



贸易和发展理事会

贸易和发展委员会

竞争法和竞争政策问题政府间专家组

第十三届会议

2013年7月8日至12日，日内瓦

临时议程项目 3 (a)

就竞争法和竞争政策的同行审评工作进行磋商和讨论，审查《竞争法范本》，就《原则和规则》的各项规定进行研究

《联合国保护消费者准则》执行情况报告 (1985-2013年)

贸发会议秘书处的说明

内容提要

联合国贸易和发展会议(贸发会议)根据2012年7月10日和11日在日内瓦举行的第一届消费者保护问题特别专家会议的规定，正在对《联合国保护消费者准则》进行审查。

《准则》最初由经济及社会理事会拟定，1985年获得大会通过(见A/RES/39/248,附件)，后来于1999年由经济及社会理事会扩大(见E/1999/INF/2/Add.2,第1999/7号决议,附件)。自现行《准则》开始以来，一些组织对现有关于消费者保护问题方面的工作进行了适当审议，如经济合作与发展组织(经合组织)、美洲国家组织、联合国工业发展组织和联合国国际贸易法委员会(贸易法委员会)，已将通行的规范和最佳做法纳入原始文件。正如本评估显示，《准则》仍然是一份在消费者保护政策方面有效和重要的文件，为许多国家的消费者保护法提供了借鉴。为了使《准则》继续发挥重要的框架作用，已查明了一些有待改进的方面。贸发会议请各成员国、国际组织和其他相关利益攸关方¹

参加这一重要项目，提供有关成员国立法程序的资料，并介绍国际消费者保护和执法网、经合组织、美洲国家组织、联合国国际贸易法委员会及消费者国际等组织的现行准则。就本文件初稿提供意见和评论的呼吁收到了 58 份答复，这些答复构成本报告的基础。²

一. 关于成员国现行法律中纳入《联合国保护消费者准则》情况的评论

一. 目标

1. 考虑到所有国家的消费者，特别是发展中国家消费者的利益和需要；确认在经济条件、教育水平和议价能力等方面，消费者经常面临不平衡的关系；铭记着消费者应有权利取得无害产品以及有权促进公正、公平和持续的经济和社会发展及环境保护，这套保护消费者准则具有下列目标：

- (a) 协助各国为本国消费者争取或保持适当的保护；
- (b) 促使生产和销售形式适应消费者的需要和愿望；
- (c) 鼓励为消费者生产和分配商品和劳务的各方遵守高度道德行为标准；
- (d) 在国家和国际各级协助各国限制各行业对消费者有不利影响的商业做法；
- (e) 促进发展独立的消费者团体；
- (f) 推进关于保护消费者的国际合作；
- (g) 鼓励发展市场条件，以较低价格向消费者提供更多的选择；
- (h) 促进可持续消费。

资料来源：E/1999/INF/2/Add.2, 第 1999/7 号决议，附件。

1. 总体而言，成员国都采纳了《联合国保护消费者准则》规定的核心目标。在许多国家，³ 对消费者的保护已载入宪法，一些国家承认消费者权利是人权的组成部分。⁴ 所有国家都有消费者保护法；取得无害产品的权利以及获得公正、公平和持续的经济和社会发展及环境保护的权利或者载入消费者保护法，或者纳入了国家的其他部门规范。

2. 就《准则》第一节的各项目标而言，所有国家都拥有旨在为消费者提供充分保护的框架，但框架可能侧重不同目标，体制发展水平也各不相同。尽管各国一致认可制止滥用行为这一目标，但可持续消费问题却极少纳入国家的消费者保护法。⁵ 促进正当的生产和销售形式、鼓励生产者和分配者遵守高道德行为标准，以及促进发展独立的消费者团体等目标，常常由政府通过单独或特别的政策间接实现。⁶ 有趣的是，发展市场条件的问题或者由消费者保护法直接处理，或者留给竞争法处理。⁷ 大多数消费者保护机构有权开展国际合作，⁸ 但国家的法律制度极少将这项内容视为一项单独目标。

3. 一些政府间组织也采纳了《准则》的目标，并为帮助其成员国实现这些目标开发工具。国际消费者保护和执法网与经合组织针对《准则》的所有核心原则拟定了政策工具和指导方针。此外，经合组织为促进信息共享和制定政策原则，⁹ 通过其消费者政策委员会开展研究。¹⁰ 在美洲内部，美洲国家组织成员国在《美洲国家组织宪章》和若干大会决议中认可某些原则。¹¹ 同样，欧盟委员会也制定了一项全面的消费者保护政策框架，载于《欧洲消费者议程》，¹² 其中尤其涉及消费者安全、普遍服务和消费者权利、¹³ 促进发展独立的消费者团体以及在其共同市场内部发展市场条件等问题。

4. 最后，消费者国际参考《世界人权宣言》和《经济、社会、文化权利国际公约》，建议吸收消费者参与文化、公民和教育事务。

二. 一般原则

2. 各国政府应当拟定或保持有力的保护消费者政策，要考虑到下列准则以及各项有关国际协定。这样做时，各国政府应当依照本国的经济、社会和环境情况以及本国人民的需要，再考虑到拟议措施的成本效益，制订本国保护消费者的优先事项。

3. 这套准则的目的是确保下列合理需要获得满足：

- (a) 保护消费者的健康和安全不受危害；
- (b) 促进和保护消费者的经济利益；
- (c) 使消费者有机会取得足够资料，让他们能够按照个人愿望和需要作出知情的选择；
- (d) 消费者教育，包括关于消费者所作选择的环境、社会和经济影响的教育；
- (e) 提供有效的消费者赔偿办法；
- (f) 享有建立消费者团体和其他有关团体或组织的自由，而这种组织对于影响到它们的决策过程有表达意见的机会；
- (g) 促进可持续消费形式。

4. 特别是在工业化国家内生产和消费的不可持续形式是全球环境继续恶化的主因。所有国家都应尽力促进可持续消费形式；发达国家应率先实现可持续消费形式；发展中国家应设法在其发展进程中实现可持续消费形式，同时适当考虑到同中有异责任的原则。应充分考虑到发展中国家在这方面的特别情况和需要。

5. 促进可持续消费政策应考虑到消除贫穷、满足社会上所有成员的基本人类需要以及减少国内和国家间的不平等。

6. 各国政府应当提供或维持适当的基础结构，以便研拟、执行和监督保护消费者政策。应特别注意确保执行保护消费者的措施以增进所有各阶层人民，特别是农村民众和贫困人民的福利。
7. 所有企业应遵守其营业所在国的有关法律和规章。它们也应该遵守该国主管机构同意的保护消费者国际标准的适当规定。(下文准则中提到国际标准时应按照本款加以解释)。
8. 拟定保护消费者政策时，应考虑到大学和公私营研究企业的潜在正面作用。

