الأمم المتحدة

TD/B/C.I/CPLP/23

مؤتمر الأمم المتحدة
للتجارة والتنمية

Distr.: General
19 April 2021
Arabic
Original: English

مجلس التجارة والتنمية

لجنة التجارة والتنمية

فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بقوانين وسياسات حماية المستهلك

الدورة الخامسة

جنيف، 5 و6 تموز/يوليه 2021

البند 8 من جدول الأعمال المؤقت

القوانين والسياسات والإجراءات التنظيمية لحماية المستهلك في سياق التصدي لجائحة كوفيد-19 وفي أعقابها

مذكرة من أمانة الأونكتاد

موجز

تتناول هذه المذكرة التأثير الاقتصادي لجائحة مرض فيروس كورونا لعام 2019 (كوفيد-19) على المستهلكين والاقتصاد العالمي. ويقدم التقرير لمحة عامة عن استجابات الدول الأعضاء خلال الجائحة ويقترح الإجراءات التي قد تتخذها سلطات حماية المستهلك لمواجهة التحديات المقبلة. وقد أثبتت قوانين وسياسات حماية المستهلك فعاليتها في معالجة القضايا التي يواجهها المستهلكون على الصعيد الوطني والإقليمي والمتعدد الأطراف. واتخذت وكالات حماية المستهلك، في الوقت المناسب وبطريقة مناسبة وفعالة، إجراءات لمواجهة التحديات الناشئة عن الأزمة غير المسبوقة مستندة في ذلك إلى مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك. ومع ذلك، لا تزال الوكالات تواجه تحديات فاقمتها الجائحة في مجالين رئيسيين هما حماية المستهلك في الأسواق الرقمية، ولا سيما فيما يتعلق بالمستهلكين الضعفاء والمحرومين، والتعاون الدولي في مجال إنفاذ القانون.

الرجاء إعادة الاستعمال

أولاً- مقدمة

1- طلب مؤتمر الأمم المتحدة الثامن المعني باستعراض جميع جوانب مجموعة المبادئ والقواعد المنصفة المتفق عليها اتفاقاً متعدد الأطراف من أجل مكافحة الممارسات التجارية التقييدية إلى أمانة الأونكتاد أن تعد تقريراً يكون بمثابة وثائق أساسية للمشاورات غير الرسمية المقترحة خلال الدورة الخامسة لفريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بقوانين وسياسات حماية المستهلك بشأن "القوانين والسياسات والإجراءات التنظيمية لحماية المستهلك في سياق التصدي لجائحة كوفيد-19 وفي أعقابها"[(1)].

2- وتقدم هذه المذكرة لمحة عامة عن استجابات الدول الأعضاء خلال الجائحة وتقترح الإجراءات التي قد تتخذها سلطات حماية المستهلك لمواجهة التحديات المقبلة. وتستند المذكرة إلى معلومات مستمدة من عمل سابق للأونكتاد بشأن استجابات الدول الأعضاء للجائحة، والبحوث المكتبية، وخريطة الأونكتاد العالمية لحماية المستهلك[(2)]، والمساهمات الواردة من الدول وأصحاب المصلحة الآخرين الذين تبادلوا خبراتهم في هذه المسألة استجابة لاستبيان عممته أمانة الأونكتاد[(3)]. ويتناول الفصل الثاني أثر الجائحة على الاقتصاد العالمي، وعلى على المستهلكين بوجه خاص. ويركز الفصل الثالث على التدابير المتخذة عالمياً على الصعيد الوطني والإقليمي والمتعدد الأطراف لمواجهة الأزمة. ويقترح الفصل الرابع سبيلاً للمضي قدماً في التدابير المتصلة بحماية المستهلك التي اتخذتها الدول أثناء الجائحة، ويسلط الضوء على بعض المجالات المطروحة لمزيد من النقاش.

ثانياً- أثر الجائحة على المستهلكين والاقتصاد العالمي

3- أدت جائحة كوفيد-19 إلى توقف الأنشطة الاقتصادية تقريباً، مما تسبب في أكبر صدمة اقتصادية شهدها العالم منذ عقود. وتوقع الأونكتاد أن ينخفض الناتج المحلي الإجمالي بنحو 4,3 في المائة في عام 2020، مع توقع انتعاش عالمي بنسبة 4,1 في المائة في عام 2021، ويقدر أن يقع 34,3 مليون شخص إضافي، بمن فيهم ملايين العاملين في القطاع غير الرسمي، دون خط الفقر المدقع في عام 2020، وتمثل بلدان أفريقيا 56 في المائة من هذه الزيادة[(4)].

4- ووفقاً للبنك الدولي، ستسبب الجائحة أول زيادة في الفقر العالمي منذ عام 1998. وحتى تشرين الأول/أكتوبر 2020، كان من المتوقع أن يبلغ معدل الفقر المدقع، الذي يقاس بحصة سكان العالم الذين يعيشون بأقل من 1,90 دولار في اليوم، من 9,1 إلى 9,4 في المائة في عام 2020، أي أعلى من الحصة التي كان معدلها 8,4 في المائة في عام 2019[(5)].

5- وقد حفزت الجائحة على استخدام الوسائل الرقمية. وتسارعت الاتجاهات المتنامية في التجارة الإلكترونية بفعل التدابير المتصلة بهذه الجائحة، بما في ذلك القيود المفروضة على الحركة. وأجرى الأونكتاد

(1) TD/RBP/CONF.9/9.

(2) انظر https://unctadwcpm.org/map.html.

(3) الأرجنتين وألمانيا وأنتيغوا وبربودا وإندونيسيا وأيرلندا والبرازيل وتركيا وجمهورية كوريا ورابطة المستهلكين في سنغافورة وسيشيل وشيلي والصين وكولومبيا وكينيا وماليزيا وهنغاريا ولجنة سلامة المنتجات الاستهلاكية في الولايات المتحدة الأمريكية واليابان وهونغ كونغ (الصين).

(4) الأونكتاد، 2020أ، *Impact of the COVID-19 Pandemic on Trade and Development: Transitioning to a New Normal* (تأثير جائحة كوفيد-19 على التجارة والتنمية: الانتقال إلى وضع طبيعي جديد) (United Nations publication, Sales No. E.20.II.D.35, Geneva).

(5) World Bank, 2020, *Poverty and Shared Prosperity 2020: Reversals of Fortune* (Washington, D.C.).

ورابطة نيتكوم السويسرية للتجارة الإلكترونية، بالتعاون مع مركز معلومات الشبكة في البرازيل وإنفيون في تركيا، دراسة استقصائية للمستهلكين شملت الاتحاد الروسي وألمانيا وإيطاليا والبرازيل وتركيا وجمهورية كوريا وجنوب أفريقيا وسويسرا والصين وكشفت عن زيادة المشاركة على الإنترنت خلال الجائحة. وكان أكثر من نصف المجيبين على الدراسة الاستقصائية يتسوقون بواسطة الإنترنت بشكل أكثر تواتراً ويستمدون معلومات الترفيه الرقمي والمعلومات المتعلقة بالصحة من الإنترنت بدلاً من القنوات الإخبارية التقليدية[6].

6- وقد أصبحت المنصات الرقمية فاعلاً رئيسياً خلال الجائحة واستفادت كثيراً من ازدهار التجارة الإلكترونية. ووفقاً لدراسة أجراها الأونكتاد وشملت 23 بلداً نامياً، لا سيما في أفريقيا وآسيا، شهد نحو 64 في المائة من الأسواق الإلكترونية التابعة لأطراف ثالثة زيادة في المبيعات، وسجلت 58 في المائة من الأعمال التجارية التي تبيع منتجاتها أو خدماتها عن طريق الإنترنت انخفاضاً في إيراداتها الشهرية[7]. وانخفض مؤشر داو جونز بنسبة 5 في المائة في الفترة من كانون الثاني/يناير إلى أيلول/سبتمبر 2020، ولكن مؤشر ستاندرد آند بورز 500 ارتفع بنسبة 2 في المائة، وارتفعت قيم أسهم شركات التكنولوجيا الرائدة بنسبة 41 في المائة في المتوسط، مثل سعر سهم أبل الذي زاد بنسبة 50 في المائة، وسعر سهم أمازون الذي زاد بنسبة 64 في المائة[8]. وقد أثرت الجائحة تأثيراً شديداً على المستهلكين بسبب تعطل سلاسل الإمداد وما تلاه من نقص في المنتجات الأساسية، مما تسبب في زيادة الأسعار؛ وانتشرت الإعلانات الخادعة والمضللة التي تستغل الجائحة انتشاراً واسعاً؛ وأصبح المستهلكون ذوو الدخل المنخفض أكثر عرضة لعمليات الاحتيال المالي والغش[9].

