



הצהרה בדבר הגנת והעצמת
צרכנים במעבר הדיגיטלי
והמעבר הירוק

תרגום לא רשמי

כלים משפטיים של ה-OECD

מסמך זה מתפרסם תחת אחריותו של מזכ"ל ה-OECD. הדעות המובעות והטיעונים המשמשים כאן אינם משקפים בהכרח את העמדות הרשמיות של המדינות החברות ב-OECD.

מסמך זה, כמו גם כל נתון או מפה הכלולים בו, הם מבלי לפגוע בזכויות בכל הנוגע למעמד של כל טריטוריה, לתיחום גבולות בינלאומיים ולשם של כל טריטוריה, עיר או אזור.

מסמך זה מסופק ללא תשלום. ניתן לשכפל ולהפיץ אותו ללא תשלום וללא צורך באישורים נוספים, כל עוד לא נעשה בו כל שינוי. לא ניתן למכור אותו.

תרגום זה הוכן על ידי הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן למטרות מידע בלבד, ואין באפשרות ה-OECD להבטיח את דיוקו. הנוסחים הרשמיים היחידים הם הטקסטים באנגלית ובצרפתית הזמינים באתר האינטרנט של ה-OECD בכתובת <https://legalinstruments.oecd.org>

רקע

ההצהרה בדבר הגנת והעצמת צרכנים במעבר הדיגיטלי ובמעבר הירוק אומצה ב-9 באוקטובר 2024 לרגל מפגש של הוועדה למדיניות צרכנית (CCP) ברמת שרים (להלן, "פגישת CCP המיניסטריאלית") שנערכה ב-OECD בפריז, צרפת.

מפגש 2024 של הוועדה למדיניות צרכנית ברמת שרים

מאז הקמתה ב-1969, ה-CCP פועלת לקדם את רווחת הצרכנים באמצעות מדיניות וצעדים להגנה על צרכנים מנזקים ולהעצמתם לקבל החלטות מושכלות. נוכח ההתפתחויות הדיגיטליות המהירות והידרדרות סביבתית גוברת, פגישת ה-CCP המיניסטריאלית של 2024 התוותה חזון למדיניות צרכנית לניצול הזדמנויות ומענה לאתגרים הגלובליים שמציבים המעבר הדיגיטלי והמעבר הירוק.

השווקים הדיגיטליים הביאו לצרכנים יתרונות רבים, כולל גישה נוחה לטובין ולשירותים ברחבי העולם. עם זאת, הם גם חשפו את הצרכנים לנזקים משמעותיים בשל פרקטיקות מסחריות מטעות, בלתי הוגנות ומרמות (כולל "דפוסים מסחריים אפלים" המשפיעים באופן מניפולטיבי על החלטות צרכניות, מעקב נרחב והונאות). בנוסף, הצרכנים מתמודדים עם כמויות גדולות של מוצרים לא בטוחים הזמינים ברשת וסיכונים חדשים הקשורים לטכנולוגיות דיגיטליות במוצרים. עוד עולה מראיות, כי אף שצרכנים רבים רוצים לבצע בחירות ברורות קיימא, מכשולים כגון הצהרות ירוקות לא ברורות, לא מדויקות ומטעות עלולים למנוע מהם לבצע בחירות כאלו.

בהתחשב בכך שהוצאות הצרכנים מהוות כ-60% מהתוצר המקומי הגולמי (תמ"ג) בממוצע במדינות ה-OECD, מדיניות צרכנית איתנה וזריזה, המועשרת בתובנות התנהגותיות, היא קריטית להגנה על הצרכנים מנזק ולהעצמתם לקבלת החלטות מושכלות, תוך תרומה משמעותית לתפקוד תקין של השווקים. כיוון שנושאים אלו חוצים גבולות ונקשרים יותר ויותר עם תחומי מדיניות אחרים (כמו תחרות, בריאות, פרטיות, דיגיטל, ומדיניות סביבתית ומגדר), נדרשות גישות כלל ממשלתיות וגישות המשלבות את כלל בעלי העניין הנתמכות בשיתוף פעולה בינלאומי חזק.