资料来源：E/1999/INF/2/Add.2, 第 1999/7 号决议，附件。

5. 贸发会议所有成员国都通过政府机构执行消费者保护政策，广泛遵守现行《准则》第 2 段所载的原则。消费者保护机构的任务包括满足《准则》(第 3 段)所载大多数合理需要。但是，在许多国家，对所列举的合理需要进行监督的权力是与其他行政机构共享的，¹⁴ 或完全由其他部门主管机构行使这一权力。¹⁵ 一种常见的现象是将促进可持续消费形式(第 3(g)段)排除在机构授权任务之外，由其他主管当局处理这一问题。¹⁶

6. 必须注意的是，大多数消费者保护机构在处理健康和安全管理、促进和保护消费者的经济利益、取得足够资料、消费者教育、为消费者提供赔偿办法以及建立团体的权利等问题方面非常称职。经合组织还通过消费者政策委员会及分委员会等机构开展工作，促进其成员(和非成员)国制定和维持有力的消费者保护政策，上述机构对《准则》所载合理需要，包括对可持续消费和基础设施问题作了详细阐述。¹⁷

7. 大多数国家的消费者保护机构通过宣传和教育活动，间接地应对《准则》第 4 段所载促进可持续消费形式的问题。¹⁸ 除秘鲁作为一个特例以外，¹⁹ 减贫和满足基本人类需要的目标(《准则》第 5 段)出现在国家消费者保护法律和政策中的情况非常有限，而是纳入了其他领域的法律。²⁰ 大多数机构认为自身具备用于研拟执行和监督消费者保护政策的适当的基础结构(《准则》第 6 段)，一些机构表示将农村民众和贫困人民视为优先事项。²¹ 保加利亚建议在提及“脆弱的消费者”时，将其与年龄、身体或心理状况、贫困或社会排斥等因素联系起来。所有国家的法律都阐明了企业的行为应遵守消费者保护规范义务(《准则》第 7 段)。

8. 墨西哥查明了一项新出现的问题，即跨国企业没有统一适用消费者保护国际标准。在这方面，有 44 个国家²² 签署了经合组织《国际投资和跨国企业宣言与决定》。²³ 后来通过的经合组织《多国企业准则》²⁴ 是该宣言的产物，旨在进一步建议各国企业不论在何处开展业务，都应遵守负责任的企业行为规范。博茨瓦纳提及因跨国企业导致的越来越多复杂的消费者案件，导致寻求解决办法受到拖延。²⁵ 几乎没有几个国家²⁶ 认识到大学和公、私企业在研究和制定政策方面发挥的积极作用。反之，大多数国家仅限于由政府主管机构为政策制定程序提供投入。²⁷ 一些机构与国内大学签署了非正式协议。²⁸

9. 就合理需要而言，消费者国际建议纳入技术中性、取得基本的商品与服务以及消费者隐私和数据保护。还建议将数据保护问题作为任何有关电子商务的新的准则的组成要素。

三. 准则

9. 下列准则应适用于国内生产的货物和服务以及输入品。

10. 在适用任何保护消费者的程序或规章时，应妥为考虑到务使其不致成为国际贸易上的障碍，而且务求其符合国际贸易义务。

资料来源：E/1999/INF/2/Add.2, 第 1999/7 号决议，附件。

10. 《准则》第三节第 9 和 10 段的大标题得到广泛采纳。一些国家是由消费者保护机构负责监测国内和进口产品是否统一适用《准则》。²⁹ 在另一些国家，这些权力由消费者保护机构和其他政府主管当局分享。³⁰ 关于避免贸易壁垒的问题，许多应答者提及世界贸易组织的义务，³¹ 这些义务通常由政府主管当局而非消费者保护机构履行。³² 一些国家呼吁加强机构之间的合作，以避免不一致的现象。³³

A. 身体安全

11. 各国政府应当核可或鼓励采取适当措施，包括法律制度、安全条例、国内或国际标准、自愿标准和保存安全记录，务求确保产品在指定用途或通常预期的用途方面安全可靠。

12. 适当政策应确保制造商生产的商品在指定用途或通常预期的用途方面安全可靠。负责将商品向市场推销的商家，特别是供应商、出口商、进口商、零售商等等(下文通称为“经销商”)应确保由他们照管的商品不致因为不适当的处理或贮存方式而变成不安全以及由他们照管的商品不致因为不当的处理或贮存方式而变得危险。应向消费者说明如何正确使用商品，并使他们知道在指定用途或通常预期的用途方面会有何种危险。应尽可能以国际通行的记号向消费者传达重要的安全资料。

13. 适当的政策应保证产品上市之后，制造商或经销商如果发现未曾预见的危险，应毫不迟延地通知有关当局并酌情通知消费大众。政府也应考虑保证使消费者适当获悉危险的方法。

14. 各国政府应斟酌情况制订政策，规定一旦发现产品有严重缺陷和(或)即使正确地使用也会造成重大危险时，制造商和(或)经销商应收回该产品，加以替换或修改，或改换另一产品，如果不能在合理时间内这样做，应适当地赔偿消费者。

资料来源：E/1999/INF/2/Add.2, 第 1999/7 号决议，附件。

11. 大多数贸发会议成员国制定了有关产品安全的法律和条例(《准则》, 第 11 段), 通常载于消费者保护法和/或部门法律,³⁴ 所包括的问题从工作条件³⁵ 至核产品不等。³⁶ 这一法律框架通常涵盖消费者保护机构以及其他相关部门主管当局。³⁷ 在某些国家, 如加拿大,³⁸ 这一专题完全分配给卫生主管当局处理, 而另一些国家, 如美利坚合众国³⁹ 则设立了一个消费者产品安全自治机构。一些管辖区, 如欧洲联盟、⁴⁰ 秘鲁和葡萄牙采取记录的办法, 以确保产品在指定用途或预期的用途方面安全可靠。

12. 所有国家都制订了政策, 确保经销商保障其产品安全(《准则》, 第 12 段)。大多数消费者保护机构开展了消费者安全教育方案, 并且有权监测适用安全条例的情况。⁴¹ 哥斯达黎加出于安全目的制订了专门的标贴规章,⁴² 该规章符合《中美洲技术法规》。⁴³ 保加利亚建议在保护消费者安全方面适用审慎原则。此外, 消费者国际建议在网上提供能够相互理解的安全信息。