ثالثاً- التصدي للجائحة على الصعيد الوطني والإقليمي والمتعدد الأطراف

7- خلال الجائحة، أثبتت قوانين وسياسات حماية المستهلك فعاليتها. واتخذت وكالات حماية المستهلك إجراءات لمواجهة التحديات الناشئة عن الأزمة غير المسبوقة في الوقت المناسب وبطريقة ملائمة وفعالة. وحدد الأونكتاد الإجراءات التي اتخذتها وكالات حماية المستهلك، بما في ذلك الإجراءات المتصلة بإنفاذ القوانين واللوائح والإجراءات الرامية إلى التعاون مع الشركات، بما في ذلك المنصات الإلكترونية؛ وحماية المستهلكين الضعفاء والمحرومين؛ وتسهيل الوصول إلى العدالة. واتخذت الدول إجراءات مختلفة على مختلف المستويات استناداً إلى المعايير المبينة في هذا الفصل.

ألف- إنفاذ القوانين واللوائح

8- تنص مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك على أن الدول الأعضاء ينبغي أن تضع أو تعزز أو تواصل التدابير المتعلقة بمكافحة الممارسات التقييدية وغيرها من الممارسات التجارية الضارة

(6) الأونكتاد، 2020ب، تبين دراسة استقصائية أُجريت في 8 تشرين الأول/أكتوبر أن جائحة كوفيد-19 غيرت التسوق على الإنترنت إلى الأبد، دراسة متاحة على الرابط الشبكي التالي: https://unctad.org/news/covid-19-has-changed-online-shopping-forever-survey-shows (accessed 18 March 2021).

(7) الأونكتاد، 2020ج، COVID-19 and e-commerce: Impact on businesses and policy responses (كوفيد-19 والتجارة الإلكترونية: التأثير على الشركات والاستجابات على مستوى السياسات)، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://unctad.org/webflyer/covid-19-and-e-commerce-impact-businesses-and-policy-responses (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

(8) الأونكتاد، 2020أ.

(9) الأونكتاد، 2020د، Consumers vs COVID-19 (المستهلكون ضد كوفيد-19)، 7 نيسان/أبريل، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://unctad.org/news/consumers-vs-covid-19 (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

التي يمكن أن تلحق ضـرراً بالمسـتهلكين، بما في ذلك الوسـائل اللازمة لإنفاذ هذه التدابير[10]. وتشـمل بعض تدابير إنفاذ القانون فرض عقوبات على التلاعب بالأسعار وغير ذلك من الممارسات التجارية غير العادلة؛ وممارسة مراقبة قوية ومتيقظة للسوق؛ وإصدار تحذيرات و/أو توصيات موجهة للشركات لتشجيع الامتثال عند الاقتضـاء؛ ووضـع لوائح وتوجيهات وبيانات سـياسـة عامة جديدة. ومن الملاحظ أن بعض الدول، مثل أستراليا والصين والولايات المتحدة، فضلاً عن الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي، أفادت بأن الشركات في صناعة السياحة ينبغي أن تحترم حقوق المستهلك في استرداد كل ما دفعوه[11].

1- الإجراءات المتخذة ضد التلاعب بالأسعار و/أو الزيادات غير المبررة

9- أُثيرت مخاوف عديدة في جميع أنحاء العالم بشـأن المبالغة في تسـعير منتجات من قبيل أقنعة الوجه ومطهر اليدين وغير ذلك من السلع الاستهلاكية الأساسية. وأدرجت أنتيغوا وبربودا مواد ذات صلة بالجائحة مثل المطهر ضمن أمر مراقبة الأسعار لضمان توافرها بأسعار عادلة[12]. وفي البرازيل، ارتفعت أسعار اللوازم الأولية للمستشفيات المطلوبة أثناء غسيل الكلى، بما في ذلك زيادة بنسبة 500 في المائة في سعر هلام الكحول[13]. وحددت فرنسا سقفاً لسعر هلام اليد بالتجزئة في سياق حالة الطوارئ الصحية[14]. وأصدرت هيئة المنافسة في كينيا أمراً تصحيحياً لأحد المتاجر الكبرى بسبب الزيادة المفرطة في أسعار مطهر اليدين وإشعاراً تحذيرياً للمصنعين وتجار التجزئة بشأن الزيادات غير المشروعة في الأسعار واختزان السلع في سياق الجائحة[15]. وأصدرت لجنة المنافسة والتجارة العادلة في ملاوي غرامات لثماني صيدليات بسبب التسعير المفرط لأقنعة الوجه والقفازات ومطهرات اليدين التي بيعت بهوامش تتراوح بين 100 و367

(10) قرار الجمعية العامة 186/70، المرفق، الفقرة 22.

(11) Australian Competition and Consumer Commission, 2020, Advice on event and travel cancellations due to COVID-19, available at https://www.accc.gov.au/media-release/advice-on-event-and-travel-cancellations-due-to-covid-19 (accessed 18 March 2021); China, Civil Aviation Administration, 2020, Free refund policy extended to 0:00 of January 28, available at http://www.caac.gov.cn/en/XWZX/202002/t20200226_201140.html (accessed 31 March 2021); United States, Department of Transportation, 2020, Department of Transportation issues enforcement notice clarifying air carrier refund requirements, given the impact of COVID-19, 3 April, available at https://www.transportation.gov/briefing-room/us-department-transportation-issues-enforcement-notice-clarifying-air-carrier-refund (accessed 18 March 2021); European Commission, 2020a, Commission notice: Interpretative guidelines on EU[European Union] passenger rights regulations in the context of the developing situation with COVID-19, available at https://eur-lex.europa.eu/content/news/Covid19.html (accessed 18 March 2021); European Commission, 2020b, Information on the package travel directive in connection with COVID-19, available at https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/travel-and-timeshare-law/package-travel-directive_en (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

(12) مساهمة أنتيغوا وبربودا في استبيان الأونكتاد.

(13) انظر https://sei.cade.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.php?DZ2uWeaYicbuRZEFhBt-n3BfPLlu9u7akQAh8mpB9yMxIgnfLNW90T0QxxMRhUkjpDiWuJ-0o1Epo3ADXrVeh-JgZuY9GFDVRzWrQQiClI5RPz160NvXgm2Imfxv52sa.

(14) France, Ministry of the Economy, Finance and Recovery, 2020, Price regulation for hydroalcoholic gels or solutions, 1 March, available at https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/encadrement-des-prix-pour-les-gels-hydroalcooliques-voir-la-faq (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

(15) هيئة المنافسة في كينيا، 2020، مذكرة تحذيرية بشأن الزيادات غير المشروعة وتخزين السلع؛ أمر تصحيحي لمحلات كلينشيلف الكبرى، نشـرات صـحفية، 13 و20 آذار/مارس، متاحة في الرابط الشـبكي التالي: https://cak.go.ke/index.php/information-center/Speeches-Press-Releases (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

في المائة[16]. وفرضت البرتغال سقفاً للربح قدره 15 في المائة على معدات الحماية والمطهر القائم على الكحول[17]. وسنت جمهورية كوريا لائحة بشأن تخزين أقنعة الوجه ومطهر اليدين كانت سارية المفعول في البداية من آذار/مارس إلى حزيران/يونيه 2020 وتم تمديدها لاحقاً إلى حزيران/يونيه 2021[18]. وجعلت المملكة العربية السعودية من غير القانوني أن تفرض الشركات أسعاراً مفرطة على السلع أو الخدمات الضرورية للصحة أو السلامة أو الرفاه[19]. وفي جنوب أفريقيا، اتُّهم موردان بالتسعير المفرط لأقنعة الوجه، مع زيادات تجاوزت 900 في المائة[20]. وأنشأت تركيا مجلس تقييم الأسعار غير العادلة واللوائح المتعلقة بأسعار وشروط بيع السلع الأساسية مثل الأقنعة الجراحية والمطهرات[21]. وأصدرت لجنة المنافسة وحماية المستهلك في زامبيا مذكرة تحذيرية موجهة إلى الشركات والأفراد الذين يزيدون أسعار منتجات النظافة الصحية زيادة مفرطة[22]. وقام مجلس المستهلك في هونغ كونغ (الصين) بمراقبة السوق بشأن أقنعة الوجه ومنتجات النظافة الصحية[23].