היקף ההצהרה

ההצהרה פותחה באמצעות התייעצויות מקיפות ותהליך איטרטיבי שכלל מדינות חברות ולא חברות ב-OECD, דרך הוועדה למדיניות צרכנים (CCP) וקבוצת העבודה שלה בתחום בטיחות מוצרים לצרכן. היא גם נהנתה מתרומות של ארגונים בינלאומיים אחרים ובעלי עניין רלוונטיים.

ההצהרה מדגישה כי רווחת הצרכנים צריכה להיות בעדיפות גבוהה עבור עסקים ומדיניות ממשלתית ומכירה בכך שיש צורך במדיניות צרכנית נאותה ובאכיפה כדי להתמודד עם האתגרים של המעבר הדיגיטלי והמעבר הירוק. בהצהרה חמישה עקרונות מרכזיים, המתארים את התחייבויותיהן של המצטרפות להצהרה וכן קריאות ל-OECD לתמוך במאמצייהן:

- העיקרון הראשון מתמקד בהגנת והעצמת הצרכנים במעבר הדיגיטלי.
- העיקרון השני מתמקד בהגנת והעצמת הצרכנים במעבר הירוק.
- העיקרון השלישי מתמקד בהתייחסות לסיכוני בטיחות חדשים של מוצרי צריכה בשוק עולמי המשתנה במהירות.

- העיקרון הרביעי מתמקד בעבודה משותפת, חוצת גבולות ותחומי מדיניות, בכדי להגן על הצרכנים ולהעצימם.
 - העיקרון החמישי מתמקד בחיזוק בסיס הראיות למדיניות צרכנית ויעילות האכיפה.
- חמשת העקרונות הללו משלימים ומחזקים זה את זה במטרה למנף את המעברים החברתיים תוך שמירה על הצרכנים.
- למידע נוסף, בקרו באתר האינטרנט של מפגש השרים של OECD בנושא מדיניות צרכנית בכתובת: www.oecd-events.org/consumerpolicy-ministerial/en
- למידע נוסף על הפעילות בתחום מדיניות צרכנית ב-OECD, בקרו בכתובת www.oecd.org/en/topics/policy-issues/consumer-policy או פנו לכתובת הדוא"ל consumer@oecd.org

אנו, השרים והנציגים של ארגנטינה, אוסטרליה, אוסטרליה, בלגיה, בולגריה, קנדה, צ'ילה, קולומביה, קוסטה ריקה, קרואטיה, צ'כיה, דנמרק, אסטוניה, פינלנד, צרפת, גרמניה, יוון, הונגריה, איסלנד, אירלנד, ישראל, איטליה, יפן, קוריאה, לטביה, ליטא, לוקסמבורג, מקסיקו, הולנד, ניו זילנד, נורבגיה, פרו, פולין, פורטוגל, רומניה, סלובקיה, סלובניה, ספרד, סורינאם, שבדיה, שווייץ, תאילנד, טורקיה, אוקראינה, הממלכה המאוחדת, ארצות הברית והאיחוד האירופי, במסגרת המפגש הראשון מסוגו של הוועדה למדיניות צרכנית (CCP) ברמת שרים, במטה ה-OECD בפריז ב-8-9 באוקטובר 2024, בראשות אוסטרליה, שדנה במרכזיות הצרכנים במעבר הדיגיטלי והמעבר הירוק:

אנו מכירים בתפקיד החשוב של ה-CCP ושל קבוצת העבודה שלה בנושא בטיחות מוצרים צרכניים (WPCPS) כפורומים לכינוס קובעי מדיניות צרכנית, רשויות ובעלי עניין מרכזיים נוספים כדי לטפל בנושאי צרכנות ובטיחות מוצרים, בהתבסס על ניתוחי מדיניות ומחקר אמפירי.

אנו מזכירים את הצהרות מועצת ה-OECD המגנות את התוקפנות של רוסיה נגד אוקראינה במונחים החריפים ביותר, כהפרה ברורה של המשפט הבינלאומי וכאיום חמור על הסדר הבינלאומי מבוסס הכללים; **ומזכירים** את החלטת העצרת הכללית של האומות המאוחדות [A/RES/ES-11/1](#).

