par. 5), de tels objectifs étant plutôt inscrits dans d'autres domaines du droit[20]. La majorité des organismes estiment posséder l'infrastructure nécessaire pour élaborer et appliquer des politiques de protection du consommateur et en suivre la mise en œuvre (Principes directeurs, par. 6), et plusieurs d'entre eux ont indiqué qu'une priorité était accordée à la population rurale ou aux pauvres[21]. La Bulgarie propose de parler de «consommateurs vulnérables» et de lier cette notion, entre autres, à l'âge, aux capacités physiques ou mentales, à la pauvreté ou à l'exclusion sociale. Toutes les législations nationales prévoient d'obliger les entreprises à mettre leurs pratiques en conformité avec les normes de protection des consommateurs (Principes directeurs, par. 7).

8. Un nouveau problème a été signalé par le Mexique, à savoir le manque d'uniformité dans l'application des normes internationales de protection des consommateurs aux entreprises multinationales. À cet égard, 44 pays[22] ont souscrit à la Déclaration de l'OCDE et aux Décisions sur l'investissement international et les entreprises multinationales[23], laquelle déclaration a mené à l'adoption des Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales[24], qui recommandent que les entreprises nationales adoptent une conduite raisonnable quel que soit l'endroit où elles opèrent. Le Botswana soutient que les affaires intéressant la protection des consommateurs sont de plus en plus complexes en raison des entreprises multinationales, ce qui entraîne des retards dans l'application des solutions[25]. Peu de pays[26] reconnaissent le rôle positif que les universités et les organismes de recherche publics et privés peuvent jouer dans l'élaboration des politiques. La plupart des pays réservent plutôt l'élaboration des politiques aux autorités gouvernementales[27]. Certains organismes peuvent toutefois conclure des accords informels avec des universités nationales[28].

9. Consumers International propose d'inclure dans les besoins légitimes la neutralité technologique, l'accès aux biens et services essentiels, la protection de la vie privée des consommateurs et la protection des données. Il est également proposé que la question de la protection des données fasse partie intégrante de tout nouveau principe directeur sur le commerce électronique.

III. Principes directeurs

9. Les principes directeurs suivants devraient s'appliquer à la fois aux biens et services d'origine nationale et aux importations.

10. En appliquant tous règlements ou procédures assurant la protection du consommateur, il faudrait veiller à ne pas en faire des obstacles au commerce international et à leur compatibilité avec les obligations de ce commerce.

Source: E/1999/INF/2/Add.2, résolution 1999/7, annexe.

10. Le préambule du point III, à savoir les paragraphes 9 et 10, des Principes directeurs a été largement adopté. Dans certains cas, ce sont des organismes de protection des consommateurs qui sont chargés de superviser l'application uniforme des Principes directeurs aux produits nationaux et importés[29]. Dans d'autres cas, ces pouvoirs sont partagés entre les organismes de protection des consommateurs et d'autres autorités gouvernementales[30]. Concernant le fait d'éviter les obstacles au commerce, de nombreux répondants ont fait référence aux obligations contractées dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce[31], qui sont souvent assumées par des autorités gouvernementales

autres que des organismes de protection des consommateurs[32]. Quelques pays appellent de leurs vœux une coopération interinstitutions accrue pour éviter les incohérences[33].

A Sécurité physique

11. Les gouvernements devraient adopter des mesures appropriées, notamment un cadre juridique, des règles de sécurité, des normes nationales ou internationales et des normes facultatives, ou encourager leur adoption, et encourager la tenue à jour d'états sur la sûreté des produits, de manière à avoir la certitude qu'ils sont sans danger tant pour l'usage prévu que pour une utilisation normalement prévisible.

12. On devrait s'assurer par des politiques appropriées que les biens produits par les fabricants sont sûrs tant pour l'usage prévu que pour une utilisation normalement prévisible. Ceux dont la tâche est de mettre des produits sur le marché, en particulier les fournisseurs, exportateurs, importateurs, détaillants et autres (ci-après dénommés «les distributeurs») devraient veiller à ce que, pendant qu'ils en ont la garde, ces produits ne perdent pas leur qualité de sûreté par suite d'une manutention ou d'un entreposage inadéquats. Il faudrait indiquer aux consommateurs le mode d'emploi des produits et les informer des risques courus, dans l'usage prévu comme dans une utilisation normalement prévisible. Les informations essentielles en matière de sécurité devraient être transmises aux consommateurs au moyen de symboles internationaux si possible.

13. On devrait s'assurer par des politiques appropriées que si les fabricants ou les distributeurs s'aperçoivent, après avoir mis un produit sur le marché, que celui-ci comporte des risques, ils en informent sans retard les autorités compétentes et, au besoin, le public. Les gouvernements devraient également s'assurer qu'ils ont les moyens d'informer correctement les consommateurs des risques éventuels.

14. Les gouvernements devraient, selon les besoins, adopter des politiques en vertu desquelles si un produit présente en fait de graves défauts ou constitue un risque sérieux, même si on l'utilise correctement, les fabricants ou les distributeurs seraient tenus de le retirer du marché, de le remplacer ou de le modifier, ou encore de lui substituer un autre produit; s'il n'est pas possible de le faire dans un délai raisonnable, le consommateur devrait être dédommagé de manière appropriée.

Source: E/1999/INF/2/Add.2, résolution 1999/7, annexe.

11. La plupart des États membres de la CNUCED ont adopté des dispositions législatives et réglementaires sur la sûreté des produits (Principes directeurs, par. 11) qui sont généralement incorporées dans des lois sur la protection des consommateurs et/ou dans des lois sectorielles[34] et qui couvrent des questions allant des conditions de travail[35] aux produits nucléaires[36]. Ce cadre législatif fait habituellement intervenir les organismes de protection des consommateurs ainsi que d'autres autorités sectorielles compétentes[37]. Dans certains pays, comme le Canada[38], cette question relève entièrement des autorités sanitaires alors que dans d'autres, comme aux États-Unis d'Amérique[39], la sûreté des produits destinés aux consommateurs relève d'un organe indépendant. Quelques juridictions, telles que l'Union européenne[40], le Pérou et le Portugal, ont mis en place des états sur la sûreté des produits de manière à avoir la certitude qu'ils sont sans danger pour l'usage prévu ou pour une utilisation normalement prévisible.

12. Tous les pays ont adopté des politiques pour veiller à ce que les distributeurs garantissent la sûreté de leurs produits (Principes directeurs, par. 12). La plupart des organismes de protection des consommateurs ont mis en œuvre des programmes éducatifs sur la sécurité des consommateurs et sont habilités à surveiller l'application des règles de sécurité[41]. Le Costa Rica a adopté des règlements spécifiques sur l'étiquetage à des fins de

sécurité[42], qui vont dans le même sens que les règlements techniques centraméricains[43]. La Bulgarie propose quant à elle d'appliquer le principe de précaution à la protection de la sécurité des consommateurs. En outre, Consumers International suggère d'inclure un critère de compréhensibilité mutuelle pour les informations en matière de sécurité disponibles en ligne.

13. S'agissant de la notification des risques (Principes directeurs, par. 13), la plupart des législations nationales confèrent des pouvoirs de surveillance et de communication aux organismes de protection des consommateurs et à d'autres autorités compétentes. Toutes les législations disposent que c'est aux distributeurs qu'il appartient d'informer les gouvernements et le public lorsque des produits dont ils ont la garde perdent leur qualité de sûreté. Les moyens de communication utilisés pour informer le public sont variés et prennent notamment la forme d'annonces dans les médias officiels et privés[44]. L'Union européenne a mis en place un système d'alerte rapide pour les produits de consommation dangereux − sauf pour les aliments, les produits pharmaceutiques et les dispositifs médicaux, qui sont visés par d'autres mécanismes[45].

14. La plupart des législations nationales obligent les fabricants et/ou les distributeurs à retirer les produits dangereux du marché (Principes directeurs, par. 14)[46]. En règle générale, ce sont les organismes de protection des consommateurs qui sont chargés d'assurer le respect de ces obligations, bien que certaines procédures de dédommagement relèvent du corps judiciaire[47] ou d'un autre mécanisme de règlement des différends[48].

15. Étant donné la mondialisation croissante de l'économie et l'évolution rapide des conditions du commerce, la coopération internationale joue dorénavant un rôle essentiel pour empêcher l'entrée de biens de consommation dangereux sur un marché national ou pour les retrouver et les retirer s'ils ont déjà été mis sur le marché. À cet égard, l'OCDE a encouragé les efforts déployés au niveau international concernant toutes les dispositions des paragraphes 11 à 14 des Principes directeurs, créant récemment le Groupe de travail sur la sécurité des produits de consommation[49]. En outre, les États membres de l'OEA, en collaboration avec l'Organisation panaméricaine de la santé, ont mis en place la première tribune panaméricaine spécialisée en matière de sûreté des produits de consommation[50]. À l'intérieur de ce cadre, les pays d'Amérique latine s'attachent à concevoir et à mettre en œuvre des systèmes nationaux sur la sécurité des produits de consommation en collaboration avec les organismes de protection des consommateurs, les instituts de métrologie et de qualité et les autorités sanitaires[51].

B. Promotion et protection des intérêts économiques des consommateurs

15. Les gouvernements doivent chercher, dans leurs politiques, à assurer que les consommateurs tirent le maximum d'avantages de leurs ressources économiques. Ils devraient également se donner pour objectifs des normes de production et d'efficacité satisfaisantes, des méthodes de distribution adéquates, des pratiques commerciales loyales, une commercialisation associée à l'information et une protection efficace contre les pratiques qui pourraient nuire aux intérêts économiques des consommateurs et à leur liberté de choix.

16. Les gouvernements devraient redoubler d'efforts pour empêcher des pratiques préjudiciables aux intérêts économiques des consommateurs en assurant l'application des lois et normes obligatoires par les fabricants, les distributeurs et les autres fournisseurs de biens et de services. Il faudrait encourager les organisations de consommateurs à surveiller les pratiques préjudiciables, telles que l'adultération des produits alimentaires, la publicité mensongère ou exagérée et les pratiques frauduleuses dans la prestation des services.

17. Les gouvernements devraient élaborer, renforcer et maintenir, selon le cas, les mesures de contrôle des pratiques commerciales, restrictives ou autres susceptibles de nuire aux consommateurs et notamment prévoir les moyens d'en assurer l'application. À cet

égard, les gouvernements devraient s'inspirer de l'Ensemble de principes et de règles équitables convenus au niveau multilatéral pour le contrôle des pratiques commerciales restrictives, adopté par l'Assemblée générale dans sa résolution 35/63 du 5 décembre 1980, qu'ils se sont engagés à appliquer.

18. Les gouvernements devraient adopter ou maintenir des politiques précisant qu'il appartient au fabricant de veiller à ce que les biens répondent aux exigences raisonnables en matière de durabilité, d'utilité et de fiabilité et qu'ils soient adaptés à l'usage auquel ils sont destinés et stipulant qu'il appartient au vendeur de s'assurer que tel est bien le cas. Des dispositions similaires devraient s'appliquer à la prestation de services.

19. Les gouvernements devraient encourager une concurrence loyale et effective afin de fournir aux consommateurs l'éventail le plus large possible de produits et des services au prix le plus bas.

20. Les gouvernements devraient, selon les cas, veiller à ce que les fabricants ou les détaillants garantissent un service après vente sûr et la fourniture de pièces de rechange.

21. Il faudrait protéger les consommateurs des abus contractuels comme les contrats léonins, l'exclusion de droits essentiels dans le texte des contrats ou l'imposition de conditions de crédit exorbitantes.

22. Les techniques de promotion et les pratiques en matière de vente devraient être régies par le principe qui veut que les consommateurs soient traités loyalement et elles devraient satisfaire aux dispositions légales en vigueur, notamment en fournissant une information suffisamment exacte pour que les consommateurs puissent prendre une décision indépendante en toute connaissance de cause, et en veillant à ce que l'information fournie soit exacte.

23. Les gouvernements devraient encourager toutes les parties concernées à faire circuler librement des informations exactes sur tous les aspects des produits de consommation.

24. Il conviendrait de faire en sorte que les consommateurs puissent avoir accès à des informations fiables concernant l'impact sur l'environnement des produits et services en mettant au point des descriptifs de produits, en demandant aux industriels d'établir des rapports écologiques, en créant des centres d'information à l'intention des consommateurs, en élaborant des programmes d'attribution de labels écologiques volontaires et clairs et en mettant en place des lignes téléphoniques donnant des renseignements sur les produits.

25. Les gouvernements, en étroite collaboration avec les producteurs, distributeurs et organisations de consommateurs, devraient prendre des mesures contre toute publicité ou autre technique commerciale contenant des informations d'ordre écologique équivoques. Il conviendrait également de mettre au point des codes et normes en matière de publicité permettant de réglementer et de vérifier les publicités concernant des produits dits écologiques.

26. Les gouvernements devraient, dans le contexte national, promouvoir la formulation et l'application par le secteur privé, en coopération avec les organisations de consommateurs, de codes sur la promotion des ventes et autres pratiques commerciales, afin de veiller à ce que le consommateur bénéficie d'une protection adéquate. Le secteur privé, les organisations de consommateurs et les autres parties intéressées pourraient également conclure des accords à l'amiable. Ces codes devraient recevoir toute la publicité voulue.

27. Les gouvernements devraient revoir régulièrement la législation relative aux poids et mesures et s'assurer que le mécanisme d'application de cette législation est adéquat.

Source: E/1999/INF/2/Add.2, résolution 1999/7, annexe.

