

OECD Consumer Policy Ministerial Meeting (8-9 October 2024)

Draft Declaration on Protecting and Empowering Consumers in the Digital and Green Transitions (8 October 2024)

This document presents the final draft Declaration on Protecting and Empowering Consumers in the Digital and Green Transitions (in English and French) to be adopted during the meeting of the Committee on Consumer Policy at Ministerial level in the closing session on 9 October 2024.

Please note that, at this stage, the draft Declaration is classified and will only be made available to the public after its adoption at the closing session.

Contact:

Brigitte Acoca, E-mail: brigitte.acoca@oecd.org

Alice Weber, E-mail: alice.weber@oecd.org
ccpministerial2024@oecd.org

Declaration on Protecting and Empowering Consumers in the Digital and Green Transitions

WE, THE MINISTERS AND REPRESENTATIVES of Argentina, Australia, Austria, Belgium, Bulgaria, Canada, Chile, Colombia, Costa Rica, Croatia, Czechia, Denmark, Estonia, Finland, France, Germany, Greece, Hungary, Iceland, Ireland, Israel, Italy, Japan, Korea, Latvia, Lithuania, Luxembourg, Mexico, the Netherlands, New Zealand, Norway, Peru, Poland, Portugal, Romania, Slovak Republic, Slovenia, Spain, Suriname, Sweden, Switzerland, Thailand, Türkiye, Ukraine, the United Kingdom, the United States, and the European Union, in the context of the first-ever meeting of the Committee on Consumer Policy (CCP) at Ministerial level, at the OECD headquarters in Paris on 8-9 October 2024, chaired by Australia, that discussed the centrality of consumers in the digital and green transitions:

WE ACKNOWLEDGE the important role of the CCP and its Working Party on Consumer Product Safety (WPCPS), as fora to convene consumer policymakers, authorities and other key stakeholders to address consumer and product safety issues, building on policy analysis and empirical research.

WE RECALL the statements of the OECD Council condemning the aggression by Russia against Ukraine in the strongest possible terms as a clear violation of international law and a serious threat to the rules-based international order; **and RECALL** the United Nations General Assembly Resolution [A/RES/ES-11/1](#).

WE RECALL the [OECD 60th Vision Statement “Trust in Global Co-operation – The Vision for the OECD for the Next Decade”](#) which reasserts the OECD’s core values, reaffirms its founding goals and provides that the OECD will advance responses to the challenges of digitalisation and will work towards strong, sustainable, green, inclusive and resilient growth.

WE RECOGNISE that:

- consumers are at the centre of the global economy – their spending accounts for around 60% of gross domestic product across OECD countries, and every day their transactions number in the hundreds of billions, which drive economic growth and support businesses and the livelihoods of workers;
- in well-functioning markets, consumers have the power to collectively influence business conduct;
- digital markets can benefit consumers through easy access to goods, services, and information, but there is a growing awareness that many of these markets are not functioning in ways that allow consumers to realise their full benefits;
- digital business models and technologies create a range of significant, and often obscured, risks and harms to consumers that can undermine consumer choice, trust and safety, and force honest businesses to compete on an uneven playing field;
- evidence indicates that many consumers globally would like to make more sustainable choices to mitigate the pace and gravity of climate change, depletion of natural resources, biodiversity loss, pollution and other environmental harms, but often face a number of obstacles that prevent them

from acting on their preferences, undermine consumer choice and trust, and force honest businesses to compete on an uneven playing field;

- robust consumer policy and enforcement play a critical role in protecting consumers from harms and empowering them to make informed decisions;
- policy and empirical research can enrich our understanding of consumer behaviour, as well as business practices and their effects on consumer understanding, attitudes and behaviours, and allow for evidence-based and effective policy;
- consumer policy and empirical research may be relevant to other policy areas in which consumers play a role, including competition, privacy, digital, environmental and gender policy, as well as the protection of people at high risk of harm;
- there are significant interlinkages between the digital and green transitions, including in how consumers access information, goods and services, and through the environmental footprint of e-commerce.

WE EMPHASISE that:

- consumer well-being should be a priority for businesses and for government policy;
- failure to strengthen consumer protection and empowerment will lead to further harm to consumers and risks harm to markets, society and the environment;
- decisive action is needed to mitigate the risks and capture the opportunities consumers face in digital markets and the markets for goods and services with environmental impacts, through whole-of-government and multi-disciplinary policy and enforcement approaches;
- the global and interconnected nature of such issues requires international co-operation, which the OECD, particularly through the CCP, is well placed to support, in collaboration with partner economies, intergovernmental organisations and other stakeholders, building on shared values.

