



Verstrengde cookieregels zorgen voor chaos

Zonder analytics geen e-commerce. Wie zijn klant niet kent en begrijpt kan onmogelijk zijn producten zo optimaal mogelijk aan de man brengen. Waar je in een klassieke brick and mortar omgeving nog heel wat inzichten over je klanten kan verzamelen door winkelgedrag te observeren, klantenkaarten op te volgen en voorraden te monitoren, kan datzelfde online enkel met een goede analytics account.

Dat lijkt een evidentie, maar jammer genoeg ziet de overheid dat zo niet. Analytics accounts werken op basis van cookies en het standpunt van de Belgische Gegevensbeschermingsautoriteit inzake het gebruik van cookies -en met name analytics cookies- is de voorbije maanden duidelijk bijgesteld. Daar waar vroeger oogluikend aanvaard werd dat websites analytics cookies plaatsten zonder expliciete toestemming, wordt nu al enkele maanden lang via verschillende communicatiekanalen duidelijk gemaakt dat het plaatsen van analytics cookies altijd de voorafgaande opt-in vereist van websitebezoekers.

SafeShops.be is zich zeer goed bewust van het probleem. We hebben onze certificering aangepast om de regels correct toe te laten passen door al onze labelhouders. Gelijktijdig bereiden we samen met andere associaties uit de e-commerce en online marketingsector en met onze juridische partners van Sirius Legal een actieve lobby voor bij de Gegevensbeschermingsautoriteit en bij de bevoegde minister De Backer om op termijn de regels versoepeld te zien worden.

Zonder analytics geen e-commerce

Heel wat ondernemers vonden in de voorbije weken van de COVID-19 crisis met vertraging de weg naar e-commerce. De COVID-19 crisis deed onder meer restauranthouders overschakelen naar take-away of delivery, heel wat kleine zelfstandigen starten alsnog met een eigen webshop of starten met verkopen via één van de vele nieuwe online platformen die lokale ondernemers en lokale producten willen ondersteunen in deze moeilijke tijden.

Eén ding leren deze nieuwe digitale handelaars al snel: zonder bezoekers op je webshop, verkoop je niets. Je moet dus vindbaar zijn voor je klant én je moet ervoor zorgen dat je webshop zo is opgezet dat hij optimaal converteert. Het is daarom cruciaal om de traffic naar je webshop en het gedrag van bezoekers op je pagina's zo precies mogelijk te kunnen meten.

Met analytics kan je precies zien hoe bezoekers op je website terechtkomen: via een Google search, één van je Adwords campagnes, via links op andere sites of via je nieuwsbrief. Bovendien laat je analytics account toe om de reacties en het gedrag van bezoekers op je website zelf te monitoren en om op basis daarvan te gaan bijsturen: zit je SEO goed, geef je niet te veel uit aan die SEA campagne die toch niet converteert, heeft die prijsaanpassing van vorige week het verhoopte succes, werkt die nieuwe lay-out van een bepaalde pagina, ...?

Zonder een goed opgezette analytics account vaar je blind. Je weet niet waar bezoekers vandaan komen, welke pagina's en producten ze bezoeken, hoe lang ze op je website blijven rondhangen, je weet niet welke advertenties werken en welke het slecht doen, je weet niet welke producten goed of slecht voorgesteld worden of geprijsd staan, ... Met andere woorden, zonder goede analytics is e-commerce puur giswerk.



Maar analytics vereist cookies

Die analytics account - ongeacht of het om Google Analytics of een andere tool gaat - werkt op basis van cookies, kleine tekstbestanden die bij een eerste bezoek aan een website op je device geplaatst worden en die vanaf dan je surfgedrag in kaart brengen.

Daar precies begint het probleem. Om zo'n analytics cookies te mogen plaatsen, heb je immers de voorafgaande toestemming van de bezoeker aan je website nodig. Bij een eerste bezoek aan je website moet je een pop-up of overlay tonen waarin je expliciet meldt aan de bezoeker dat je cookies wil plaatsen en waarvoor die dienen en waarin je toestemming vraagt om dit te doen.

Geen aangevinkte toestemming betekent geen cookies en dat is een groot probleem in een e-commerce context. Geen analytics cookies betekent immers ook geen data op basis waarvan je je sales en marketing kan organiseren, geen inzicht in de herkomst van je bezoekers, geen inzicht in het succes van je SEO, je pagina lay-out of je pricing strategie, ...