16. Les organismes de protection des consommateurs d'aujourd'hui ont essentiellement pour mandat de protéger les intérêts économiques des consommateurs, en particulier de garantir des pratiques commerciales loyales, une commercialisation associée à l'information et une protection efficace contre les pratiques abusives (Principes directeurs, par. 15). Dans de nombreux pays, ils partagent ces responsabilités avec les autorités de la concurrence[52]. En outre, conformément au paragraphe 16 des Principes directeurs, diverses initiatives visent à encourager les bonnes pratiques commerciales et à engager des poursuites en cas de pratiques préjudiciables[53], notamment celles signalées par les États-Unis[54], qui peuvent faire intervenir des organisations de consommateurs[55]. Il existe différentes façons d'encourager de telles organisations à jouer un rôle de surveillance, notamment des accords de coopération[56], des services de conseils[57] et des récompenses[58]. L'OCDE contribue à promouvoir et à protéger les intérêts économiques des consommateurs dans ses États membres et les pays tiers par l'entremise du Comité de la politique à l'égard des consommateurs, du Comité des marchés financiers, du Comité de l'investissement et du Comité de la concurrence[59], conformément aux paragraphes 15, 19, 22 et 24 à 26 des Principes directeurs.

17. La plupart des législations nationales confèrent des pouvoirs permettant de contrôler les pratiques commerciales, restrictives ou autres (Principes directeurs, par. 17)[60], et d'encourager une concurrence loyale et effective (Principes directeurs, par. 19)[61] aux autorités de la concurrence[62], pouvoirs qui sortent alors du mandat des organismes de protection des consommateurs[63]. Dans certains cas, les pouvoirs qui concernent la protection des consommateurs et la concurrence sont conférés au même organisme[64]. Il arrive dans de très rares cas que ces questions relèvent d'organismes de protection des consommateurs qui fonctionnent sur une base distincte[65].

18. Presque toutes les législations nationales incluent des lois et des politiques précisant qu'il appartient aux producteurs et aux vendeurs de s'assurer de la qualité et de la durabilité des produits (Principes directeurs, par. 18) et de garantir un service après vente et la fourniture de pièces de rechange (Principes directeurs, par. 20). La portée des obligations varie entre la responsabilité solidaire[66] et la responsabilité subsidiaire[67], en particulier pour ce qui est des garanties relatives aux produits et aux services[68].

19. L'un des principaux objectifs des organismes de protection des consommateurs est d'engager des poursuites en cas d'abus contractuels (Principes directeurs, par. 21)[69]. Dans cette optique, les contrats léonins sont habituellement réglementés[70]. Par exemple, le Mexique a établi un contrat type à l'intention des fournisseurs et des distributeurs[71] et exige l'enregistrement de tous les contrats léonins dans le domaine des télécommunications[72], alors que le Costa Rica[73] et la Suisse[74] ont établi une liste de prescriptions pour les contrats financiers. La République dominicaine demande aux fournisseurs de présenter tous les contrats léonins avant leur mise en œuvre[75]. La Pologne a élaboré des lignes directrices pour les contrats qui concernent des transactions avec des consommateurs dans le secteur des télécommunications. Il est habituellement interdit d'exclure des droits essentiels dans le texte des contrats[76], et l'imposition de conditions de crédit exorbitantes relève d'une loi sur la protection des consommateurs ou de règlements sectoriels[77].

20. La plupart des pays ont édicté des règles visées au paragraphe 22 des Principes directeurs[78] sur les pratiques en matière de vente[79]. La majorité des législations nationales défendent le principe de non-discrimination[80], pour permettre aux consommateurs de prendre des décisions indépendantes en toute connaissance de cause grâce à la libre circulation des informations exactes (Principes directeurs, par. 23)[81]. Plusieurs pays n'ont adopté aucune disposition spécifique concernant l'impact des produits sur l'environnement (Principes directeurs, par. 24)[82], d'autres confient généralement la supervision au ministère de l'environnement[83, 84]. Les publicités équivoques (Principes directeurs, par. 25), même si elles ne concernent pas directement l'environnement, sont habituellement surveillées par les

organismes de protection des consommateurs[85]. Certains organismes ont établi des lignes directrices concernant la publicité[86], alors que d'autres chargent des observatoires spécialisés[87] de vérifier les informations commerciales et publicitaires. En outre, certains codes[88] et accords[89] d'autoréglementation ont été élaborés par des organismes de protection des consommateurs puis adoptés par le secteur privé (Principes directeurs, par. 26). En Suisse, l'autoréglementation, qui relève entièrement du secteur privé, a donné des résultats très satisfaisants[90].

21. S'agissant des poids et mesures (Principes directeurs, par. 27)[91], la plupart des pays ont adopté des législations pertinentes[92]. Dans nombre d'entre eux, cette responsabilité incombe à des organismes spécialisés ou de normalisation[93]. Le Mexique a ainsi établi un organe multipartite[94] regroupant 15 entités publiques et plus de 2 800 entités privées. En outre, les États membres de l'OEA ont créé le Système interaméricain de métrologie afin de promouvoir la coopération régionale dans le domaine de la métrologie et de mettre en œuvre un système de mesure panaméricain.

C. Normes régissant la sûreté et la qualité des biens de consommation et des services

28. Les gouvernements devraient, aux niveaux national et international et suivant les besoins, formuler des normes, facultatives ou non, régissant la sûreté et la qualité des biens et services ou encourager l'élaboration et l'application de telles normes, et leur donner la publicité voulue. Il faudrait revoir de temps à autre les normes et règlements nationaux relatifs à la sûreté et à la qualité des produits, afin de faire en sorte qu'ils soient conformes, si possible, aux normes internationales généralement acceptées.

29. Lorsque les conditions économiques locales conduisent à appliquer une norme inférieure à la norme internationale généralement acceptée, il ne faut épargner aucun effort pour relever cette norme le plus tôt possible.

30. Les gouvernements devraient encourager et assurer la mise en place de services chargés d'éprouver la qualité des biens et services de première nécessité destinés aux consommateurs et d'en certifier la sûreté, la qualité et l'efficacité.

Source: E/1999/INF/2/Add.2, résolution 1999/7, annexe.

22. La sûreté et la qualité des biens de consommation et des services sont considérées comme une source de préoccupation majeure pour les législations sur la protection des consommateurs. La plupart des pays ont intégré les recommandations énoncées aux paragraphes 28 à 30 des Principes directeurs[95] dans des lois et des règlements. Dans bien des cas, les organismes de protection des consommateurs partagent ces responsabilités avec d'autres autorités telles que des organismes de normalisation et des ministères de l'environnement et/ou de la santé[96]. Le Mexique[97] et la Colombie[98] ont établi des organes multipartites pour surveiller la sûreté et la qualité des biens de consommation. Les organismes chargés de la sûreté des produits de consommation établis au Canada, au Mexique et aux États-Unis participent dorénavant conjointement à des campagnes communes d'information et d'éducation à l'intention des consommateurs concernant par exemple, récemment, la sécurité des jouets et la prévention contre les empoisonnements. Les autorités des États-Unis qui sont chargées de la sûreté des produits coopèrent également avec les autorités de pays non limitrophes pour sensibiliser ensemble les consommateurs, dont récemment avec l'Australie et le Brésil. Certains pays se reportent aux normes internationales établies par l'Union européenne (Direction générale de la santé et des consommateurs)[99], l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture et l'Organisation mondiale de la Santé (Codex Alimentarius)[100], l'Organisation internationale de normalisation[101], l'OCDE[102] et l'Organisation mondiale du commerce.

D. Circuits de distribution des biens et services de première nécessité destinés aux consommateurs

31. Les gouvernements devraient, le cas échéant, envisager:

a) D'adopter ou de continuer d'appliquer des politiques visant à assurer la distribution efficace des biens et services aux consommateurs; il faudrait, le cas échéant, envisager d'adopter des politiques particulières pour assurer la distribution de biens et services indispensables, lorsque cette distribution est menacée comme cela est parfois le cas, notamment dans les zones rurales. De telles politiques pourraient prévoir une assistance à la création d'installations de stockage et d'installations commerciales adéquates dans les centres ruraux, des incitations visant à amener le consommateur à faire preuve d'initiative personnelle et l'amélioration du contrôle des dispositions en vertu desquelles les biens et services de première nécessité sont fournis dans les zones rurales;

b) D'encourager la création de coopératives de consommateurs et des activités commerciales connexes, ainsi que la diffusion de renseignements à leur sujet, en particulier dans les zones rurales.

Source: E/1999/INF/2/Add.2, résolution 1999/7, annexe.

23. Certains membres ont adopté des politiques concernant la distribution efficace des biens et services aux consommateurs[103] (Principes directeurs, par. 31)[104]. Dans la plupart des pays, c'est à divers organes gouvernementaux qu'il appartient de s'occuper de ces questions[105]. Au Botswana, par exemple, cette question relève du Département du développement des coopératives. En 2012, le Mexique[106] a tué 16 millions de poules en raison du syndrome respiratoire aigu sévère, ce qui a entraîné une importante hausse des prix. Cette mesure a suscité un débat sur la façon de promouvoir la sûreté et la qualité des biens de consommation essentiels tout en évitant les mesures protectionnistes (Principes directeurs, par. 10), d'où la nécessité d'accroître la coopération interorganisations pour assurer la cohérence des politiques mises en œuvre. Fait intéressant, plusieurs organismes ont été chargés d'encourager la création de coopératives de consommateurs[107].

24. Consumers International souligne les différences qui existent entre les consommateurs urbains et les consommateurs ruraux et, devant la croissance des couronnes périurbaines, signale que même si les consommateurs urbains d'aujourd'hui n'habitent pas dans des zones éloignées, ils n'en demeurent pas moins vulnérables. La Bulgarie estime nécessaire d'accorder une protection accrue aux services d'intérêt économique général, tels que le logement, la protection sociale, les télécommunications et l'approvisionnement en énergie et en eau.

E. Mesures permettant aux consommateurs d'obtenir réparation

32. Les gouvernements devraient instituer ou faire appliquer des mesures d'ordre juridique ou administratif pour permettre aux consommateurs ou, le cas échéant, aux organisations concernées, d'obtenir réparation par des procédures, officielles ou non, qui soient rapides, équitables, peu onéreuses et d'utilisation facile. Ces procédures devraient tenir compte en particulier des besoins des consommateurs à faible revenu.

33. Les gouvernements devraient encourager toutes les entreprises à régler les différends avec les consommateurs à l'amiable, équitablement et avec diligence, et à créer des mécanismes volontaires, dont des services consultatifs et des procédures de recours officieuses susceptibles d'aider les consommateurs.

34. Il faudrait fournir aux consommateurs des renseignements sur les voies de recours et autres procédures dont ils peuvent se prévaloir pour régler les différends.

Source: E/1999/INF/2/Add.2, résolution 1999/7, annexe.

25. Tous les répondants ont institué des mesures d'ordre juridique ou administratif pour que les consommateurs et, dans certains cas, les organisations de protection des consommateurs puissent obtenir réparation[108] (Principes directeurs, par. 32)[109]. L'expérience a montré que les entreprises n'observent les dispositions contraignantes en matière de protection des consommateurs que si le non-respect des règles primaires risque fort probablement d'entraîner l'imposition de sanctions dont les coûts directs et indirects seront élevés du point de vue commercial. Dans cette optique, la menace de lourdes sanctions semble jouer un rôle essentiel dans le respect des législations sur la protection des consommateurs. Les autorités chargées de la protection des consommateurs ne cherchent pas seulement à assurer le respect de ces législations en appliquant des sanctions, elles s'intéressent également au bien-être des consommateurs. Ces sanctions s'accompagnent donc parfois de mesures de réparation prenant par exemple la forme de mesures correctives ou complémentaires. Les mesures correctives visent à indemniser les consommateurs en cas de dommages illicites[110], tandis que les mesures complémentaires visent à protéger les intérêts généraux des consommateurs, par exemple dans les domaines de la santé et de l'environnement.

26. Les mesures visant à permettre aux consommateurs d'obtenir réparation peuvent être adoptées dans le cadre de procédures administratives ou judiciaires ou de procédures de règlement des différends, selon la juridiction. Fait intéressant, l'ICPEN préconise l'établissement d'une instance multilatérale qui serait chargée du règlement des différends d'ordre administratif ou autre (www.econsumer.gov). Alors que la plupart des législations sur la protection des consommateurs permettent aux organismes de protection des consommateurs de prendre des mesures correctives et complémentaires, l'indemnisation est habituellement réservée au corps judiciaire[111].

27. La plupart des législations nationales prévoient d'autres mécanismes de règlement des différends tels que la conciliation, la médiation ou l'arbitrage[112] (Principes directeurs, par. 33)[113]. Selon le pays, ces mécanismes peuvent être volontaires[114] ou obligatoires[115]. Selon le Costa Rica, les mécanismes privés permettent aux consommateurs d'obtenir réparation plus rapidement, même lorsqu'ils sont supervisés par des organismes nationaux de protection des consommateurs. S'agissant de faire connaître les voies de recours (Principes directeurs, par. 34), les organismes de protection des consommateurs utilisent les mécanismes de communication habituels[116].

F. Programmes d'éducation et d'information

35. Les gouvernements devraient mettre au point des programmes généraux d'éducation et d'information du consommateur, portant notamment sur les incidences sur l'environnement des choix et comportements des consommateurs et les conséquences éventuelles, positives et négatives, d'une modification des modes de consommation, en ayant présentes à l'esprit les traditions culturelles de la population intéressée. Ces programmes devraient avoir pour but d'informer le consommateur pour qu'il se comporte en consommateur averti, capable de choisir en connaissance de cause entre les biens et services qui lui sont proposés et conscient de ses droits et de ses responsabilités. Il faudrait, en élaborant ces programmes, tenir compte en particulier des besoins des consommateurs défavorisés tant dans les zones rurales que dans les zones urbaines, y compris des consommateurs à faible revenu dont le niveau d'alphabétisation est bas ou nul. Les groupes de consommateurs, entreprises et autres organisations pertinentes de la société civile

devraient contribuer à ces programmes d'éducation.

36. L'éducation du consommateur devrait, le cas échéant, faire partie intégrante de l'enseignement, de préférence dans le cadre de matières déjà inscrites aux programmes d'études.