Protecting and empowering consumers in the digital transition

WE RECOGNISE that:

- well-functioning digital markets can provide consumers, where they have the necessary skills and access, with greater choice and more complete information to make informed decisions, and new technologies hold the promise of improving consumers' lives;
- digital business models and technologies, however, can create and exacerbate information and structural power asymmetries, which facilitate business practices that can harm, mislead and exploit consumers and by doing so, weaken consumer choice and trust in markets;
- among the risks that consumers face as they navigate digital markets are: manipulative, coercive, deceptive, or addictive online design techniques; fake reviews; exploitative personalisation; pervasive and extensive data collection, tracking and sharing; the exploitation of behavioural biases and information asymmetries; algorithmic discrimination; fraud; sophisticated scams; counterfeit goods; and access to unsafe products;
- all consumers may at times be targeted by these practices, and some, such as children (including teenagers) and older consumers face particular risks online;
- the consequences of these practices are serious and far-reaching, resulting in substantial and wide-ranging consumer harm, including direct financial loss, erosion of privacy and physical and psychological harm, including addiction;
- a strong and effective consumer policy environment can enable consumers to have trust when engaging with digital businesses and technologies.

WE COMMIT to strengthening our efforts to:

- identify and take action against ongoing and emerging consumer harms in digital markets;
- encourage businesses in digital markets to pay due regard to the interests of consumers and act in accordance with fair business, advertising and marketing practices, as well as the general principle of good faith;
- protect and empower all consumers, including those who may be particularly at risk of harm, whether because of age, gender, skills, income, health, disability, ethnicity, cultural background, digital literacy or other factors.

WE CALL on the OECD, through the CCP, and in collaboration with other relevant OECD bodies and international fora, to:

- significantly enhance our evidence base and understanding of how digital business models, technologies and practices benefit consumers or create or exacerbate consumer risks and harms, and identify policies that protect and empower consumers in digital markets;
- update the 2016 Recommendation on Consumer Protection in E-commerce [[OECD/LEGAL/0422](#)] to address existing and emerging consumer risks and harms in the digital transition.

Protecting and empowering consumers in the green transition

WE RECOGNISE that:

- evidence indicates many consumers globally are concerned about climate change and the environment, and that these concerns can be important to consumer decisions;
- in well-functioning markets, these consumers have the potential to incentivise businesses to provide more sustainable and safe goods and services, including through innovative business models and digital tools, to help shift market offerings towards more sustainable choices;
- consumers with access to clear, accurate and easy-to-understand information and protected from misleading and unfair practices are better able to consider the environmental and climate impact of their decisions;
- consumers, however, often lack access to such information or are faced with confusing, misleading, deceptive or unsubstantiated environmental and climate claims, which can also undermine consumer trust and competition;
- other consumer protection issues, including product labelling, second-hand product sales and rentals, shared services, product repair, product warranties, and business liability, can also affect the ability of consumers to act on their environmental concerns in marketplace transactions;
- there are other obstacles consumers face when looking to reduce their environmental impact, and addressing them can require the engagement of several policy areas, including but not limited to consumer policy;
- other policy areas can play an important role in addressing obstacles to sustainable consumption that impact all consumers;
- insights into consumer understanding of environmental claims and possible obstacles to sustainable consumption can serve as a foundation for evidence-based policy measures, whether in the field of consumer policy or other policy areas.

WE COMMIT to:

- strengthening consumer protection from misleading, deceptive, and unsubstantiated environmental claims, which thereby also levels the playing field for honest businesses and fosters business incentives to provide more sustainable options;
- empowering consumers by improving their access, including in marketing and through labels, to clear, accurate and easy-to-understand information about the environmental impact of goods and services;
- examining how consumer policy can support consumers' ability to choose more sustainable goods and services and to safely and easily repair, reuse, repurpose, share, lease, recycle, and sustainably dispose of products or otherwise reduce their environmental footprint, as they desire.

WE CALL on the OECD, through the CCP, and in collaboration with other relevant OECD bodies and international fora, to:

- examine how consumer policy can help those consumers who want to reduce their environmental footprint to do so;
- continue empirical work to better understand the factors affecting consumers' marketplace decision-making, in particular their understanding of environmental information and claims and of the environmental impact of their choices;
- consider policy recommendations, in particular to address how consumer protection authorities can work together towards effective enforcement on environmental claims.

Addressing new consumer product safety risks in a fast-evolving and global marketplace

WE WELCOME the OECD's continuing coordination of global awareness campaigns on product safety, including the launch at this Ministerial Meeting of the 2024 Campaign on Lithium-ion Battery Safety.

WE RECOGNISE that:

- consumers increasingly buy goods and services in a complex digital and global marketplace, where unsafe products are readily available for sale;
- information about their safety when used, reused, remanufactured, refurbished, made from recycled content or disposed of is not equally available to consumers and businesses;
- digital and other new and innovative technologies can reduce and address consumer product safety risks, including through earlier identification of hazards, remote product repair and upgrades, better traceability and swifter and more effective product recalls;
- the incorporation of digital or other new technologies in consumer products, however, may pose novel product safety risks, which can also impact mental health and child development;
- digital business models, such as online marketplaces, combined with global supply chains, have enabled delivery (including direct delivery) to consumers of unsafe products, without sufficient accountability throughout the supply chain;
- circular business models may also pose new risks, such as insufficient oversight of second-hand or refurbished products, underlining the need for product safety over the lifecycle of the product and clear supply chain accountability;
- unsafe products cause substantial harm to consumers, including death, injury or illness and potential impacts on mental health, and financial costs, as well as significant costs to economies;
- there is a growing need for international cooperation to establish and enforce product safety frameworks to reduce the risk of unsafe products reaching consumers;
- educating consumers about product safety and their rights can empower them to choose safer products.