Als webshop dreig je bovendien achter te blijven met stuurloze advertising campagnes: geen cookies betekent ook een drastische verkleining van de audiences voor retargeting campagnes, voor verhoogde biedingen in Google Search, voor cross device campagnes e.d. Performance campagnes worden dus ook voor 30 tot 60% "stuurloos", en kunnen dus ook niet meer geoptimaliseerd worden. Dat is niet alleen een ramp voor de e-commerce sector, maar voor elke adverteerder en diens media of marketing agency. De echte ROI van online investeringen is niet meer meetbaar en extrapolaties dreigen volledig fout te zijn omdat de overblijvende data niet meer representatief genoeg is.

Dan vragen we toch toestemming?

Geen probleem, hoor ik je denken. Dan vragen we toch gewoon een opt-in bij het eerste bezoek aan onze website? Dat kan natuurlijk. Alleen wijzen diverse onderzoeken én eigen a/b testen bij enkele van onze leden uit dat, afhankelijk van de precieze omstandigheden tussen 30% en 60% van je websitebezoekers geen actieve opt-in geven als je daarom vraagt. Dat betekent dat je als webshop tussen 30% en 60% van je data verliest door plichtsgetrouw de wet na te leven...

Dura lex, sed lex...?

Bovenstaande is een ramp voor webshops natuurlijk, maar de regels zijn duidelijk. De Gegevensbeschermingsautoriteit heeft die regels de voorbije maanden herhaaldelijk onder de aandacht gebracht. Afgelopen week pas publiceerde zij een cookie informatiepagina op haar website waarin nogmaals expliciet herhaald werd dat voor analytics cookies altijd een voorafgaande opt-in nodig is. Enkel voor strikt noodzakelijke cookies heb je niet zo'n opt-in nodig. Strikt noodzakelijk betekent hier dat je website niet werkt (vanuit het oogpunt van bezoekers) zonder die betreffende cookie.



Hetzelfde standpunt nam de GBA overigens ook al in in de veelbesproken Jubel-zaak, waarin een boete van 15.000 euro werd opgelegd omdat -naast enkele andere inbreuken- analytics cookies geplaatst werden zonder opt-in. Een en ander werd bevestigd in diverse publieke optredens van leden van de GBA de voorbije maanden, bijvoorbeeld op een LaFeweb event in Gembloux eerder dit jaar.

Het standpunt van de GBA inzake analytics cookies is moeilijk te begrijpen. Wij zijn altijd de eerste om de bescherming van de privacy toe te juichen, maar in dit geval dreigt een correcte toepassing van de wet zeer grote financiële schade toe te brengen aan een ganse sector en dat kan vanzelfsprekend niet de bedoeling zijn. Bovendien blijken de overheden in onze buurlanden aanzienlijk meer genuanceerd om te gaan met dit probleem en kan in Frankrijk, Nederland of Duitsland een en ander wél zonder opt-in onder een aantal voorwaarden. Daarmee wordt dubbel schade toegebracht aan de Belgische e-commerce. Belgische websites lijden zo immers een aanzienlijk concurrentienadeel ten aanzien van webshops uit onze buurlanden, die wél over gedetailleerde bezoekersdata kunnen beschikken zonder daarvoor de wet te moeten overtreden.

Wat doet SafeShops.be?

Hoog tijd dus dat de sector van zich laat horen in dit verband en gelukkig zijn enkele sectorfederaties in de e-commerce en online marketingsector inmiddels bereid om het probleem samen aan te kaarten bij de Belgische overheid en te lobbyen voor een meer soepele interpretatie zoals die ook in onze buurlanden bestaat, mét respect voor de privacy van de consument, maar evenzeer mét oog voor de commerciële belangen van de e-commerce sector. SafeShops.be en Sirius Legal nemen hierin een trekkende rol, gelet op het grote belang voor de SafeShops.be leden.