37. Les programmes d'information et d'éducation du consommateur devraient porter sur des aspects aussi importants de la protection du consommateur que:

a) La santé, la nutrition, la prévention des maladies à vecteur alimentaire, les aliments frelatés;

b) Les dangers que présentent les produits;

c) L'étiquetage des produits;

d) La législation appropriée et les moyens d'obtenir réparation, ainsi que le nom des institutions et organisations de protection du consommateur;

e) Les renseignements sur les poids et mesures, les prix, la qualité, les conditions de crédit et l'existence de produits de consommation de première nécessité;

f) La protection de l'environnement;

g) L'utilisation efficace des matériaux, de l'énergie et de l'eau.

38. Les gouvernements devraient encourager les organisations de consommateurs et autres groupes intéressés, y compris les médias, à mener des programmes d'éducation et d'information, portant notamment sur les incidences sur l'environnement des modes de consommation et les conséquences éventuelles, positives ou négatives, d'une modification de ces modes, et destinés en particulier aux groupes de consommateurs à faible revenu des zones rurales et urbaines.

39. Les entreprises devraient, le cas échéant, organiser des programmes d'information et d'éducation du consommateur sur des sujets pratiques et pertinents, ou participer à l'exécution de tels programmes.

40. Étant donné la nécessité d'atteindre les consommateurs ruraux et les consommateurs analphabètes, les gouvernements devraient, suivant les besoins, élaborer des programmes d'information des consommateurs dans les organes d'information ou en encourager la mise au point.

41. Les gouvernements devraient organiser ou encourager des programmes de formation destinés aux éducateurs, aux spécialistes des moyens d'information et aux conseillers de consommateurs pour leur permettre de participer à l'exécution de programmes d'information et d'éducation du consommateur.

Source: E/1999/INF/2/Add.2, résolution 1999/7, annexe.

28. La mise en œuvre de programmes d'éducation et d'information des consommateurs incombe essentiellement aux organismes de protection des consommateurs[117]. La plupart des États membres de la CNUCED ont adopté de tels programmes pour que les consommateurs se comportent en consommateurs avisés. Une foule d'initiatives intéressantes ont été prises concernant notamment des sites Web[118], des cours en ligne[119], des services de conseils en ligne (Royaume-Uni)[120], des ateliers (République dominicaine[121], El Salvador[122]) et même des cours d'éducation du consommateur dans le cadre du programme d'enseignement de différents ministères de l'éducation[123] (Principes directeurs, par. 36). On notera en particulier que les États-Unis ont un vaste programme d'éducation couvrant tous les domaines mentionnés et faisant particulièrement appel aux médias sociaux (Facebook, Twitter, Youtube et blogs). Certains pays ont créé des unités

spéciales pour mener ces tâches à bien[124]. Chaque pays a déterminé des priorités différentes, dont la plupart figurent parmi les recommandations énoncées au paragraphe 37 des Principes directeurs[125]. Toutefois, il existe peu d'exemples de campagnes d'éducation et d'information menées par des organisations de consommateurs[126], des entreprises[127] ou des médias[128] (Principes directeurs, par. 38)[129]. Quelques programmes d'information menés dans des organes d'information ont porté leurs fruits (Principes directeurs, par. 40)[130], à savoir au Costa Rica[131], en République dominicaine[132], en Inde[133], en Israël[134] et en Pologne[135]. Certains organismes de protection des consommateurs ont également adopté les principes énoncés au paragraphe 41, en particulier s'agissant de la formation des éducateurs[136] et des spécialistes des moyens d'information[137].

G. Promotion de la consommation durable

42. La consommation durable devrait notamment permettre de satisfaire les besoins en biens et services des générations actuelles et à venir, suivant des modalités qui puissent s'inscrire dans le long terme du point de vue économique, social et écologique.

43. La recherche de modes de consommation durables est une responsabilité commune à tous les membres et à tous les organismes de la société; des consommateurs avertis, les pouvoirs publics, les entreprises, les groupements professionnels et les organisations de défense des consommateurs et de l'environnement jouent à cet égard des rôles particulièrement importants. Des consommateurs bien informés jouent un rôle essentiel dans la promotion de modes de consommation qui soient écologiquement, économiquement et socialement durables, notamment parce que les choix qu'ils effectuent ont des incidences sur la production. Les gouvernements devraient promouvoir l'élaboration et la mise en œuvre de politiques de consommation durables et l'intégration de ces dernières dans les autres politiques. La prise de décisions à ce niveau devrait se faire en concertation avec les entreprises, les organisations de défense des consommateurs et de l'environnement et autres groupes intéressés. Les entreprises ont la responsabilité de promouvoir des modes de consommation durables aux stades de la conception, de la production et de la distribution des biens et services, et les organisations de défense des consommateurs et de l'environnement de mobiliser la participation du public, de favoriser le débat sur la consommation durable, d'informer les consommateurs et d'œuvrer avec les gouvernements et les entreprises à la mise en place de modes de consommation durables.

44. Les gouvernements, en partenariat avec les entreprises et les organismes pertinents de la société civile, devraient mettre au point et appliquer des stratégies favorables à la consommation durable en coordonnant divers moyens d'intervention (réglementation, instruments économiques et sociaux, politiques sectorielles régissant par exemple l'occupation des sols, le transport, l'énergie et le logement), ainsi que des programmes d'information destinés à sensibiliser le public aux incidences des modes de consommation; supprimer les subventions encourageant des modes de consommation et de production non viables; et promouvoir les meilleures pratiques existantes en matière de gestion sectorielle de l'environnement.

45. Les gouvernements devraient encourager la conception, la mise au point et la consommation de produits et de services ne présentant pas de danger et nécessitant peu d'énergie et de ressources, en tenant compte de leur impact tout au long de leur cycle de vie. Ils devraient également promouvoir des programmes de recyclage incitant les consommateurs tant à recycler les déchets qu'à acheter des produits recyclés.

46. Il conviendrait que les gouvernements encouragent pour les produits et services la mise au point et l'application, aux plans national et international, de normes relatives à l'hygiène du milieu et au respect de l'environnement qui ne devraient pas faire obstacle de manière déguisée aux échanges commerciaux.

47. Les gouvernements devraient encourager la conduite impartiale d'essais environnementaux des produits.

48. Les gouvernements devraient surveiller de près l'utilisation des substances préjudiciables à l'environnement et encourager la mise au point de produits de remplacement écologiquement rationnels. Il conviendrait d'évaluer scientifiquement toute nouvelle substance potentiellement dangereuse afin de déterminer son impact à long terme sur l'environnement avant d'autoriser sa distribution.

49. Les gouvernements devraient faire valoir les avantages des modes de consommation et de production viables pour la santé, en en considérant aussi bien les effets directs sur la santé des individus que les conséquences pour la collectivité résultant de la protection de l'environnement.

50. Les gouvernements devraient, en partenariat avec le secteur privé et autres organismes pertinents, encourager l'abandon des modes de consommation non viables et la mise au point et l'utilisation de nouveaux produits et services écologiquement rationnels et de technologies novatrices, notamment dans le domaine de l'information et de la communication, afin de répondre aux besoins des consommateurs tout en luttant contre la pollution et l'épuisement des ressources naturelles.

51. Les gouvernements sont encouragés, pour assurer la protection des consommateurs, à créer des mécanismes de réglementation effective traitant des divers aspects de la consommation durable, ou à les renforcer.

52. Les gouvernements devraient envisager pour promouvoir des modes de consommation durables, d'avoir recours à divers instruments économiques, notamment les instruments financiers et l'intégration des coûts de protection de l'environnement, compte dûment tenu des besoins de la société, de la nécessité de décourager les pratiques non viables et d'encourager celles qui le sont davantage, tout en évitant les effets potentiellement négatifs en ce qui concerne l'accès aux marchés, en particulier des pays en développement.

53. Les gouvernements devraient, en coopération avec les entreprises et autres groupes pertinents, mettre au point des indicateurs, des méthodologies et des bases de données permettant de définir les progrès réalisés sur la voie d'une consommation durable à tous les niveaux et ces informations être rendues publiques.

54. Les gouvernements et les organisations internationales devraient donner l'exemple en introduisant des pratiques durables dans leurs propres opérations, en particulier leurs politiques d'achat. Les gouvernements devraient, lors de la passation des marchés, encourager la mise au point et la consommation de produits et services écologiquement rationnels.

55. Les gouvernements et autres organisations pertinentes devraient promouvoir la réalisation d'études sur le comportement des consommateurs et les atteintes à l'environnement liées à la consommation afin d'identifier des façons de rendre les modes de consommation plus durables.

Source: E/1999/INF/2/Add.2, résolution 1999/7, annexe.

29. Les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur comportent d'abondantes recommandations concernant la consommation durable. Bien que cette question soit un objectif fondamental de nombreuses politiques gouvernementales, elle ne relève pas, dans la majorité des cas, des organismes de protection des consommateurs. À l'exception d'El Salvador[138], du Mexique[139] et des États-Unis[140], la plupart des législations nationales confient en effet ce mandat aux ministères de l'environnement[141] ou à un éventail d'institutions[142]. L'Union européenne a été

particulièrement active dans ce domaine en prenant diverses initiatives, notamment: Écolabel, le Système de management environnemental et d'audit, les marchés publics écologiques, la directive Écoconception, le système d'étiquetage énergétique, le dialogue multipartite sur les allégations environnementales, les méthodes d'empreinte environnementale des produits et d'empreinte environnementale des organisations, la directive sur l'étiquetage des voitures automobiles, le Forum de la distribution pour une consommation plus durable, la table ronde européenne sur la consommation et la production alimentaires durables, des informations sur l'agriculture biologique et des activités pour contrer le gaspillage alimentaire[143]. Les États-Unis ont quant à eux élaboré un document intitulé *Guides for the Use of Environmental Marketing Claims*[144].

H. Principes directeurs concernant les mesures s'appliquant à des domaines particuliers

56. En formulant leur politique de défense des intérêts des consommateurs, notamment dans les pays en développement, les gouvernements devraient, le cas échéant, donner la priorité aux secteurs dont dépend essentiellement la santé du consommateur, à savoir les produits alimentaires, l'eau et les produits pharmaceutiques. Ils devraient adopter ou continuer d'appliquer des politiques visant à assurer le contrôle de la qualité des produits, un système de distribution sûr et adéquat, l'application de normes internationales d'étiquetage et d'information, ainsi que des programmes d'enseignement et de recherche dans ces domaines. Les principes directeurs élaborés par les gouvernements concernant des domaines particuliers devraient l'être dans le contexte des dispositions du présent document.

57. Produits alimentaires. En formulant leurs politiques et plans nationaux en matière de produits alimentaires, les gouvernements devraient tenir compte de la nécessité d'assurer la sécurité alimentaire de tous les consommateurs et appuyer et, dans toute la mesure possible, adopter des normes tirées du Codex Alimentarius établi par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture et l'Organisation mondiale de la Santé ou, lorsqu'elles font défaut, d'autres normes internationales généralement acceptées relatives aux produits alimentaires. Les gouvernements devraient mettre au point, continuer à appliquer ou améliorer des mesures visant à assurer la sûreté des produits alimentaires, en établissant, entre autres, des critères de sécurité et des normes relatives aux produits alimentaires, en déterminant les besoins alimentaires et en établissant des mécanismes efficaces d'inspection, d'évaluation et de suivi.

58. Les gouvernements devraient promouvoir des politiques et des pratiques agricoles écologiquement rationnelles, la préservation de la diversité biologique et la protection des sols et de l'eau, en tenant compte des savoirs traditionnels.

59. Eau. Les gouvernements devraient, dans le cadre des buts et objectifs fixés pour la Décennie internationale de l'eau potable et de l'assainissement, formuler, continuer à appliquer ou renforcer des politiques nationales visant à améliorer l'approvisionnement en eau potable, ainsi que la distribution et la qualité de cette eau. Ils devraient dûment veiller à choisir des niveaux appropriés de service, de qualité et de technologie, à mettre en place des programmes d'éducation et à encourager la communauté à y participer.

60. Les gouvernements devraient accorder un rang de priorité élevé à la formulation et à la mise en œuvre de politiques et programmes portant sur les divers usages de l'eau, compte tenu de l'importance de l'eau pour le développement durable en général et de son caractère de ressource non renouvelable.

61. Produits pharmaceutiques. Les gouvernements devraient élaborer ou continuer à appliquer des normes adéquates, des dispositions et des systèmes de réglementation appropriés pour assurer la qualité et l'utilisation correcte des produits pharmaceutiques grâce à une politique nationale sur les produits pharmaceutiques qui pourrait viser, entre

autres, l'achat, la distribution, la production, les accords de licence, les systèmes d'enregistrement et la fourniture d'informations véridiques sur les produits pharmaceutiques. Ils devraient à cette fin prêter une attention particulière aux travaux et aux recommandations de l'Organisation mondiale de la Santé. En ce qui concerne certains produits, l'utilisation du Système de certification de la qualité des produits pharmaceutiques entrant dans le commerce international adopté par l'Organisation mondiale de la Santé et d'autres systèmes internationaux d'information devrait être encouragée. Des mesures devraient aussi être prises, suivant les besoins, pour encourager l'utilisation des médicaments sous leurs dénominations communes internationales (DCI), en s'inspirant des travaux effectués par l'Organisation mondiale de la Santé.

62. Outre les domaines prioritaires indiqués ci-dessus, les gouvernements devraient adopter des mesures appropriées dans d'autres secteurs, tels les pesticides et les produits chimiques, eu égard, selon les cas, à l'utilisation, la production et le stockage des produits, en tenant compte des informations relatives à la santé et à l'environnement que les gouvernements exigent éventuellement des fabricants, qui doivent les faire figurer sur l'emballage des produits.

Source: E/1999/INF/2/Add.2, résolution 1999/7, annexe.

