



Exportgids

Praktische fiche

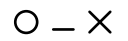
Online verkopen naar het Verenigd Koninkrijk



Gefinancierd door
de Europese Unie

**BREXIT
ADJUSTMENT
RESERVE**

Inhoudsopgave



Samenvatting	3
Snijd uw e-commerce activiteit toe op het Verenigd Koninkrijk	4
I. De belangrijkste stappen om uw internationale e-commerce strategie te bepalen	4
II. Internationaal online verkopen via een e-marktplaats en/of webshop	5
III. Stand van zaken op het gebied van e-commerce in het Verenigd Koninkrijk	6
IV. De 5 belangrijkste aspecten van uw Britse e-commerce strategie	8
1) Online marketing	8
2) Conversie	8
4) Online betaling	10
4) Logistiek	10
5) Regelgeving	11
Meer informatie - Aanvullende middelen	13



Samenvatting

Het Verenigd Koninkrijk is wereldwijd een van de landen waar de elektronische handel het grootste aandeel in de *retail* heeft (meer dan 25%, d.w.z. het dubbele van Frankrijk). Al meer dan een decennium hebben consumenten online winkelen grotendeels geïntegreerd in hun consumptiegewoonten. Ze kopen meerdere keren per kwartaal online en geven er jaarlijks een bijzonder groot budget aan uit in vergelijking met andere grote westerse landen.

Met zo'n grote vraag kan het starten of uitbreiden van uw e-commerce activiteit naar het Verenigd Koninkrijk zeer aantrekkelijk zijn. Logischerwijs is het aanbod hier echter ook sterk ontwikkeld, wat maakt dat **de e-commerce markt hier een van de meest concurrerende ter wereld is**.

Hieronder volgt een samenvatting van de belangrijkste aandachtspunten bij online verkoop die in deze fiche stuk voor stuk nader besproken zullen worden:

Bepaal vooraf de algemene reikwijdte van uw e-commerce activiteit:

Een goed doordachte e-commerce strategie om u te onderscheiden van de concurrentie (offline en online) is een must om de kans op online succes te maximaliseren.

Pas uw aanbod en marketing aan de specifieke kenmerken van de Britse markt aan:

- 1) Houd rekening met nationale trends:** e-shoppers zijn op zoek naar koopjes, betalen met credit-/debetkaarten en waarderen een snelle levering zonder extra kosten.
- 2) Diversifieer de bronnen van online bezoekerswerving:** maak over het algemeen gebruik van verschillende *digitale marketingmethoden*: natuurlijke referentiëring (SEO), betalende referentiëring (SEA), reclamebanners, gesponsorde publicaties op sociale netwerken, influencermarketing, e-mailings enz.
- 3) Optimaliseer de e-commerce conversie op uw webshop:** verleid de Britse internetgebruikers die uw webshop bezoeken met een aantrekkelijke e-merchandising, maar zorg ook voor de online aankoopfunnel om achtergelaten winkelmandjes tegen te gaan



Zorg ervoor dat u voldoet aan de specifieke regelgeving voor online verkoop

Bereid u voor op de organisatorische uitdagingen:

- 1) Online betaling:** in betalingen online, met zo min mogelijk hindernissen/belemmeringen
- 2) Logistiek:** optimaliseer zowel de commerciële en financiële efficiëntie van uw online verkoopactiviteit als de tevredenheid van uw Britse klanten

Snijd uw e-commerce activiteit toe op het Verenigd Koninkrijk

I. De belangrijkste stappen om uw internationale e-commerce strategie te bepalen

Het lanceren, beheren en exploiteren van uw internationale online verkoopactiviteit vereist een aangepaste e-commerce strategie. Deze strategie is zelden relevant wanneer die zich beperkt tot één bestemming zoals het Verenigd Koninkrijk. Ze moet in het algemeen worden ontwikkeld in het kader van een brede denkoefening over online export, waarbij in deze fiche de aandacht op 4 belangrijke stappen wordt gevestigd:



Een gedetailleerd

dossier bestaande uit 8 praktische fiches is beschikbaar op de website van de [FOD Economie](#) voor Belgische e-handelaars.

De specifieke aandachtspunten voor de Britse markt zijn opgenomen in deel IV van deze fiche.