אנו מזכירים את [הצהרת החזון ה-60 של ה-OECD "אמון בשיתוף פעולה גלובלי – החזון ל-OECD לעשור הבא"](#) המאשררת את ערכי הליבה של הארגון, מאשרת מחדש את מטרות היסוד וקובעת כי ה-OECD יגבש תגובות לאתגרים הנובעים מהדיגיטציה ויעבוד למען צמיחה חזקה, ברת-קיימא, ירוקה, כוללת ועמידה.

אנו מכירים בכך ש:

- צרכנים נמצאים במרכז הכלכלה העולמית - ההוצאה שלהם מהווה כ-60% מהתוצר המקומי הגולמי במדינות ה-OECD, ומדי יום העסקאות שלהם מסתכמות במאות מיליארדים, מה שמניע את הצמיחה הכלכלית ותומך בעסקים ובפרנסת העובדים;
- בשווקים מתפקדים היטב, לצרכנים יש את הכוח להשפיע באופן קולקטיבי על התנהלות העסקים;
- שווקים דיגיטליים יכולים להועיל לצרכנים באמצעות גישה קלה למוצרים, שירותים ומידע, אך קיימת מודעות גוברת לכך שרבים משווקים אלה אינם מתפקדים באופן המאפשר לצרכנים לממש את מלוא היתרונות שלהם;
- מודלים עסקיים וטכנולוגיות דיגיטליות יוצרים מגוון של סיכונים ונזקים משמעותיים, ולעתים קרובות נסתרים לצרכנים, שעלולים לפגוע בבחירת הצרכן, באמון ובבטיחות, ולהוביל לכך שעוסקים הוגנים נאלצים להתחרות בשוק שאינו הוגן;
- ראיות מצביעות על כך שצרכנים רבים ברחבי העולם היו רוצים לבצע בחירות בנות-קיימא יותר כדי למתן את קצב וחומרת שינוי האקלים, דלדול משאבי הטבע, אובדן המגוון הביולוגי, זיהום ונזקים סביבתיים אחרים, אך לעתים קרובות נתקלים במספר מכשולים המונעים מהם לפעול על פי העדפותיהם, פוגעים בבחירת הצרכן ובאמון, ומאלצים עסקים הוגנים להתחרות בשוק שאינו הוגן;
- מדיניות צרכנית ואכיפה איתנות משחקות תפקיד קריטי בהגנה על הצרכנים מפני נזקים ובהעצמתם לקבל החלטות מושכלות;

- מדיניות ומחקר אמפירי יכולים להעשיר את הבנתנו לגבי התנהגות צרכנית, כמו גם לגבי פרקטיקות עסקיות והשפעותיהן על הבנת הצרכן, עמדותיו והתנהגותו, ולאפשר מדיניות אפקטיבית מבוססת ראיות;
- מדיניות צרכנית ומחקר אמפירי עשויים להיות רלוונטיים גם לתחומי מדיניות אחרים בהם הצרכנים ממלאים תפקיד, כולל תחרות, פרטיות, דיגיטל, מדיניות סביבתית ומגדרית, וכן הגנה על אנשים הנמצאים בסיכון גבוה לנזק;
- ישנם קשרים משמעותיים בין המעבר הדיגיטלי ובין המעבר הירוק, כולל האופן בו הצרכנים ניגשים למידע, מוצרים ושירותים, וכן דרך טביעת הרגל הסביבתית של הסחר האלקטרוני.

אנו מדגישים כי:

- רווחת הצרכן צריכה להיות בעדיפות עליונה לעסקים ולמדיניות ממשלתית;
- כישלון בחיזוק ההגנה על הצרכנים והעצמתם יוביל לנזקים נוספים לצרכנים ולסיכונים לשווקים, לחברה ולסביבה;
- נדרשת פעולה החלטית כדי למתן את הסיכונים ולמנף את ההזדמנויות הניצבות בפני הצרכנים בשווקים הדיגיטליים ובשווקים של מוצרים ושירותים בעלי השפעות סביבתיות, באמצעות גישות מדיניות ואכיפה כלל-ממשלתיות ורב-תחומיות;
- האופי הגלובלי והמקושר של סוגיות אלה מחייב שיתוף פעולה בינלאומי, אשר ה-OECD, במיוחד באמצעות ה-CCP, ממקם היטב כדי לתמוך בו, בשיתוף עם כלכלות שותפות, ארגונים בין-ממשלתיים ובעלי עניין אחרים, תוך התבססות על ערכים משותפים.