30. Tel que mentionné au paragraphe 56 des Principes directeurs actuels, il existe trois[145] domaines particulièrement préoccupants: les produits alimentaires, l'eau[146] et les produits pharmaceutiques[147]. Ces questions ont été abordées par de nombreux organismes de protection des consommateurs, bien que de façon indirecte puisque les pouvoirs en la matière ont généralement été attribués à d'autres autorités gouvernementales[148]. Par exemple, s'agissant des produits alimentaires (Principes directeurs, par. 57[149] et 58), la Colombie a mis en œuvre un programme favorisant une saine alimentation par différents moyens (étiquetage, publicité, réglementation en matière alimentaire, programmes éducatifs) et la Malaisie favorise la production d'aliments biologiques[150] et la biodiversité[151]. Concernant le paragraphe 61 des Principes directeurs, la Suisse fait état d'un système perfectionné fondé sur un cadre réglementaire et politique efficace pour les produits pharmaceutiques qui respecterait la propriété intellectuelle[152]. S'agissant du paragraphe 62 des Principes directeurs, le Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord signale la mise en œuvre d'un règlement général sur les pesticides dans le cadre de l'Union européenne[153].

IV. Coopération internationale

63. Les gouvernements devraient, en particulier dans un contexte régional ou sous-régional:

a) Instituer des mécanismes facilitant les échanges d'informations sur les politiques nationales et les mesures relatives à la protection du consommateur, ou revoir, maintenir ou renforcer les mécanismes existants suivant les besoins;

b) Coopérer ou encourager la coopération dans le domaine de l'application des politiques de protection du consommateur, afin d'obtenir de meilleurs résultats à l'aide des ressources existantes. Dans le cadre de cette coopération, ils pourraient notamment créer ensemble des laboratoires d'analyse ou les utiliser conjointement, mettre au point des procédures d'analyse communes, échanger des programmes d'information et d'éducation du consommateur, organiser des programmes communs de formation et élaborer conjointement des réglementations;

c) Coopérer pour améliorer les conditions dans lesquelles les biens de première nécessité sont offerts aux consommateurs, en tenant dûment compte du prix et de la qualité. Cette coopération pourrait porter sur l'achat commun de biens de première nécessité,

l'échange de renseignements sur les diverses possibilités d'achat et la conclusion d'accords sur les spécifications régionales applicables aux produits.

64. Les gouvernements devraient créer des réseaux d'information concernant les produits interdits, retirés du marché ou rigoureusement réglementés ou renforcer ceux qui existent, afin de permettre aux pays importateurs de se protéger comme il convient des effets nocifs de ces produits.

65. Les gouvernements devraient veiller à ce que la qualité des produits destinés à des pays différents et les renseignements concernant ces produits ne présentent pas, suivant les pays, des variations qui pourraient être préjudiciables aux consommateurs.

66. Afin de promouvoir des modes de consommation durables, les gouvernements, organismes internationaux et entreprises devraient, de concert, mettre au point, transférer et diffuser des technologies écologiquement rationnelles, notamment en faisant en sorte que les pays développés apportent un appui financier approprié, et concevoir des mécanismes nouveaux et novateurs de financement de ces transferts entre pays, et en particulier vers les pays en développement et des pays en transition et entre ces pays.

67. Les gouvernements et les organismes internationaux devraient, s'ils l'estiment nécessaire, promouvoir le renforcement des capacités dans le domaine de la consommation durable, notamment dans les pays en développement et en transition. En particulier, les gouvernements devraient également faciliter la coopération entre les associations de consommateurs et autres organisations de la société civile concernées en vue de renforcer les capacités dans ce domaine.

68. Les gouvernements et les organismes internationaux devraient promouvoir des programmes d'éducation et d'information des consommateurs.

69. Les gouvernements devraient s'assurer que l'application des politiques et mesures de protection du consommateur ne fait pas obstacle au commerce international et que ces politiques et mesures sont conformes aux obligations internationales en matière de commerce.

Source: E/1999/INF/2/Add.2, résolution 1999/7, annexe.

31. Les Principes directeurs comportent de nombreuses recommandations sur les axes de coopération internationale qui pourraient être envisagés aux niveaux bilatéral, régional et multilatéral. Il existe plusieurs accords de coopération bilatérale − notamment entre le Chili et le Pérou[154], le Chili et l'Union européenne, la République dominicaine et le Panama, et le Mexique et les États-Unis −, qui prévoient généralement des échanges d'informations et des activités de renforcement des capacités. Diverses initiatives ont également été prises au niveau régional: le Comité de la protection des consommateurs de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (Asie); la Communauté andine[155], le Programme sur les politiques de concurrence et de protection des consommateurs pour l'Amérique latine, le Conseil centraméricain de la protection du consommateur, le Forum latino-américain des organismes publics de protection des consommateurs, l'OEA[156] et le Marché commun du Sud (Amérique); Africomp, le Dialogue africain sur la protection du consommateur, l'Union douanière d'Afrique australe et la Communauté de développement de l'Afrique australe (Afrique); le Conseil relatif à la coopération en matière de protection des consommateurs de l'Union européenne et la Commission européenne (Europe)[157]. Au niveau multilatéral, certains États membres de la CNUCED font partie du Forum de coopération économique Asie-Pacifique, de Consumers International, de l'ICPEN et de l'OCDE[158]. En particulier, cette dernière indique que le Comité de la politique à l'égard des consommateurs tient des réunions semestrielles et organise des ateliers multipartites internationaux sur des questions spécifiques auxquelles participent activement et régulièrement les parties prenantes de pays tiers (Colombie, Égypte et Inde). L'ICPEN a

adopté une structure institutionnelle similaire et a organisé des activités parallèles et coordonnées pour assurer le respect de la loi (opérations de balayage sur Internet (*Sweeps*) et collecte d'informations) tout au long de l'année.

32. Dans ce contexte, la CNUCED a été chargée de réaliser certaines activités de coopération, notamment: a) d'explorer les liens entre les questions de concurrence et de protection des consommateurs; b) d'examiner les lois et politiques des États membres sur la protection des consommateurs et de leur donner des conseils à cet égard; c) d'organiser à l'intention des États membres des activités de formation et de renforcement des capacités sur les questions de protection des consommateurs; et d) d'appuyer des initiatives régionales et multilatérales. Depuis la première Réunion spéciale d'experts sur la protection des consommateurs (juillet 2012), la CNUCED a organisé des débats sur la politique à mener au niveau international (deuxième forum international sur la protection des consommateurs, à Lima; séminaire sur la concurrence et la protection des consommateurs, à Doha), a procédé à des examens et à des révisions des politiques (Bhoutan, El Salvador, Nicaragua, République démocratique populaire lao, Sainte-Lucie, Seychelles) et engagé des activités de formation (Kenya) et des activités nationales dans le cadre du Programme sur les politiques de concurrence et de protection des consommateurs pour l'Amérique latine (campagne en faveur de la consommation durable en Bolivie; mémoire juridique institutionnelle sur le droit de la concurrence et la protection des consommateurs, étude sur le commerce électronique, couverture médiatique des questions relatives à la concurrence et à la protection des consommateurs, sceau de qualité accordé au titre de la protection des consommateurs et «Señor Consumidor», en Colombie; système automatisé de surveillance des marchés et séminaire sur la sûreté des produits, au Costa Rica; deuxième forum de l'Association de protection des consommateurs, en République dominicaine; fonds compétitifs destinés aux associations de consommateurs, forum sur les droits et la sensibilisation des consommateurs et licence de droit sur la protection des consommateurs, en El Salvador; séminaire sur la concurrence et la protection des consommateurs, au Honduras; guide des procédures régissant la protection des consommateurs, établissement officiel de coopératives, rapport sur la réglementation des ventes au détail, guide des bonnes pratiques commerciales et observatoire des prix de gros, au Nicaragua; programmes éducatifs sur la protection des consommateurs, cours en ligne sur la protection des consommateurs, activités de renforcement des capacités à l'intention des bureaux régionaux de l'Institut national pour la défense de la concurrence et la protection de la propriété intellectuelle et guide sur l'étiquetage, au Pérou).

III. Questions nouvelles

33. Ainsi que cela a été dit à la première Réunion spéciale d'experts sur la protection des consommateurs, deux questions nouvelles importantes, liées à la protection des consommateurs, ne sont pas traitées dans les Principes directeurs actuels, à savoir le commerce électronique et les services financiers. Tous s'entendent sur la nécessité d'inclure ces sujets dans le présent exercice de révision. Ces questions émergentes sont abordées comme suit dans le présent rapport: le projet de section I, point III, porte sur le commerce électronique et le projet de section J, point III, sur les services financiers. À cet égard, la CNUCED aimerait s'inspirer des travaux menés par la CNUDCI et l'OCDE, car ils pourraient s'avérer utiles pour l'examen qui suit.

Projet de section I: Commerce électronique

34. On notera sans surprise que la question du commerce électronique retient l'attention des organismes de protection des consommateurs depuis quelques années. Les législations pertinentes varient énormément d'un pays à l'autre. Alors que des pays comme

El Salvador[159], le Mexique[160] et le Pérou[161] s'appuient sur le droit civil général pour traiter les questions relatives au commerce électronique, d'autres, comme le Chili[162], la Colombie[163], la France[164], la Fédération de Russie[165] et les États-Unis[166], ont incorporé des dispositions spéciales dans leurs législations sur la protection des consommateurs, et d'autres encore ont élaboré des lois spécifiques[167]. Le commerce électronique concerne également diverses sphères législatives, par exemple les ventes par carte de crédit[168], le droit de la concurrence, les ventes à distance[169], les télécommunications[170] et la concurrence déloyale[171]. Le Maroc a adopté des lois sur l'échange de données personnelles et électroniques[172], tandis que les États-Unis ont publié plusieurs rapports concernant l'application de la législation sur la protection des consommateurs à la publicité en ligne[173], aux applications mobiles ciblant les enfants[174] et à la protection de la vie privée des consommateurs[175]. Certains pays, comme le Chili et le Mexique[176], ont préconisé l'adoption d'une autoréglementation, qui pourrait aller plus loin que les réglementations obligatoires pour ce qui est notamment de la protection de la vie privée et de l'accessibilité des données. Quelques pays ont établi des lignes directrices sectorielles[177]. L'une des caractéristiques communes des droits du consommateur dans le contexte du commerce électronique est le droit inaliénable de réméré/rétractation[178]. Parmi les mesures prises par les organismes de protection des consommateurs concernant le commerce électronique figurent les programmes de sensibilisation[179], les sondages d'opinion[180], les études de recherche[181] et les opérations de balayage[182].

35. S'agissant des voies de recours dont disposent les consommateurs dans le cadre du commerce électronique, la plupart des législations nationales prévoient des poursuites judiciaires ordinaires[183]. Concernant les mesures administratives qui peuvent être prises à cet égard, il convient de noter que la Colombie prévoit la possibilité d'imposer de lourdes mesures provisoires (bloquer l'accès aux sites Web pendant une période initiale de trente jours durant le déroulement de l'enquête)[184]. Pour ce qui est des autres mécanismes de règlement des différends, quelques initiatives novatrices ont été prises. Le Chili favorise la médiation collective en cas de réclamations liées au commerce électronique[185]. Le Mexique a lancé en 2008 le service de conciliation en ligne «Concilianet» (95 % des 4 000 réclamations ayant fait l'objet d'une conciliation). Les consommateurs peuvent généralement obtenir réparation en cas de dommage économique, voire en cas de dommage moral (Chili). Certains pays autorisent l'arbitrage[186].

36. Les réponses reçues montrent que tous s'entendent sur la nécessité d'établir et de faire respecter les normes internationales, y compris les réseaux neutres, et de renforcer la coopération internationale. En outre, des règles internationales sont nécessaires non seulement pour le commerce électronique, mais aussi pour le commerce à distance (en particulier pour ce qui est des lois régissant les transactions internationales).

37. L'OCDE s'est longuement penchée sur la question du commerce électronique, comme l'indiquent en particulier les Lignes directrices régissant la protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique, adoptées en 1999[187]. Les principes généraux qui y sont énoncés concernent la protection transparente et efficace (sect. I), la loyauté des pratiques en matière de commerce, de publicité et de marketing (sect. II), les informations en ligne (sect. III) − qui incluent également les informations relatives à l'entreprise, les informations sur les biens ou services et les informations sur la transaction −, le processus de confirmation (sect. IV) et le paiement (sect. V). Le règlement des litiges et recours ainsi que la protection de la vie privée sont abordés dans les sections VI et VII, respectivement, alors que l'éducation et la sensibilisation des consommateurs sont traitées dans la section VIII. Les Lignes directrices de l'OCDE comportent également des sections sur la mise en œuvre et la coopération mondiale. De nouvelles orientations ont été établies concernant le commerce mobile (Orientations de l'OCDE pour les politiques pour la prise en compte des questions de protection et d'autonomisation des consommateurs dans le commerce mobile)[188], le vol d'identité en

ligne (Orientations de l'OCDE pour les politiques sur le vol d'identité en ligne)[189] et les services de communication (Orientations de l'OCDE pour les politiques visant à protéger et autonomiser les consommateurs dans les services de communication)[190]. Enfin, l'importance des problèmes spécifiques que le commerce électronique pose aux consommateurs est abordée au chapitre 8 des Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales[191] (par. 8).

38. La Loi type de la CNUDCI sur les signatures électroniques (2001) établit une série de règles de base communes pour régir certains droits des parties concernées concernant l'authentification de l'information et le processus de signature qui pourraient avoir une incidence sur la responsabilité individuelle. Les problèmes qui surgissent dans ce domaine particulier sont dans une large mesure attribuables à l'absence de cohérence entre les normes techniques ou à l'incompatibilité des équipements ou logiciels, ce qui se traduit par un manque d'interopérabilité au niveau international.

