

M-COMMERCE

M-COMMERCE

Johan VANNEROM (ed.)

M-commerce
Johan Vannerom (ed.)

© 2017 Intersentia
Antwerpen – Cambridge
www.intersentia.be

Coverfoto © Maxx Studio/Shutterstock

ISBN 978-94-000-0858-8
D/2017/7849/59
NUR 827

Alle rechten voorbehouden. Behoudens uitdrukkelijk bij wet bepaalde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, op welke wijze ook, zonder de uitdrukkelijke voorafgaande toestemming van de uitgever.

Ondanks alle aan de samenstelling van de tekst bestede zorg, kunnen noch de auteurs noch de uitgever aansprakelijkheid aanvaarden voor eventuele schade die zou kunnen voortvloeien uit enige fout die in deze uitgave zou kunnen voorkomen.

VOORWOORD BIJ DE REEKS

Vele generaties juristen werden gevormd met de Groene Reeks opgezet door de Leuvense professoren Roger Dillemans en Walter van Gerven. De ‘Algemene Beginselen van het Belgisch Privaatrecht’, een boekenreeks waarin de basisprincipes van privaat vermogensrecht helder en overzichtelijk worden uiteengezet, prijken nog steeds in menige juridische bibliotheek.

De helderheid en toegankelijkheid van de ‘Algemene Beginselen van het Belgisch Privaatrecht’ vormen het uitgangspunt en de drijfveer voor een nieuw initiatief: een boekenreeks die, zonder de pretentie te hebben de Groene Reeks te evenaren of vervangen, de gekende basisbeginselen verder wil toepassen op actuele thema’s die in de hedendaagse rechtspraktijk leven. Een jonge reeks ook, vormgegeven door een groep jonge juristen met de steun van een peter en een meter, die reeds decennialang de ontwikkelingen in het economisch privaatrecht volgen en becommentariëren.

Vanuit dat oogpunt bestaat de redactie van de reeks uit een (i) wetenschappelijke adviesraad met als leden: prof. dr. Sophie Stijns en prof. dr. em. mr. Jules Stuyck en (ii) redactieraad met als leden: dr. Michiel De Muynck, mr. Jelle Derammelaere, prof. dr. Pieter Van Cleynenbreugel, drs. Sander Van Look en dr. mr. Johan Vannerom. De wetenschappelijke adviseurs bepalen mee de inhoud en bewaken het algemeen opzet en de kwaliteit van de reeks. De leden van de redactieraad zijn verantwoordelijk voor de samenstelling van een bepaald boek in de reeks, waarvan het onderwerp aansluit bij de eigen specialisatie van de editor(s).

Als naam voor de nieuwe reeks werd gekozen: *Ius Mercatorum. Actuele vraagstukken economisch recht*. De Latijnse hoofdtitel duidt op het ontzag voor de traditie en de ambitie om een vast baken van kwaliteit en juridische degelijkheid te worden. ‘Het recht van de markt’ vertaald in een eenheidstaal die juristen, onderzoekers, practici langs beide zijden van de taalgrens wil bereiken. De ondertitel weerspiegelt het jong en dynamisch karakter van de reeks. De initiatiefnemers hopen dat hij voor de komende generaties een bron zal zijn waarin de lezers een antwoord zullen vinden op actuele vragen.

Het ‘economisch recht’ mag hier niet eng worden opgevat en omvat in beginsel alle deeldomeinen van publiek- en privaatrecht die een rechtstreekse impact op het handelsleven hebben. Thema’s worden daarbij uitgekozen op basis van hun praktisch belang. Het kan daarbij gaan om i) het uitwerken van een juridisch kader voor nieuwe maatschappelijke tendensen zoals de webshop, M-commerce ... of ii) een actualisatie van enkele thema’s uit het bancaire en financieel

recht, het vennootschapsrecht, het mededingingsrecht, het insolventierecht, het vermogensrecht ... Kortom, deze reeks behandelt het marktrecht en zijn actoren vanuit voor de praktijk relevante uitgangspunten.

Sophie Stijns, Jules Stuyck – Michiel De Muynck, Jelle Derammelaere,
Pieter Van Cleynenbreugel, Sander Van Loock, Johan Vannerom
april 2017

VOORWOORD BIJ HET BOEK

Het boek *M-commerce* past geheel binnen het opzet van de nieuwe reeks *Ius mercatorum*, dat antwoorden wil bieden op actuele vraagstukken in het economisch recht.