הגנת והעצמת צרכנים במעבר הדיגיטלי

אנו מכירים בכך ש:

- שווקים דיגיטליים המתפקדים היטב יכולים לספק לצרכנים, כאשר יש להם את הכישורים והגישה הנדרשים, בחירה רחבה יותר ומידע מלא יותר לקבלת החלטות מושכלות, וטכנולוגיות חדשות מבטיחות לשפר את חיי הצרכנים;
- עם זאת, מודלים עסקיים וטכנולוגיות דיגיטליות עלולים ליצור ולהאיץ אסימטריות במידע וכוח מבני המאפשרות פרקטיקות עסקיות שעלולות להזיק, להטעות ולנצל צרכנים, ובכך להחליש את בחירת הצרכן ואת האמון בשווקים;
- בין הסיכונים שצרכנים נתקלים בהם בניווט בשווקים הדיגיטליים נמצאים: טכניקות עיצוב מקוונות מניפולטיביות, כופות, מטעות או ממכרות; ביקורות מזויפות; התאמה אישית נצלנית; איסוף, מעקב ושיתוף נרחב ומקיף של נתונים; ניצול הטיות התנהגותיות ואסימטריות במידע; אפליה אלגוריתמית; הונאה; הונאות מתוחכמות; מוצרים מזויפים; וגישה למוצרים לא בטוחים;
- כל הצרכנים עלולים להיות מטרה לפרקטיקות אלה בזמנים מסוימים, וחלקם, כגון ילדים (כולל בני נוער) וצרכנים מבוגרים, ניצבים בפני סיכונים מיוחדים באינטרנט;
- ההשלכות של פרקטיקות אלה הן רציניות ומרחיקות לכת, וגורמות לנזק צרכני משמעותי ורחב היקף, כולל אובדן כספי ישיר, פגיעה בפרטיות ונזק פיזי ופסיכולוגי, כולל התמכרות;

- סביבת מדיניות צרכנית חזקה ואפקטיבית יכולה לאפשר לצרכנים לרכוש אמון בעת התנהלותם מול עסקים וטכנולוגיות דיגיטליות.

אנו מתחייבים לחזק את מאמצינו:

- לזהות ולנקוט פעולה נגד נזקים צרכניים מתמשכים ומתעוררים בשווקים דיגיטליים;
- לעודד עסקים בשווקים דיגיטליים לתת תשומת לב ראויה לאינטרסים של צרכנים ולפעול בהתאם לפרקטיקות עסקיות, פרסום ושיווק הוגנות, וכן לעקרון הכללי של תום לב;
- להגן ולהעצים את כל הצרכנים, כולל אלה שעלולים להיות בסיכון מוגבר לנזק, בין אם בשל גיל, מגדר, כישורים, הכנסה, בריאות, מוגבלות, מוצא אתני, רקע תרבותי, אוריינות דיגיטלית או גורמים אחרים.

אנו קוראים ל-OECD, באמצעות ה-CCP ובשיתוף פעולה עם גופי OECD רלוונטיים ופורומים בינלאומיים אחרים:

- לשפר משמעותית את בסיס הראיות וההבנה שלנו לגבי האופן שבו מודלים עסקיים דיגיטליים, טכנולוגיות ופרקטיקות מיטיבים עם צרכנים או יוצרים או מחריפים סיכונים ונזקים צרכניים, ולזהות מדיניות המגנה ומעצימה צרכנים בשווקים דיגיטליים;
- לעדכן את ההמלצה משנת 2016 בנושא הגנת הצרכן בסחר אלקטרוני [\[OECD/LEGAL/0422\]](https://www.oecd.org/legal/0422) כדי להתמודד עם סיכונים ונזקים לצרכן, קיימים וחדשים, במעבר הדיגיטלי.