2- الإجراءات المتخذة ضد الممارسات التجارية غير العادلة الأخرى

10- أنشأ كل من اللجنة الأسترالية للمنافسة وحماية المستهلك وهيئة المنافسة والأسواق في المملكة المتحدة لبريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية فرقة عمل معنية بجائحة كوفيد-19 لرصد الممارسات التجارية غير العادلة وتحديدها واتخاذ تدابير ضدها[24]. وفي البرازيل، أنشأ المجلس الإداري للدفاع الاقتصادي خمس لجان تقنية مؤقتة للتصدي للجائحة في المجالات التالية: الأهرامات المالية؛ وخدمة الزبائن؛ والسبل البديلة لتسوية المنازعات؛ والأسعار التعسفية المزعومة؛ وتحليل الإطار التنظيمي في البرازيل للاستجابة لاحتياجات المستهلكين[25]. وفي كولومبيا، أصدرت هيئة الرقابة على الصناعة والتجارة أمراً إلى ثلاثة مشغلين على الإنترنت بإزالة إعلانات مرتبطة بمصطلحي فيروس كورونا وكوفيد-19 اللذين يمكن أن يضللا المستهلكين؛

(16) ملاوي، لجنة المنافسة والتجارة العادلة، 2020، القرارات الأخيرة الصادرة عن مجلس مفوضي لجنة المنافسة والتجارة العادلة، بيان صحفي، 26 أيار/مايو، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://www.cftc.mw/2020/05/26/press-release-recent-decisions-by-the-board-of-commissioners-of-the-competition-and-fair-trading-commission (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

(17) منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، 2020أ، التسعير الاستغلالي في زمن كوفيد-19، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://www.oecd.org/competition/competition-policy-responses-to-covid-19.htm (تم النفاذ إليه في 31 آذار/مارس 2021).

(18) انظر https://www.law.go.kr/LSW/admRulSc.do?tabMenuId=183&subMenuId=41&menuId=5#liB gcolor2chrome-extension://glohakccicfcgpelekfpgllfnlameopo/ntp2.html.

(19) المملكة العربية السعودية، وزارة التجارة، 2020، المساهمة المقدمة خلال مؤتمر الأمم المتحدة المعني باستعراض جميع جوانب مجموعة المبادئ والقواعد المنصفة المتفق عليها اتفاقاً متعدد الأطراف من أجل مكافحة الممارسات التجارية التقييدية، 19-23 تشرين الأول/أكتوبر، متاحة في الموقع الشبكي التالي: https://unctad.org/meeting/eighth-united-nations-conference-competition-and-consumer-protection (تم النفاذ إليها في 18 آذار/مارس 2021).

(20) جنوب أفريقيا، 2020، الموردون الرئيسيون لأقنعة الوجه الذين حوكموا بسبب الزيادات الباهظة في الأسعار، 12 أيار/مايو، متاحة في الموقع الشبكي التالي: http://www.compcom.co.za/2020-media-releases/ (تم النفاذ إليها في 18 آذار/مارس 2021).

(21) مساهمة تركيا في استبيان الأونكتاد.

(22) أخبار الامتثال العالمية، 2020، أفريقيا: سلطات المنافسة تستجيب لأزمة كوفيد-19، 25 حزيران/يونيه.

(23) مساهمة هونغ كونغ (الصين) في استبيان الأونكتاد.

(24) انظر https://www.accc.gov.au/media-release/accc-response-to-covid-19-pandemic and https://www.gov.uk/government/news/cma-launches-covid-19-taskforce.

(25) مساهمة البرازيل في استبيان الأونكتاد.

وأزال المشغلون 286 1 إعلاناً[26]. وأجرت هيئة المنافسة الهنغارية فحصاً، أو مسحاً، لتجار تجزئة على الإنترنت يعرضون منتجات وأقنعة للوجه معلناً عنها كمنتجات مضادة للفيروسات، واتخذت تدبيراً مؤقتاً لوقف الإعلان عن مستحضرات التجميل على أنها تعالج كوفيد-19[27]. وأشعرت وكالة شؤون المستهلك اليابانية المستهلكين والشركات بأنه لم يتم التأكد من وجود أي أغذية لمنع أو علاج كوفيد-19[28]. وفي بيرو، بدأ المعهد الوطني للدفاع عن المنافسة وحماية الملكية الفكرية في كانون الأول/ديسمبر 2020 إجراءات جزائية إدارية ضد 10 موردين بسبب إعلانات مضللة تفيد بأن منتجاتهم توفر علاجاً لجائحة كوفيد-19[29]. وحققت لجنة التجارة العادلة في جمهورية كوريا في الإعلانات الكاذبة على الإنترنت بشأن المنتجات المتعلقة بجائحة كوفيد-19، مثل أجهزة تنقية الهواء ومرطبات الهواء، وسارعت الشركات إلى حذف أو تنقيح هذه الإعلانات[30]. وفي الولايات المتحدة، حتى تشرين الثاني/نوفمبر 2020، أرسلت لجنة التجارة الفيدرالية رسائل تحذر أكثر من 330 مسوقاً للتوقف عن ترويج ادعاءات غير مدعومة بأدلة بأن منتجاتهم وعلاجاتهم يمكن أن تمنع أو تعالج بفعالية جائحة كوفيد-19، وفي كانون الأول/ديسمبر 2020، أعلنت حملة وطنية على عمليات الاحتيال التي استهدفت المستهلكين بوعود كاذبة للدخل والاستقلال المالي[31]. ووفقاً للنتائج المستخلصة من استبيان صدر في تشرين الأول/أكتوبر 2020 عن منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي بشأن التدابير المالية لحماية المستهلك أثناء الجائحة، يقوم 96 في المائة من المجيبين من 89 منظمة في 64 ولاية قضائية، بما في ذلك عدة بلدان غير أعضاء، بمراقبة المخاطر التي يواجهها المستهلكون الماليون نتيجة الجائحة، وقد اكتشف حوالي نصف المجيبين عمليات احتيال متصلة بالجائحة و/أو أصدروا تحذيرات بشأنها[32].

11- وخلال هذه الجائحة، ازداد عدد معاملات التجارة الإلكترونية والشكاوى ذات الصلة في آن واحد. ففي شيلي، زادت المشتريات عن طريق الإنترنت منذ آذار/مارس 2020 بأكثر من 200 في المائة وتضاعفت الشكاوى المرتبطة بالتجارة الإلكترونية التي تلقتها الوكالة الوطنية للمستهلكين[33]. وفي ماليزيا، تلقت وزارة التجارة الداخلية وشؤون المستهلك 510 11 شكاوى تتعلق بالمعاملات عن طريق الإنترنت في الفترة من كانون الثاني/يناير إلى كانون الأول/ديسمبر 2020، بالمقارنة مع 415 5 شكوى في عام 2019[34].

(26) مساهمة كولومبيا في استبيان الأونكتاد.

(27) مساهمة هنغاريا في استبيان الأونكتاد.

(28) انظر https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms214_200501_1.pdf.

(29) حكومة بيرو، 2020أ، تبدأ إجراءات العقوبات ضد 10 موردين لإيفرمكتين وثاني أكسيد الكلور في لا ليبرتاد لتقديمها كعلاج لجائحة كوفيد-19، 30 كانون الأول/ديسمبر، متاحة في الموقع الشبكي التالي: https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/322755-se-inicia-procedimiento-sancionador-a-10-proveedores-de-ivermectina-y-dioxido-de-cloro-en-la-libertad-por-ofrecerlos-como-cura-de-covid-19 (تم النفاذ إليها في 18 آذار/مارس 2021).

(30) انظر https://ftc.go.kr/solution/skin/doc.html?fn=5d422938b3771fd704160eba38e9b20172c95af283&rs=/fileupload/data/result//news/report/2020/7cde325842078263525bd3.

(31) لجنة التجارة الاتحادية، 2020، لجنة التجارة الاتحادية تبعث رسائل لتحذير 20 مسوقاً إضافياً للكف عن ترويج ادعاءات غير مدعومة بأدلة بأن منتجاتهم وعلاجاتهم يمكن أن تمنع أو تعالج بفعالية جائحة كوفيد-19؛ مع استغلال المحتالين لمخاوف الجائحة، تتخذ لجنة التجارة الاتحادية وشركاء إنفاذ القانون إجراءات صارمة ضد مخططات الدخل الخادعة على الصعيد الوطني، نشرات صحفية، 12 تشرين الثاني/نوفمبر و14 كانون الأول/ديسمبر، متاحة في الموقع الشبكي التالي: https://www.ftc.gov/news-events/press-releases?page=3 (تم النفاذ إليها في 18 آذار/مارس 2021).