Een van de trends van het afgelopen jaar is de opkomst van de M-commerce. Na de e-commerce maken ondernemingen en consumenten vandaag de dag meer en meer gebruik van hun smartphone of tablet om diensten en goederen aan te bieden en aan te kopen. Nieuwe technologieën maken het mogelijk dat men op afstand, 24u op 24u en waar men zich ook bevindt – mits er een internetconnectie is – handel kan drijven.

Hoewel de pers dit onderwerp reeds enkele malen heeft becommentarieerd en de verschillende belangengroepen zich hierover reeds het hoofd hebben gebroken, ontbrak tot op heden een juridisch boek hierover. Nochtans zijn de juridische vragen legio. Denk bijvoorbeeld aan de volgende vragen:

- is een onderneming verplicht om de consument bepaalde informatie te verstrekken over het aangeboden goed of dienst?;
- wat gebeurt er met de persoonsgegevens van de consument? Hebben ondernemingen toegang tot alle gegevens op zijn smartphone? Kunnen ze de verkregen gegevens gebruiken voor *direct marketing*?;
- hoe kan de consument zijn aankoop betalen? Kan de consument met andere woorden via zijn smartphone of tablet een betaling verrichten zonder kaartlezer? Kan de consument tekenen met zijn pincode?;
- kan de consument een krediet afsluiten via zijn smartphone?;
- kunnen ondernemingen of nieuwe spelers op de markt genieten van een belastingaftrek wanneer zij innovatieve programma's en apps ontwikkelen?;
- hoe wordt de deeleconomie (Airbnb) belast? ...

Al deze vragen komen in dit boek aan bod.

Het juridische staat echter nooit los van de praktijk. Daarom schetst Bart DEVOLDERE in het eerste, bedrijfseconomisch hoofdstuk het begrip 'M-commerce'. Hij heeft o.a. aandacht voor de verschillende types van M-commerce, de bedrijfsmodellen en de impact van dit nieuwe distributiekanaal/ecosysteem op onze maatschappij en haar ontwikkeling.

In het tweede hoofdstuk behandelt Hervé JACQUEMIN de verschillende beschermingsmethodes. Hij gaat dus dieper in op de rechten van de consument. In het bijzonder komen de talrijke informatieplichten van de onderneming en het herroepingsrecht aan bod.

Johan VANDENDRIESSCHE analyseert in het derde hoofdstuk de bepalingen inzake de verwerking van de persoonsgegevens van de consument. Gelet op de nakende invoering van de nieuwe Algemene Verordening Gegevensbescherming (Verordening (EU) 2016/679) heeft deze auteur ervoor gekozen om dit thema te bekijken in functie van deze toekomstige wetgeving. Hij belicht echter ook de verschillpunten met de bestaande wetgeving inzake de verwerking van persoonsgegevens.

In het vierde hoofdstuk schetsen Anne DEMELENNE en Ivo VAN BULCK de opkomst van M-Payments. Hiermee doelen de auteurs op het initiëren en finaliseren van betalingen via een smartphone of tablet zonder dat men een kaartlezer nodig heeft. Na een korte analyse van enkele statistische gegevens, sommen zij de verschillende (hedendaagse) systemen op. Zij bespreken op praktische wijze de werking van het mobiel betalen.

In het vijfde hoofdstukken bouwen Johan VANNEROM en Dominique BLOMMAERT hierop voort. Zij bespreken eerst enkele juridische vragen die aan bod kwamen in de bijdrage rond M-payments. In het bijzonder lichten zij de belangrijkste bepalingen van de PSD II toe, die het mogelijk maakt dat nieuwe spelers de markt van het betalingsverkeer betreden. Vervolgens onderzoeken zij het juridisch kader van M-credit, het aanbieden en sluiten van kredietovereenkomsten via de smartphone of de tablet.

Tot slot gaan Andy NEUTELEERS, Nico DEMEYERE en Ellen VANDINGENEN in op de fiscale bekommernissen en opportuniteiten. Andy NEUTELEERS bespreekt in dit hoofdstuk de internationale fiscaliteit en haar uitdagingen terzake. Nico DEMEYERE bespreekt de voorwaarden voor de recent ingevoerde aftrek voor innovatie-inkomsten. Ellen VANDINGENEN neemt in dit hoofdstuk de bespreking van de deeleconomie en de fiscale behandeling ervan voor haar rekening. Als bijlage voegt zij enkele aanvraagformulieren.