WE COMMIT to:

- working together, including through the CCP and its WPCPS, towards improving consumer product safety policy frameworks globally;
- ensuring consumer product safety policy frameworks can effectively address persistent and emerging consumer product safety risks, and that businesses, in particular online marketplaces, take proactive steps in addressing these risks;
- effectively enforcing consumer product safety legal obligations on businesses;
- working to ensure online marketplaces take responsibility for the safety of the products listed on their sites, swiftly remove unsafe products when they are identified, and prevent the same or similarly unsafe products from being listed;
- reinforcing regulatory authorities' ability to monitor, assess and address current and emerging risks to consumer health and safety.

WE CALL on the OECD, through the CCP, and in collaboration with other relevant OECD bodies and international fora, to:

- identify consumer product safety opportunities and challenges, including the safe design of sustainable products, and promote the adaptation of risk assessment methodologies, in light of issues related to online sales, digital technologies in products, as well as circular business models and the broader green transition;
- draw on behavioural insights and empirical evidence to deepen understanding of consumer use of unsafe products and ways to foster their engagement in product recalls;
- support the development of robust policies, laws, standards, enforcement tools and other initiatives such as voluntary business commitments ("pledges"), to address consumer product safety challenges, taking into account impacts on different consumer groups;
- enhance and broaden usage of existing international co-operation and information sharing tools, such as the OECD GlobalRecalls portal, and develop new tools as necessary.

Working together, across borders and policy areas to protect and empower consumers

WE WELCOME the launch of a Global Forum on Consumer Policy as an inclusive network to discuss consumer issues, behavioural insights, technology and market trends, and emerging policy and empirical consumer research with academia, civil society (in particular, consumer organisations), businesses and other stakeholders (including Business at OECD and the OECD Trade Union Advisory Committee).

WE RECOGNISE that:

- in light of the increasing intersections between consumer policy and other policy areas such as competition, digital, privacy, environmental, energy, health, finance, trade, transport, and gender policy, as well as the protection of people at high risk of harm, multidisciplinary policy and enforcement approaches incorporating behavioural insights can be beneficial;
- with global supply chains and increasing cross-border consumer transactions and data sharing, accelerated by digital markets, effective international consumer policy and enforcement co-operation is critical to consumer protection, redress, empowerment, confidence in the safety of products, and trust in global markets and trade;
- co-operating and exchanging experiences and expertise with counterparts, including through participation at the OECD and developing and implementing OECD standards and tools, have led to more effective consumer policy and enforcement at national, regional and global levels;

- collaboration of all stakeholders, including policy makers, enforcers and their networks, civil society (in particular, consumer organisations), businesses and academia, can strengthen the impact of consumer protection and empowerment;
- by contributing to well-functioning markets and trust in products across all regions, including in emerging and developing economies, consumer policy can support economic growth and development.

WE COMMIT to:

- strengthening consumer policy and enforcement co-operation globally, including by sharing best practices, exchanging information, and enhancing cross-border investigatory and enforcement activities, and fostering access to cross-border dispute resolution and redress for consumers;
- deepening collaboration with civil society (in particular, consumer organisations), businesses and academia to support evidence-based consumer policies;
- enhancing co-operation with other policy areas to develop whole-of-government approaches to current and emerging consumer policy and product safety issues.

WE CALL on the OECD, through the CCP, and in collaboration with other relevant OECD bodies, enforcement networks and international fora, to:

- foster policy and enforcement co-operation and exchange of best practices and experiences across countries to address shared opportunities and challenges, including through the Global Forum on Consumer Policy;
- deepen understanding of the intersection of consumer policy and other policy areas to address issues in cross-cutting topics involving consumer protection and empowerment;
- strengthen dialogue with emerging and developing economies to foster robust and inclusive consumer policies that support sustainable growth and economic development.

Strengthening the evidence base of consumer policy and the effectiveness of enforcement

WE RECOGNISE that:

- the increasing complexity of markets demands that consumer policy measures be evidence-based and regularly reviewed to ensure they reflect new circumstances and evidence;
- gathering socio-economic and demographic disaggregated data, including by gender and age, has the potential to inform the design of a more equitable and inclusive consumer policy;
- information disclosure and transparency measures may in some instances be insufficient alone to protect consumers;
- consumer protection enforcers may not be able to fully address current challenges with existing tools and powers to curb prohibited conduct;
- the OECD, through its wide geographic coverage, reach across policy areas, and the CCP's consumer policy expertise, is well placed to deliver and act as a locus for consumer policy and empirical research to support national, regional and global consumer policy efforts.

WE COMMIT to:

- strengthening the evidence base for consumer policy and enforcement, by deepening understanding of consumer behaviour and business practices, drawing on behavioural insights and empirical research;
- strengthening the tools and powers available to relevant enforcers to take effective action.