(32) منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، 2020ب، حماية المستهلك المالي، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://www.oecd.org/competition/sectors/financialconsumerprotection.htm (تم النفاذ إليها في 18 آذار/مارس 2021).

(33) مساهمة شيلي في استبيان الأونكتاد.

(34) مساهمة ماليزيا في استبيان الأونكتاد.

وتشير السوق المشتركة لشرق أفريقيا والجنوب الأفريقي إلى أن تسليم المنتجات بعد وقت قصير من بداية الجائحة تأخر لفترة أطول مما كان عليه قبل بدايتها؛ ولم يتمكن بعض التجار على الإنترنت من تسليم المنتجات أو كان هناك تأخير في إصدار المبالغ المردودة أو السلع المستبدلة؛ ولم تُنشَأ نظم داخلية لتسوية الشكاوى[35].

3- الإجراءات المتعلقة باسترداد تكاليف السفر

12- تأثرت صناعة السياحة بشكل كبير بهذه الجائحة، مع انخفاض الاحتياطيات النقدية، وقدمت الحكومات في جميع أنحاء العالم ملايين الدولارات كمساعدات لشركات الطيران لمساعدتها على تجنب الإفلاس. وفي هذا السياق، قد تتردد شركات الطيران في احترام حقوق المستهلك. وفي هذا الصدد، شدد الأونكتاد في حزيران/يونيه 2020 على ضرورة أن تعمل الدول الأعضاء مع شركات الطيران لوضع خطط قسائم طوعية مرضية، مع احترام حقوق المستهلك؛ وإنفاذ قوانين حماية المستهلك من الممارسات التجارية التعسفية مثل العقوبات أو الرسوم وانتهاكات حقوق استرداد المبالغ المدفوعة؛ وتقديم معلومات واضحة ودقيقة وسهلة المنال عن حقوق المستهلك في حالة إلغاء الرحلات الجوية، بما في ذلك استرداد المبالغ المدفوعة؛ واتباع عملية شفافة لتأكيد المنتجات والخدمات وإلغائها وإعادتها واسترداد المبالغ المدفوعة عنها؛ وضمان نظم فعالة لتسوية المنازعات وجبر الضرر للمستهلكين، ولا سيما من خلال الوسائل الإلكترونية[36].

13- ولا يتوقف التزام شركات الطيران برد المبالغ المدفوعة عندما يكون تعطل الرحلات خارجاً عن سيطرة شركة النقل الجوي. وذكرت بعض الدول، مثل أستراليا والصين والولايات المتحدة، فضلاً عن الاتحاد الأوروبي، أن الشركات التجارية ينبغي أن تحترم حقوق المستهلكين في استرداد كامل للمبالغ المدفوعة. وأصدرت اللجنة الأسترالية للمنافسة وحماية المستهلك المشورة للمستهلكين والشركات بشأن حقوقهم والتزاماتهم في حالة الإلغاء بسبب الجائحة[37]. وطلبت الصين من شركات الطيران ووكلاء مبيعات التذاكر التابعين لها عرض رد المبالغ المدفوعة للركاب خلال فترات صلاحية التذاكر وعدم فرض أي رسوم على جميع التذاكر التي تم شراؤها قبل 28 كانون الثاني/يناير 2020 وإذا طُلِب استرداد المبالغ قبل الإقلاع[38]. وقدمت الوكالة الوطنية الإندونيسية لحماية المستهلك توصية إلى وزير النقل بعدم السماح لشركات النقل بتقديم قسائم كمبالغ مستردة[39]. وبدأت تركيا تدبيراً لتحقيق التوازن بين احتياجات المستهلكين واحتياجات الشركات المتأثرة سلباً من الخسائر المالية خلال الجائحة، ووفرت اللائحة المعدلة بشأن اتفاقات الرحلات السياحية الشاملة مرونة مالية للشركات من خلال السماح لها بإعادة المبلغ المحدد في العقد في غضون 74 يوماً بعد رفع الحظر المفروض على الرحلات الجوية[40]. وأصدرت وزارة النقل في الولايات المتحدة إشعاراً بالإنفاذ يوضح أن شركات

(35) ك كاونغا، 2020، Consumer remedies and redress: E-commerce and cross-border cooperation (سبل انتصاف المستهلكين وجبر ضررهم: التجارة الإلكترونية والتعاون عبر الحدود)، عُرِض في المؤتمر السنوي الحادي عشر للحوار الأفريقي لحماية المستهلك، 13 تشرين الأول/أكتوبر، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://www.ftc.gov/news-events/events-calendar/eleventh-annual-african-consumer-protection-dialogue-conference (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

(36) الأونكتاد، 2020هـ، Airlines must respect consumers' rights (على شركات الطيران أن تحترم حقوق المستهلكين)، 4 حزيران/يونيو، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://unctad.org/news/airlines-must-respect-consumers-rights (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

(37) اللجنة الأسترالية للمنافسة وحماية المستهلك، 2020.

(38) الصين، إدارة الطيران المدني، 2020.

(39) مساهمة إندونيسيا في استبيان الأونكتاد.

(40) مساهمة تركيا في استبيان الأونكتاد.

الطيران الأمريكية والأجنبية لا تزال ملزمة برد المبالغ فوراً للركاب الذين دفعوها عن الرحلات المتجهة إلى الولايات المتحدة أو داخلها أو منها عندما تكون شركة النقل الجوي قد ألغت رحلة مقررة للركاب أو أدخلت تغييراً كبيراً على الجدول الزمني واختار الراكب عدم قبول البديل الذي تقدمه[41]. وفي الاتحاد الأوروبي، في حالة إلغاء رحلة من قبل شركة طيران، تكون شركة النقل الجوي ملزمة بتقديم خيار السداد (استرداد المبالغ المدفوعة) للركاب، أو تغيير المسار في أقرب فرصة أو تغيير المسار في وقت لاحق حسبما يلائم الركاب. وتنص التوصية 648/2020 المؤرخة 13 أيار/مايو 2020، بشأن القسائم المقدمة للركاب والمسافرين كبديل لسداد تكاليف حزمة خدمات السفر والنقل الملغاة في سياق جائحة كوفيد-19، على أن من حق مستهلك الحزمة الملغاة أن يسترد المبالغ التي دفعها كاملة من خلال السداد أو القسيمة إذا كان الإلغاء ناتجاً عن الجائحة، ولكن إذا اقترحت شركة نقل معينة قسيمة، فإن هذا العرض لا يمكن أن يؤثر على حق الراكب في اختيار السداد بدلاً من ذلك[42].

باء- إجراءات أخرى

1- الإجراءات الموجهة إلى الشركات، بما في ذلك المنصات الإلكترونية

14- أدخل تنقيح مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك في عام 2015 مجموعة من مبادئ الممارسات التجارية الجيدة لضمان تعامل الشركات مع المستهلكين بطريقة عادلة ونزيهة في جميع مراحل علاقتهما حتى يكون ذلك جزءاً لا يتجزأ من ثقافة الشركات. وتنطبق هذه المبادئ في جميع المبادئ التوجيهية كأسس مرجعية للممارسات الجيدة التي تنطبق على جميع أشكال التجارة، بما في ذلك التجارة الإلكترونية. وينبغي ألا تُخضِع المؤسسات التجارية المستهلك لممارسات غير قانونية أو منافية للأخلاق أو تمييزية أو خادعة، مثل أساليب التسويق التعسفية أو وسائل تحصيل الديون التعسفية أو غير ذلك من أشكال السلوك غير اللائق التي قد تشكل مخاطر لا داعي لها أو تلحق ضرراً بالمستهلك (الفقرة 11(ب)).