הגנת והעצמת צרכנים במעבר הירוק

אנו מכירים בכך ש:

- ראיות מצביעות על כך שצרכנים רבים ברחבי העולם מודאגים משינוי האקלים ומהסביבה, וכי דאגות אלה יכולות להיות חשובות להחלטות צרכניות;
- בשווקים המתפקדים היטב, לצרכנים אלה יש פוטנציאל לתמרץ עסקים לספק מוצרים ושירותים בטוחים וברי-קיימא יותר, כולל באמצעות מודלים עסקיים חדשניים וכלים דיגיטליים, כדי לעזור להסיט את היצע השוק לכיוון בחירות בנות-קיימא יותר;
- צרכנים בעלי גישה למידע ברור, מדויק וקל להבנה והמוגנים מפרקטיקות מטעות ובלתי הוגנות מסוגלים לשקול באופן טוב יותר את ההשפעה הסביבתית והאקלימית של החלטותיהם;
- עם זאת, לעתים קרובות חסרה לצרכנים גישה למידע כזה או שהם נתקלים בהצהרות סביבתיות ואקלימיות מבלבלות, מטעות, או בלתי מבוססות, אשר עלולות גם לפגוע באמון הצרכנים ובתחרות;
- סוגיות אחרות של הגנת צרכנים, כולל סימון טובין, מכירות מוצרי יד שניה והשכרות, שירותים משותפים, תיקון מוצרים, אחריות למוצרים וחבות עסקית, יכולות גם להשפיע על יכולתם של צרכנים לפעול על פי דאגותיהם הסביבתיות בעסקאות בשוק;

- ישנם מכשולים נוספים העומדים בפני צרכנים המבקשים להפחית את השפעתם הסביבתית, וטיפול בהם עשוי לדרוש מעורבות של תחומי מדיניות שונים, כולל אך לא מוגבל למדיניות צרכנית;
- תחומי מדיניות אחרים יכולים למלא תפקיד חשוב בהתמודדות עם מכשולים לצריכה בת-קיימא המשפיעים על כלל הצרכנים;
- תובנות לגבי איך הצרכן מבין את ההצהרות הסביבתיות ומכשולים אפשריים לצריכה בת-קיימא יכולות לשמש בסיס לגיבוש מדיניות מבוססת ראיות, בתחום המדיניות הצרכנית או בתחומים נוספים.

אנו מתחייבים:

- לחזק את ההגנה על הצרכנים מפני טענות סביבתיות מטעות ובלתי מבוססות, ובכך ליצור תנאי תחרות הוגנים לעסקים הגונים ולעודד עסקים לספק יותר אפשרויות ברות קיימא;
- להעצים את הצרכנים על ידי שיפור הנגישות שלהם, כולל בשיווק ובאמצעות תוויות, למידע ברור, מדויק וקל להבנה לגבי ההשפעה הסביבתית של מוצרים ושירותים;
- לבחון כיצד מדיניות צרכנית יכולה לתמוך ביכולת הצרכנים לבחור מוצרים ושירותים בני-קיימא יותר ובאופן בטוח וקל לתקן, לעשות שימוש חוזר, להסב למטרות חדשות, לשתף, להשכיר, למחזר ולהיפטר ממוצרים באופן בר-קיימא, או להפחית את טביעת הרגל הסביבתית שלהם בדרכים אחרות, על פי רצונם.

אנו קוראים ל-OECD, באמצעות ה-CCP ובשיתוף פעולה עם גופי OECD רלוונטיים ופורומים בינלאומיים אחרים:

- לבחון כיצד מדיניות צרכנית יכולה לעזור לצרכנים המעוניינים להפחית את טביעת הרגל הסביבתית שלהם;
- להמשיך בעבודה אמפירית כדי להבין יותר טוב את הגורמים המשפיעים על קבלת החלטות הצרכנים בשוק, ובפרט את האופן בו צרכנים מבינים את המידע וההצהרות הסביבתיות ואת ההשפעה הסביבתית של בחירותיהם;
- לשקול המלצות מדיניות, בפרט להתייחס לאופן בו רשויות הגנת הצרכן יכולות לעבוד במשותף למען אכיפה אפקטיבית של הצהרות סביבתיות.

