

Voorzichtig met die webshop

België telt maar erg weinig webshops. Ondernemers die toch de stap wagen, botsen al snel op juridische barrières. De Tijd geeft u vijf tips om een succesvolle webshop uit te bouwen.

WIM DE PRETER

België is een land van kleine ondernemers. Daarom is het des te schrijnender dat die ondernemers de mogelijkheden van verkoop via het internet niet of te weinig benutten. 'België staat in e-commerce mijlenver achter op zijn buurlanden. Europees zitten we ongeveer op het niveau van Slowakije', zegt Bart Van den Brande, partner bij het gespecialiseerde advocatenbureau Sirius Legal.

Die achterstand heeft voor een stuk te maken met historische en economische factoren, zoals het feit dat ons land maar weinig grote bedrijven telt die het goede voorbeeld kunnen geven. De kleinere bedrijven die het wel proberen, heb-

ben vaak een beperkte juridische kennis. De meeste Belgische webshops nemen het dan ook niet erg nauw met de diverse wetgevingen waar hun activiteit aan onderworpen is.

Het resultaat is dat de Belgische consument veel minder vertrouwen heeft in onlineshopping dan de Nederlandse en Duitse, waar de sector veel professioneler georganiseerd is. 'Echte fraude is zeldzaam, maar de Belgische shops hebben vaak te lange levertijden en een zwakke dienst na verkoop', zegt Van den Brande.

De advocaat is vandaag voor een presentatie te gast op de E-Shop Expo, een e-commercebeurs die nog tot morgen loopt in Tour & Taxis in Brussel. Samen met hem overlopen we de belangrijkste juridische aandachtspunten voor ondernemers die een webshop willen oprichten.

Meer informatie op de Sirius-blog: <http://siriuslegal.wordpress.com>



1 De rechten van de onlineklant

• Een absolute basisvereiste voor elke webshop, die nochtans door bijna iedereen over het hoofd wordt gezien, is dat op de site een paar essentiële **identificatiegegevens** moeten staan: de naam van uw bedrijf, uw adres en uw nummer in de Kruispuntbank voor Ondernemingen (KBO). Vooral bij dienstenbedrijven, die geen fysieke goederen moeten afleveren, is dat vaak een probleem, zegt Van den Brande.

De klant heeft bij elke aankoop 14 dagen bedenktijd.

• Zowat twee op de drie webshops die **consumentenkrediet** toestaan, voldoen niet aan de wetgeving daarover. Zo moet u de kosten van het krediet en het jaarlijkse kostenpercentage volgens wettelijk vastgelegde normen berekenen.

• De wet betreffende de marktpraktijken voorziet in onder meer een regeling voor **verkoop op afstand**. Zo heeft de klant bij elke aankoop 14 dagen bedenktijd (en niet zeven dagen, zoals heel lang ten onrechte vermeld werd op de site van de Economie) en moet hij het artikel binnen die periode gratis kunnen terugsturen. Er is wel nog onduidelijkheid over de manier waarop dat recht aan consumenten kenbaar moet worden gemaakt. In de post-

orderverkoop schrijft de wet voor dat dat in een wettelijk vastgelegde tekst in een kader op de eerste pagina (van de catalogus) moet staan. Maar hoe zit dat met websites? Moet die tekst integraal op de homepage staan, of op elke productpagina? Of volstaat een aanklikbare hyperlink naar een aparte pagina waar de tekst staat?

• In de praktijk krijgen we daarover geen eenduidige richtlijnen van de FOD Economie. Ook de controleurs weten het niet: voor dezelfde manier van werken krijgt het ene bedrijf een boete en het andere niet, zegt Van den Brande. 'Goed om te weten is dat er in december een Europese richtlijn werd goedgekeurd die maakt dat de regels in de EU meer op elkaar afgestemd worden.' Zo zullen consumenten overal 14 dagen bedenktijd krijgen alsook het recht om in die periode gratis terug te sturen, en wordt de leveringstermijn vastgelegd op maximaal 30 dagen (daarna kan de consument van de koop afzien).

Het kan nog een hele tijd duren voor die richtlijn in alle landen in een wet is omgezet. 'De Belgische regels komen al voor 95 procent overeen met die Europese', zegt Van den Brande. 'Houd er ook rekening mee dat individuele landen hun wetgeving nog strenger mogen maken.'

<http://economie.fgov.be/nl/consument/>

2 Uw cloud moet Europees zijn

• Behalve wanneer het om de afhandeling van een bestelling gaat, moet u voor elke elektronische verwerking van persoonsgegevens de voorafgaande toestemming van de persoon hebben. Voor het doorgeven van gegevens aan andere bedrijven hebt u een afzonderlijke toestemming nodig. En u moet uw klanten de mogelijkheid geven hun persoonlijke gegevens te bekijken of te verbeteren, of zich te verzetten tegen de verwerking ervan.

• Een minder bekende Europese regel zegt dat persoonsgegevens in principe niet buiten de Europese Unie bewaard mogen worden. Bedrijven die hun data 'in de cloud' bewaren, moeten zich er dus van vergewissen dat de gebruikte servers en opslagsystemen in de Europese Unie staan.

www.privacycommission.be/nl/

3 Ander land, andere wet

• Voor wie een webshop heeft die goed draait, is de verleiding groot meteen de stap naar buitenlandse verkoop te doen. Maar dan moet u rekening houden met de finesses van de **btw-wetgeving** in de verschillende Europese landen. In principe moet u zich registreren in het land waar u verkoopt en de daar geldende btw-tarieven aanrekenen. Alleen als uw totale omzet in het voorgaande jaar onder een bepaalde drempel is gebleven (35.000 tot 100.000 euro, afhankelijk van de lidstaat), hoeft dat niet en mag u de Belgische btw aanrekenen, zegt Van den Brande.