13. 关于通知危险情况的问题(《准则》, 第 13 段), 大多数国家的法律赋予消费者保护机构和其他相关主管当局监测和通知权。所有法律都规定当经销商经销的产品发生危险时, 经销商有责任告知政府和公众。告知公众的手段各不相同, 包括在官方和私人媒体上发布声明。⁴⁴ 欧洲联盟设立了一个危险消费产品快速预警系统, 只有食品、药品和医疗装置除外, 这些项目由另一些机制负责。⁴⁵

14. 大多数国家的法律包括制造商和/或经销商召回危险产品的义务(《准则》, 第 14 段)。⁴⁶ 通常由消费者保护机构负责监测这类义务的履行情况, 但有些国家将赔偿程序留给司法部门⁴⁷ 或替代争端解决机制处理⁴⁸。

15. 日渐全球化的经济和贸易快速变化的特征使国际合作成为防止不安全和危险的消费品进入国家市场和/或在其进入市场后发现和召回这些商品的根本手段。在这方面, 经合组织推动与《准则》第 11 至 14 段所有条款相关的国际努力, 于近来设立了消费产品安全工作组。⁴⁹ 此外, 美洲国家组织成员国与泛美卫生组织联合设立了第一个有关消费品安全问题的半球专门论坛。⁵⁰ 在此框架下, 拉丁美洲国家通过协调消费者保护机构、计量和质量机构及卫生管理当局的工作, 向制订和实施国家消费品安全系统努力。⁵¹

B. 促进和保护消费者的经济利益

15. 政府政策应设法使消费者能够从其经济资源获得最大利益。政府政策也应设法达成最令人满意的生产和绩效标准、适当的经销方式、公平的商业做法、提供资料的销售方法, 有效保护消费者的经济利益和市场上的选择, 使其不受不利作法的影响。

16. 各国政府应加紧努力, 确保制造商、经销商和其他从事提供商品和服务的人遵守既定法律和强制性标准, 以防止损害消费者经济利益的做法。应鼓励消费者组织监督各种不良做法, 例如在粮食中掺假、销售时作出虚假或欺骗宣传以及提供欺诈性服务等。

17. 各国政府应斟酌情况，拟订、加强或维持有关管制可能有害消费者的限制性和其他舞弊商业做法的措施，包括为执行这类措施而制定的办法。在这方面，各国政府应以它们已承诺遵守的大会 1980 年 12 月 5 日第 35/63 号决议通过的一套《多边协议的管制限制性商业做法的公平原则和规则》为指导方针。
18. 各国政府应制订或维持政策，确定制造商的责任，保证所有出售的商品达到耐用、经济实惠和可靠的合理要求，并适合其指定的用途，销售者应注意符合这些要求。类似政策应适用于提供服务方面。
19. 各国政府应鼓励公平和有效的竞争，以便能有最多种类价格最相宜的产品和服务供消费者选择。
20. 各国政府应于适当情形下务使制造商和(或)零售商确保提供适当可靠的售后服务和备件。
21. 应保护消费者免于合约舞弊，例如偏袒一方的标准合同、在合同中排除基本权利、销售者不合理的信贷条件等等。
22. 促销和推销做法应以公平对待消费者的原则作为指导方针，并应符合法律规定。因此必须提供必要的资料，使消费者能够作出了解情况的独立决定，同时必须采取措施，确保所提供的资料准确无误。
23. 各国政府应鼓励有关各方加入关于消费品所有方面正确资料的自由交流。
24. 应该通过产品概况介绍、行业环境报告、消费者信息中心、自愿和透明的生态标签计划以及产品信息热线等办法，促使消费者有机会获得关于产品和服务对环境影响的准确无误的资料。
25. 各国政府应在制造商、经销商和消费者组织的密切合作下采取措施，禁止在广告和其他推销活动中使用关于环境方面的误导说法或资料。应该促进制订适当的广告法规和标准，以便管制和核查有关环境方面的说法。
26. 各国政府应在其本国范围内鼓励企业同消费者组织合作制定和实施关于销售和其他商业做法的法规，以确保充分保护消费者。企业、消费者组织和其他有兴趣的团体也可共同制定自愿协议。这些法规应获得充分宣传。
27. 各国政府应当定期审查有关度量衡的法律，并评估负责执行的机构是否恰当。

资料来源：E/1999/INF/2/Add.2, 1999/7 号决议，附件。

16. 当今消费者保护机构的核心任务是帮助消费者获得经济利益，尤其是确保公平的商业做法、提供资料的销售方法及保护消费者不受舞弊做法的影响(《准则》，第 15 段)。在许多国家，这些责任是与竞争主管机构分担的。⁵² 此外，就《准则》第 16 段而言，存在各种鼓励良好商业做法和制裁不利做法的举措，⁵³ 尤其是美国报告的一些做法，⁵⁴ 其中可能吸收消费者组织参与。⁵⁵ 存在各种鼓

励消费者组织发挥监督作用的方式，如合作协议、⁵⁶ 咨询⁵⁷ 和颁发奖励。⁵⁸ 就《准则》第 15、19、22 和 24 至 26 段而言，经合组织通过消费者政策委员会、金融市场委员会、投资委员会和竞争委员会，⁵⁹ 努力促进和保护经合组织成员国和非成员国消费者的经济利益。

17. 大多数国家的法律将管制限制性和其他舞弊商业做法(《准则》，第 17 段)⁶⁰ 和鼓励公平和有效竞争(《准则》，第 19 段)⁶¹ 的权力赋予竞争主管部门，⁶² 处于消费者保护机构的授权任务范围之外。⁶³ 在有些国家，涉及消费者保护和竞争方面的权力被赋予同一家机构。⁶⁴ 几乎没有几个国家由职能上独立的消费者保护机构负责处理这些问题。⁶⁵

18. 几乎所有国家的立法都规定了法律和政策，明确要求制造商和销售商承担与产品质量和耐用性相关的责任(《准则》，第 18 段)以及提供售后服务和备件的责任(《准则》，第 20 段)。义务范围从连带责任⁶⁶ 至附带赔偿责任⁶⁷ 不等，尤其是在产品和服务担保方面。⁶⁸

19. 消费者保护机构的主要目标之一是对合同舞弊行为进行起诉(《准则》，第 21 段)。⁶⁹ 在这方面，偏袒一方的标准合同通常受到监管。⁷⁰ 例如，墨西哥制订了一份供供应商和分销商采用的合同模板，⁷¹ 要求登记所有与电讯相关的偏袒一方的标准合同，⁷² 而哥斯达黎加⁷³ 和瑞士⁷⁴ 则对财务标准合同作了规定。多米尼加共和国在批准执行合同之前要求供应商提交所有偏袒一方的标准合同。⁷⁵ 波兰为电讯业制订了标准合同准则，用于电讯业与消费者的交易。通常禁止在合同中排除基本权利。⁷⁶ 不合理的贷款条件由消费者保护法或部门规章予以处理。⁷⁷