התמודדות עם סיכוני בטיחות חדשים במוצרים צרכניים בשוק גלובלי המתפתח במהירות

אנו מברכים על המשך תיאום הקמפיינים למודעות גלובלית בנושא בטיחות מוצרים על ידי ה-OECD, כולל השקת קמפיין 2024 בנושא בטיחות סוללות ליתיום-יון במפגש המיניסטרילי הזה.

אנו מכירים בכך ש:

- צרכנים קונים יותר ויותר טובין ושירותים בשוק דיגיטלי וגלובלי מורכב, שבו מוצרים לא בטוחים זמינים במידיות למכירה;
- מידע על בטיחותם בעת שימוש, שימוש חוזר, ייצור מחדש, חידוש, ייצור מתוכן ממוחזר או סילוק אינו זמין באופן שווה לצרכנים ולעסקים;

- טכנולוגיות דיגיטליות וחדשניות אחרות יכולות להפחית ולטפל בסיכוני בטיחות מוצרים לצרכנים, בין היתר באמצעות זיהוי מוקדם יותר של סכנות, תיקון ושדרוג מוצרים מרחוק, מעקב טוב יותר והחזרות מוצרים במהירות וביעילות רבה יותר;
- עם זאת, הטמעה של טכנולוגיות דיגיטליות או חדשות אחרות במוצרים צרכניים עלולה להציב סיכוני בטיחות חדשים למוצרים, אשר עשויים גם להשפיע על בריאות הנפש ועל התפתחות ילדים;
- מודלים עסקיים דיגיטליים, כמו שווקים מקוונים, בשילוב עם שרשראות אספקה גלובליות, אפשרו משלוח (כולל משלוח ישיר) של מוצרים לא בטוחים לצרכנים, ללא אחריות מספקת לאורך שרשרת האספקה;
- מודלים עסקיים מעגליים עלולים להציב סיכונים חדשים, כגון פיקוח בלתי מספק על מוצרי יד שנייה או מוצרים מחודשים, המדגישים את הצורך בבטיחות מוצרים לאורך מחזור חיי המוצר ואחריות ברורה בשרשרת האספקה;
- מוצרים לא בטוחים גורמים נזק משמעותי לצרכנים, כולל מוות, פציעות או מחלות, השפעות פוטנציאליות על בריאות הנפש, ועלויות פיננסיות, כמו גם עלויות משמעותיות לכלכלות;
- יש צורך הולך וגובר לשיתוף פעולה בינלאומי להקמה ואכיפה של מסגרות בטיחות מוצרים להפחתת הסיכון של מוצרים לא בטוחים שמגיעים לצרכנים;
- חינוך הצרכנים לגבי בטיחות מוצרים וזכויותיהם יכול להעצים אותם לבחור במוצרים בטוחים יותר.

אנו מתחייבים:

- לעבודה משותפת, כולל דרך ה-CCP וקבוצת העבודה לבטיחות מוצרים לצרכן (WPCPS), לשיפור מסגרות מדיניות בטיחות מוצרי צריכה ברמה הגלובלית;
- להבטיח שמסגרות מדיניות לבטיחות מוצרים יוכלו להתמודד ביעילות עם סיכוני בטיחות מוצרים מתמשכים ומתעוררים, וכי עוסקים, בפרט בשווקים מקוונים, ינקטו בצעדים יזומים בכדי להתמודד עם סיכונים אלו;
- לאכוף באופן יעיל על עוסקים את החובות המשפטיות הנוגעות לבטיחות מוצרי צריכה;
- לפעול כדי לוודא ששווקים מקוונים יקחו אחריות על בטיחות המוצרים המוצגים באתריהם, יסירו במהירות מוצרים שאינם בטוחים כאשר הם מזוהים, וימנעו את הצגתם של מוצרים דומים או זהים שאינם בטוחים;
- לחזק את היכולת של הרשויות הרגולטוריות לעקוב, להעריך ולהתמודד עם סיכונים קיימים ומתעוררים לבריאות ובטיחות הצרכן.