15- ووافقت البرازيل على مبدأين توجيهيين في عام 2020 يهدفان إلى بناء ثقافة ممارسات تجارية جيدة في السوق الرقمية: تُشجَّع المنصات الإلكترونية على فرض قدر أكبر من السيطرة على تسجيل مستخدمي الأعمال التجارية وتعليق أولئك الذين يتبين بيعهم لمنتجات غير مشروعة؛ ومن المتوقع أن تعتمد المنصات الإلكترونية تدابير لتحديد ومنع وجود منتجات غير مشروعة[43]. واجتمعت حكومة جامايكا مع مصنعي وموزعي المنتجات المضادة للفيروسات و/أو المطهرة لضمان زيادة إنتاجها لتلبية طلب المستهلكين ووقف التسعير المفرط[44]. وفي نيجيريا، بعد تحذير وجهته اللجنة الاتحادية للمنافسة وحماية المستهلك إلى البائعين المتورطين في التلاعب بالأسعار، شطب مشغل رائد للسوق على الإنترنت طوعاً من منصته 390 منتجاً من منتجات 168 بائعاً لأقنعة الوجه ومطهر اليدين[45]. وفي بيرو، أطلق المعهد الوطني للدفاع عن

(41) الولايات المتحدة، وزارة النقل، 2020.

(42) المفوضية الأوروبية، 2020أ؛ المفوضية الأوروبية، 2020ب.

(43) مساهمة البرازيل في استبيان الأونكتاد.

(44) https://www.consumeraffairsjamaica.gov.jm/portal/index.php/special-features/news-release/405-cac-urging-retailers-to-stop-excessive-pricing-of-cleaning-products.

(45) نيجيريا، اللجنة الاتحادية للمنافسة وحماية المستهلك، 2020، Jumia delists 390 products on account of FCCPC[Federal Competition and Consumer Protection Commission] warning over hike in prices of protective and hygiene products (جوميا تشطب 390 منتجاً بسبب تحذير اللجنة الاتحادية للمنافسة وحماية المستهلك من ارتفاع أسعار منتجات الحماية والنظافة الصحية، 13 آذار/مارس، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://www.fccpc.gov.ng/news-events/releases/2020/03/13/jumia-delists-390-products-on-account

المنافسة وحماية الملكية الفكرية أول جائزة للمستهلكين تعترف بالشركات ذات الممارسات الجيدة التي تحابي المستهلكين أثناء الجائحة[46]. وفي سيشيل، عقدت لجنة التجارة العادلة اجتماعات مع رابطة تجار التجزئة لإشراكهم في معالجة مختلف الشكاوى في قطاع التجزئة[47]. وفي الولايات المتحدة، أنشأت لجنة التجارة الاتحادية الموقع الشبكي المخصص لإرشاد الشركات خلال فيروس كورونا لتزويد الشركات بإرشادات الامتثال والمشورة بشأن الحماية من عمليات الاحتيال التي تستهدف الشركات، وأنشأت، مع جهات تنظيمية قطاعية أخرى، أداة لمطوري تطبيقات الهاتف المحمول ذات الصلة بالصحة مصممة لمساعدة المطورين على فهم القوانين واللوائح الاتحادية التي قد تنطبق على تطبيقاتهم. وحث مجلس المستهلك في هونغ كونغ (الصين) الشركات على الوفاء بمسؤولياتها الاجتماعية وسط الجائحة والحفاظ على الاسعار عند مستوى معقول[48].

16- وقد زادت المنصات الرقمية من قوتها السوقية زيادة كبيرة وانتشرت الإعلانات الكاذبة والخادعة من خلال هذه المنصات بسرعة في عام 2020، مما تسبب في أضرار مالية ومادية للمستهلكين[49]. ويمكن أن تؤدي العلاجات المزعومة أو الكاذبة إلى ضرر خطير أو مخاطر صحية. ونسقت المفوضية الأوروبية عملية تمشيط للمواقع الشبكية بهدف الكشف عن الادعاءات أو المنتجات الكاذبة في سياق الجائحة، وفي هذا الصدد، أزالت المنصات ملايين الإعلانات المضللة أو قوائم المنتجات أو حجبتها؛ فعلى سبيل المثال، حجبت شركة غوغل أو أزالت أكثر من 80 مليون إعلان متعلق بفيروس كورونا على مستوى العالم، وحجبت شركة إيباي أو أزالت من سوقها العالمية أكثر من 17 مليون قائمة انتهكت قواعد المفوضية الأوروبية لحماية المستهلك[50]. وبالإضافة إلى ذلك، أنشأت المفوضية الأوروبية برنامجاً لرصد الإجراءات التي تتخذها المنصات للحد من انتشار المعلومات المضللة المتصلة بالجائحة، وفي هذا الصدد، ذكرت شركة تويتر أن 263 1 تغريدة مروَّجة انتهكت سياسات المنصة بشأن الجائحة في الفترة من 1 إلى 30 أيلول/سبتمبر 2020، حيث كشفت الأنظمة الآلية عن حوالي 93 في المائة من المحتوى المسبب للانتهاك وخضع ما يقرب من 7 في المائة للمراجعة البشرية ورُفِض بسبب انتهاكه للسياسات[51].

-of-fccpc-warning-over-hike-in-prices-of-protective-and-hygiene-products-assures-commission-of-cooperation/ (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

(46) حكومة بيرو، 2020ب، جائزة "أولاً، العملاء" ستعترف بالممارسات الجيدة لصالح المستهلكين التي تنفذها الشركات والنقابات الخاصة والعامة، قبل جائحة كوفيد-19 أو أثناءها، 24 تموز/يوليو، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/217729-indecopi-premio-primero-los-clientes-reconocera-buenas-practicas-a-favor-de-los-consumidores-implementadas-por-empresas-privadas-publicas-y-gremios-antes-o-durante-la-pandemia-por-la-covid-19 (تم النفاذ إليه في 18 مارس 2021).

(47) مساهمة سيشيل في استبيان الأونكتاد.

(48) مساهمة هونغ كونغ (الصين) في استبيان الأونكتاد.

(49) انظر منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، 2020ج، Protecting online consumers during the COVID-19 crisis (حماية المستهلكين على الإنترنت خلال أزمة كوفيد-19)، 28 نيسان/أبريل، متاحة في الموقع الشبكي التالي: https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/protecting-online-consumers-during-the-covid-19-crisis-2ce7353c (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

(50) المفوضية الأوروبية، 2020ج، Coronavirus: Following Commission's call, platforms remove millions of misleading ads (فيروس كورونا: بعد دعوة المفوضية، منصات تزيل ملايين الإعلانات المضللة)، 26 أيار/مايو، متاحة في الموقع الشبكي التالي: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_938 (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

(51) المفوضية الأوروبية، 2020د، Third set of reports: Fighting COVID-19 disinformation monitoring programme (المجموعة الثالثة من التقارير: برنامج رصد مكافحة المعلومات المضللة بشأن كوفيد-19)، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/third-set-reports-fighting-covid-19-disinformation-monitoring-programme (تم النفاذ إليه في 31 آذار/مارس 2021).

2- الإجراءات المتخذة لحماية المستهلكين الضعفاء والمحرومين

17- تشمل الاحتياجات المشروعة التي ترمي مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك إلى تلبيتها وصول المستهلكين إلى السلع والخدمات الأساسية؛ وحماية المستهلكين الضعفاء والمحرومين (الفقرة 5). وتنص المبادئ التوجيهية أيضاً على أن الدول الأعضاء ينبغي أن تشجع وصول الجميع إلى المرافق العامة، مع مراعاة احتياجات المستهلكين الضعفاء والمحرومين (الفقرة 77).

18- ولاحظ الفريق العامل المعني بحماية المستهلكين الضعفاء والمحرومين أن مفهوم ضعف المستهلكين مفهوم يتغير بحسب السياق وأن التعاريف تختلف باختلاف البلدان. غير أن سلطات حماية المستهلك تركز جهودها تقليدياً على الأطفال وكبار السن والمستهلكين الريفيين والأميين والمستهلكين ذوي الإعاقة[52]. وترى بعض الدول، مثل لبنان ومصر، أن المستهلكين ضعفاء أصلاً[53]. واستهدفت شركات عديمة الضمير المستهلكين الضعفاء، ولا سيما النساء، الذين يسعون إلى كسب دخل إضافي أو تحسين مستوى معيشتهم. وفي هذا الصدد، قامت لجنة المنافسة وحماية المستهلك في أيرلندا بحملة في أيار/ مايو 2020 باستخدام إعلانات عرض رقمية على وسائط التواصل الاجتماعي لتنبيه المستهلكين الضعفاء إلى المخاطر المحتملة للانضمام إلى مخطط هرمي واحتمال خسارة الأموال وإدراج سوابق في السجل الجنائي[54].