Projet de section J: Services financiers

39. La croissance exponentielle de l'accès aux services financiers par la population mondiale a incité les organismes de protection des consommateurs à déployer des efforts et des ressources considérables pour résoudre les problèmes auxquels étaient confrontés les consommateurs. La plupart des pays ont incorporé des dispositions sur la protection des consommateurs et les services financiers dans des lois sur la protection des consommateurs[192] ou (fait plus important) dans des lois spécifiques[193]. Quelques pays ont réagi face à l'évolution des services financiers en adoptant de nouvelles lois qui intègrent la protection des consommateurs[194]. Les réglementations nationales à cet égard se multiplient sans cesse[195] et énoncent de façon très détaillée les droits et obligations des fournisseurs de services et des consommateurs.

40. De nombreux pays ont établi des organes spécialisés soit au sein d'un organisme de protection des consommateurs donné (Chili[196], Colombie[197], Costa Rica[198]), soit au sein d'un organisme indépendant (République dominicaine[199], Hongrie[200], Inde[201], Indonésie[202], Mexique[203], Pologne[204], Royaume-Uni[205] et États-Unis[206]). Dans tous les cas, les organismes de protection des consommateurs assument diverses tâches, accordant des sceaux de qualité[207], obligeant les institutions financières à disposer d'un médiateur pour la protection des consommateurs[208], offrant les services d'un médiateur financier[209], organisant des campagnes d'information (même par des institutions financières)[210] et offrant des services de consultation[211]. La plupart des organismes de protection des consommateurs disposent d'autres mécanismes de règlement des différends[212] (médiation, conciliation et arbitrage).

41. Consumers International suggère qu'on s'attache surtout à l'accès, à la concurrence et à la stabilité systémique et que les nouveaux Principes directeurs traitent du service universel (notamment des services spécifiques tels que les envois de fonds), de la protection des dépôts de façon à empêcher un effondrement général, de la politique de concurrence et de son application aux services financiers s'agissant des déséquilibres structurels et des aides publiques, et qu'ils cherchent à faciliter la tâche aux consommateurs qui souhaitent changer de fournisseurs.

42. L'OCDE a formulé quatre recommandations au Conseil à ce sujet. La recommandation du Conseil dans le domaine du crédit à la consommation, formulée en 1977[213], qui aborde des questions comme l'information des consommateurs, le respect des droits de l'homme, la protection des intérêts économiques des consommateurs ainsi que les voies de recours et les sanctions. Les autres travaux menés dans ce domaine incluent la recommandation du Conseil de 2005 sur les principes et les bonnes pratiques relatifs à la sensibilisation et l'éducation financières[214], qui énoncent des principes et une série de bonnes pratiques. Ces recommandations ont été étendues dans la recommandation du

Conseil de 2009 sur les bonnes pratiques de sensibilisation et d'éducation aux questions financières dans le domaine du crédit[215] et dans la recommandation du Conseil de 2012 relative à des principes de haut niveau sur la protection financière des consommateurs[216]. Le cadre général des recommandations du Conseil de l'OCDE couvre un vaste éventail de questions relatives à la protection des consommateurs au regard des services financiers, qui ont été très utiles aux États membres de la CNUCED.

IV. Conclusion

43. Depuis 1985, les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur ont été largement mis en œuvre par les États Membres. Les contributions nationales au présent processus de révision montrent que tous les domaines visés par les Principes directeurs actuels restent valables et utiles. S'il est vrai que ces principes couvrent un vaste éventail de questions, de nouveaux défis ont été recensés sur le plan de la protection des consommateurs, à savoir le commerce électronique et les services financiers. D'autres questions, telles que la protection des données, la publicité mensongère, l'énergie et le commerce transfrontalier, mériteront des consultations plus larges.

Annexe

[*Anglais/Espagnol/Français seulement*]

Endnotes

[1] Several non-governmental organizations/civil society organizations have provided comments on their respective national legislation: China (Dr. Quinlan Wu, School of Contemporary Chinese Studies, University of Nottingham), Fiji (Pacific Islands Legal Information Institute), India (Consumer Unity and Trust Society International, University of Delhi), Japan (Shodanren) and Portugal (Associaçáo Portugesa para a Defesa do Consumidor), the Russia Federation (Confederation of Consumer Societies).

[2] All references to Member States and countries refer to respondents to these calls.

[3] For example, El Salvador (Constitución de la República de El Salvador, artículo 101), Egypt (Constitution, article 14), Poland (Constitution of the Republic of Poland, article 76) and Switzerland (Federal Constitution of the Swiss Confederation, articles 2, 23, 97).

[4] Amparo directo, D.C. 82/2012. Quejosa: Procuraduría federal del consumidor. Acuerdo del Séptimo Tribunal Colegiado en Materia Civil del Primer Circuito, 29 de marzo de 2012, página 156 y ss. See http://www.consumidor.gob.mx/wordpress/wp-content/uploads/2012/04/SENTENCIA_AMPARO_MEXICANA.pdf.

[5] Not present in Chile, Colombia, Costa Rica, India, Indonesia, Malaysia, Portugal and the United Republic of Tanzania; not developed in Botswana, the Dominican Republic, Egypt and Mexico; present in Bhutan (Consumer Protection Act 2012, sections 4 (g) and 89 (i) and (j)), Hungary (Act LVII of 1996, article 43/A), Peru (Código del Consumidor, artículo VI.9) and the United States (Federal Trade Commission, Title 16, Commercial Practices Guide and other United States statutes).

[6] For example, Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley Nº7472), article 36 for facilitating adequate production patterns), Mexico (Código de Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas dirigida al Público Infantil for encouraging ethical conduct, Consejo Consultivo del Consumo, uniting over 14 consumer associations), Morocco (Law No. 06-99 on Freedom of Prices and Competition), Portugal (Lei n.º 24/96, of 31 July) and the United Republic of Tanzania (five different Acts cover these issues). Exceptions include Indonesia (Law No. 8/1999 concerning consumer protection, articles 3, 7, 8–17, 29–30 and 44).

[7] For example, Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley Nº7472), sección II), the Dominican Republic (Ley General de Defensa de la Competencia, No.42-08, artículo 1), El Salvador (Ley de Competencia), Hungary (Act LVII of 1996, article 43/A), Malaysia (Competition Act 2010), Mexico (Ley Federal de la Competencia Económica), the United Republic of Tanzania (Fair Competition Act, 2003).

[8] For example, the Dominican Republic (Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, No. 358-05, artículo 19(h) and (i)), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 90), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículo 24), Poland (Competition Policy for 2011–2013).

[9] See http://www.oecd.org/sti/consumerpolicy/.

[10] Established in 1969.

[11] Charter of the Organization of American States (OAS), article 39b; OAS General Assembly resolutions AG/RES. 2065 (XXXV-O/05), AG/RES. 2494 (XXXIX-O/09), AG/RES. 2549 (XL-O/10), AG/RES. 2682 (XLI-O/11) and AG/RES. 2712 (XLII-O/12).

[12] See http://ec.europa.eu/consumers/strategy/docs/consumer_agenda_2012_en.pdf.

[13] European Union directive (2002/22/EC).

[14] For example, on the protection of health and safety (Guidelines, para 3(a)), Mexico bestows shared powers on the consumer agency (Procuraduría Federal del Consumidor, Profeco) and the Federal Commission for the Protection Against Sanitary Risk (Cofepris); along the same lines, in Morocco there are various governmental agencies holding powers on these issues, such as the National Board

of Food Safety for food products, the Ministry of Industry, Trade and New Technologies for industrial products and the Ministry of Health for drugs.

[15] Countries with consumer protection agencies that may singly oversee needs contained in paragraph 3 of the Guidelines include Egypt (consumer protection agencies law, articles 2, 6–9 and 23), Peru (Código de Protección y Defensa del Consumidor) and Poland (with the exception of sustainable consumption).

[16] For example, Colombia (Ministerio de Ambiente), Costa Rica (Ministerio de Ambiente y Energía), the Dominican Republic (Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales), India (Bureau of Energy Efficiency), Morocco (Ministry of Energy, Mines, Water and Environment), Poland (Chief Inspector for Environmental Protection, Ministry of Economy, National Reference Centre for Sustainable Production and Consumption), the United Republic of Tanzania (National Environment Management Council). On the other hand, El Salvador (Defensoría del Consumidor).

[17] These issues were addressed in the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) Consumer Policy Toolkit which is being used increasingly in OECD and non-member countries to formulate consumer policies (www.oecd.org/sti/consumerpolicy/consumerpolicytoolkit.htm) and in many studies on consumer education, consumer redress, environmental claims and multinational enterprises.

[18] For example, Botswana (Education Section within the Consumer Protection Office),Colombia (Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible), Costa Rica (Controlador del Ambiente and Tribunal Ambiental Administrativo), El Salvador (Jóvenes Consumistas and Alfabetización sobre Consumo Sostenible projects) and Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículo 8).

[19] Código de Protección y Defensa del Consumidor, artículos VI.4 and VI.12.

[20] For example, the Egyptian Constitution, India (Planning Commission of India), Mexico (Ley General de Desarrollo Social).

[21] For example, Bhutan, Botswana, Costa Rica, El Salvador, Morocco, Peru and the United Republic of Tanzania contemplate these priorities, while Colombia and Mexico do not.

[22] All 35 OECD members, as well as Argentina, Brazil, Colombia, Egypt, Latvia, Lithuania, Morocco, Peru, Romania and Tunisia.

[23] See http://www.oecd.org/daf/internationalinvestment/investmentpolicy/oecddeclarationoninternationalinvestmentandmultinationalenterprises.htm.

[24] See http://www.oecd.org/daf/internationalinvestment/guidelinesformultinationalenterprises/48004323.pdf.

[25] A lack of staff training may further inhibit case handling concerning multinational enterprises.

[26] Botswana, El Salvador, Morocco, Portugal and the United Republic of Tanzania recognize a role for collaboration with universities.

[27] For example, Colombia, the Dominican Republic, Mexico.

[28] For example, Costa Rica, Malaysia.

[29] For example, Botswana (Consumer Protection Office), Colombia (Superintendencia de Industria y Comercio), Costa Rica (Dirección de Apoyo al Consumidor), Malaysia (Ministry of Domestic Trade, Cooperatives and Consumerism), the United Republic of Tanzania (Fair Competition Commission).

[30] For example, Bhutan (Office of Consumer Protection and Bhutan Agriculture and Food Regulatory Authority), the Dominican Republic (ProConsumidor and Ministerio de Industria y Comercio), the European Union (South African National Civic Organization), El Salvador (Defensoría del Consumidor, Ministerio de Salud and Consejo Nacional de Caldiad), Egypt (Consumer Protection Agency and Internal Trade Supply Police), Fiji (Department of Trade and Standards – Ministry of Industry and Trade), Indonesia (Ministry of Trade), Malaysia (Ministry of Health, Ministry of Domestic Trade, Cooperatives and Consumerism), Mexico (Profeco and Secretaría de Economía).

[31] Related language is contained in the OECD Recommendation of the Council concerning Risk Management and Cost-Benefit Analysis in the Product Safety Field (http://acts.oecd.org/Instruments/ShowInstrumentView.aspx?InstrumentID=181&Lang=en&Book=False) as well as in the preamble of the e-commerce guidelines (www.oecd.org/sti/consumerpolicy/34023811.pdf).

[32] For example, Botswana (Department of International Trade), Costa Rica (Dirección de Defensa Comercial del Ministerio de Economía, Industria y Comercio), the Dominican Republic (Ministerio de Industria y Comercio), Hungary (Hungarian Competition Authority), Mexico (Secretaría de Economía), Morocco (Ministry of Industry, Trade and New Technologies, in collaboration with

customs authorities; the Department of Foreign Trade is in charge of paragraph 10 of the Guidelines which ensures that the World Trade Organization principles are respected); on the contrary, Switzerland (State Secretariat for Economic Affairs).

[33] For example, Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículo 1).

[34] For example, Bhutan (Food Act, Road Safety and Transport Authority Act), Botswana (Public Health Act), Chile (Ley de protección al consumidor (Ley 19496): artículo 3° d) párrafoV y artículos 44 a 49; Ley 20.096; Ley 19.300; Ley 18.302), China (People's Republic of China Law of Product Safety, enacted in 1994 and amended in 2000, Food Safety Law 2009),Costa Rica (Ley N° 8279, artículo 29; Ley N° 8228, artículo 05; Ley N° 8279, artículo 46), the Dominican Republic (Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario No. 358-05, artículo 33; Resolución No. 04-2007 and Resolución No. 07-2007), El Salvador (Normas Salvadoreñas Obligatorias, Ley de Medicamentos), Fiji (Food Safety Act 2003, Land Transport Act1998, Sale of Good Act), France (article L.221, Code de la consommation), India (Consumer Protection Act 1986; Bureau of Indian Standards Act; The Food Safety and Standards Act), Israel (Standards Law, 1953, http://www.moital.gov.il/NR/exeres/7F8F59C5-56FC-454D-B95A-FB094813B733.htm), Malaysia (Food Act 1983 and Regulations 1985, Standards of Malaysia Act 2012), Mexico (Ley Federal sobre metrología y normalización), Morocco (Law 24-09, Law 28-07), Peru (Ley Nº 29571, artículos 25 a 29; Ley Nº 28405, Ley de rotulado de productos industriales manufacturados; Ley Nº 28376, Ley que prohíbe y sanciona la fabricación, importación, distribución y comercialización de juguetes y útiles de escritorio tóxicos o peligrosos), Poland (Act of General Product Safety 2003), the United Republic of Tanzania (Industrial and Consumer Chemicals Act, Environment Management Act), the United Kingdom (General Product Safety Regulations, http://www.legislation.gov.uk/uksi/2005/1803/contents/made; Sale of Goods Act 1979, http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1979/54/contents; Fireworks Regulations 2004, http://www.legislation.gov.uk/uksi/2004/1836/contents/made; Cosmetic Products (Safety) Regulations 2008, http://www.legislation.gov.uk/uksi/2008/1284/contents/made; Toys (Safety) Regulations 1995, http://www.legislation.gov.uk/uksi/1995/204/contents/made), Switzerland (Loi fédérale du 12 juin 2009 sur la sécurité des produits).