WE CALL on the OECD, through the CCP and in collaboration with other relevant OECD bodies, enforcement networks and international fora, to:

- expand its cross-country policy and empirical research, taking into account behavioural insights;
- undertake work to improve gender-disaggregated data, identify knowledge gaps, and address gender issues in consumer policy;
- act as a locus to discuss and promote policy and empirical consumer research through the Global Forum on Consumer Policy;
- update the 2014 OECD Recommendation on Consumer Policy Decision Making [[OECD/LEGAL/0403](#)], taking into account the CCP's policy and empirical research, to reflect new methodologies and technologies for effective consumer policy and enforcement.

Projet de Déclaration sur la protection et l'autonomisation des consommateurs dans le cadre des transitions numérique et verte

NOUS, MINISTRES ET REPRÉSENTANTS de l'Allemagne, de l'Argentine, de l'Australie, de l'Autriche, de la Belgique, de la Bulgarie, du Canada, du Chili, de la Colombie, de la Corée, du Costa Rica, de la Croatie, du Danemark, de l'Espagne, de l'Estonie, des États-Unis, de la Finlande, de la France, de la Grèce, de la Hongrie, de l'Irlande, de l'Islande, d'Israël, de l'Italie, du Japon, de la Lettonie, de la Lituanie, du Luxembourg, du Mexique, de la Norvège, de la Nouvelle-Zélande, des Pays-Bas, du Pérou, de la Pologne, du Portugal, de la République slovaque, de la Roumanie, du Royaume-Uni, de la Slovénie, de la Suède, de la Suisse, du Suriname, de la Tchéquie, de la Thaïlande, de la Türkiye, de l'Ukraine, et de l'Union européenne, rassemblés à l'occasion de la toute première réunion du Comité de la politique à l'égard des consommateurs (CPC) au niveau des Ministres, au siège de l'OCDE, à Paris, les 8 et 9 octobre 2024, sous la présidence de l'Australie, afin de débattre du rôle central des consommateurs dans les transitions numérique et verte :

NOUS SOMMES CONSCIENTS du rôle important que le CPC et son Groupe de travail sur la sécurité des produits de consommation (GTSPC) jouent en tant qu'enceintes au sein desquelles les responsables de l'action publique, les autorités chargées de la protection des consommateurs et d'autres parties prenantes clés traitent des questions liées à la sécurité des produits et aux consommateurs, en s'appuyant sur des analyses des politiques et des travaux de recherche empirique.

NOUS RAPPELONS les déclarations du Conseil de l'OCDE condamnant avec la plus grande fermeté l'agression de la Russie contre l'Ukraine, qui constitue une violation flagrante du droit international et met gravement en péril l'ordre international fondé sur des règles ; et **RAPPELONS** la Résolution de l'Assemblée Générale des Nations Unies [A/RES/ES-11/1](#).

NOUS RAPPELONS la [Vision d'avenir pour l'OCDE à l'occasion de son 60e anniversaire « Avoir confiance dans la coopération mondiale – la vision de l'OCDE pour la prochaine décennie »](#), qui réaffirme les valeurs fondamentales et les objectifs fondateurs de l'Organisation, et stipule que l'OCDE élaborera des réponses aux défis soulevés par la transformation numérique et œuvrera en faveur d'une croissance forte, durable, verte, inclusive et résiliente.

NOUS SOMMES CONSCIENTS que :

- les consommateurs sont au cœur de l'économie mondiale – leurs dépenses représentent environ 60 % du produit intérieur brut dans les pays de l'OCDE et leurs transactions quotidiennes se chiffrent en centaines de milliards, ce qui contribue à stimuler la croissance économique et à soutenir les entreprises et les moyens de subsistance des travailleurs – ;

- sur des marchés qui fonctionnent correctement, les consommateurs ont le pouvoir d'influencer collectivement la conduite des entreprises ;
- les marchés numériques peuvent profiter aux consommateurs en leur offrant un accès facile aux biens, aux services et à l'information, mais il apparaît que nombre de ces marchés ne fonctionnent pas d'une manière permettant aux consommateurs d'en tirer pleinement parti ;
- les modèles économiques et les technologies numériques exposent les consommateurs à un éventail de risques et de préjudices importants, souvent occultés, qui peuvent réduire leurs choix, saper leur confiance et compromettre leur sécurité, et contraindre les entreprises honnêtes à faire face à une concurrence déloyale ;
- les données montrent que, partout dans le monde, de nombreux consommateurs souhaiteraient opérer des choix plus durables afin d'atténuer le rythme et la gravité du changement climatique, l'épuisement des ressources naturelles, la perte de biodiversité, la pollution et d'autres atteintes à l'environnement, mais se heurtent souvent à des obstacles qui les empêchent d'exercer leurs préférences, réduisent leurs choix et sapent leur confiance, et contraignent les entreprises honnêtes à faire face à une concurrence déloyale ;
- des politiques de consommation et des mesures d'application robustes jouent un rôle crucial pour protéger les consommateurs des préjudices et leur donner les moyens de prendre des décisions éclairées ;
- la recherche empirique et sur les politiques peut aider à mieux comprendre le comportement des consommateurs ainsi que les pratiques des entreprises et leurs effets sur les connaissances, les attitudes et les comportements des consommateurs, et à élaborer des politiques efficaces, fondées sur des données probantes ;
- la recherche empirique et sur les politiques de consommation peut être utile dans d'autres domaines d'action publique dans lesquels les consommateurs jouent un rôle, notamment la concurrence, la protection de la vie privée, le numérique, l'environnement et les questions liées au genre, ainsi que la protection des personnes exposées à un risque élevé de préjudice ;
- des liens étroits existent entre les transitions numérique et verte, notamment pour ce qui est de l'accès des consommateurs aux informations, aux biens et aux services, et de l'empreinte écologique du commerce électronique.