אנו קוראים ל-OECD, באמצעות ה-CCP ובשיתוף פעולה עם גופי OECD רלוונטיים ופורומים בינלאומיים אחרים:

- לזהות הזדמנויות ואתגרים בבטיחות מוצרי צריכה, כולל עיצוב בטוח של מוצרים ברי-קיימא, ולקדם התאמת שיטות להערכת סיכונים לאור סוגיות הקשורות למכירות מקוונות, טכנולוגיות דיגיטליות במוצרים, כמו גם מודלים עסקיים מעגליים והמעבר הירוק הרחב יותר;

- להיעזר בתובנות התנהגותיות ראיות אמפיריות להעמקת הבנה של שימוש צרכנים במוצרים לא בטוחים ודרכים לעידוד מעורבותם בהחזרת מוצרים;
- לתמוך בפיתוח מדיניות, חוקים, תקנים, כלי אכיפה ויזמות אחרות כגון התחייבויות עסקיות וולונטריות ("הבטחות") איתנים, כדי להתמודד עם אתגרי בטיחות מוצרי צריכה, תוך התחשבות בהשפעות על קבוצות צרכנים שונות;
- לשפר ולהרחיב את השימוש בכלי שיתוף פעולה בין-לאומיים ושיתוף מידע קיימים, כמו פורטל GlobalRecalls של ה-OECD, ולפתח כלים חדשים לפי הצורך.

עבודה משותפת, חוצת גבולות, ותחומי מדיניות, להגנת והעצמת הצרכנים

אנו מברכים על השקת הפורום הגלובלי בנושא מדיניות צרכניות כרשת כוללת לדין בסוגיות צרכניות, תובנות התנהגותיות, טכנולוגיה ומגמות שוק, ומדיניות מתעוררת ומחקר צרכני אמפירי בשיתוף עם האקדמיה, החברה האזרחית (ביחוד ארגוני צרכנים), עוסקים ובעלי עניין נוספים (כולל עסקים ב-OECD והוועדה המייעצת של איגודי העובדים ל-OECD).

אנו מכירים בכך ש:

- לאור הממשקים ההולכים וגוברים בין מדיניות צרכנית לבין תחומי מדיניות אחרים כמו תחרות, דיגיטל, פרטיות, סביבה, אנרגיה, בריאות, פיננסים, מסחר, תחבורה ומדיניות מגדרית, וכן הגנה על אנשים בסיכון גבוה לנזק, גישות מדיניות ואכיפה רב-תחומיות, הכוללות תובנות התנהגותיות, עשויות להיות מועילות;
- לאור שרשראות אספקה גלובליות ונוכח העלייה בעסקאות צרכניות חוצות גבולות ושיתוף נתונים, המוצאים ע"י שווקים דיגיטליים, מדיניות צרכנית בינלאומית אפקטיבית ושיתוף פעולה באכיפה הם קריטיים להגנת הצרכן, פיצוי, העצמה, אמון בבטיחות מוצרים וכן לאמון בשווקים ובסחר הגלובלי;
- שיתוף פעולה והחלפת ידע וניסיון עם עמיתים, כולל באמצעות השתתפות ב-OECD ופיתוח והטמעת סטנדרטים וכלים של ה-OECD, הובילו למדיניות צרכנית ואכיפה יעילה יותר ברמה הלאומית, האזורית והגלובלית;
- שיתוף פעולה בין כל בעלי העניין, כולל קובעי מדיניות, אוכפים והרשתות שלהם, החברה האזרחית (ובפרט ארגוני צרכנים), עוסקים והאקדמיה, יכול לחזק את ההשפעה של הגנת והעצמת צרכנים;
- על ידי תרומה לפעילות תקינה של שווקים ואמון במוצרים בכל האזורים, כולל בכלכלות מתפתחות ומתעוררות, מדיניות צרכנית יכולה לתמוך בצמיחה כלכלית ופיתוח.

אנו מתחייבים:

- לחזק את שיתוף הפעולה באכיפה ובמדיניות הצרכנית באופן גלובלי, כולל שיתוף פרקטיקות מיטביות, החלפת מידע, ושיפור פעילויות חקירה ואכיפה חוצות גבולות, וקידום גישה ליישוב סכסוכים חוצי גבולות ופיצוי לצרכנים;
- להעמיק את שיתוף הפעולה עם החברה האזרחית (בייחוד ארגוני צרכנים), עסקים ואקדמיה כדי לתמוך במדיניות צרכנית מבוססת ראיות;

- לשפר את שיתוף הפעולה עם תחומי מדיניות נוספים כדי לפתח גישות כלל ממשלתיות בנושאי מדיניות צרכנית ובטיחות מוצרים, נוכחיים ומתעוררים.