[35] Dominican Republic (Resolución No. 04-2007).

[36] Chile (Ley 18.302).

[37] For example, Bhutan (Bhutan Agriculture and Food Regulatory Authority, Bhutan Standards Bureau, Road Safety and Transport Authority, Drug Regulatory Authority), Botswana (Botswana Bureau of Standards, Ministry of Health), Chile (Instituto de Salud Pública), Costa Rica (Ministerio de Salud y Ministerio de Agricultura y Ganadería (Servicio Nacional de Salud Animal)), the Dominican Republic (Instituto de Salud Pública), France (Commission de la Sécurité des Consommateurs), El Salvador (Organismo Salvadoreño de Reglamentación Técnica, Organismo Salvadoreño de Normalización), Egypt (Organization of Standardization and Quality), Fiji (Ministry of Health, Land Transport Authority), Israel (Commissioner of Standardization, Ministry of Transport), Malaysia (Department of Standards, Ministry of Health), Poland (Polish Standardization Committee), Morocco (National Board of Food Safety and the Division of Market Surveillance), the United Kingdom (Trading Standards Institute), Switzerland (Office fédéral de la santé publique, Office fédéral des transports, Office fédéral de l'énergie, Office fédéral de la communication, Office fédéral des construction et de la logistique, Swissmedic – Institut suisse des produits thérapeutiques, Office fédéral de la police, Office fédéral des routes).

[38] Health Canada holds the mandate to manage the health risks and safety hazards associated with consumer products.

[39] Consumer Product Safety Commission.

[40] For the European Union, see Consumer Conditions Scoreboard at http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/editions/cms7_en.htm.

[41] For example, Bhutan, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Mexico, Peru and Poland.

[42] Reglamento 27008-MEIC-MOPT, artículo 4.

[43] As referenced by El Salvador (incorporated in the Ley de Protección al Consumidor, artículo 58).

[44] For example, the Dominican Republic (http://www.noticiassc.com/2012/03/pro-consumidor-alerta-por-consumo.html / http://noticialibre.com/?p=74712); El Salvador has used mass media; and Egypt cites Facebook as a resource.

[45] As reported by Poland, Portugal and the United Kingdom.

[46] Exceptions include India.

[47] For example, Chile, Colombia.

[48] For example, Bhutan (Dispute Settlement Body, Consumer Protection Act 2010, sections 6 and7), the Dominican Republic, Indonesia (Ministry of Trade).

[49] Examples of OECD work on this area can be seen in several OECD Recommendations of the Council: i.e. Recommendation of the Council concerning Safety Measures Taken in the Interest of Children; Recommendation of the Council concerning Risk Management and Cost-Benefit Analysis in the Product Safety Field; Recommendation of the Council on the OECD Notification System on Consumer Safety Measures; Recommendation of the Council concerning the Establishment of Data Collection Systems Related to Injuries Involving Consumer Products; Recommendation of the Council concerning Recall Procedures for Unsafe Products Sold to the Public and in chapter 8 of the OECD Guidelines for Multinational Enterprises (all available at www.oecd.org). Also, the multi-lingual GlobalRecalls data portal has been recently established by the OECD for sharing information on products recalls with the public (http://globalrecalls.oecd.org/).

[50] The OAS Consumer Safety and Health Network's objective is to contribute to the construction of market surveillance systems on consumer product safety in OAS member States. For that purpose, the OAS contributes to strengthening the institutional capacity at the national and regional levels through the organization of training activities and the promotion of the exchange of good practices. The Consumer Safety and Health Network's web portal contains alerts on unsafe consumer products with an advanced search tool (www.oas.org/rcss). OAS member States have set themselves the objective of advancing towards the design and creation of an Inter-American Rapid Alerts System on consumer product safety (OAS General Assembly resolution AG/RES. 2682 (XLI-O/11)).

[51] For example, Chile, Colombia, Costa Rica, the Dominican Republic, El Salvador and Peru are advancing towards the implementation of their integrated systems on consumer product safety, while Brazil has already officially launched its Consumer Safety and Health Network – Brazil, in a joint effort between the Ministry of Justice, the Ministry of Development, Industry and Foreign Trade and the Ministry of Health.

[52] For example, Botswana, the Dominican Republic, Egypt, El Salvador, France, Hungary, India, Malaysia.

[53] For example, Costa Rica (Manual de Buenas Prácticas de Protección al Consumidor), El Salvador (monitoring labelling), the European Union (Directive 2005/29/EC), the United Kingdom (mandatory standards for manufacturers and distributors on good business practices).

[54] Commercial Practices Guide covering mail or telephone order merchandise, care labelling of textile wearing apparel and certain piece goods, cooling-off periods for door-to-door sales, contact lens rules, advertising as to sizes of viewable pictures shown by television sets, retail food store advertising and marketing practices, pre-notification of negative option plans, telemarketing sales, telemarketing sales and the Postal Reorganization Act (1970).

[55] For example, Bhutan (Consumer Protection Act 2012, section 4 (f)), Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, artículos 34 y 43), the Dominican Republic (Reglamento de Asociaciones de Consumidores, artículo 3), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 163), Hungary (Act LVII of 1996, article 43/A), Indonesia (Law No. 8/1999 concerning consumer protection, articles 30 and 44), the Russian Federation (Law on Protection of the Rights of Consumers, article 45), Switzerland (Loi fédéral de la concurrence déloyale, article 10).

[56] The Dominican Republic (cooperation agreements between ProConsumidor and consumer organizations).

[57] Costa Rica (general counselling to consumer organizations), El Salvador (counselling to consumer organizations on legalization).

[58] Chile (US$1 million per annum in prizes), Costa Rica (Comisión para Promover la Competencia).

[59] Most OECD policy instruments include provisions supporting fair business practices and contain provisions supporting effective consumer protection. The need for clear disclosure and the prohibition of misleading advertising are frequently referred to in OECD policy instruments, including the OECD Guidelines for Multinational Enterprises, the 1999 OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce and in *Environmental Claims: Findings and Conclusions of the OECD Committee on Consumer Policy*. The issues related to the information on environmental impact are covered in the OECD Guidelines for Multinational Enterprises and in *Environmental Claims: Findings and Conclusions of the OECD Committee on Consumer Policy* (www.oecd.org/sti/consumerpolicy/48127506.pdf).

[60] Consumers International suggests inclusion of the structural dimension of competition policy and the need to address upstream issues.

[61] Consumers International suggests reference to the anti-competitive effects of certain international agreements including those reached by governments, e.g. the World Trade Organization agriculture and intellectual property agreements.

[62] Poland (the Office of Competition and Consumer Protection runs an educational campaign entitled "Entrepreneur, don't collude!" to raise awareness through a series of radio broadcasts, films and press articles).

[63] For example, Chile (Tribunal de Defensa de la Libre Competencia), Egypt (Competition Protection and Monopoly Prevention Law), France (Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes), Hungary (Act LVII of 1996, article 7), Malaysia (Competition Act 2010).

[64] For example, Colombia (Superintendencia de Industria y Comercio), the Dominican Republic (ProCompetencia), El Salvador (Superintendencia de Competencia), Peru (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual), Poland (Office of Competition and Consumer Protection), Switzerland (State Secretariat for Economic Affairs – Competition Commission) and the United States (Federal Trade Commission).

[65] For example, Bhutan (Office of Consumer Protection), Mexico (Procuraduría Federal del Consumidor, Profeco), the United Kingdom (Office of Fair Trading).

[66] For example, Chile (Ley 19.496 de Protección de los Derechos de los Consumidores).

[67] For example, Costa Rica (Ley 7472, artículo 35).

[68] For example, Chile (Ley 18223 on spare parts), Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, artículos 34 y 43), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículos 22, 33, 35 y 36).

[69] Consumers International suggests inclusion of admonition of complex wording in contracts, amendment without notification, due diligence requirements of lenders and "technological locking" of digital products as an abuse of consumer rights.

[70] For example, Bhutan (Consumer Protection Act 2012, section 4), Chile (Ley 19.496 de Protección de los Derechos de los Consumidores), Colombia, (Ley 1480, part VII, chapter II), Costa Rica (Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito N° 35867, chapter II), Egypt (Consumer Protection Law, article 10), the European Union (Directive 2002/22/EC on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services as amended by Directive 2009/136/EC ("Citizens' Rights Directive")), Indonesia (Law No. 8/1999 concerning consumer protection, article 18), Morocco (Law N°.31-08: Title III), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 1, 10, 85–90 *bis*), Peru ((Código de Protección y Defensa del Consumidor Ley Nº 29571, artículo 1. 1.1 c); Título II, capítulo II, artículos 49º a 52º; artículos 56 a 62).

[71] See http://rcal.profeco.gob.mx/.

[72] Mexico (Norma Oficial Mexicana NOM-184-SCFI-2012).

[73] Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito (Decreto Nº35867-MEIC), capítulo II.

[74] Federal Act against Unfair Competition, article 3 al. 1 k, l, m, n.

[75] The Dominican Republic (Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, No.358-05, párrafo I de artículos 81 y 98).

[76] For example, Chile (Ley 19.496 de Protección de los Derechos de los Consumidores), Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, artículo 42), Egypt (Consumer Protection Law, articles 2 and 10), the European Union (Directive 93/13/EEC), Indonesia (Law No. 8/1999 concerning Consumer Protection, article 18), Malaysia (National Consumer Policy), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 1, 10, 85 a 90 *bis*), Morocco (Law N°.31-08: Title III), Peru ((Ley Nº 29571, artículo 1. 1.1 c); Título II, capítulo II, artículos 49 a 52; artículos 56 a 62), Poland (Civil Code, Act on Competition and Consumer Protection 2007).

[77] For example, Chile (Ley 19.496 de Protección de los Derechos de los Consumidores), Colombia (Ley 1480, artículo 55), Egypt (Consumer Protection Law, articles 2 and 10), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 66 a 72 y la Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros, chapter III, although it does not regulate interest rates), Poland (Civil Code, Act on Competition and Consumer Protection 2007).

[78] Consumers International suggests recognition for sales staff remuneration structures not conflicting with customers' interests and for information to allow real comparability. Furthermore, to reference

the need for restraint in food, beverage and tobacco marketing for health promotion, especially regarding children.

[79] For example, Bhutan (Consumer Protection Act 2012, section 4 and chapter 3), Chile (Ley 19.496 de Protección de los Derechos de los Consumidores, parte II, artículo 3), Colombia (Ley 1480 de 2011, artículo1.2 y partes V y VI), Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley Nº7472), artículos 32, 33 y 34), the Dominican Republic (Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, No.358-05, artículo 88), Egypt (Consumer Protection Law, Articles 2, 3, 4 and 5), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículos 16, 30, 58), Indonesia (Law No. 8/1999 concerning Consumer Protection, article 10-16), Malaysia (Price Control and Anti-profiteering Act 2011), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 1, 2, 6, 7, 7 *bis*, 9, 10, 12, 15, 42, 43, 51, 56 a 59 y 66 a 72), Morocco (Law N°.31-08: Title III, IV, V, VI), Peru (Ley Nº 29571, artículos 12º al 17), Poland (Civil Code, Act on Competition and Consumer Protection 2007), Portugal (Law 24/96, Decree-Law 57/2008, Decree-Law 67/2003), Switzerland (Federal Act against Unfair Competition, article 2).

[80] For example, Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley Nº7472), artículos 32, 33 y 34), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 4), Egypt (Consumer Protection Law, article 6), the European Union (Directive 2005/29/EC), Morocco (Law N°.31-08: Title II), Portugal (Law 24/96).

[81] Consumers International suggests reference to information on interoperability including technical measures that may inhibit use.

[82] For example, Chile, Colombia, the Dominican Republic, Hungary, Malaysia, Mexico.

[83] China (Ministry of Environmental Protection), Costa Rica (Ministerio del Ambiente y Energía), Egypt (Ministry of the Environment), El Salvador (Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales), Indonesia, Israel (Ministry of Environmental Protection), the Russian Federation (Ministry of Natural Resources and Environment).

[84] Otherwise, see Bhutan (Consumer Protection Act 2012, section 89), the United Kingdom (http://www.defra.gov.uk/environment/economy/products-consumers/influencing-behaviour/; http://archive.defra.gov.uk/environment/business/marketing/glc/documents/shoppers-guide.pdf).

[85] For example, Bhutan (Consumer Protection Act 2012, chapter 3), Chile (Ley N° 19.496, parte III, párrafo 1, Información y Publicidad, artículos 28 y 28A), Colombia (Ley 1480 de 2011, artículo 29), Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley Nº7472), artículos 32, 34 y 37), the Dominican Republic (Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, No.358-05, artículo 88), Egypt (Consumer Protection Law, article 6), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 3; Observatory of Misleading Advertising), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor: artículos 1, 7, 17, 32, 33, 34, 35, 37, 38, 40, 42, 44, 45, 46, 48, 49, 76 *bis*), the United States (Film and Television Action Committee, Title 16, Commercial Practices Guide, Comprehensive Smokeless Tobacco Health Education Act of 1986,15 United States Code 4401-4408, Fair Packaging and Labelling Act, Fur Products Labelling Act, Telecommunications Act of 1996, Practices Act, Petroleum Marketing, Telephone Disclosure and Dispute Resolution Act of 1992, Textile Fibre Products Identification Act, Violent Crime Control and Law Enforcement Act of 1994, Wool Products Labelling Act).

[86] For example, Malaysia, Mexico, Costa Rica (Código de Buenas Prácticas de Protección al Consumidor).

[87] For example, El Salvador, the United Kingdom (Advertising Standards Authority), the United States.