NOUS INSISTONS sur le fait que :

- le bien-être des consommateurs devrait être une priorité pour les entreprises et pour les pouvoirs publics ;
- l'incapacité à renforcer la protection et l'autonomisation des consommateurs les exposera à de nouveaux préjudices et risque de nuire aux marchés, à la société et à l'environnement ;
- des actions résolues sont nécessaires pour atténuer les risques et saisir les opportunités auxquels les consommateurs font face sur les marchés numériques et les marchés des biens et des services ayant un impact sur l'environnement, par le biais d'approches interministérielles et pluridisciplinaires de l'élaboration des politiques et des mesures d'application ;
- le caractère mondial et interdépendant de ces questions exige une coopération internationale à laquelle l'OCDE, par l'intermédiaire en particulier du CPC, peut apporter un soutien utile, en collaboration avec les économies partenaires, les organisations intergouvernementales et d'autres parties prenantes, sur la base de valeurs partagées.

Protéger et autonomiser les consommateurs dans la transition numérique

NOUS SOMMES CONSCIENTS que :

- des marchés numériques qui fonctionnent correctement peuvent offrir aux consommateurs disposant des compétences et des accès nécessaires des choix plus larges et des informations plus complètes qui les aident à prendre des décisions éclairées, et que les nouvelles technologies promettent d'améliorer la vie des consommateurs ;
- les modèles économiques et les technologies numériques peuvent toutefois créer et exacerber des asymétries d'information et des asymétries de pouvoir structurelles, qui favorisent l'émergence de pratiques susceptibles de nuire aux consommateurs, de les tromper et de les exploiter et, ce faisant, réduisent leurs choix et sapent leur confiance dans les marchés ;
- les consommateurs sont exposés, sur les marchés numériques, à des risques liés à l'utilisation de techniques de manipulation, de coercition, de tromperie ou de conception addictive ; à des faux avis ; à des pratiques de personnalisation manipulatrice ; à une collecte, un traçage et un partage des données intrusifs et étendus ; à l'exploitation de biais comportementaux et d'asymétries d'information ; à la discrimination algorithmique ; à la fraude ; à des escroqueries sophistiquées ; à des produits de contrefaçon ; et à la commercialisation de produits dangereux ;
- tous les consommateurs peuvent être par moments la cible de telles pratiques, et certains d'entre eux, notamment les enfants (ainsi que les adolescents) et les personnes âgées, sont exposés à des risques particuliers en ligne ;
- ces pratiques ont des conséquences graves et de grande ampleur, causant des préjudices substantiels de vaste portée, notamment des pertes financières directes, des atteintes à la vie privée, et des dommages physiques et psychologiques, y compris des addictions ;
- la mise en place d'un cadre d'action solide et efficace peut permettre aux consommateurs d'avoir confiance dans les entreprises et les technologies numériques.

NOUS NOUS ENGAGEONS à intensifier nos efforts pour :

- identifier les préjudices existants et nouveaux que les consommateurs subissent sur les marchés numériques et prendre des mesures pour y remédier ;
- encourager les entreprises présentes sur les marchés numériques à prendre dûment en considération les intérêts des consommateurs et à agir de façon loyale dans leurs pratiques en matière de commerce, de publicité et de marketing, en se conformant au principe général de bonne foi ;
- œuvrer à la protection et l'autonomisation de tous les consommateurs – notamment ceux qui pourraient être particulièrement exposés aux risques de préjudices du fait de leur âge, de leur genre, de leurs compétences, de leurs revenus, de leur santé, de leur handicap, de leur origine ethnique, de leur culture, de leur niveau de maîtrise du numérique ou d'autres facteurs.

NOUS APPELONS l'OCDE, par l'intermédiaire du CPC en collaboration avec d'autres organes compétents de l'OCDE et forums internationaux, à :

- améliorer sensiblement la base factuelle et la compréhension de la façon dont les modèles économiques numériques, les technologies et les pratiques profitent aux consommateurs, ou créent ou exacerbent des risques et préjudices pour les consommateurs, et recenser les politiques propices à la protection et l'autonomisation des consommateurs sur les marchés numériques ;
- mettre à jour la Recommandation de 2016 sur la protection du consommateur dans le commerce électronique [[OECD/LEGAL/0422](#)], afin d'y traiter des risques et des préjudices existants et nouveaux auxquels les consommateurs sont exposés dans le cadre de la transition numérique.