20. 大部分国家对《准则》第 22 段的内容进行监管，⁷⁸ 即关于促销和推销做法的问题，⁷⁹ 大多数国家的法律遵循不歧视原则，⁸⁰ 旨在通过正确资料的自由流动，使消费者能够做出知情和独立的决策(《准则》，第 23 段)。⁸¹ 一些国家没有制定关于产品的环境影响的具体条款(《准则》，第 24 段)；⁸² 另一些国家普遍规定由环境部进行这方面的监管。⁸³ ⁸⁴ 误导的说法(《准则》，第 25 段)，甚至是那些与环境直接相关的误导说法通常受到消费者保护机构的监督。⁸⁵ 一些机构制订了广告指导方针，⁸⁶ 而另一些机构则通过专门的观察机构维持监督，⁸⁷ 以核实商务广告的说法。此外，一些消费者保护机构还倡导自我监管的法规⁸⁸ 和协议，⁸⁹ 供私营部门采纳(《准则》，第 26 段)。在瑞士，自我监管完全由私营部门主导，其收效令人满意。⁹⁰

21. 关于度量衡的问题(《准则》，第 27 段)，⁹¹ 大多数国家制订了相关法律。⁹² 在许多国家，这一责任由专门或制订标准的机构承担。⁹³ 墨西哥设立了一个多利益攸关方机构，⁹⁴ 结合了 15 家公共实体和 2,800 多家私营实体。此外，美洲国家组织成员国创立了美洲计量体系，旨在推动计量方面的区域合作，以实现在美洲大陆实施统一计量体系的目标。

C. 消费品和服务的安全和质量的标准

28. 各国政府应酌情在国家和国际各级制定或促使拟订和执行关于货物和服务安全和质量的自愿和非自愿标准，并加以适当宣传。应时常审查关于产品安全和质量的国家标准和条例，以期确保可能时使其符合普遍接受的国际标准。
29. 如果因为当地经济情况而必须适用一项比普遍接受的国际标准稍低的标准，则应竭尽全力，尽快提高该标准。
30. 各国政府应鼓励和保证提供设施以检验和证明基本消费品和服务的安全、质量和实绩。

资料来源：E/1999/INF/2/Add.2, 第 1999/7 号决议，附件。

22. 消费产品和服务的安全与质量一直是消费者保护法关切的主要问题。大多数国家在法律和规章中融合了《准则》第 28-30 段的建议。⁹⁵ 在许多国家，消费者保护机构与标准化/正规化组织及环境和/或卫生部等其他主管部门分担这些责任。⁹⁶ 墨西哥⁹⁷ 和哥伦比亚⁹⁸ 设立了多利益攸关方组织，对消费品的安全 and 质量进行监督。加拿大、墨西哥和美国负责消费品安全的机构目前正在开展合作，针对选定的消费者信息和教育宣传开展联合活动。最近的实例包括挑选安全玩具和防止中毒。美国产品安全管理当局还与非邻国联合开展消费者宣传活动，近期与澳大利亚和巴西开展了合作。一些国家提及欧洲联盟(健康与消费者保护总局)，⁹⁹ 联合国粮食及农业组织和世界卫生组织(《食品标准法典》)、¹⁰⁰ 国际标准化组织、¹⁰¹ 经合组织¹⁰² 和世界贸易组织制定的国际标准。

D. 基本消费品和服务的分配设施

31. 各国政府应在适当情形下考虑：

(a) 制定或维持确保向消费者有效分配货物和服务的政策；应酌情在基本货物和服务的分配有断绝之虞的地区、特别是在可能出现这种情形的农村地区考虑特殊政策以确保这一分配。这类政策可包括：协助在各农村中心设立足够的贮存和零售设施，鼓励消费者自助，以及更好地控制农村地区基本货物和服务的提供情况；

(b) 鼓励设立消费者合作社及相关的贸易活动以及提供有关这方面的资料，特别是在农村地区。

资料来源：E/1999/INF/2/Add.2, 第 1999/7 号决议，附件。

23. 一些成员国就有效地向消费者分配商品和服务制订了政策¹⁰³ (《准则》，第 31 段)。¹⁰⁴ 大多数国家由不同政府机构负责处理这些问题。¹⁰⁵ 博茨瓦纳建立了合作社发展部。2012 年，墨西哥¹⁰⁶ 因严重急性呼吸系统综合症扑杀了 16 万只

鸡，导致其价格大幅度上涨。这一事件引发了有关在提高基本消费品安全与质量的同时避免保护主义措施的讨论(《准则》，第 10 段)，呼吁进一步开展机构间合作，以确保一致的政策。有趣的是，一些机构的任务包括鼓励建立消费者合作社。¹⁰⁷

24. 消费者国际强调城市和农村消费者之间的差异，鉴于城市周边的居住区增加，该组织同时认识到，尽管当代城市消费者并非身处偏远地区，但他们也可能面临脆弱处境。保加利亚认为有必要增加对涉及普遍经济利益，如住房、社会福利、能源供应、电讯和水源供应等服务的保护。

E. 帮助消费者获取赔偿的措施

32. 各国政府应制定或维持法律和(或)行政措施，使消费者或在适当情况下使有关组织能通过迅速、公平、耗资少和便于利用的正式或非正式程序取得赔偿。此类程序应特别照顾低收入消费者的需求。

33. 各国政府应鼓励所有企业以公平、迅速和非正式的方式解决消费者的争端，并设立可以向消费者提供协助的自动机制，包括咨询服务和非正式投诉程序。

34. 应向消费者提供关于可获取的赔偿和其他解决争端程序的资料。

资料来源：E/1999/INF/2/Add.2, 第 1999/7 号决议，附件。

25. 所有做出答复的国家都为消费者制订了行政和司法措施，有些国家建立了消费者组织，以获取赔偿¹⁰⁸ (《准则》，第 32 段)。¹⁰⁹ 经验表明，只有在违反消费者保护基本规则后有极大可能受到制裁，而且制裁的直接和间接代价具有商业意义的时候，企业才能遵守消费者保护方面的强制性规定。从这个意义上说，威胁采取严厉制裁对鼓励遵守消费者保护法似乎十分关键。负责消费者保护的主管部门不仅关注通过制裁方式执行消费者保护法，而且关注消费者的福利。因此，可在制裁的同时提供赔偿措施，如纠正或补充措施。纠正措施旨在补偿消费者，确保对任何非法损害提供赔偿。¹¹⁰ 补充措施包括旨在确保一般消费者利益，如涉及健康或环境问题的措施。