19- وفرضت الأرجنتين حظراً على إخلاء المستأجرين الذين لم يدفعوا الإيجار، في البداية حتى 30 أيلول/سبتمبر 2020، ثم مددته في وقت لاحق إلى نهاية كانون الثاني/يناير 2021؛ واعتمدت القرار رقم 2020/139 لإضفاء الطابع المؤسسي على السياسات المتمايزة والتفضيلية للمستهلكين الضعفاء للغاية في إنفاذ القانون الوطني[55]. وفي البرازيل، يقدر أن 45 مليون مستهلك لديهم إعاقات. وأطلقت الأمانة الوطنية للمستهلك مجموعة من المبادرات الإيجابية التي تهدف إلى تعزيز إدماج الأشخاص ذوي الإعاقة في سوق الاستهلاك الرقمي المتنامية. ووضعت وزارة حقوق الإنسان ووزارة العدل والأمن العام سياسات عامة لتحسين نوعية حياة الأشخاص ذوي الإعاقة. وبالإضافة إلى ذلك، أصدرت الأمانة الوطنية للمستهلك معلومات عن حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة في العلاقات مع المستهلكين؛ ومعلومات مفصلة عن واجبات مقدمي الخدمات والمنتجات؛ وأطلقت آلية لإدراج الأشخاص ذوي الإعاقة بشكل أفضل في التجارة الإلكترونية[56]. ووفرت بوركينا فاسو وكوت ديفوار ومالي الكهرباء والماء مجاناً لفئات اجتماعية ضعيفة محددة[57]. وسمحت ألمانيا للمستهلكين بأن يرفضوا مؤقتاً الوفاء بالتزامات الدفع المتعلقة بالكهرباء أو الهاتف أو الخدمات الأساسية الأخرى، مثل أنواع معينة من التأمين، إذا لم يكن الوفاء ممكناً دون أن يؤثر ذلك سلباً على سبل العيش[58]. وحظرت إيطاليا وإسبانيا قطع إمدادات الطاقة السكنية بسبب عدم الدفع وأرجأتا زيادة التعريفات

(52) TD/RBP/CONF.9/2.

(53) الأونكتاد، 2018، Working group on the protection of vulnerable and disadvantaged consumers (تقرير: الفريق العامل المعني بحماية المستهلكين الضعفاء والمحرومين)، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://unctad.org/meeting/intergovernmental-group-experts-consumer-protection-law-and-policy-third-session (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

(54) مساهمة أيرلندا في استبيان الأونكتاد. المخططات الهرمية عملية احتيال تتعلق بالتسويق والاستثمار ويُمنَح الفرد فيها فرصة لتسويق منتج معين ويتحقق الربح ليس من خلال بيع المنتج ولكن من خلال توظيف آخرين في المخطط (انظر https://www.ccpc.ie/business/enforcement/criminal-enforcement/pyramid-schemes).

(55) مساهمة الأرجنتين في استبيان الأونكتاد.

(56) مساهمة البرازيل في استبيان الأونكتاد.

(57) انظر https://unctad.org/system/files/official-document/ccpb_AFWeb_WAEMU_EXP_COMP_POLICY_%20final-1.pdf.

(58) مساهمة ألمانيا في استبيان الأونكتاد.

الاجتماعية التي يجب تجديدها كل عام في إيطاليا وكل سنتين في إسبانيا[59]. وأنشأت اليابان خطاً ساخناً للمستهلكين خاصاً بالمسائل المتصلة بالاستحقاقات النقدية[60]. وأصدرت كينيا توجيهاً لمقدمي خدمات المياه ليواصلوا الإمداد بالمياه بغض النظر عن متأخرات الفواتير[61]. وفي ماليزيا، عُدِّل قانون حماية المستهلك لعام 1999 لمنع مقدمي التسهيلات الائتمانية من فرض رسوم التأخر عن السداد ومن بدء إجراءات قانونية ضد المشترين لفترة محددة من الزمن، وتم تزويد المقيمين في 691 منطقة ريفية مختارة بمواد أساسية، مثل الأرز والغاز، بأسعار حددتها الحكومة[62]. ومددت جمهورية كوريا الموعد المحدد لفواتير الكهرباء بثلاثة أشهر للمستهلكين الضعفاء مثل المعوقين والمهاجرين والمسنين. وبالإضافة إلى ذلك، أطلقت وكالة المستهلك في أيلول/سبتمبر 2020 برنامجاً تثقيفياً بشأن سهولة الوصول إلى التجارة الإلكترونية، يستهدف المستهلكين المسنين[63]. وفرضت جنوب أفريقيا قيوداً على إنفاذ الديون[64]. وفي المملكة المتحدة، اتفقت الحكومة ومشغلو الاتصالات على إبقاء خدمات الإنترنت في متناول المستهلكين الضعفاء[65]. وفي الولايات المتحدة، عالجت وزارة العدل أكبر عملية تمشيط منسقة لقضايا الاحتيال على المسنين في التاريخ، شملت أكثر من 250 متهماً في جميع أنحاء العالم وقع ضحيتهم أكثر من مليون أمريكي[66].

3- الإجراءات المتخذة لتسهيل الوصول إلى العدالة

20- من بين الاحتياجات المشروعة التي ترمي مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك إلى تلبيتها توافر حل فعال للمنازعات بين المستهلكين وجبر الضرر؛ وتنص المبادئ التوجيهية أيضاً على أن الدول الأعضاء ينبغي أن تضع سياسات لحماية المستهلك تشجع على تسوية المنازعات وجبر الضرر بطريقة عادلة وميسورة التكلفة وسريعة (الفقرتان 5 و14(ز)).

21- وفي البرازيل، أنشأت الأمانة الوطنية للمستهلك منصة لتسوية المنازعات عبر الإنترنت منذ عام 2015؛ وفي عام 2020، جعلت من الإلزامي على الفئات الثلاث التالية من الأعمال التجارية المشاركة في المنصة: الأعمال التجارية ذات النطاق الوطني أو الإقليمي في القطاع العام وقطاع الخدمات الأساسية؛ والمنصات الرقمية في قطاعات توصيل الأغذية والنقل الفردي والجماعي؛ والشركات الـ 200

(59) كلية فلورنسا للتنظيم، 2020، Measures to tackle the COVID-19 outbreak impact on energy poverty (التدابير الرامية إلى التصدي لتأثير تفشي كوفيد-19 على فقر الطاقة)، 22 نيسان/أبريل، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://fsr.eui.eu/measures-to-tackle-the-covid-19-outbreak-impact-on-energy-poverty (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

(60) مساهمة اليابان في استبيان الأونكتاد.

(61) الصرف الصحي والمياه للجميع، 2020، Financing water, sanitation and hygiene in COVID-19 era: Lessons from Kenya (تمويل المياه والصرف الصحي والنظافة الصحية في عهد كوفيد-19: دروس من كينيا)، 15 تشرين الأول/أكتوبر، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://www.sanitationandwaterforall.org/news/financing-water-sanitation-and-hygiene-covid-19-era-lessons-kenya (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

(62) مساهمة ماليزيا في استبيان الأونكتاد.

(63) انظر https://www.kca.go.kr/home/sub.do?menukey=4002.

(64) مجموعة أبحاث قانون المستهلك، 2020، قانون المستهلك وسياسته المتعلقة بتغير الظروف بسبب جائحة كوفيد-19، *مجلة سياسة المستهلك*، 437:43-450.

(65) منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، 2020ج.

(66) الولايات المتحدة، وزارة العدل، 2018، وزارة العدل تنسق عملية تمشيط الاحتيال على المسنين في جميع أنحاء البلد لأكثر من 250 متهماً، 22 شباط/فبراير، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://www.justice.gov/opa/pr/justice-department-coordinates-nationwide-elder-fraud-sweep-more-250-defendants (تم النفاذ إليه في 18 مارس/آذار 2021).

التي سجلت أكبر عدد من الشكاوى في النظام الوطني للدفاع عن المستهلك[67]. وأنشأت إسبانيا والجمهورية الدومينيكية وشيلي وفرنسا والمغرب والمكسيك، من بين دول أخرى، بوابات إلكترونية مخصصة تتضمن أحدث المعلومات للمستهلكين[68]. وأطلقت كولومبيا طلباً للمستهلكين يسمح بالإبلاغ عن انتهاكات حماية المستهلك المتصلة بالجائحة في الوقت الحقيقي[69]. وأطلقت هيئة المنافسة في كينيا بوابة عامة على الإنترنت يمكن للمستهلكين من خلالها تقديم الشكاوى بسهولة أكبر[70]. وأدخلت ماليزيا وسيشيل أساليب جديدة لتقديم الشكاوى، بما في ذلك من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، لتسهيل الإبلاغ عن الشكاوى[71]. ويسرت جمهورية كوريا، من خلال مراكز الاتصال الخاصة بإسداء المشورة للمستهلكين، تقديم الشكاوى المتعلقة بالجائحة من جانب المستهلكين. واستخدمت وكالة المستهلك نظام تسوية المنازعات على الإنترنت للاستجابة فوراً لمشاكل المستهلكين أثناء الجائحة، وحتى كانون الأول/ديسمبر 2020، كانت تشارك في النظام أكثر من 140 شركة[72]. وفي ماكاو (الصين)، أطلق مجلس المستهلك منصة "المستهلك على الإنترنت"، وهو منصة واحدة للشكاوى والاستفسارات[73].