Wij bedanken alle auteurs voor hun enthousiaste medewerking aan dit eerste boek in de reeks *Ius mercatorum*. Dankzij hun bijdrage kan iedere lezer een goed, onderbouwd en vooral praktisch inzicht verkrijgen in de M-commerce.

Een bijzonder woord van dank gaat tevens uit naar Steffi.

Johan VANNEROM
19 april 2017

INHOUD

<i>Voorwoord bij de reeks</i>	v
<i>Voorwoord bij het boek</i>	vii

M-commerce: Status Update and Business Logic

Bart DEVOLDERE	1
I. Introduction	1
II. What is M-commerce?	2
III. Differences with E-commerce	4
IV. NTT Docomo's i-Mode Portal	6
V. Types of M-commerce	8
VI. Business Status Update	10
VII. Understanding Business Logic	14
VIII. Representing Business Logic	16
IX. Typical M-commerce Business Model Types	18
X. Disruptive Nature M-commerce	20
XI. M-commerce Legal Challenges	22
XII. Conclusion	24

La protection du consommateur dans le commerce mobile

Hervé JACQUEMIN	25
I. Introduction	25
II. Application du cadre normatif au commerce mobile	27
A. Principes directeurs	27
B. Panorama des règles de protection du consommateur, à l'aune des objectifs poursuivis	31
C. Domaine d'application des livres VI et XII du C.D.E., pour les contrats conclus par voie électronique	38
III. Mécanismes de protection	41
A. Information du consommateur	41
B. Droit de rétractation	47
1. Règles applicables aux biens et aux services	48
2. Règles spécifiques aux contenus numériques	51
IV. Conclusion	54

Aandachtspunten bij de verwerking van persoonsgegevens in de context van m-commerce onder de AVG

Johan VANDENDRIESCHE.....	55
I. Inleiding	55
II. Wettelijk kader	56
A. Algemeen.....	56
B. Wanneer is de AVG van toepassing?.....	57
1. Sleuteldefinities	57
a. Persoonsgegevens	57
b. Verwerking	59
c. Verwerkingsverantwoordelijke	59
d. Verwerker	60
2. Personeel toepassingsgebied	60
3. Materieel toepassingsgebied	61
4. Territoriaal toepassingsgebied	61
C. Tussenconclusie inzake het toepassingsgebied	63
III. Algemene beginselen inzake de verwerking van persoonsgegevens	64
A. De basisbeginselen	64
B. De vereiste van een rechtmatige verwerking (wettelijke grondslag)...	65
1. De toestemming van de betrokkene	65
a. Inhoudelijke wijziging van het toestemmingsbegrip.....	65
b. Formele wijzigingen op het vlak van de toestemming	66
c. Het algemeen recht tot intrekking van de toestemming.....	67
d. Specifieke vereisten bij de toestemming van minderjarigen in geval van diensten van de informatiemaatschappij ...	67
2. De contractuele noodzaak.....	68
3. De wettelijke verplichting	69
4. Legitiem belang	69
C. De informatieplicht bij de verwerking van persoonsgegevens	70
1. Algemene vereisten.....	70
2. Inhoudelijke vereisten bij de rechtstreekse inzameling van persoonsgegevens	71
3. Inhoudelijke vereisten bij de onrechtstreekse inzameling van persoonsgegevens	72
4. Informatieplicht bij doelwijziging	73
5. Voorbeeld van een privacydisclaimer	74
a. Disclaimer te gebruiken vanaf nu tot 25 mei 2018, eventueel nadien ook	74
b. Nieuwe disclaimer na 25 mei 2018	76
IV. Enkele specifieke toepassingen van m-commerce	77
A. De toepassing van elektronische handel in een m-commerce-context	77

1. De verwerkingsgrondslag	78
2. De informatieverstrekking	78
B. Apps op mobiele toestellen	79
C. Profilering en het gebruik van automatische besluitvorming.	80
D. De verwerking van persoonsgegevens in de context van location based marketing en targeted marketing	82
1. Het begrip ‘direct marketing’	82
2. Verwerkingsmogelijkheden.	84
a. De toestemming.	84
b. De noodzaak in het kader van een verwerking in een (pre)contractuele context	84
c. Het legitieme belang	85
3. Informatieplicht	85
V. Besluit	85