26. 旨在确保为消费者提供赔偿的措施可通过行政、司法或替代争端解决程序制定，取决于各管辖区的情况。有趣的是，国际消费者保护和执法网倡导建立一个多边平台，结合行政和替代争端解决办法(www.econsumer.gov)。虽然大多数消费者保护法将制定纠正和补充措施的权力赋予消费者保护机构，但赔偿事务通常仅仅由司法部门处理。¹¹¹

27. 大多数国家的法律制定了一些替代争端解决机制，如调解、调停或仲裁¹¹² (《准则》，第 33 段)。¹¹³ 根据国家的不同，这些机制可能是自愿的¹¹⁴ 或强制的。¹¹⁵ 哥斯达黎加强调，即使私人机制受到国家消费者保护机构的监督，但仍能更快速地为消费者提供赔偿。关于对赔偿机制的宣传(《准则》，第 34 段)，消费者保护机构采用常用的沟通渠道。¹¹⁶

F. 教育和宣传方案

35. 各国政府应从有关人民的文化传统出发，拟订或鼓励拟订消费者教育和宣传总方案，包括介绍消费选择和行为对环境的影响，以及消费变化可能产生的问题，包括益处和代价。此类方案的目的是使人们成为有鉴别力的消费者，能对各种商品和服务作出知情的选择，并能认识到自身的权利和责任。在制定此类方案时，应特别注意农村和城市地区处于不利地位的消费者的需求，包括低收入消费者和文化程度低或未受过教育的消费者的需求。民间社会消费者团体、工商业和其他有关组织应参与这些教育工作。
36. 消费者教育应在适当情况下成为教育系统基本课程的组成部分，最好成为现有科目的一部分。
37. 消费者教育和宣传方案应包括下列有关保护消费者的重要方面：
- (a) 保健、营养、防止食物致病和食物掺假；
 - (b) 危险产品；
 - (c) 产品标签；
 - (d) 有关的立法，获取赔偿的途径以及保护消费者的机构和组织；
 - (e) 关于度量衡制度、价格、质量、信贷条件和基本必需品供应的资料；
 - (f) 环境保护；
 - (g) 有效利用材料、能源和水。
38. 各国政府应鼓励消费者组织和包括媒体在内的其他有关团体实施教育和宣传方案，包括宣传消费形态对环境的影响，以及消费变化可能涉及的问题，包括益处和代价，尤其是为农村和城市地区的低收入消费群体谋福利。
39. 工商界应在适当的情况下从事或参与实况介绍以及相关的消费者教育和宣传方案。
40. 鉴于需要接触农村消费者和不识字的消费者，各国政府应在适当情况下拟订或鼓励拟订大众媒体的消费者宣传方案。
41. 各国政府应组织或鼓励对教育工作者、大众传媒专业人员和消费者顾问的培训方案，使他们能够参与执行消费者宣传和教育方案。

资料来源：E/1999/INF/2/Add.2, 第 1999/7 号决议，附件。

28. 实施消费者教育和宣传方案是消费者保护机构的一项核心责任。¹¹⁷ 大多数贸发会议的成员国制定了这类方案，旨在培养具有鉴别力的消费者。在这方面出现了各种有趣的举措，包括信息网站、¹¹⁸ 在线课程、¹¹⁹ 在线咨询(联合国)、¹²⁰ 讲习班(多米尼加共和国、¹²¹ 萨尔瓦多¹²²)，亦或将消费者教育纳入教育部课程¹²³ (《准则》，第 36 段)。值得注意的是，美国提供的广泛教育方案包括所有上述领域，尤其是积极地利用了社交媒体(Facebook、Twitter、Youtube 和博克)。一些国家有专门机构履行这些职能。¹²⁴ 每个国家制定的优先事项不同，大多数优先事项涉及《准则》第 37 段所载建议。¹²⁵ 然而，也有个别实例介绍了由消费者组织、¹²⁶ 企业¹²⁷ 和媒体¹²⁸ 开展的教育和宣传活动(《准则》，第 38 段)。¹²⁹ 一些国家的大众媒体宣传方案获得了成功经验(《准则》，第 40 段)，¹³⁰ 如哥斯达黎加、¹³¹ 多米尼加共和国、¹³² 印度、¹³³ 以色列¹³⁴ 和波兰。¹³⁵ 一些消费者保护机构也采纳了《准则》第 41 段，尤其是培训教育工作者¹³⁶ 和媒体¹³⁷ 的做法。

G. 促进可持续消费

42. 可持续消费包括以经济、社会和环境上可持续的方式满足后世对商品和服务的需求。

43. 社会全体成员和组织都对可持续消费负有责任，而知情的消费者、政府、工商业、劳工组织以及消费者和环境组织发挥着特别重要的作用。知情的消费者在促进以环境、经济和社会可持续的方式进行消费方面能发挥必要的作用，包括通过他们对生产者的选择产生的影响。各国政府应促进制定和执行可持续消费的政策，以及将这些政策同其他公共政策相结合。政府应在决策过程中与工商界、消费者和环境组织以及其他有关团体进行协商。工商界有责任通过设计、生产和经销商品和服务促进可持续消费。消费者和环境组织有责任：推动大众参与可持续消费并就该问题进行辩论；向消费者提供资料；并与政府和工商界一起促进可持续消费。

44. 各国政府应与工商界和民间社会有关组织合作，拟订和执行通过一套混合政策促进可持续消费的战略，这套混合政策可包括：条例；经济和社会手段；在土地使用、运输、能源和住房等领域的部门政策；关于提高人们对消费形态影响的认识的宣传方案；取消那些助长不可持续消费和生产模式的补贴；促进具体部门中管理环境的最佳作法。

45. 各国政府应鼓励设计、研制和使用既安全又节约能源和资源的产品和服务，同时考虑到它们整个寿命周期的影响。各国政府应鼓励能促使消费者回收废弃物和购买再生产品的计划。