1

De algemene reikwijdte van de e-commerce activiteit bepalen

- Begin met het inventariseren van uw beweegredenen om online verkoop buiten de Belgische grenzen te overwegen. Enkele courante motiveringen: het is nodig om voldoende omzet te halen, het is gemakkelijker te implementeren in vergelijking met een fysiek netwerk van wederverkopers in het buitenland, het is een onvermijdelijke evolutie gezien de vraag, ...
- Identificeer vervolgens de geografische markten waarop u zich wilt richten en de stand van zaken op het gebied van e-commerce op die plaatsen. In welke landen en op welke continenten gaat u online verkopen? Wat zijn de bijzonderheden van de verschillende nationale online markten?



2

Het aanbod en de marketing aanpassen

Zodra u uw toekomstige internationale klanten hebt geïdentificeerd, past u uw bestaande verkoopaanbod en marketingactiviteiten aan deze nieuwe internationale klantenkring en hun culturele bijzonderheden aan. Wat zijn de koopgewoonten van deze internetgebruikers? Moet uw productcatalogus worden gewijzigd? Welke uitdrukkingen en andere communicatie-elementen moeten worden aangewend?



3

Zich voorbereiden op de organisatorische uitdagingen

Zodra u hen voor u heeft gewonnen en geconverteerd, moet u uw internationale klanten ook bedienen. Bereid uw activiteit voor op de nieuwe organisatorische uitdagingen waarmee u zich geconfronteerd zult zien. Welke betaalmethoden moeten worden aangeboden op uw webshop in functie van de beoogde landen? Hoe bezorgt u de colli in de verschillende landen? Met welke dienstverleners werkt u samen om deze organisatorische uitdagingen aan te gaan?



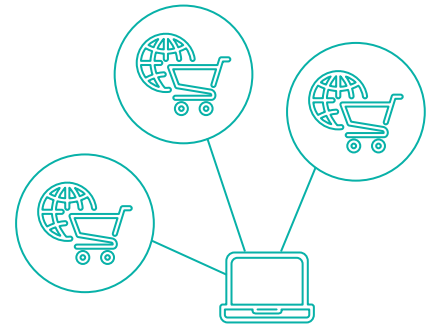
4

Zorg ervoor dat de regelgeving wordt nageleefd

U moet niet alleen voldoen aan de geharmoniseerde Europese regelgeving (verkoop op afstand & AVG), maar ook uw activiteit in overeenstemming brengen met de nationale wetgeving van de geografische markten waarop u zich richt (bv. verpakkingsbelasting enz.) en de regels voor de toepassing van btw en invoerbelastingen integreren.

II. Internationaal online verkopen via een e-marktplaats en/of webshop

Om internationaal online te verkopen heeft u twee opties:



Verkoop via een uniek e-platform

- **Ofwel kiest u voor een eigen webshop**
- **Ofwel opteert u voor een e-marktplaats**

Het belangrijkste voordeel van deze formule is dat u al uw commerciële inspanningen en middelen kunt concentreren op één enkel online verkoopplatform, **hetzij uw eigen webshop** (er zijn verschillende technische platformen mogelijk: [meer info hier](#)), **hetzij een e-marktplaats** (in het Verenigd Koninkrijk zijn multi-brand marktplaatsen erg populair). Hoewel er een groot aantal platformen bestaat, wordt deze markt **grotendeels gedomineerd door Amazon**, gevolgd door *eBay*. Op dit moment worden de volgende 8 plaatsen in de top 10 ingenomen door: *Argos, Etsy, Wayfair, Onbuy, Zalando, ManoMano, Not On The High Street en Fruugo*).



Wees u er echter van bewust dat u niet alleen uw unieke online verkoopplatform moet kiezen op basis van het gedrag van de e-shoppers waarop u zich richt, maar dat u er ook rekening mee moet houden dat zij elk hun eigen voor- en nadelen hebben ([‘marketplace’-dossier](#)).

Verkoop via een combinatie van e-platformen

Het belangrijkste voordeel van deze formule is dat u uw commercieel aanbod tegelijkertijd beschikbaar kunt stellen via verschillende online verkoopplatformen. Het is bijvoorbeeld gebruikelijk dat een e-handelaar zijn producten en/of diensten zowel via zijn eigen webshop als via een al dan niet gespecialiseerde marktplaats verkoopt. Wees u er echter van bewust dat u bij de keuze van uw platformen voor online verkoop niet alleen rekening moet houden met het gedrag van de e-shoppers op wie u zich richt, maar dat u er ook voor moet zorgen dat de combinatie van deze platformen een samenhangende en nuttige mix oplevert.

U moet er ook rekening mee houden dat elk platform zijn eigen kosten en voor- en nadelen heeft.