Protéger et autonomiser les consommateurs dans la transition verte

NOUS SOMMES CONSCIENTS que :

- les données montrent que de nombreux consommateurs, partout dans le monde, se préoccupent du changement climatique et de l'environnement, et que ces inquiétudes peuvent peser sur leurs décisions de consommation ;
- sur des marchés qui fonctionnent correctement, ces consommateurs peuvent inciter les entreprises à proposer des biens et des services plus durables et sûrs, notamment à la faveur de modèles économiques et d'outils numériques innovants, afin d'aider à orienter les marchés vers des offres plus durables ;
- les consommateurs qui ont accès à des informations claires, précises et facilement compréhensibles et sont protégés contre les pratiques trompeuses et déloyales sont mieux à même de prendre en considération les effets de leurs décisions sur l'environnement et le climat ;
- les consommateurs n'ont cependant souvent pas accès à ces informations ou sont confrontés à des allégations environnementales et climatiques déroutantes, trompeuses, mensongères ou infondées, qui peuvent mettre à mal leur confiance et saper la concurrence ;
- d'autres questions liées à la protection des consommateurs, telles que l'étiquetage des produits, la vente et la location de produits d'occasion, les services partagés, la réparation des produits, la garantie des produits et la responsabilité des entreprises, peuvent également influencer sur la capacité des consommateurs à faire en sorte que leurs préoccupations environnementales entrent en ligne de compte dans les transactions commerciales ;
- les consommateurs qui cherchent à réduire leur impact sur l'environnement se heurtent à d'autres obstacles dont la gestion peut exiger des interventions dans divers domaines d'action, y compris, mais sans s'y limiter, celui de la politique à l'égard des consommateurs ;
- d'autres domaines de l'action publique peuvent jouer un rôle important dans la réduction des obstacles à la consommation durable auxquels se heurtent tous les consommateurs ;
- les éclairages sur la compréhension qu'ont les consommateurs des allégations environnementales et les éventuels obstacles à la consommation durable peuvent jeter les bases de l'élaboration de mesures fondées sur des données probantes, que ce soit dans le domaine de la politique à l'égard des consommateurs ou dans d'autres domaines d'action publique.

NOUS NOUS ENGAGEONS à :

- renforcer la protection des consommateurs contre les allégations environnementales trompeuses, mensongères et infondées, ce qui a pour effet d'instaurer des conditions de concurrence équitables pour les entreprises honnêtes et encourage les entreprises à proposer des solutions plus durables ;
- autonomiser les consommateurs en favorisant leur accès à des informations claires, précises et facilement compréhensibles sur l'impact environnemental des biens et des services, notamment dans le cadre du marketing et par le biais de l'étiquetage ;
- examiner comment les politiques à l'égard des consommateurs peuvent renforcer la capacité de ces derniers à choisir des biens et des services plus durables et à réparer, réutiliser, récupérer, partager, louer ou recycler les produits, facilement et en toute sécurité, ainsi qu'à s'en séparer de manière responsable ou à réduire leur empreinte écologique, selon leur souhait.

NOUS APPELONS l'OCDE, par l'intermédiaire du CPC en collaboration avec d'autres organes compétents de l'OCDE et forums internationaux, à :

- examiner comment les politiques à l'égard des consommateurs peuvent aider ceux qui le souhaitent à réduire leur empreinte écologique ;

- poursuivre les travaux empiriques afin de mieux appréhender les facteurs qui influent sur les décisions des consommateurs, en particulier sur leur compréhension des informations et des allégations environnementales ainsi que de l'impact de leurs choix sur l'environnement ;
- réfléchir à la formulation de recommandations, notamment sur la façon dont les autorités chargées de la protection des consommateurs peuvent collaborer à la mise en place de mesures efficaces de contrôle des allégations environnementales.

Appréhender les nouveaux risques liés à la sécurité des produits de consommation dans un marché mondial en évolution rapide

NOUS ACCUEILLONS AVEC SATISFACTION les efforts continus déployés par l'OCDE pour coordonner les campagnes mondiales de sensibilisation à la sécurité des produits, y compris le lancement de la campagne 2024 sur la sécurité des batteries lithium-ion lors de la Réunion ministérielle du CPC.

NOUS SOMMES CONSCIENTS que :

- les consommateurs achètent de plus en plus souvent des biens et des services sur des marchés numériques et mondiaux complexes, où des produits dangereux sont proposés à la vente ;
- les consommateurs et les entreprises n'ont pas accès dans les mêmes conditions aux informations sur la sécurité des produits utilisés, réutilisés, remanufacturés, reconditionnés, fabriqués à partir d'éléments recyclés ou mis au rebut ;
- le numérique et d'autres technologies nouvelles et innovantes peuvent aider à réduire et gérer les risques de sécurité des produits de consommation, notamment en permettant une détection plus précoce des risques, la réparation et l'amélioration de produits à distance, une meilleure traçabilité et des rappels de produits plus rapides et efficaces ;
- l'intégration du numérique ou d'autres nouvelles technologies aux produits de consommation pourrait toutefois créer des risques de sécurité inédits, qui peuvent également avoir des incidences sur la santé mentale et le développement des enfants ;
- les modèles économiques numériques, comme ceux des places de marché en ligne, conjugués à la mondialisation des chaînes d'approvisionnement, ont ouvert la voie à un accès (parfois direct) des consommateurs à des produits dangereux, sans une responsabilisation suffisante tout au long de la chaîne d'approvisionnement ;
- les modèles fondés sur l'économie circulaire peuvent également être à l'origine de risques nouveaux, tels que le contrôle insuffisant des produits d'occasion ou reconditionnés, d'où la nécessité de veiller à la sécurité des produits tout au long de leur cycle de vie et à une identification claire des responsabilités à l'échelle de la chaîne d'approvisionnement ;
- les produits dangereux causent d'importants préjudices aux consommateurs, notamment des décès, des blessures ou des maladies, de possibles effets sur la santé mentale et des pertes financières, ainsi que des coûts significatifs pour les économies ;
- la coopération internationale devient de plus en plus nécessaire pour concevoir et mettre en œuvre des cadres régissant la sécurité des produits afin de réduire le risque que des consommateurs aient accès à des produits dangereux ;
- la sensibilisation des consommateurs à la sécurité des produits et à leurs droits peut les aider à choisir des produits plus sûrs.