رابعاً- العمل المستقبلي والمجالات المطروحة لمزيد من النقاش

22- لا تزال وكالات حماية المستهلك تواجه تحديات يثيرها و/أو يعززها سياق الجائحة. ويمكن تحديد مجالين رئيسيين من مجالات الاهتمام على أنهما يتطلبان باستمرار عناية خاصة، وهما حماية المستهلك في الأسواق الرقمية، مع التركيز بشكل خاص على المستهلكين الضعفاء والمحرومين؛ والتعاون الدولي في مجال إنفاذ القانون.

ألف- حماية المستهلك في الأسواق الرقمية

23- وفقاً لمؤشر الأونكتاد للتجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين، لا تزال أوروبا في عام 2020 المنطقة الأكثر استعداداً للمشاركة في التجارة الإلكترونية والاستفادة منها، بقيادة سويسرا. وتشمل المعايير الوصول إلى خواديم الإنترنت الآمنة، وموثوقية الخدمات البريدية والهياكل الأساسية وحصة الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت ويمتلكون حساباً لدى مؤسسة مالية أو مقدّم للخدمات المالية المتنقلة. وكانت الاقتصادات النامية العشرة التي سجلت أعلى الدرجات كلها في آسيا، حيث سجلت سنغافورة وهونغ كونغ (الصين) أعلى الدرجات، وكانت أقل البلدان نمواً هي التي حصلت على معظم أدنى الدرجات. ومثلت أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي 6 في المائة من إجمالي عدد المتسوقين على الإنترنت في العالم في عام 2019، ومع ذلك عزز الوباء التسوق على الإنترنت في المنطقة. ففي الأرجنتين، مثلاً، بلغ عدد المشترين على الإنترنت خلال الجائحة لأول مرة ما يعادل 30 في المائة من قاعدة التسوق على الإنترنت

(67) مساهمة البرازيل في استبيان الأونكتاد.

(68) مساهمة شيلي في استبيان الأونكتاد؛ الأونكتاد، 2020د.

(69) الأونكتاد، 2020، التقرير الموجز للأسبوع الإلكتروني لعام 2020، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://unctad.org/meeting/eweek-online-events-dialogues-webinars-and-meetings (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

(70) مساهمة كينيا في استبيان الأونكتاد. البوابة متاحة في الموقع الشبكي التالي: https://competition.cak.go.ke:444.

(71) مساهمة ماليزيا وسيشيل في استبيان الأونكتاد.

(72) مساهمة جمهورية كوريا في استبيان الأونكتاد.

(73) انظر https://www.consumer.gov.mo/News/Public.aspx?lang=en.

في عام 2019؛ وفي البرازيل، تسوق 7,3 ملايين شخص على الإنترنت لأول مرة. ويستخدم الإنترنت أقل من ثلث السكان في أفريقيا مقارنة بثلاثة أرباع السكان في غرب آسيا[74].

24- وتختلف التنمية الرقمية والهياكل الأساسية الموصولة باختلاف المناطق والبلدان وعبر التركيبة السكانية داخل البلدان. وينبغي توفير إمكانية الوصول إلى الإنترنت المفتوح والآمن بأسعار معقولة، مع مراعاة احتياجات المسنين والمستهلكين ذوي الإعاقة الذين قد يكونون أقل دراية بالأدوات الرقمية أو أقل ارتياحاً لها، وبالتالي أكثر عرضة للاحتيال الرقمي[75]. وقد أدت الجائحة إلى تفاقم أوجه الضعف القائمة. فعلى سبيل المثال، ساهم مزيج من الحالة الصحية والقدرة المعرفية والعزلة الاجتماعية في جعل المستهلكين المسنين أكثر عرضة للاستغلال المالي، مما زاد من الحاجة إلى ضمان قدراتهم الرقمية[76].

25- وينبغي للدول أن تعزز سياسات حماية المستهلك في السوق الرقمية، مع التركيز بشكل خاص على المستهلكين الضعفاء، نظراً إلى الدروس المستفادة بعد مرور عام واحد على بداية انتشار الجائحة. ويمكن تحقيق ذلك من خلال مزيج من الصكوك التالية:

(أ) تشريع جديد يتناول الممارسات التجارية غير العادلة في الأسواق الرقمية ويمنح المنصات الرقمية مسؤوليات جديدة[77]؛

(ب) مواصلة إنفاذ القانون بقوة، وتخويل وكالات حماية المستهلك سلطات الإنفاذ اللازمة لإجراء التحقيقات وفرض الجزاءات وسبل الانتصاف المناسبة للتصدي بفعالية للانتهاكات؛

(ج) زيادة برامج التعليم والإعلام المصممة خصيصاً، مع إيلاء اهتمام خاص لاحتياجات المستهلكين الضعفاء والمحرومين في المناطق الريفية والحضرية على السواء، بما في ذلك المستهلكون ذوو الدخل المنخفض وأولئك الذين لديهم مستويات منخفضة أو غير موجودة من الإلمام بالقراءة والكتابة (مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك، الفقرة 42)[78]؛

(74) الأونكتاد، 2021، مؤشر الأونكتاد للتجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين لعام 2020: تسليط الضوء على أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي، مذكرات الأونكتاد التقنية بشأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لأغراض التنمية رقم 17.

(75) المفوضية الأوروبية، 2020هـ، رسالة من المفوضية إلى البرلمان الأوروبي والمجلس: أجندة جديدة للمستهلكين – تعزيز قدرة المستهلك على الصمود من أجل الانتعاش المستدام، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2020:0696:FIN (تم النفاذ إليه في 31 آذار/مارس 2021).

(76) منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، 2020د، حماية المستهلك المالي وشيخوخة السكان، متاح في الموقع الشبكي التالي: https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/financialconsumerprotection.htm (تم النفاذ إليه في 18 آذار/مارس 2021).

(77) في الاتحاد الأوروبي، يهدف اقتراح وضع لائحة للبرلمان الأوروبي والمجلس بشأن سوق واحدة للخدمات الرقمية (قانون الخدمات الرقمية) إلى تعزيز مسؤولية المنصات الإلكترونية، التي ينبغي أن تساعد، من بين أمور أخرى، في الحفاظ على المعلومات المتعلقة بالتجار، للمساعدة في تعقب بائعي السلع أو الخدمات غير المشروعة.

(78) تبين خريطة الأونكتاد العالمية لحماية المستهلك أن وكالات حماية المستهلك في 80 من الدول الأعضاء الـ 89 التي ردت على استبيان الأونكتاد في هذا الصدد توفر مبادرات تثقيفية للمستهلكين، وفي 58 دولة، تُنظَّم مبادرات تتعلق بالتجارة الإلكترونية. بيد أن 40 دولة فقط تنظم مبادرات تعليمية للمستهلكين الضعفاء. فعلى سبيل المثال، تُحدَّد الفئات الضعيفة من السكان الذين تعطى لهم الأولوية، في أستراليا، على أنها السكان الأصليون والأقليات والمستهلكون ذوو الإعاقة؛ وفي كولومبيا، على أنها الأطفال والمستهلكون ذوو الإعاقة؛ وفي تشيكيا، على أنها كبار السن؛ وفي ألمانيا، على أنها الأطفال أو المسنون أو اللاجئون. وفي البرتغال، صدر في عام 2016 دليل عملي للمستهلكين المسنين لزيادة الوعي بحقوق المستهلكين المسنين على الإنترنت وفي توفير الخدمات العامة والمالية الأساسية.

(د) تشجيع الممارسات التجارية الجيدة، من خلال اعتماد أفضل الممارسات ومدونات قواعد السلوك التي تعزز حماية المستهلك وتزيد من ثقته[79]؛

(هـ) آليات تسوية المنازعات الإلكترونية، مما يضمن إتاحة الشركات آليات تعالج الشكاوى تتيح للمستهلكين تسوية عاجلة وعادلة وشفافة وقليلة التكلفة وبسيرة المنال وسريعة وفعالة لمنازعاتهم دون تحميلهم تكاليف أو أعباء لا داعي لها (مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك، الفقرة 11(و))[80].