46. 各国政府应促进拟订和使用国家和国际关于产品和服务的环境卫生和安全的标准。此类标准不应产生变相的贸易壁垒。

47. 各国政府应鼓励对产品进行公正的环保测试。
48. 各国政府应安全地管理有害环境的物质，并鼓励开发使用这类物质的无害环境替代办法。对于可能有害的新物质在营销前应以科学的方式评估其对环境的长远影响。
49. 各国政府应促进人们了解与健康有关的可持续消费和生产形态的益处，同时考虑到它们对个人健康的直接影响以及通过环境保护产生的集体影响。
50. 各国政府应与私营部门和其他有关组织合作，鼓励改变不可持续的消费形态，办法是开发和利用新的无害环境产品和服务以及新技术、包括信息和通讯技术，以满足消费者需求，同时减少污染和自然资源的耗竭。
51. 鼓励各国政府设立或加强保护消费者的有效调节机制，包括可持续消费的各方面问题。
52. 各国政府应考虑一系列经济手段，诸如财政手段和吸收环境方面的开支，以促进可持续消费，同时考虑到社会需求，对不可持续作法的劝阻办法的需要以及对更加持续作法的鼓励措施的需要，并防止对进入市场的机会造成潜在消极影响，尤其是对发展中国家来说。
53. 各国政府应与工商界和其他有关团体合作，拟订指标和方法，并建立数据库，以衡量各级在可持续消费方面取得的进展。这方面的资料应公诸与众。
54. 各国政府和各国际机构应率先在业务活动中引进可持续作法，特别是通过采购政策引进这种作法，政府采购应酌情鼓励开发和利用对环境无害的产品和服务。
55. 各国政府和其他有关组织应促进对涉及环境危害的消费者行为进行研究，以确定各种方式，使消费形态更可持续。

资料来源：E/1999/INF/2/Add.2, 第 1999/7 号决议，附件。

29. 《联合国保护消费者准则》就可持续消费提供了非常广泛的建议。尽管这一事项是许多国家政府政策的核心目标之一，但在大多数情况下，该问题不属于消费者保护机构的任务范围。除萨尔瓦多、¹³⁸ 墨西哥¹³⁹ 和美国¹⁴⁰ 以外，大多数国家的法律都将与可持续消费相关的权力赋予环境部¹⁴¹ 或若干机构。¹⁴² 欧洲联盟在这一领域尤为积极，推出了若干倡议，包括“生态标签”、“欧洲生态管理和审计计划”，“绿色公共采购”、“生态设计”、“能源标签”、“有关环境声明的多利益攸关方对话”、“产品环境足迹”和“组织环境足迹”的方法、“汽车标签指令”、“零售部门关于可持续性的论坛”、“食品可持续性消费和生产问题圆桌会议”、有机农业和反对浪费粮食的活动等。¹⁴³ 美国制定了《环保营销声明使用指南》。¹⁴⁴

H. 与具体领域有关的措施

56. 为了促进消费者利益，尤其是在发展中国家，各国政府应在适当情况下优先处理与消费者健康至关重要的领域中的问题，如粮食、饮水和药品。应采取或维持各项政策，促进产品质量的控制，充分和安全的营销设施，标准化的国际标签和资料，以及在这些领域中的教育和宣传方案。各国政府应参照本文件的规定，拟订关于在具体领域中的指导方针。

57. 粮食。各国在拟订关于粮食的国家政策和计划时，应考虑到所有消费者的粮食安全需要，应支持并尽量采用联合国粮食及农业组织和世界卫生组织食品标准法典所定的标准，如果没有这种标准，则采用其他普遍接受的国际粮食标准。各国政府应保持、拟订或改善粮食安全措施，其中除其他外包括安全标准、粮食标准和营养需要以及有效的监测、检查和评价机制。

58. 各国政府应在考虑到传统知识的情况下，促进可持续的农业政策和作法，生物多样性的养护，以及水土保持。

59. 饮水。各国政府应在《国际供水供应和卫生十年》目标和指标范围内拟订、维持或加强国家政策，以改善饮用水的供应、分配和质量。应当注意选用适当的服务、质量和技术水准，并注意教育方案的必要性和社区参与的重要性。

60. 各国政府应优先重视拟订和实施水资源多用途政策和方案，同时考虑到水资源对可持续发展的普遍重要性以及它的有限资源性质。

61. 药品。各国政府应拟订或维持适当的标准、规定和适当的管制系统，以通过统一的全国药品政策，保证药品的质量和适当的用途。这些政策除其他外可处理药品的购买、分配、生产、发照办法、登记制度和提供药品可靠资料等问题。各国政府在进行这些工作时应特别考虑到世界卫生组织关于药品的工作和建议。对于相关的药品，应鼓励使用世界卫生组织关于在国际商业上流通的药品质量鉴定办法以及其他国际药品资讯制度。还应酌情采取措施，根据世界卫生组织的工作经验，鼓励使用关于药品的国际非专有商标名称。

62. 除了上述优先方面以外，各国政府应在杀虫剂和化学品等其他领域采取关于它们的使用、生产和储存的适当措施，同时考虑到各国政府可能需要制造厂商提供和载入产品标记的有关健康和环境的资料。

资料来源：E/1999/INF/2/Add.2, 第 1999/7 号决议，附件。

30. 正如现行《准则》第 56 段指出，有三个¹⁴⁵具体的关注领域：食品、水¹⁴⁶和药品。¹⁴⁷许多消费者保护机构处理了这些问题，但采取了间接方式，因为通常是其他政府主管机构拥有这类权力。¹⁴⁸例如，在食品领域(《准则》，第 57 段¹⁴⁹和第 58 段)，哥伦比亚通过各种手段(标签、广告、食品监管、教育方案)

执行一项健康饮食方案，马来西亚促进有机食品生产¹⁵⁰和生物多样性。¹⁵¹就《准则》第 61 段而言，瑞士制定了一个成熟的制度，该制度在兼顾遵守知识产权的同时为药品提供有效的监管和政策框架。¹⁵²关于《准则》第 62 段，大不列颠及北爱尔兰联合王国报告了在欧洲联盟框架下对农药制定全面规章的情况。¹⁵³

四. 国际合作

63. 特别在区域和分区域范围内，各国政府应：

(a) 酌情制定、审查、维持或加强各种机制以便于交换关于保护消费者的国家政策和措施的资料；

(b) 在执行保护消费者政策方面进行合作或鼓励合作，以期在现有资源范围内取得较大成果，这类合作的例子可包括合作建立检验设施或共同使用检验设施，共同的检验程序、交换消费者资料和教育方案、联合训练方案和共同拟订条例；