NOUS NOUS ENGAGEONS à :

- travailler de concert, y compris par l'intermédiaire du CPC et du GTSPC, à l'amélioration, à l'échelle mondiale, des cadres d'action relatifs à la sécurité des produits de consommation ;
- faire en sorte que les cadres d'action à l'appui de la sécurité des produits de consommation apportent des solutions efficaces face aux risques nouveaux et persistants de sécurité des produits de consommation, et que les entreprises, en particulier les places de marché en ligne, prennent des mesures proactives pour gérer ces risques ;
- veiller au respect, par les entreprises, des obligations juridiques liées à la sécurité des produits de consommation ;
- faire en sorte que les places de marché en ligne assument la responsabilité de la sécurité des produits proposés sur leurs sites, retirent sans délai les produits dangereux identifiés et empêchent que des produits dangereux identiques ou similaires y soient référencés ;
- renforcer la capacité des autorités de réglementation à surveiller, évaluer et traiter les risques existants et nouveaux qui pèsent sur la santé et la sécurité des consommateurs.

NOUS APPELONS l'OCDE, par l'intermédiaire du CPC en collaboration avec d'autres organes compétents de l'OCDE et forums internationaux, à :

- identifier les opportunités et les défis inhérents à la sécurité des produits de consommation, y compris pour ce qui est de la conception sûre de produits durables, et promouvoir l'adaptation des méthodologies d'évaluation des risques, à la lumière des problématiques liées aux ventes en ligne, aux technologies numériques intégrées aux produits, ainsi qu'aux modèles d'économie circulaire et, plus largement, à la transition verte ;
- mettre à profit les éclairages comportementaux et les données empiriques pour mieux comprendre l'utilisation des produits dangereux par les consommateurs et les moyens d'encourager leur participation aux rappels de produits ;
- aider à l'élaboration de politiques, de lois, de normes, d'outils d'application et d'autres initiatives solides, telles que des engagements volontaires de la part des entreprises (« pactes »), afin d'affronter les défis liés à la sécurité des produits de consommation, tout en tenant compte des incidences sur les différents groupes de consommateurs ;
- renforcer et élargir l'utilisation des outils existants de coopération internationale et de partage d'informations, tels que le portail GlobalRecalls de l'OCDE, et mettre au point de nouveaux outils en tant que de besoin.

Travailler ensemble, au-delà des frontières et des domaines d'action, pour protéger et autonomiser les consommateurs

NOUS ACCUEILLONS AVEC SATISFACTION le lancement d'un Forum mondial sur la politique à l'égard des consommateurs en tant que réseau inclusif permettant de débattre des questions de consommation, des éclairages comportementaux, des tendances liées aux technologies et aux marchés et des nouveaux travaux de recherche empirique et sur les politiques en matière de consommation avec des représentants des milieux universitaires, de la société civile (en particulier des organisations de consommateurs), des entreprises et d'autres parties prenantes (notamment Business at OECD et la Commission syndicale consultative auprès de l'OCDE).

NOUS SOMMES CONSCIENTS que :

- compte tenu des recoupements de plus en plus nombreux entre la politique à l'égard des consommateurs et celles relevant d'autres domaines d'action publique tels que la concurrence, le numérique, la protection de la vie privée, l'environnement, l'énergie, la santé, la finance, le commerce, les transports, les questions liées au genre, ou encore la protection des personnes

exposées à un risque élevé de préjudice, l'adoption d'approches pluridisciplinaires de l'élaboration des politiques publiques et des mesures d'application, incorporant des éclairages comportementaux, peut s'avérer bénéfique ;

- face à la mondialisation des chaînes d'approvisionnement ainsi qu'à la multiplication des transactions commerciales et la progression du partage de données à l'échelle transfrontières, accélérées par les marchés numériques, la mise en place d'une coopération internationale efficace dans le domaine de la politique à l'égard des consommateurs et des mesures d'application est essentielle à la protection, aux possibilités de recours et à l'autonomisation des consommateurs, à la confiance dans la sécurité des produits, et à la confiance dans les marchés et les échanges internationaux ;
- la coopération et le partage d'expériences et d'expertise avec des homologues, notamment par la participation aux travaux de l'OCDE et l'élaboration et la mise en œuvre des normes et des outils de l'Organisation, ont permis d'améliorer l'efficacité de la politique à l'égard des consommateurs et des mesures d'application aux niveaux national, régional et international ;
- la collaboration de l'ensemble des parties prenantes, y compris des décideurs politiques, des acteurs chargés de la mise en œuvre des politiques publiques et de leurs réseaux, de la société civile (en particulier des organisations de consommateurs), des entreprises et des milieux universitaires, peut renforcer l'impact de la protection et de l'autonomisation des consommateurs ;
- la politique à l'égard des consommateurs, en contribuant au bon fonctionnement des marchés et au renforcement de la confiance dans les produits dans toutes les régions, y compris dans les économies émergentes et en développement, peut favoriser la croissance économique et le développement.