باء- التعاون الدولي في مجال إنفاذ القانون

26- يسلط البعد العالمي لمقتنيات المستهلكين، خاصة من خلال التجارة الإلكترونية، الضوء على أهمية التعاون الدولي في مجال إنفاذ القانون. وسجل موقع الشبكة الدولية لحماية المستهلك وإنفاذ القانون المخصص لجمع الشكاوى عبر الحدود أكثر من 835 60 شكوى دولية في عام 2020، بالمقارنة مع 000 39 شكوى في عام 2019. ويوضح ذلك الأهمية المستمرة للتعاون الدولي في مجال حماية المستهلك، حيث إن قضايا حماية المستهلك عبر الحدود تصاحب بالضرورة الزيادة في معاملات التجارة الإلكترونية.

27- والفرع السادس من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك مكرَّس للتعاون الدولي (الفقرات 79-94). وشمل تنقيح عام 2015 توصيات عن التعاون بشأن إنفاذ القانون عبر الحدود تستند إلى المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك من الممارسات التجارية الاحتيالية والخادعة العابرة للحدود الصادرة عن منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي. وتنص مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك على أن الدول الأعضاء ينبغي أن تتعاون أو تشجع التعاون في إنفاذ سياسات حماية المستهلك من أجل تحقيق نتائج أكبر في حدود الموارد المتاحة، وتقدم أمثلة من قبيل التعاون في إنشاء مرافق اختبار أو استخدامها استخداماً مشتركاً، وإجراءات اختبار مشتركة، وتبادل معلومات المستهلكين وبرامج التعليم، وبرامج تدريب مشتركة، وصياغة مشتركة للأنظمة. وهذا الإنفاذ ليس متجانساً لأن وضع اللوائح يجري في المجموعات الإقليمية وهناك نقص في المختبرات المتخصصة لإجراء الاختبارات في البلدان النامية.

28- وتبين خريطة الأونكتاد العالمية لحماية المستهلك أن هناك تعاوناً محدوداً في مجال إنفاذ القانون عبر الحدود فيما يتعلق بحماية المستهلك (أبلغت 31 دولة من الدول الأعضاء الـ 89 التي ردت على استبيان الأونكتاد في هذا الصدد بأن لديها خبرة في مجال التعاون عبر الحدود)، مع تحديد القانون والولاية القضائية واجبي التطبيق باعتبارهما العقبة الرئيسية، وأن هذا التعاون يجري في معظمه بين وكالات البلدان المتقدمة النمو. وقد مهدت القيود المتصلة بالجائحة الطريق لزيادة التجارة الدولية على الإنترنت، مما أبرز الحواجز اللغوية، والافتقار إلى السلطات القانونية لمعالجة الممارسات التجارية غير العادلة عبر الحدود، ومحدودية

(79) على سبيل المثال، تقوم الشعبة الوطنية للإعلان في الولايات المتحدة، وهي الهيئة التنظيمية الذاتية لصناعة الإعلان، برصد الإعلانات الوطنية في جميع وسائط الإعلام، وتتمثل إحدى أولوياتها في استعراض الادعاءات الإعلانية التي تستهدف السكان الضعفاء. وتشجع الشبكة الدولية لحماية المستهلك وإنفاذ القانون أصحاب المصلحة على إيلاء الاعتبار المناسب للمستهلكين الذين قد يكونون عرضة للخطر بسبب سنهم أو خبرتهم أو مدى إلمامهم بالقراءة والكتابة الرقمية. وهذا مفيد بشكل خاص فيما يتعلق بالقضايا العابرة للحدود، حيث يكون الحصول على جبر ضرر المستهلك عن طريق إنفاذ القانون أكثر صعوبة مما هو عليه في القضايا المحلية.

(80) على سبيل المثال، أدخل الاتحاد الأوروبي والبرازيل وكولومبيا والمكسيك آليات لتسوية المنازعات على الإنترنت (انظر TD/B/C.I/CPLP/11). وتبين خريطة الأونكتاد العالمية لحماية المستهلك أن 67 في المائة من الدول الأعضاء الـ 89 التي ردت على استبيان الأونكتاد في هذا الصدد توفر آليات خارج المحكمة أو بديلة لتسوية المنازعات. وترمي رابطة أمم جنوب شرق آسيا إلى تحقيق هدف اعتماد جميع البلدان الأعضاء آليات بديلة لتسوية المنازعات بحلول عام 2025، وفي هذا السياق، ينفذ الأونكتاد مشروع تعاون تقني لتقديم تسوية المنازعات عبر الإنترنت للمستهلكين في جنوب شرق آسيا (انظر https://aseanconsumer.org/read-publication-asean-strategic-action-plan-for-consumer-protection-asapcp-2025 and https://unctad.org/news/partnership-deliver-online-dispute-resolution-consumers).

إمكانية الوصول إلى العدالة والجبر. وتحتاج معظم البلدان النامية التي توجد بها قوانين لحماية المستهلك إلى تحسين أطرها وتعزيز قدراتها في مجال الإنفاذ. ويمكن للمنظمات الاقتصادية الإقليمية أن تسهم في تحسين التعاون في مجال الإنفاذ عبر الحدود، وتوفير تبادل منتظم للمعلومات بين المنظمات والشبكات الدولية بشأن أفضل الممارسات، وتحديد التحديات المشتركة وسبل التعاون. والأونكتاد في وضع جيد يتيح له "ربط الشبكات" فيما بين المنظمات والمبادرات المتعددة الأطراف والإقليمية ذات الصلة، ومساعدة فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بقوانين وسياسات حماية المستهلك على "تبادل المعلومات المتعلقة ببرامج العمل ومواضيع التشاور، وتحديد المشاريع التي تتيح المجال لتقاسم العمل والتعاون في مجال تقديم المساعدة التقنية" (مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك، الفقرة 97(و))[81].

جيم- مجالات مطروحة لمزيد من النقاش

29- بالنظر إلى التدابير والقرارات والإجراءات المتعلقة بحماية المستهلك التي اتخذت في جميع أنحاء العالم في عام 2020، استجابت وكالات حماية المستهلك بسرعة وعلى النحو المناسب للأزمات غير المسبوقة التي سببتها الجائحة. غير أن بعض المجالات التي تثير القلق تتطلب مواصلة الاهتمام، خاصة تعزيز حماية المستهلك في الأسواق الرقمية، ولا سيما فيما يتعلق بالمستهلكين الضعفاء والمحرومين؛ وتحسين التعاون الدولي في مجال إنفاذ القانون.

30- وقد يود المندوبون المشاركون في الدورة الخامسة لفريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بقوانين وسياسات حماية المستهلك أن ينظروا في الأسئلة التالية بغرض مناقشتها:

(أ) ما هي الاتجاهات والتحديات الناشئة في مجال حماية المستهلك في أعقاب هذه الجائحة؟

(ب) ما هي مجالات مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك التي ستحتاج إلى مزيد من التنفيذ في أعقاب هذه الجائحة؟

(ج) كيف يمكن للأونكتاد أن يدعم على نحو أفضل الدول الأعضاء، ولا سيما البلدان النامية، في هذه المجالات الحاسمة، وبالخصوص مواصلة تشجيع التعاون الدولي في مجال إنفاذ القانون؟

(81) See ACM Cipriano and AI Vila, 2020, International cooperation in consumer protection, Research Paper No. 54, UNCTAD. ويهدف الفريق العامل المعني بحماية المستهلك في التجارة الإلكترونية إلى تقديم توصيات للبلدان النامية بشأن تحسين التعاون في مجال الإنفاذ عبر الحدود في العصر الرقمي، مع مراعاة المناقشات الجارية في إطار الشبكة الدولية لحماية المستهلك وإنفاذ القانون ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي. وشدد العديد من المناقشين في مؤتمر الأمم المتحدة المعني باستعراض جميع جوانب مجموعة المبادئ والقواعد المنصفة المتفق عليها اتفاقاً متعدد الأطراف من أجل مكافحة الممارسات التجارية التقييدية على دور الأونكتاد في توفير منتدى وتوجيهاً للدول الأعضاء، من خلال مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك، بشأن مواءمة القوانين وتحديد العقبات التي تعترض التعاون عبر الحدود.