In afwachting van een gesprek met de overheid en een eventuele versoepeling van de regels echter kunnen wij niet anders van onze labelhouders verwachten dan dat zij de regels correct naleven. Het is echter niet evident voor een webshop om van de ene dag op de andere het roer om te slaan en om die reden hebben we de volgende richtlijnen aangenomen:

- SafeShops.be en bij uitbreiding de SafeShops.be leden leven uit principe en uit respect naar de consument alle op hen toepasselijke regelgeving na en aanvaarden dus onderstaande richtlijnen.
- Bij elk eerste bezoek aan de webshop of website wordt de bezoeker gevraagd om een actieve opt-in te geven voor het plaatsen van alle cookies die niet strikt noodzakelijk zijn voor het functioneren van de webshop of website. Cookies worden niet geplaatst zolang er geen toestemming is gegeven. Dat geldt ook voor analytics, jammer genoeg.
- Soft opt-ins (“door verder te gaan aanvaardt u...”), opt-out regelingen, gedwongen opt-ins (waarbij geen vrij keuze gelaten wordt) of verplichte opt-ins (waarbij de website niet kan bezocht worden als geen opt-in is gegeven) zijn verboden.
- Webshops en websites groeperen de gebruikte cookies in categorieën (bvb “noodzakelijk”, “voorkeuren”, “analytics”, “social media” en “tracking & marketing”) en zorgen ervoor dat bezoekers per categorie een opt-in kunnen geven.
- Webshops zorgen voor duidelijke informatie over het gebruik van cookies, inclusief een volledig overzicht van alle gebruikte cookies met hun code, de uitgever, het doel van de cookie en de bewaartermijn (conform de modelpolicy van SafeShops.be)



- Webshops zorgen ervoor dat ze bij het gebruik van cookies naast de cookiewetgeving ook alle regels uit GDPR naleven. Dat betekent onder andere dat ze:
 - transparant zijn naar bezoekers toe
 - de rechten van bezoekers respecteren
 - het verwerken van data uit cookies opnemen in een intern dataregister
 - controleren of data gedeeld wordt met derden
 - controleren of die data de EU al dan niet verlaat (en ervoor zorgen dat dataexportregels daarbij nageleefd worden)
 - zorgen voor verwerkersovereenkomsten met alle derde partijen waar zij beroep op doen (uitgevers van derde-partij cookies, webbouwer, hoster, webmaster)
 - bij alle tools en software die zij gebruiken én intern binnen hun bedrijf en op hun webshop zorgen voor dataveiligheid, voor data protection by design en by default
- Nieuwe labelaanvragers dienen te voldoen aan alle voorwaarden om het label te bekomen. SafeShops.be kan eventueel beslissen om het label voorwaardelijk toe te kennen mits de nieuwe labelaanvragers zich ertoe engageren om binnen ten laatste zes maanden het nodige te doen om zijn of haar cookiebeleid te regulariseren. In die periode zal minstens volledige en correcte cookie-informatie in een cookie policy beschikbaar zijn en zal in die cookie policy gemeld worden *“Teneinde te kunnen voldoen aan alle op ons rustende wettelijke verplichtingen en aan de voorwaarden op het SafeShops.be label te mogen dragen, zorgen wij tegen ten laatste [datum] voor alle wettelijk vereiste aanpassingen aan ons cookiebeleid.”*
- Bestaande labelaanvragers die in de loop van 2020 een herverificatie ondergaan beschikken over een termijn van maximaal zes maanden of tot eind 2020 ten laatste om zich in regel te stellen. In afwachting zal minstens volledige en correcte cookie-informatie in een cookie policy beschikbaar zijn en zal in die cookie policy gemeld worden *“Teneinde te kunnen blijven voldoen aan alle op ons rustende wettelijke verplichtingen en aan de voorwaarden op het SafeShops.be label te mogen dragen, zorgen wij tegen ten laatste [datum] voor alle wettelijk vereiste aanpassingen aan ons cookiebeleid.”*

Wie hulp nodig heeft bij het juridisch en technisch compliant maken van zijn cookiebeleid, kan terecht bij onze juridische partners van Sirius Legal. Zij hebben samen met digital agency Grava een gedetailleerde cookie scan uitgewerkt (www.cookie-scan.be), maar je kan natuurlijk ook gewoon bij hen terecht voor meer beperkte of precieze vragen rond je cookiebeleid en dat met 15% korting als SafeShops.be lid.

We voorzien bovendien op dinsdag 19 mei 2020 een webinar voor onze leden en sympathisanten waarin Sirius Legal all do's en dont's uitgebreid op een rijtje zetten en waar je voluit vragen kan stellen. Inschrijven kan hier gratis:

<https://www.eventbrite.com/e/webinar-cookie-wetgeving-tickets-104622414458>.

Ondertussen werken wij als SafeShops.be verder aan hopelijke versoepeling van deze regels.