• Welke wetgeving op de bescherming van de consument is van toepassing als een buitenlander iets in een Belgische webshop koopt, en welke rechtbank is daarvoor bevoegd? 'Als het om een toevallige verkoop gaat (de klant heeft de weg naar de Belgische shop zelf gevon-

den), moet hij de Belgische regels accepteren', zegt Van den Brande. 'Minder bekend is dat webshops die zich expliciet tot een bepaalde markt richten, zich moeten houden aan de wetgeving die op die markt geldt.' Let dus op als u met uw webshop bijvoorbeeld heel duidelijk mikt op Britse of Duitse klanten, want dan zou u wel eens een dagvaarding van een Britse of Duitse rechtbank in de bus kunnen vinden omdat u de spelregels van die landen niet hebt nagelieft. In onze buurlanden is het trouwens vrij gebruikelijk dat ondernemingen hun concurrenten aanklagen als die zich niet aan die regels houden.

• Ook voor de bescherming van de **privacy** hanteert elke EU-lidstaat eigen regels, controleorganen en bevoegde rechtbanken. Europa is wel van plan al die regels te harmoniseren.

4 Goed idee? Zwijgen!

• Wat moet u doen als u een idee hebt voor een webwinkel? En vooral: zwijgen! Hang uw niet aan de grote klok, want loopt u het risico dat iemand annermee aan de haal gaat. 'In te stelling tot de VS kan je in Europa geen octrooi nemen op een zak concept', legt Van den Brande. 'Alleen technische vernieuwingen zoals een platform dat door software echt uniek is, kan men laten beschermen.'

• Een andere beschermingsregel is het laten registreren van meinnamen voor uw website, zoals in België als in andere landen perik u niet tot de naam van uw shop, maar registreer ook meinnamen die door een concurrent kunnen worden gebruikt. ten slotte ook uw merk registreren en beschermen. Dat via het Benelux Merkenbureau de hele Europese markt.

5 Iedereen zijn label

• Een bekend en betrouwbaar label om aan te geven dat een e-commerce betrouwbaar en veil kan het vertrouwen van de consument onlineconsument een ste duw geven. In Nederland bestaat zo'n tien jaar het bekende en meen aanvaarde kwaliteitslabel thuiswinkel.org. In Duitsland is het label Trustedshops die rol.

In ons land is er geen gebrek labels en dat is net het probleem consument weet niet wat al keurmerken waard zijn en wel bel hij nu wel of niet mag vert wen. De zelfstandigenorganisatie Unizo en de sectororganisatie commercie hebben allebei hun eigen labels. Die vertonen volgenti enkele tekortkomingen, z het feit dat de kwaliteitscontrole eenmalig gebeurt of da controle inhoudelijk beperkt is.

De Belgian Direct Marketing Association (BDMA), de grootste organisatie van bedrijven die actief in direct marketing, lanceert een eigen label, Safeshops.be. Er komt campagne om dat label bekend te geven. De certificering gebeurt door het advocatenkantoor S Legal. Deelnemende webshops doen om de twee jaar aan een onderworpen.

safeshops.be

COLUMN LEGRAND INCONNU

De toekomst is hier al. Ze verbergt zich in wat gadgets en hypes lijken. Elke dinsdag probeert Roland Legrand haar contouren in te schatten, door de waaier van de dag heen.



Leren in tijden van internet

'Fuck. En toen was mijn map afbeeldingen verdwenen.' Een noodkreet van een jongedame op Facebook, op zaterdagavond. Snel gevolgd door een reactie, van een jonheer: 'Gewoon verdwijnen dat. kan niet... hidden of zo?' De jongedame en de jonheer overlopen mogelijke oorzaken van het malheur, waarbij de wanhoop van de jongedame snel stijgt. Tot de jonge-

kant, kijkt en overwinde door de computer terug te schakelen in de tijd wordt de verdwenen map teruggevonden. Conclusie van de jongedame: haar redder is niets minder dan een held!

Ik was enigszins ontroerd door die spannende opeenvolging van Facebookberichten. Wat hier wordt geïllustreerd, is één trend die een mens hoop geeft voor de

centrale computer nodig, het gaat over wat een 'gedistribueerd netwerk' wordt genoemd.

Hetzelfde principe wordt nu toegepast met leren in de breedste zin van het woord. Wat u ook wilt leren, ergens op de planeet zijn er anderen die dat ook willen

en die graag samen met u die inspanning doen. Zonder dat er een centrale instelling of een tussenpersoon hoeft te zijn, kunnen mensen elkaar vinden en steunen bij het leren van gelijk wat. Kinderen in de favela's van Rio de Janeiro leren elkaar funky danspassen via YouTube. De Canadese onderwijspecialisten Stephen Downes en George Siemens organiseren Massive Open On-

De student kleedt met wie hij leert en wat hij eigenlijk wil bereiken. De tussenpersonen - scholen en universiteiten - zijn gewaarschuwd: het internet betekent ook voor hen een radicale transformatie (mag ook wel, na zo'n duizend jaar). En kennis bestaat uit het leren leggen van connecties. Bijvoorbeeld via Facebook, met een innoheer op zaterdagavond die leert ho