(c) 合作改善向消费者提供必需品的条件，同时充分注意价格和质量的情况，这种合作可包括联合采购必需品，交换关于各种采购可能性的资料以及关于区域产品规格的协议。

64. 各国政府应发展或加强关于被禁止、收回或受严格限制的产品的资料网，以便使其他进口国能够充分保护本国不受这种产品之害。

65. 各国政府应致力于确保产品质量和关于此类产品的资料不会因国而异，从而对消费者造成有害影响。

66. 为促进可持续消费，各国政府、国际组织和工商界应合作制订、转让和传播无害环境的技术，包括通过发达国家提供的适当的财政支助，并拟订富有创意的新办法，资助在各国之间转让这类技术，尤其是向发展中国家和经济转型国家转让这类技术，以及这些国家之间的相互转让。

67. 各国政府和国际组织应酌情促进和便利在可持续消费领域中的能力建设，尤其是在发展中国家和经济转型国家。各国政府也应特别便利消费者团体及民间社会其他有关组织之间的合作，以便加强该领域的能力。

68. 各国政府和国际组织应酌情促进涉及消费者教育和宣传的范围。

69. 各国政府应致力于确保在执行保护消费者的政策和措施时，充分注意不使这些政策和措施妨碍国际贸易，并确保它们符合国际贸易义务。

资料来源：E/1999/INF/2/Add.2, 第 1999/7 号决议，附件。

31. 《准则》载有通过双边、区域和多边方式建立可能的国际合作渠道的广泛建议。已出现了一些双边合作协议，如智利—秘鲁、¹⁵⁴ 智利—欧洲联盟、多米尼加共和国—巴拿马和墨西哥—美国合作协议，这些协议通常包括信息交流和能力建设活动。区域层面也出现了各种举措：东南亚国家联盟消费者保护委员会(亚洲)；安第斯共同体、¹⁵⁵ 拉丁美洲竞争和消费者保护方案、中美洲消费者保护理事会、拉丁美洲政府消费者保护机构论坛、美洲国家组织¹⁵⁶ 和南方共同市场(美洲)；非洲竞争方案、非洲消费者对话、南部非洲非关税同盟和南部非洲发展共同体(非洲)；欧洲联盟消费者保护合作理事会和欧盟委员会(欧洲)。¹⁵⁷ 在多边层面，一些贸发会议成员国也是亚太经济合作论坛、消费者国际、国际消费者保护和执法网及经合组织的成员。¹⁵⁸ 具体而言，据经合组织报告，该组织的消费者政策委员会举行半年期会议，并就具体主题举办多利益攸关方国际研讨会，来自非成员国(哥伦比亚、埃及和印度)的利益攸关方积极和定期地参加这些会议和研讨会。国际消费者保护和执法网拥有一个类似的体制架构，同时在全年期间由平行和协调的执法行动予以补充(“清扫互联网”和收集情报)。

32. 在该背景下，贸发会议被赋予开展不同合作活动的任务，包括：(a) 探讨竞争和消费者保护问题之间的相互关系；(b) 审查以及为成员国提供有关消费者保护法律 and 政策的咨询；(c) 为成员国提供有关消费者保护问题的培训和能力建设活动；以及(d) 支持区域和多边倡议。自第一届消费者保护问题特别专家会议(2012年7月)以来，贸发会议组织了国际政策讨论(在利马举办第二届国际消费者保护论坛、在多哈举行竞争和消费者保护法律和政策研讨会)、法律和政策审查与修订(不丹、萨尔瓦多、老挝人民民主共和国、尼加拉瓜、圣卢西亚、塞舌尔)、培训(肯尼亚)，以及在“拉丁美洲竞争和消费者保护方案”之下针对各国开展的活动(玻利维亚：可持续消费宣传；哥伦比亚：关于竞争法和消费者保护的机构法律记忆、电子商务研究、关于竞争和消费者保护问题的媒体战略，以及消费者保护质量证明——“Señor Consumidor”；哥斯达黎加：市场监测自动化系统、关于安全产品的研讨会；多米尼加共和国：第二届消费者协会论坛；萨尔瓦多：消费者协会竞争基金、消费者权利和消费者教育论坛，以及消费者法律文凭；洪都拉斯：关于竞争和消费者保护的研讨会；尼加拉瓜：关于消费者的执法程序、合作社正规化、关于零售销售的监管报告，良好经营做法手册，以及批发价格观察机构；秘鲁：关于消费者保护的教育方案、关于消费者保护的在线课程、保护竞争和保护知识产权国家管理局区域办事处的能力建设，以及标签手册)。

三. 新的问题

33. 正如在第一届消费者保护问题特别专家会议期间所讨论的那样，现行《准则》没有包括在消费者保护方面新出现的两个主要问题：电子商务和金融服务。会议一致认为有必要在这次审查中讨论这些问题。本报告将这些新出现的问题分

别列举如下：建议在第三章增加关于电子商务的 I 节，建议在第三章增加关于金融服务的 J 节。关于这些问题，贸发会议打算参考贸易法委员会和经合组织的工作，因为其工作可能有助于以下讨论。

拟议 I 节：电子商务

34. 电子商务问题在过去几年中吸引了消费者保护机构的大量关注，这一点不足为奇。各国处理这一问题的法律大不相同。萨尔瓦多、¹⁵⁹ 墨西哥¹⁶⁰ 和秘鲁¹⁶¹ 依靠一般的民事法律处理电子商务问题，智利、¹⁶² 哥伦比亚、¹⁶³ 法国、¹⁶⁴ 俄罗斯联邦¹⁶⁵ 和美国¹⁶⁶ 等国的消费者保护法中载有特别条款，而另一些国家则拟订了具体的法律。¹⁶⁷ 电子商务问题还在不同法律中得到处理，如关于信用卡销售、¹⁶⁸ 竞争法、远程销售、¹⁶⁹ 电讯¹⁷⁰ 和不公平竞争的法律。¹⁷¹ 摩洛哥颁布了有关个人和电子数据交换的法律，¹⁷² 而美国发布了若干报告，介绍了在在线广告、¹⁷³ 儿童移动应用程序¹⁷⁴ 和消费者隐私保护¹⁷⁵ 等方面适用消费者保护法的情况。智利和墨西哥¹⁷⁶ 等一些国家倡导采纳自我监管，在接触隐私和数据等问题方面超过了强制规章的范围。一些国家发布了部门准则。¹⁷⁷ 重新采购/撤销这一不可剥夺的权利是电子商务领域消费者权利的一个共同特征。¹⁷⁸ 消费者保护机构在电子商务方面采取的行动包括教育方案、¹⁷⁹ 民意测验、¹⁸⁰ 研究活动¹⁸¹ 和“清理”活动。¹⁸²

