

欧盟2005/29/EC指令详解

| | |
|------|-------------------------------|
| 产品名称 | 欧盟2005/29/EC指令详解 |
| 公司名称 | 深圳市实测通技术服务有限公司 |
| 价格 | .00/件 |
| 规格参数 | 服务1:速度快 服务2:包通过 服务3:价格优 |
| 公司地址 | 深圳市罗湖区翠竹街道翠宁社区太宁路145号二单元705 |
| 联系电话 | 17324413130 17324413130 |

产品详情

欧盟2005/29/EC《不公平商业行为指令》是专门对涉及与消费者交易（business to consumer）的商业行为的*新规定。

欧盟2005/29/EC《不公平商业行为指令》（Unfair Commercial Practices Directive）已于2007年12月12日开始实施，即要求将其在2007年12月12日前转化成欧盟成员国的法规。

该指令旨在全面禁止企业同消费者的交易中的不公平贸易行为，协助消费者进一步了解自身权益，让他们在欧盟各国跨境购买货品及服务更感安心。

该指令核心内容是禁止企业在同消费者的交易中进行不公平广告、行销和其他商业行为，特别禁止具有误导性或侵犯性的运作手段。

指令范围：涉及与消费者交易的商业行为，并且该行为影响到了消费者的经济利益。换句话说，该行为影响到了消费者作出决定是否购买并且向谁购买某件商品的意向,包括影响消费者作出决定是否与企业签署合约的行为，比如要求保险单，或者要求退货，从#合约中撤出，或者解除订单。

指令定义的“不公平”是指有关事项带给消费者的困惑是可以明确用语言陈述的，而不会给那些诚实企业制造不确定因素和额外成本。符合以下几点商业活动被称作不公平行为：未能遵守作为一个商人应有的关心和技能标准，并且，强迫消费者作出与其本意大相径庭的决定，例如，误导或者强迫他们购买商品。

指令第5条列举了不公平贸易行为的种种表现，并确定了两条判断标准，即：

——是否违背行业水准与道德，

——是否损害或有可能损害消费者消费有关产品的经济行为。

此外，规定还提出对弱势消费群体，如儿童、老人以及伤残人员予以特别保护，以免受剥削。

指令第6、7条强调要对带有欺诈和强迫性质的两种不公平贸易行为予以特别重视。

——凡通过提供虚假信息或误导消费者购买产品，将被视为欺诈行为。

ü （注：

1.

虚假信息主要涉及产品本身、状态、特性，也可以扩大到厂家许诺、价格、服务以及厂家和消费者各自的权利等。

2.但厂家也有可能因为疏忽而未能向消费者提供明确无误的信息。)

——根据指令要求，消费者购买前，应获得与产品有关的主要信息，包括产品的主要特性、产地、企业、含税价格、支付和交货方式以及遇到问题如何处理等。

——贸易中的强迫行为，是指用不公正的手段，如纠缠或强制，迫使消费者做出购买决定，以及通过特别环境或设计陷阱影响消费者，使之改变商品购买决断。以上行为都是法律禁止的。

指令还列举了不公平贸易的种种表现。属于欺诈行为的有：

——自称为行业行为准则的签约人，而实际上没有加入；

——炫耀质量证书和标签，而实际上并没有得到使用许可；

——断言获得公共或私立机构颁发的专业认可，而实际上并没有得到，或不遵守专业认可规定的条件；

——大做引诱广告，而后又不能履行许诺；

——确认组织竞赛并答应赢者可获奖金，但事后没有兑现；为推销其它产品，而对一个不卖的产品标价，尽管顾客看中也拒售；

——宣传“免费”产品，条件是消费者在其他方面开销一点；

——谎称产品能治愈疾病、机能障碍和畸形。

属于强迫行为的有：

——让消费者感到如不签约或支付，就不能离开现场；

——一次又一次地跑到消费者家里，并对对方要求其离开置之不理；

——一次又一次地打电话、发传真或电子邮件等，重复同样的或不受欢迎的要求；

——对消费者行使合同法规的权利，进行威慑；

——用广告手段唆使儿童购买产品，或劝说家长或其他成年人为儿童购买产品；

——要求消费者支付厂商提供的商品，而消费者并没有要求厂商提供这个商品。

该指令将误导性商业做法区分为误导行为和误导性缺失。

——“误导行为”是指，如果广告等商业行为包含有虚假信息，或即便所含信息在事实上是真实的，但却以某种方式欺骗或可能欺骗普通消费者，并导致或可能导致消费者做出本来不会做出的交易决定，就构成误导行为。“内容真实的误导”常见的例子如企业在促销时声称“买一送一”，但附送的是价值非常低的其他商品。如何确定是否构成误导要以普通消费者的判断力来衡量。

——“误导性缺失”是指，企业没有提供消费者做决定所需的“重要信息”或故意隐瞒以及模糊化处理。例如，标明“本店商品打5折”，而实际仅在周日才打5折。指令要求的“重要信息”至少包括产品的主要特性、企业地址和名称、价格、付款方式、送货方式、纠纷处理以及是否可以取消交易或退换货等。此外，为应对包括误导广告在内的不公平商业做法，指令要求各成员国采取充分有效的措施，让受害的消费者能够通过行政或法律途径得到补偿。

该指令将以一个单一的、覆盖全欧盟辖区内的法律代替繁冗的现有国家制度和法院裁决。企业可以在共同规定的基础上向欧盟所有消费者提供广告和销售服务。消费者可以有机会获得更多的服务并能免受企业不公平行为造成的损失。告诉企业如果从事商业活动是该指令的宗旨，但仅定义禁止行为也远非指令的目标。因此这项法律留给企业更多的是通过改革来推动新的公平商业行为的空间。