אנו קוראים ל-OECD, באמצעות ה-CCP ובשיתוף פעולה עם גופי OECD רלוונטיים ופורומים בינלאומיים אחרים:

- לעודד שיתוף פעולה במדיניות ובאכיפה והחלפת פרקטיקות מיטביות וניסיון בין מדינות כדי להתמודד עם אתגרים והזדמנויות משותפים, כולל באמצעות הפורום הגלובלי למדיניות צרכנית;
- להעמיק את ההבנה של הממשקים בין מדיניות צרכנית ותחומי מדיניות אחרים כדי להתמודד עם סוגיות בנושאים חוצי-תחומים הקשורים להגנת והעצמת הצרכן;
- לחזק את הדיאלוג עם כלכלות מתפתחות כדי לקדם מדיניות צרכנית איתנה וכוללת שתומכת בצמיחה כלכלית ופיתוח בר-קיימא.

חיזוק בסיס הראיות של מדיניות צרכנית ואת האפקטיביות של אכיפה

אנו מכירים בכך ש:

- המורכבות הגוברת של השווקים דורשת שצעדי מדיניות צרכנית יהיו מבוססי ראיות ויבחנו באופן קבוע כדי להבטיח שהם משקפים נסיבות וראיות חדשות;
- לאיסוף נתונים דמוגרפיים וסוציו-אקונומיים מפולחים, כולל פילוח לפי מגדר וגיל, יש פוטנציאל להנחות עיצוב מדיניות צרכנית שוויונית וכוללת יותר;
- צעדי גילוי מידע ושקיפות עשויים במקרים מסוימים להיות בלתי מספקים בפני עצמם להגנת הצרכנים;
- יתכן כי העוסקים באכיפת הגנת הצרכן לא יוכלו להתמודד באופן מלא עם האתגרים הנוכחיים באמצעות הכלים והסמכויות הקיימים כדי לרסן התנהגות אסורה;
- ל-OECD, באמצעות הכיסוי הגיאוגרפי הרחב שלו והכיסוי בתחומי מדיניות שונים, ול-CCP עם מומחיותו במדיניות הצרכנית, יש יכולת לייצר ולהוות מקום למדיניות הצרכנית ומחקר אמפירי לתמיכה במאמצים לאומיים, אזוריים וגלובליים במדיניות הצרכנית.

אנו מתחייבים:

- לחזק את בסיס הראיות עבור מדיניות צרכנית ואכיפה על ידי העמקת ההבנה של התנהגות צרכנים ופרקטיקות עסקיות, בהתבסס על תובנות התנהגותיות ומחקר אמפירי;
- לחזק את הכלים והסמכויות העומדים לרשות גופי האכיפה הרלוונטיים לנקיטת פעולה אפקטיבית.

אנו קוראים ל-OECD, באמצעות ה-CCP ובשיתוף פעולה עם גופי OECD רלוונטיים ופורומים בינלאומיים אחרים:

- להרחיב את המחקר המדיני והאמפירי החוצה מדינות, תוך התחשבות בתובנות התנהגותיות;
- לבצע עבודה לשיפור נתונים מפולחים מגדרית, לזהות פערי ידע ולטפל בנושאים מגדריים במדיניות צרכנית;

- לשמש כמקום לדין ולקידום מדיניות צרכנית ומחקר צרכני אמפירי באמצעות הפורום הגלובלי למדיניות צרכנית;
- לעדכן את המלצת ה-OECD משנת 2014 בנושא קבלת החלטות במדיניות צרכנית [\[OECD/LEGAL/0403\]](#), בהתחשב במדיניות ובמחקר האמפירי של ה-CCP, כדי לשקף מתודולוגיות וטכנולוגיות חדשות למדיניות ואכיפה צרכנית אפקטיבית.