35. 关于消费者在电子商务领域获得赔偿的手段，大多数国家的法律允许由普通司法程序予以处理。¹⁸³ 就这方面可采取的行政措施而言，值得注意的是，哥伦比亚预见到实施大量临时措施的可能性(在进行调查时在第一个 30 天期限内封锁网页登录)。¹⁸⁴ 关于替代争端解决机制，已采取了一些创新举措。智利倡导对电子商务方面的投诉进行集体调解。¹⁸⁵ 自 2008 年以来，墨西哥推出了一个在线调解平台——“Concilianet”(在 4,000 份投诉中，有 95% 得到调解)。消费者通常获得经济损失赔偿，有时甚至获得精神损失赔偿(智利)。一些国家允许就此问题实施仲裁程序。¹⁸⁶

36. 收到的答复表明，一致的共识认为有必要制定和执行国际标准，包括中立网络及促进国际合作。此外，不仅电子贸易需要国际规则，远程贸易也需要国际规则(尤其是适用于跨境贸易的法律)。

37. 经合组织就电子商务问题开展了大量工作，尤其是制定了 1999 年的《在电子商务中保护消费者的准则》。¹⁸⁷ 该准则所载一般原则涉及透明和有效的保护(第一节)、公平的经营、广告和营销做法(第二节)、在线披露(第三节)——其中也包括有关企业、商品或服务及交易的信息——以及确认程序(第四节)和付款(第五节)。解决争端和赔偿及隐私问题分别由第六节和第七节处理，消费者教育和宣传问题载于第八节。经合组织的《准则》还载有关于执行和全球合作的章节。此外还制定了补充指导，涉及移动商务(经合组织《关于处理移动商务方面新出现的保护消费者和提高消费者能力问题的政策指导》)、¹⁸⁸ 网上盗用身份(经合组织《关于网上身份盗用问题的政策指导》)¹⁸⁹ 和通讯服务(经合组织《关

于通讯服务方面保护消费者和提高消费者能力问题的政策指导》)¹⁹⁰ 等问题。最后，关于电子商务为消费者带来的特殊挑战的重要性纳入了经合组织《跨国企业准则》¹⁹¹ 第 8 章(第 8 段)。

38. 贸易法委员会《电子签字示范法》(2001 年)提供了一套基本通用规则，规定了参与可能对个人责任产生影响的认证和签字程序各方的某些义务。这一特定领域出现的问题在很大程度上源自技术标准不一致或设备及软件不兼容，导致无法实现国际上的互操作性。

拟议 J 节：金融服务

39. 世界大众可获得的金融服务激增，促使消费者保护机构为应对消费者关切的问题投入了大量努力和资源。大多数国家通过消费者保护法¹⁹² 或(更为重要的是)通过专门法律，¹⁹³ 制定了与消费者保护和金融服务相关的法律和规章。一些国家对不断变化的金融服务局面作出反应，颁布了纳入消费者保护的新的法律。¹⁹⁴ 有关这一问题的国家规章的数目与日俱增，¹⁹⁵ 其中非常详细地规定了服务提供商和消费者的权利与义务。

40. 许多国家设立了专门的机构，这些机构或者处于现有的消费者保护机构之下(智利、¹⁹⁶ 哥伦比亚、¹⁹⁷ 哥斯达黎加)，¹⁹⁸ 或为独立机构(多米尼加共和国、¹⁹⁹ 匈牙利、²⁰⁰ 印度、²⁰¹ 印度尼西亚、²⁰² 墨西哥、²⁰³ 波兰、²⁰⁴ 联合王国²⁰⁵ 和美国)。²⁰⁶ 在所有国家，消费者保护机构都发挥了不同作用，如提供质量保证标志、²⁰⁷ 要求金融机构提供内部“消费者监察员”、²⁰⁸ 提供金融监察员、²⁰⁹ 教育宣传(甚至由金融机构提供)²¹⁰ 和咨询服务等。²¹¹ 大部分消费者保护机构提供替代争端解决机制²¹² (调解、调停和仲裁)。

41. 消费者国际建议将侧重点放在准入、竞争和系统稳定性，新的准则应处理普遍服务(包括汇款等特定服务)，防止系统崩溃的存款保护，涉及结构性扭曲和国家援助的竞争政策及其对金融服务的适用性，以及为消费者转换行为提供便利等问题。

42. 经合组织的理事会就此问题提出了四项建议。理事会 1977 年关于消费信贷的建议²¹³ 包括消费者信息、尊重人权、保护消费者经济利益和赔偿及制裁手段等问题。这方面的进一步工作包括理事会 2005 年关于金融方面的教育和认识的原则及最佳做法的建议，²¹⁴ 其中载有一些原则，并汇集了良好做法。这些建议于 2009 年扩大为《理事会关于金融教育和与信贷相关认识的良好做法的建议》²¹⁵ 和 2012 年《理事会关于保护金融消费者的高级原则的建议》。²¹⁶ 经合组织理事会的总体建议框架包括与金融服务领域消费者保护相关的各种问题，为贸发会议成员国提供了宝贵借鉴。

四. 结论

43. 《联合国保护消费者准则》自 1985 年以来得到联合国成员国的广泛执行。各国对审查进程的投入表明，现行《准则》的所有方面仍然有效和实用。虽然《准则》纳入了一系列问题，但在消费者保护方面也出现了一些新的挑战：电子商务和金融服务。数据保护、不实广告、能源和跨境贸易等额外问题还有待进行更广泛的磋商。

Annex

[English/French/Spanish only]

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 (Associação Portuguesa 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 N°7472), 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 N°7472), 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) párrafo V 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 Act 1998, Sale of Goods 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 N° 29571, artículos 25 a 29; Ley N° 28405, Ley de rotulado de productos industriales manufacturados; Ley N° 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 of Bhutan 2012, sections 6 and 7), 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 N° 29571, artículo 1. 1.1 c); Título II, capítulo II, artículos 49° a 52°; 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 N°35867-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 N° 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, artículo 1.2 y partes V y VI), Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley N°7472), 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 N° 29571, artículos 12° 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 N°7472), 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 N°7472), 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/kommIF.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 N° 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 Quarantine), 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 N°7472) 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 N°7472), 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 N°7472), 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/ecommerce/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/eusds/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/eusds/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 N° 28587, Ley complementaria a la Ley de protección al consumidor en materia de servicios financieros, Resolución SBS N° 8181-2012, Reglamento de Transparencia de Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero, Resolución SBS N° 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 (Decreto-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 N°35867-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 5º 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), the 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](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](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](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](http://webnet.oecd.org/OECDACTS/Instruments/ShowInstrumentView.aspx?InstrumentID=282&InstrumentPID=297&Lang=en&Book=False).
-