[88] For example, Colombia (Código de Autorregulación Publicitaria), Costa Rica (Código de Buenas Prácticas de Protección al Consumidor), the European Union (Code of European Union online rights, Digital Agenda for Europe (Action 16), http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/code-eu-online-rights), Mexico (Código de Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas dirigida al Público Infantil, Código de Ética del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria and Código de Autorregulación y Ética Publicitaria de Productos Cosméticos de la Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos, the United Kingdom (United Kingdom Code of Non-broadcast Advertising, Sales Promotion and Direct Marketing and United Kingdom Code of Broadcast Advertising).

[89] For example, Mexico (Agreement with Asociación Mexicana de Internet).

[90] Although Swiss law does not mandate private codes of marketing or other business practices, the marketing sector has formulated its own, which is based on the Federal Act against Unfair Competition. If a business violates this code, then a consumer can file a complaint at a private

commission which will decide whether the code or the "directive" has been violated. This commission is the executive body of Swiss foundation for fair business practices (http://www.lauterkeit.ch/komm1F.htm) whose members are the most important private organizations and associations of the marketing branch in Switzerland.

[91] Consumers International suggests a generic reference to technological neutrality to the effect that all transactions have the same basic protections for consumers.

[92] For example, Botswana (Weights and Measures Act), Colombia (Ley 1480 de 2011, artículo 68), China (Metrology Law 1985, State Council Order on Applying Uniform Metrology Unit 1984), the Dominican Republic (Ley 3925 de 17 septiembre de 1954 sobre pesas y medidas, Reglamento para la ejecución de la Ley 3925 sobre pesas y medidas y La Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, No.358-05, artículo 51), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 58(j), the European Union (Communication on the application of Directive 2005/29/EC), Indonesia (Law No. 2/1981 concerning Legal Metrology, Law No. 8/1999 concerning Consumer Protection, article 8), Malaysia (Weight and Measures Act 1972, Weights and Measures Regulation 1981, Specification for Weights or Measures or Instrument for Weighing or Measuring Order 1981), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor), Peru (Ley Nº 23560, en el que se establece el Sistema Legal de Unidades de Medida del Perú), the United Republic of Tanzania (Weights and Measures Act), the United Kingdom (Weights and Measures Act 1985 and the Weights and Measures (Packaged Goods) Regulations 2006).

[93] For example, Bhutan (Bhutan Standards Bureau), Botswana (Bureau of Standards), China (General Administration of Quality Supervision, Inspection and Qurantine), Costa Rica (Laboratorio Costarricense de Metrología), Dominican Republic (Dirección General de Normas y Sistemas de Calidad), Egypt (General Authority for Standards and Quality), El Salvador (Centro de Investigaciones de Metrología), Fiji (Department of National Trade Measurement and Standards), India (Controller of Legal Metrology), Mexico (Centro Nacional de Metrología, Comisión Nacional de Normalización), Morocco (Ministry of Industry, Trade and New Technologies, Division of Metrology).

[94] Sistema Mexicano de Metrología, Normalización y Evaluación de la Conformidad.

[95] Consumers International suggests inclusion of a reference to independent testing.

[96] Chile, Egypt, Fiji, Israel, Morocco (National Office of Sanitary Security).

[97] El Sistema Mexicano de Metrología, Normalización y Evaluación de la Conformidad, párrafo 15.

[98] Consejo Nacional de Política Económica y Social.

[99] See http://ec.europa.eu/consumers/safety/projects/market_surveillance_enforcement_en.htm.

[100] El Salvador.

[101] India, Malaysia.

[102] Chile.

[103] Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley Nº7472) artículos 33(e) y 36), the European Union (Directive (2002/22/EC) on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services as amended by Directive 2009/136/EC ("Citizens' Rights Directive") http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomm/doc/136univserv.pdf), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 58, línea C), India (Targeted Public Distribution System, http://dfpd.nic.in/?q=node/999), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 8, 24 128 *ter*).

[104] Consumers International suggests referencing the involvement of consumer representatives in the regulation of essential services.

[105] Bhutan (Department of Trade and Ministry of Economic Affairs), Chile (Superintendencia de Servicios Sanitarios y Agua Potable (www.siss.cl), superintendencia de Electricidad y Combustibles (www.sec.cl), Subsecretaría de Telecomunicaciones (www.subtel.gob.cl/)), Costa Rica (Dirección de Apoyo al Consumidor del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, y otros Ministerios y entidades del sector público como el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Consejo Nacional de Producción), Hungary (Ministry for Rural Development), Morocco (National Board of Food Safety), the Russian Federation (Ministry of Health and Social Development), the United Republic of Tanzania (Tanzania Food And Drugs Authority, Surface and Marine Transport Regulatory Authority, Energy Water Utilities Regulatory Authority, Tanzania Communications Regulatory Authority, Urban and Rural Water Authorities).

[106] As reported by Bernardo R. Altamirano, former President of Profeco, and currently member of the UNCTAD Advisory Group of Experts on Consumer Protection.

[107] El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículos 161, 162), Malaysia (Cooperatives Societies Act 1993).

[108] For example, Chile (Ley 19.496 de Protección de los derechos de los consumidores), Colombia (Ley 1480 de 2011, artículo 3.1.5), Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley Nº7472), artículos 35 y 53), Egypt (Consumer Protection Law, articles 2 and 3), France (Code la Consommation, articles L.421-1 et ss.), India (Consumer Protection Act 1986, Insurance Regulatory and Development Authority Act 1999, Electricity Act 2003, Banking Regulation Act, 1949), Indonesia (Law No. 2/1981 concerning Legal Metrology,Law No. 8/1999 concerning Consumer Protection, articles 4, 7, 49, 52 and 63), Malaysia (Consumer Protection Act 1999), Morocco (Law N°. 31-08: Title VIII), Poland (Act on Competition and Consumer Protection 2007, Consumer Policy for 2010–2013), the United Republic of Tanzania (Fair Competition Act and Civil Procedure Act), the United States (Federal Trade Commission, Title 16, Commercial Practices Guide and other statutes).

[109] Consumers International suggests a reference to the possibility of collective legal action on consumer grievances.

[110] OECD contribution on the issues of dispute resolution and redress has been of significance. See (a) OECD Recommendation of the Council on Consumer Dispute Resolution and Redress; (b) the 1999 Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce (part two, section VI); (c) the 2003 OECD Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Commercial Practices Across Borders, section VI; and (d) part VI B of 1999 OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce (all available at www.oecd.org).

[111] On the contrary, Colombia has administrative powers over compensation.

[112] For example, Chile (Ley 19.496 de Protección de los derechos de los consumidores, Ley 20.555 sobre el Servicio Nacional del Consumidor, Económico y Financiero), Colombia (Ley 1480 de 2011, artículo 4; Ley 640 de 2011, artículo 34), Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley Nº7472), artículo 55), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo s111, 115 y 119), the European Union (European Union Directive (2002/22/EC) on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services as amended by Directive 2009/136/EC ("Citizens' Rights Directive") http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomm/doc/136univserv.pdf), the Dominican Republic (Reglamento para la Conciliación y el Arbitraje de Consumo, artículo1), Egypt (Commercial Arbitration Law), India (Banking Ombudsman Scheme in 1995, section 35A of the Banking Regulation Act, 1949), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 11 a 116 (conciliation), 117 a 122 (arbitration)), Poland (Act on Competition and Consumer Protection 2007).

[113] Consumers International suggests encouragement of the use of consumer organizations in dispute resolution.

[114] For example, Chile (Ley 20.555 sobre el Servicio Nacional del Consumidor, Económico y Financiero (SERNAC)), Indonesian Insurance Mediation Bureau.

[115] For example, Colombia (Ley 1480 de 2011, artículos 4, 43; Ley 640, artículo 34), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor).

[116] For example, China (Consumer Rights Protection Association), France (http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Recourir-a-la-mediation-ou-a-la-conciliation), Morocco (Consumer fund supports 50+ consumer associations), Poland (Office of Competition and Consumer Protection campaign "Why fight like cats and dogs?" – promoting consumer arbitration courts).

[117] OECD has carried on several education-related and information activities. The need for consumer education and information programmes as well as the issue of the promotion of sustainable consumption are referred to principally in the 2009 OECD Instrument *Consumer Education: Policy Recommendations of the Committee on Consumer Policy*; they are also addressed in the 2007 OECD Recommendation on Consumer Dispute Resolution and Redress, section II A 6, among other instruments. OECD policy instruments in the consumer area sometimes contain provisions addressing the needs of vulnerable consumers with respect to education.

[118] For example, Mexico (as reported by Bernardo R. Altamirano, former President of Profeco, and currently member of the UNCTAD Advisory Group of Experts on Consumer Protection; see www.consumidor.gob.mx) and Switzerland (http://www.i-point.admin.ch).

[119] For example, Chile; see http://www.sernac.cl/sernac2011/sernaceduca/.

[120] See Consumers Advice at http://www.adviceguide.org.uk/england/consumer_e.htm.
[121] Curso Básico sobre Consumo.
[122] Defensorías móviles.
[123] For example, Botswana, Chile, Costa Rica, El Salvador, Malaysia, Mexico and Switzerland.
[124] Hungary (Hungarian Competition Authority).
[125] Consumers International suggests a reference to basic financial education.
[126] For example, Costa Rica (through the Red de Organizaciones de Consumidores for rural populations), Malaysia (Federation of Malaysian Consumers Associations).
[127] For example, Costa Rica (along with the financial sector on "Fútbol Financiero" and "Jóvenes Banqueros").
[128] Every year, Office of Competition and Consumer Protection grants Libertas and Auxilium awards to honour journalists for their articles, radio and television programmes dealing with competition and consumer protection.
[129] Consumers International suggests recommending that governments both encourage and be open to ideas from consumer associations.
[130] Consumers International suggests a reference to the need for Internet access as an educational and awareness tool.
[131] Channel 13 programme, "Consejos financieros para el consumidor".
[132] Television programme, "Con el consumidor".
[133] Jago Grahak Jago Programme.
[134] "Let's Think Green" campaign.
[135] For example, the educational campaigns "Entrepreneur, don't collude!" and "You can…"
[136] For example, Costa Rica (guides for the course "Educación para la vida" of the Ministry of Education), the Dominican Republic (Strategic Plan 2013–2016), Poland (Information and education campaign "My consumer ABC"), the United Republic of Tanzania (Training of Trainers on consumer protection issues).
[137] El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 4 (k)).
[138] Particularly with regard to the health-related benefits of sustainable consumption.
[139] Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 8 *bis*, 24, especially on educational programmes.
[140] Federal Trade Commission, Title 16, Commercial Practices Guide and other United States statutes, covering, inter alia, automotive fuel rating, labelling for biodiesel fuel and energy efficiency of various products.
[141] Chile (Ministerio de Medio Ambiente), Colombia (Ministerio de Ambiente), Costa Rica (Ministerio del Ambiente y Energía), El Salvador (Defensoría del Consumidor y Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales), the Dominican Republic (Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales), Fiji (Department of Environment), Hungary (Ministry for Rural Development), Indonesia (Ministry of Environment and Local Government), Japan (Ministry of Environment), Switzerland (Federal Office for the Environment) and the United Kingdom (Department for the Environment, Food and Rural Affairs).
[142] Egypt (Ministry of Environment, Authority of Standardization and Quality, consumer protection agency, Ministry of Internal Trade and Industry, and the Cabinet), Israel (Ministry of Environmental Protection, Ministry of Agriculture, Ministry of Industry, Trade and Labour), Malaysia (Department of the Environment, Ministry of Natural Resources and Environment, Ministry of Energy, Green Technology and Water), the United Republic of Tanzania (Fair Competition Commission, Local Government Authorities, Tanzania Bureau Standard, Energy Water Utilities Regulatory Authority, Surface and Marine Transport Regulatory Authority, Tanzania Communications Regulatory Authority, Tanzania Civil Aviation Authority, Bank of Tanzania, National Environment Management Council, non-governmental organizations).
[143] See http://ec.europa.eu/environment/eussd/escp_en.htm; http://ec.europa.eu/consumers/events/ecs_2012/workshops1_en.htm; http://ec.europa.eu/environment/resource_efficiency/index_en.htm; http://ec.europa.eu/energy/efficiency/labelling/labelling_en.htm; http://ec.europa.eu/environment/industry/retail/index_en.htm; http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/; http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/ecodesign/index_en.htm; http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/Guidance_UCP_Directive_en.pdf; http://ec.europa.eu/environment/eussd/product_footprint.htm;

http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm; www.food-scp.eu/; http://ec.europa.eu/food/food/sustainability/index_en.htm.

144 Federal Trade Commission, Title 16, Commercial Practices Guide, 16 C.F.C., chapter I, subchapter B – Chides and Trade Practices Rules, Part 260 and Energy Policy Act of 1992 and of 2005.

145 Consumers International suggests the inclusion of energy, with reference to universal service, consumer participation, subsidising connectivity and appropriate technology.

146 Consumers International suggests a reference to sanitation and to shifting subsidy towards connectivity rather than consumption in paragraph 59 of the United Nations Guidelines on Consumer Protection.

147 Consumers International suggests a reference to the promotion of generic competition and to the objectives of the Doha Declaration on the Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights Agreement and Public Health.

148 For example, Egypt (Ministry of Irrigation, Authority of Water Regulation, Ministry of Internal Trade and Supply, Ministry of Health, and the Cabinet), Hungary (Hungarian Food Safety Office, National Institute for Quality and Organisational Development in Healthcare and Medicines, Ministry for Rural Development), Malaysia (Ministry of Agriculture, Ministry of Energy, Green Technology and Water, Ministry of Health), Morocco (National Board of Food Safety, Minister of Energy, Mines, Water and Environment, Ministry of Health), Switzerland (Federal Office of Public Health, Federal Office of National Economic Supply, Federal Office for Agriculture), the United Republic of Tanzania (National Environment Management Council, ministries, departments and agencies, Energy Water Utilities Regulatory Authority, Drilling and Dam Construction Agency, Tanzania Bureau of Standards, Government Chemist and Laboratory Agency, local governments).