NOUS NOUS ENGAGEONS à :

- renforcer la coopération dans le domaine de la politique à l'égard des consommateurs et des mesures d'application à l'échelle mondiale, notamment en partageant les bonnes pratiques, en échangeant des informations et en améliorant les activités d'enquête et d'application transfrontières, ainsi qu'en favorisant l'accès des consommateurs aux mécanismes transfrontières de règlement des litiges et de réparation ;
- approfondir la collaboration avec la société civile (en particulier les organisations de consommateurs), les entreprises et les milieux universitaires afin de soutenir l'élaboration de politiques à l'égard des consommateurs fondées sur des données probantes ;
- améliorer la coopération avec les acteurs d'autres domaines d'action pour élaborer des approches interministérielles en réponse aux questions existantes et nouvelles liées à la politique à l'égard des consommateurs et à la sécurité des produits.

NOUS APPELONS l'OCDE, par l'intermédiaire du CPC en collaboration avec d'autres organes compétents de l'OCDE, les réseaux d'application des lois et les forums internationaux, à :

- favoriser la coopération et l'échange de bonnes pratiques et d'expériences entre les pays dans les domaines de l'élaboration des politiques publiques et des mesures d'application, afin de réfléchir aux opportunités et défis communs, y compris dans le cadre du Forum mondial sur la politique à l'égard des consommateurs ;
- aider à mieux comprendre les recoupements entre la politique à l'égard des consommateurs et d'autres domaines d'action publique afin d'étudier les questions transversales ayant trait à la protection et l'autonomisation des consommateurs ;
- renforcer le dialogue avec les économies émergentes et en développement afin de favoriser l'élaboration de politiques à l'égard des consommateurs solides et inclusives qui soutiennent une croissance durable et le développement économique.

Renforcer la base factuelle sur laquelle repose la politique à l'égard des consommateurs et l'efficacité des mesures d'application

NOUS SOMMES CONSCIENTS que :

- la complexité croissante des marchés exige que les mesures de politique à l'égard des consommateurs reposent sur des données probantes et soient régulièrement réexaminées pour s'assurer qu'elles tiennent bien compte des circonstances et des données nouvelles ;
- la collecte de données socio-économiques et démographiques ventilées, notamment par genre et par âge, peut étayer l'élaboration d'une politique à l'égard des consommateurs plus équitable et inclusive ;
- les mesures liées à la communication d'informations et à la transparence pourraient, dans certains cas, s'avérer insuffisantes pour assurer la protection des consommateurs ;
- les acteurs chargés de la protection des consommateurs pourraient ne pas être en mesure de relever pleinement les défis actuels avec les outils et les moyens d'action dont ils disposent pour contrer les pratiques interdites ;
- l'OCDE, grâce à sa vaste couverture géographique, à son rayonnement dans différents domaines d'action et à l'expertise du CPC, est bien placée pour servir d'enceinte pour la recherche empirique et sur la politique à l'égard des consommateurs, afin de soutenir les efforts déployés dans ce domaine aux niveaux national, régional et international.

NOUS NOUS ENGAGEONS à :

- enrichir la base factuelle sur laquelle reposent la politique à l'égard des consommateurs et les mesures d'application, en nous attachant à mieux comprendre le comportement des consommateurs et les pratiques des entreprises, à la lumière des éclairages comportementaux et des travaux de recherche empirique ;
- renforcer les outils et les pouvoirs dont disposent les autorités chargées de l'application des lois afin qu'elles puissent agir efficacement.

NOUS APPELONS l'OCDE, par l'intermédiaire du CPC en collaboration avec d'autres organes compétents de l'OCDE, les réseaux d'application des lois et les forums internationaux, à :

- développer ses travaux transfrontières de recherche empirique et sur les politiques, en tenant compte des éclairages comportementaux ;
- mener des travaux en vue d'améliorer la production de données ventilées par genre, d'identifier les lacunes en matière de connaissances et de traiter des questions liées au genre dans le cadre de la politique à l'égard des consommateurs ;
- servir de forum pour examiner et promouvoir les travaux de recherche empirique et sur les politiques en matière de consommation dans le cadre du Forum mondial sur la politique à l'égard des consommateurs ;
- mettre à jour la Recommandation de l'OCDE de 2014 sur le processus d'élaboration des politiques publiques en matière de consommation [[OECD/LEGAL/0403](#)], en s'appuyant sur les travaux de recherche empirique et sur les politiques du CPC, afin de refléter les nouvelles méthodologies et technologies permettant d'élaborer une politique à l'égard des consommateurs et des mesures d'application efficaces.