

De maatschappelijke en ecologische inzet van e-commerce bedrijven is niet langer een optie om te overleven in een zeer competitieve omgeving, maar steeds meer een belangrijk strategisch element.

De economie is zich aan het vernieuwen en de enige toekomstbestendige economie is een economie die klimaatneutraal, circulair en inclusief is met eerlijke ketens.

In Nederland heet dit MVO- maatschappelijk verantwoord ondernemen. In Frankrijk spreekt men over RSE - *responsabilité sociétale des entreprises*.

Dit betekent dat bedrijven vrijwillig maatschappelijke en ecologische overwegingen opnemen in hun bedrijfsactiviteiten en relaties met klanten en leveranciers.

Natuurlijk is dit deels om te voldoen aan wettelijke verplichtingen. Maar ethische gronden worden steeds belangrijker, ook gezien de eisen van de consument.

De Covidcrisis heeft aangetoond dat maatschappelijk verantwoord ondernemen een sleutelfactor is voor weerbaarheid van de onderneming en de kern vormt van strategie van bedrijven

Reeds in 2012 heeft de Federatie van Verkoop op Afstand door bedrijven (Fevad) een ethische code opgesteld, die zowel een professionele code als een kwaliteitshandvest voor e-commerce-spelers is.

MVO is zowel terug te vinden in wettelijke verplichtingen, die ethische waarden hebben uitgekristalliseerd, als in de actieve en vrijwillige betrokkenheid van bepaalde e-commerce-spelers die ervoor hebben gekozen zich te onderscheiden van hun concurrenten.

Juridische verplichtingen: een uitdaging om zich aan de regels te houden en maatschappelijk verantwoord te ondernemen.

Respecteren van de privacywetgeving is zowel een wettelijke verplichting als een maatschappelijke verantwoordelijkheid, omdat het een belangrijke OESO richtlijn is in het kader hiervan.

De AVG legt het minimaliseren van gegevens vast: persoonsgegevens mogen alleen worden verwerkt als zij nodig zijn om een doel te bereiken, relevant en beperkt zijn tot wat nodig is.

Verder moeten de gegevens ook veilig opgeslagen zijn.

Al deze verplichtingen zijn gericht op hetzelfde doel: de persoon centraal stellen in het beheer van zijn persoonsgegevens. Andere regelingen hebben hetzelfde doel zoals bijvoorbeeld de Franse Consumentenwet, die specifieke informatieverplichtingen oplegt aan e-commerce websites, zoals het verstrekken van duidelijke, eerlijke en transparante informatie over de algemene voorwaarden voor het gebruik van een dienst of een verplichting met betrekking tot het recht op terugtrekking, met de voorwaarden en modaliteiten van de uitoefening.

MVO maakt de verplichting die de tekst oplegt werkbaar door een gebruikersvriendelijke omgeving te creëren.

Dit geldt ook voor het respect van de cookies wetgeving, waarbij rekening houden van het comfort van de gebruiker zeker een pluspunt zal zijn.

Actieve betrokkenheid bij maatschappelijke en ecologische uitdagingen om u te onderscheiden van concurrenten

Het aandeel van e-commerce in Frankrijk neemt voortdurend toe en deze sector wordt zeer sterk beïnvloed door de bewustwording bij klanten van de maatschappelijke en ecologische verantwoordelijkheid van bedrijven.

Steeds meer consumenten houden daarom rekening met ecologische, maatschappelijk verantwoorde of ethische elementen bij hun aankoop van online producten of -diensten (53%), waarbij ze de voorkeur geven aan websites die een verantwoordelijke benadering promoten (70%) en de voorkeur geven aan Franse websites (68%).

Het MVO- commitment stelt online verkopers in staat hun imago te verbeteren, een belangrijk onderscheidend criterium voor klanten, maar ook voor kandidaten, investeerders, medewerkers en in het algemeen elke stakeholder.

De verwachting van consumenten op dit gebied betekent dat online winkels zich moeten aanpassen. Net als de digitale transitie in de jaren 2000, is de transitie naar maatschappelijke en ecologische verantwoordelijkheid nu essentieel om zich te onderscheiden van de concurrenten of om op zijn minst niet achter te blijven.

De implementatie van MVO-vereisten op de website van het bedrijf vraagt een globale inzet. Het is belangrijk te vermelden dat de beloften ook gevolgd moeten worden door de feiten.

Naast een rampzalig imago riskeert een bedrijf dat communiceert over zijn verplichtingen zonder deze na te leven, strafrechtelijke vervolging. De Franse Consumentencode beschrijft het delict van oneerlijke handelspraktijken en clausules die de consument kunnen misleiden als zijnde strafbaar.

In dit verband kan nog worden opgemerkt dat het wetsvoorstel *loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets* van 10 februari 2021 (klimaat en versterking van de weerbaarheid tegen de effecten hiervan) het onderwerp was van een amendement dat voorziet in de definitie van "ecowitwassen" of greenwashing en om deze praktijk te bevestigen als oneerlijk en strafbaar.

Een echt maatschappelijk en milieubeleid waarbij verschillende spelers op transversale wijze betrokken zijn: verantwoordelijke voor e-commerce, gegevensbeschermingsfunctionaris, toegankelijkheidsreferent, director of compliance en, indien van toepassing, hun advies - zou moeten worden geïmplementeerd, om ervoor te zorgen dat MVO het essentiële keerpunt voor online-winkels kan zijn. In afwachting hiervan kunt u zelf belangrijke stappen zetten.

Bronnen: Dalloz actualité 27 mei 2021: RSE et e-commerce: entre obligations juridiques et valeurs éthiques, fevad.com, mvonederland.nl, rijksoverheid.nl