149 Consumers International suggests a reference to the damaging consequences of subsidised exports in agriculture, concerns about current low food stocks and high food prices, and the need for sustainable food production.

150 Malaysia Organic Scheme.

151 National Strategies and Action Plan on Agricultural Biodiversity.

152 Therapeutic Products Act, articles 3, 9, 11, 28 and 30; and Patents Act, whose leading authorities are: Swissmedic and Swiss Federal Institute of Intellectual Property.

153 The key drivers for pesticides policy currently are the implementation of 1107/2009 and 2009/128/EC (see column F), and the Farming Regulation Task Force recommendations. European Union Regulation 1107/2009 replaced Directive 91/414/EEC in June 2011. European Union Directive 2009/128/EC legislates for the first time at the European Union level on the use phase of pesticides. It includes provisions for measures to reduce the risks and impacts of pesticide use, training certification for users, distributors and advisers, sales requirements, inspection of all pesticide application equipment, prohibition on aerial application, specific measures to protect water, integrated pest management and harmonized risk indicators.

154 http://www.sernac.cl/265502/.

155 Mesa Andina de Trabajo para la Promoción y Protección de los Derechos de los Consumidores.

156 Consumer Safety and Health Network.

157 In particular, information exchange through the Rapid Alert System (http://ec.europa.eu/consumers/safety/rapex/index_en.htm; http://globalrecalls.oecd.org/).

158 Committee on Consumer Policy.

159 Código de Comercio.

160 Código Civil, Second Book, Part Two, “Del comercio electrónico”, Código Federal de Procedimientos Civiles, artículo 210-A, Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 1, 10, 53, y 76 *bis*.

161 Código Civil, artículos 141, 141-A y 1374.

162 Ley N° 19.496, artículos 3 *bis*, 12 A, 28 B, 32 y 50 A. See http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=61438&buscar=19.496.

163 Ley 1480 de 2011, Título VII, chapters V and VI.

164 Code de la consommation, articles 121-16 et ss.

165 Law on Consumers Rights Protection, article 26.1.

166 Federal Trade Commission, Title 16, Commercial Practices Guide, 16 C.F.R., chapter I, subchapter B, Guides and Trade Practice Rules, Part 316.

[167] Malaysia (Electronic Commerce Act 2006), Peru (Ley N° 27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales), Poland (Act of 18 July 2002 on providing services by electronic means.), the United States (Children's Online Privacy Protection Act, 15, United States Code 6501-6506).
[168] El Salvador (Ley del Sistema de Tarjeta de Crédito, artículos 25, 35).
[169] Colombia (Ley 1480 de 2011, Título VII, chapter V).
[170] The Dominican Republic (Ley General de las Telecomunicaciones, No. 153-98), the United Republic of Tanzania (Mobile Payments Regulation 2012).
[171] Switzerland (Loi fédérale contre la concurrence déloyale, article 3.2).
[172] Morocco (Law No. 09-08, Law No. 53-05).
[173] Federal Trade Commission Staff Working Paper, "Dot com Disclosure: Information about Online Advertising" (May 2000), available at http://www.ftc.gov/opa/2000/05/dotcom.shtm.
[174] Federal Trade Commission Staff Report, "Mobile Apps for Kids: Disclosures Still Not Making the Grade" (December 2012), available at http://www.ftc.gov/os/2012/12/121210mobilekidsappreport.pdf.
[175] Federal Trade Commission Report, "Protection Consumer Privacy in an Era of Rapid Change" (March 2012), available at http://www.ftc.gov/os/2012/02/120326privacyreport.pdf.
[176] Chile (Código de Buenas Prácticas para el Comercio Electrónico, de la Cámara de Comercio de Santiago A.G.), Mexico (Código de Ética y la Asociación Mexicana de Internet, http://www.amipci.org.mx/pics/doctos/codigo_etica.pdf).
[177] India (Reserve Bank of India: Internet Banking in India – Guidelines).
[178] Chile, Colombia.
[179] Chile, European Union (European Trustmarks Stakeholders Platform); Poland (the President of the Office of Competition and Consumer Protection financed an information campaign, "Safe shopping on the Internet" in 2011, conducted by the Polish Consumer Federation; in 2012, the Office of Competition and Consumer Protection published the brochure, "Shopping on the Internet").
[180] The European Union, Consumer Conditions Scoreboard, the latest edition of which (May 2012) is available at http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/editions/cms7_en.htm.
[181] Chile.
[182] Chile, the United States, International Consumer Protection Network (ICPEN).
[183] Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, France, Mexico, Poland.
[184] Ley 1480, artículo 54.
[185] Ley N° 19.496, artículo 58 (f).
[186] Chile, El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 119), France (Code de la consommation, Livre III), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 117 a 122), Poland (European Commission Recommendations 98/257/CE and 2001/310/CE). On the contrary, France.
[187] Available at www.oecd.org/sti/consumerpolicy/34023811.pdf.
[188] Available at www.oecd.org/sti/consumerpolicy/40879177.pdf.
[189] Available at www.oecd.org/sti/consumerpolicy/40879136.pdf.
[190] Available at www.oecd.org/sti/consumerpolicy/40878993.pdf.
[191] Available at www.oecd.org/daf/internationalinvestment/guidelinesformultinationalenterprises/48004323.pdf.
[192] Chile (Ley Número 20.555), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor (artículo 12-22)), Hungary (Act XLVII of 2008, article 10 (2) and (3)), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor), the Russian Federation (Law on Consumers Rights Protection, Art.26.1), United Republic of Tanzania (Fair Competition Act 2003), the United States (Federal Trade Commission, Title 16, Commercial Practices Guide, 16 C.F.R., chapter I, subchapter B, Guides and Trade Practice Rules, Part 313).
[193] Colombia (Ley 1328 de 2009, Protección al consumidor en el sistema financiero, asegurador y del mercado de valores, Ley 1480 de 2011, artículo 45, Protección al Consumidor en adquisición de productos y servicios a través de financiación, Ley 1266 de 2008 sobre protección de datos personales respecto de información financiera y crediticia), Costa Rica (Ley Orgánica del Sistema Bancaria Nacional), the Dominican Republic (Ley No.183-02 Código Monetario y Financiero de la República Dominicana), El Salvador (Ley del Sistema de Tarjetas de Crédito, Ley de Bancos (artículos 56, 64, 65, 66 y 73), Ley de Sociedades de Seguro (Art. 99) (http://www.ssf.gob.sv/index.php?option=com_content&view=article&id=216:ley-soc-seg&catid=108:req-soc-seg&Itemid=121), Ley de Asociaciones de Cooperativas de Ahorro y Crédito

(https://www.ssf.gob.sv/descargas/Leyes/Leyes%20Financieras/Ley%20General%20de%20Asociaciones%20Cooperativas.pdf), Ley de Regulación de los Servicios de información sobre el Historial de Crédito de las Personas Ley del Mercado Bursátil (https://www.bves.com.sv/marco/anexos/ley_decreto/Ley%20del%20Mercado%20de%20Valores.pdf)), Mexico (Ley de Protección y Defensa a los Usuarios de Servicios Financieros, Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros), Peru (Ley Nº 28587, Ley complementaria a la Ley de protección al consumidor en materia de servicios financieros, Resolución SBS Nº 8181-2012, Reglamento de Transparencia de Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero, Resolución SBS Nº 264-2008, Reglamento de Tarjetas de Crédito), Poland (Act of 12 May 2011 on consumer credit, Act of 19 August 2011 on payment services), Portugal (Decree-Law 133/2009).

194 Indonesia (Law No. 21/2011 concerning the Financial Service Authority, http://bapepam.go.id/bapepamlk/others/UU-21-2011-OJK.pdf), the United Republic of Tanzania (Bank of Tanzania Act 2006, Banking and Financial Institutions Act 2006.), the United Kingdom (Financial Services Act 2012, http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2012/21/contents/enacted), the United States (Bankruptcy Abuse Prevention and Consumer Protection Act of 2005, College Scholarship Fraud Prevention Act of 2000, Consumer Leasing Act, Credit Card Accountability Responsibility and Disclosure Act, Credit Repair Organizations Act, Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act (Titles X and XIV), Electronic Fund Transfer Act, Equal Credit Opportunity Act, Fair and Accurate Credit Transactions Act of 2003, Fair Credit and Charge Card Disclosure Act, Fair Credit Billing Act, Fair Credit Reporting Act, Fair Debt Collection Practices Act, Federal Deposit Insurances Corporation Improvement Act of 1991, Gramm-Leach-Bliley Act, Home Equity Loan Consumer Protection Act, Home Ownership and Equity Protection Act, Magnuson Moss Warranty-Federal Trade Commission Improvements Act, Mortgage-Related Provisions of Omnibus Appropriations Act of 2009, Truth in Lending Act, Unlawful Internet Gambling Enforcement Act, Safe Web Act).

195 Chile (Decreto 41 de 2012, Ministerio de Economía, http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1041742&buscar=sello+sernac; Decreto 42 de 2012, Ministerio de Economía, http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1041743&buscar=sello+sernac; Decreto 43 de 2012, Ministerio de Economía, http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1041744&buscar=sello+sernac; Decreto 44 de 2012, Ministerio de Economía, http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1041745&buscar=sello+sernac), Costa Rica (Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito (Decreto Nº35867-MEIC), Indonesia (Bank Indonesia Regulation No. 7/6/2005 concerning Transparency in bank product information and use of customer personal data, http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/BB45356B-5C65-4E57-94B7-D50482D9C732/13123/pbi7605_eng.pdf; Bank of Indonesia Regulation No. 7/7/PBI/2005 concerning Resolution of Customer Complaints, http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/FA589889-D303-4419-92E5-A821229D2C1B/13125/pbi7705.pdf).

196 SERNAC Financiero.

197 Superintendencia Financiera de Colombia.

198 Superintendencia de Entidades Financieras, Dirección de Apoyo al Consumidor.

199 Superintendencia de Bancos y la Junta Monetaria Nacional.

200 Hungarian Financial Supervisory Authority.

201 Securities and Exchange Board of India, Pension Fund Regulatory and Development Authority.

202 Financial Services Authority.

203 Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros.

204 Financial Supervision Commission; however, the President of the Office of Competition and Consumer Protection also protects consumers in the financial services sector the same way as in all other market sectors.

205 From April 2013, the Financial Services Authority will be replaced by the Financial Conduct Authority and the Prudential Regulation Authority, the former having a consumer protection remit in relation to the Financial Services Industry. Responsibility for the consumer credit market currently resides with the Office of Fair Trading but the Government has announced its intention to transfer this to the Financial Conduct Authority.

206 Bureau of Consumer Financial Protection within the Federal Reserve Board.

207 Chile (sello SERNAC).

[208] Colombia (las entidades financieras vigiladas deberán contar con un Defensor del Consumidor Financiero, orientado a la protección especial de los consumidores financieros, a fin de resolver en forma objetiva y gratuita para los consumidores las quejas que estos le presenten, actuar como conciliador entre los consumidores financieros y la respectiva entidad y efectuar recomendaciones a la entidad vigilada relacionadas con los servicios y la atención al consumidor financiero. Las decisiones que adopte el Defensor del Consumidor Financiero serán obligatorias cuando los consumidores y las entidades así lo acuerden de manera previa y expresa. Igualmente, serán obligatorias para las entidades vigiladas las decisiones del Defensor del Consumidor Financiero, cuando las entidades así lo hayan previsto en sus reglamentos).

[209] United Kingdom (http://financial-ombudsman.org.uk/about/index.html).

[210] Colombia (las entidades financieras tienen la obligación de desarrollar programas y campañas de educación financiera a sus clientes sobre los diferentes productos y servicios que prestan, obligaciones y derechos de estos y los costos de los productos y servicios que prestan, mercados y tipo de entidades vigiladas, así como de los diferentes mecanismos establecidos para la protección de sus derechos, según las instrucciones que para el efecto imparta la Superintendencia Financiera de Colombia); Mexico (de conformidad con el artículo 5° de la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros tiene la atribución de realizar programas educativos en materia financiera, cuyo contenido se puede conocer en http://www.condusef.gob.mx/index.php/material-educativo); Poland (currently a campaign, “Don’t be cheated. Check before you sign,” is being conducted. It is aimed at attracting public attention to the risks involved in entering into financial agreements, with an emphasis on taking short-term loans at high rates, so-called payday loans and using financial services which are not subject to the special state control. This campaign is being organized jointly by seven public institutions: Bank Guarantee Fund, Polish Financial Supervision Authority, Ministry of Finance, Ministry of Justice, National Bank of Poland, Police and the Office of Competition and Consumer Protection).

[211] Mexico (Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros), the United Kingdom (https://www.moneyadviceservice.org.uk/en/static/about-us), the United States (http://www.consumer.ftc.gov/).

[212] Chile (SERNAC Financiero), Colombia (Superintendencia Financiera), Costa Rica (Superintendencia de Entidades Financieras), teh Dominican Republic (Superintendencia de Bancos y la Junta Monetaria Nacional), El Salvador (Defensoría del Consumidor), Malaysia (Financial Mediation Bureau), Mexico (Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros), the United Kingdom (http://financial-ombudsman.org.uk/about/index.html).

[213] Available at http://acts.oecd.org/Instruments/ShowInstrumentView.aspx?InstrumentID=177&Lang=en&Book=False.

[214] Available at http://webnet.oecd.org/OECDACTS/Instruments/ShowInstrumentView.aspx?InstrumentID=77&InstrumentPID=74&Lang=en&Book=False.

[215] Available at http://webnet.oecd.org/OECDACTS/Instruments/ShowInstrumentView.aspx?InstrumentID=78&InstrumentPID=75&Lang=en&Book=False.

[216] Available at http://webnet.oecd.org/OECDACTS/Instruments/ShowInstrumentView.aspx?InstrumentID=282&InstrumentPID=297&Lang=en&Book=False.