M-payments

Anne DEMELENNE en Ivo VAN BULCK	87
I. Inleiding en enkele cijfers	87
II. Gebruik van mobile payment(s)	90
A. Mobiel betalen op basis van een QR-code	91
1. Betalen met de app van Bancontact.	92
2. Betalen met de app van SEQR.	94
3. Betalen via een PayPal-account	95
B. Contactloos mobiel betalen	95
1. Contactloos betalen met een smartphone.	96
a. Betalen via de app van Bancontact.	96
b. Betalen via de SEQR-app	97
c. Betalen met Android Pay	97
2. Contactloos betalen met de kaart.	97
C. Betalen via de app van Payconiq	98
III. Instant payments	99
IV. Besluit	101

‘Pay and Borrow as You Go Mobile’. Het juridische kader inzake m-payments & -credit

Johan VANNEROM en Dominique BLOMMAERT	103
I. Definities en het maatschappelijk/bedrijfseconomisch kader	105
A. Definities	105
B. Breder socio-economisch en maatschappelijk kader	106
II. M-payments	113
III. M-credit.	118

A.	De kwalificatie van de kredietovereenkomst	118
B.	De reclame.	129
C.	De precontractuele plichten	134
1.	Het kredietaanvraagformulier	134
2.	Het SECCI	135
3.	Passende toelichting	136
4.	Raadgevingsplicht	138
5.	Onderzoeksplicht	138
6.	Onthoudingsplicht	141
D.	De contractsluiting.	142
IV.	Besluit	148
Enkele fiscale bekommernissen en opportuniteiten		149
I.	Internationale fiscaliteit	
	Andy NEUTELEERS	150
A.	Relevantie van het OESO BEPS project	150
B.	Het OESO BEPS Actie 1 rapport	152
1.	BEPS actiepunt 1	152
2.	De kenmerken van de digitale economie volgens BEPS	153
3.	BEPS kwesties geïdentificeerd, en hoe ze te adresseren	155
a.	Vermijden van status als vaste inrichting	156
b.	Belang van immateriële activa, de verspreiding van globale waardeketens en hun impact op verrekenprijs- regels	157
c.	De mogelijke noodzaak om CFC-regels aan te passen aan de digitale economie	158
4.	Andere geïdentificeerde fiscale uitdagingen	159
5.	Vervolgstappen	160
C.	Besluit	161
II.	Belgische fiscaliteit. Aftrek voor innovatie-inkomsten	
	Nico DEMEYERE	163
A.	Achtergrond	163
B.	Kwalificerende intellectuele eigendomsrechten	164
1.	Algemeen	164
2.	Uitbreiding naar auteursrechtelijk beschermde computer- programma's	166
3.	Toepassing in de tijd	168
C.	Kwalificerende inkomsten	169
D.	Berekening van de netto-inkomsten	171

E.	Beperking tot de kwalificerende uitgaven – <i>modified nexus approach</i>	172
F.	Toepassing van de aftrek.....	174
G.	Bijzondere documentatieverplichting.....	174
III.	Deeleconomie	
	Ellen VANDINGENEN	176
A.	Inleiding.....	176
B.	Totstandkoming van de deeleconomie.....	177
1.	Wat is “deeleconomie”?.....	177
2.	Doelstellingen van de wetgever	179
C.	Toepassingsgebied	180
1.	Bedoelde inkomsten.....	181
a.	Algemeen	181
b.	Uitzonderingen	184
2.	Belastbare basis	193
3.	Tarief: afzonderlijk aanslagpercentage van 20%	194
D.	Inwerkingtreding	195
E.	Btw	196
1.	Doelstelling	196
2.	Toepassingsgebied.....	196
a.	Algemeen	196
b.	Voorwaarden	198
3.	Formaliteiten – minimale verplichtingen.....	203
4.	Inwerkingtreding	204
F.	Sociale zekerheid	205
1.	Doelstelling	205
2.	Toepassingsgebied.....	205
3.	Inwerkingtreding	207
G.	Erkenningsvoorwaarden platformen en aanvraagmodaliteiten.	207
1.	Aanvraag tot erkenning van een elektronisch platform.....	208
2.	Verplichtingen.....	210
H.	Besluit.....	210
I.	Bijlage 1	213
J.	Bijlage 2	215