Tot slot, hoewel het exploiteren van meerdere online verkoopplatformen u de mogelijkheid biedt om een groot aantal potentiële klanten te bereiken, is het belangrijk te voorkomen dat uw middelen verwateren, maar ook te bedenken dat **dit een uitdaging vormt wat betreft het beheer van informatiestromen en prijsstelling**.

III. Stand van zaken op het gebied van e-commerce in het Verenigd Koninkrijk

Het Verenigd Koninkrijk is een land waarvan bekend is dat de sector van de elektronische handel er sterk ontwikkeld is.

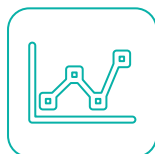
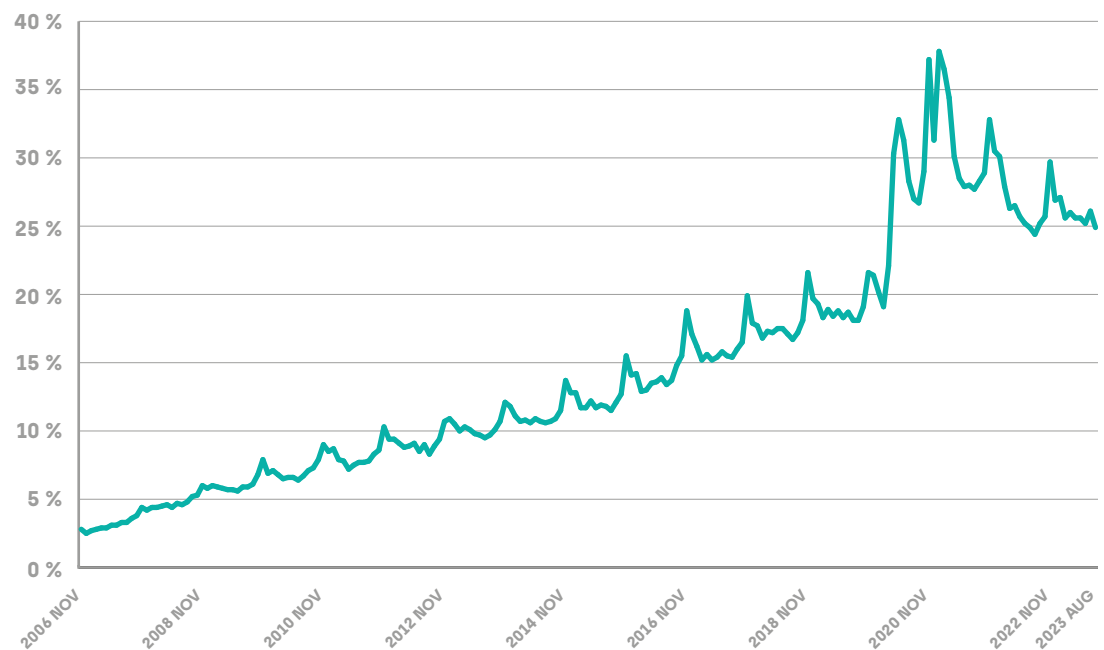
Op wereldschaal staat het naast landen als de VS, Canada, stedelijk China enz. in de top 5 van landen waar de omzet van de online verkoopsector het meest ontwikkeld is. Het aandeel bedraagt meer dan 25%. Deze groei zal naar verwachting de komende jaren aanhouden.

Het commerciële aanbod is er ontwikkeld en beantwoordt doeltreffend aan de vraag van lokale consumenten, zowel particuliere (B2C) als professionele (B2B), die al meer dan een decennium massaal op de kar van het online winkelen zijn gesprongen.

De Britse particuliere e-shoppers (B2C) zijn niet alleen talrijk, maar besteden ook een **aanzienlijk jaarlijks budget aan hun online aankopen**: het is meer dan twee keer zo groot als dat van de Belgische e-shoppers.

Internetverkoop als percentage van totale detailhandelverkoop (ratio) (%)

Bron : DRSI



Enkele statistieken over e-commerce in het Verenigd Koninkrijk

- In 2021 kocht 84% van de Britse internetgebruikers online. Tegen 2022 zullen e-shoppers naar verwachting 86% van de Britse internetpopulatie uitmaken. (*European E-Commerce Report 2022*)
- In 2021 bestond 6,19% van het Britse bruto binnenlands product van 2.621 miljard euro uit online verkopen.
- In 2021 zal de Britse sector van de elektronische handel goed zijn voor een omzet van 162 miljard euro. Voor 2022 wordt een bedrag van 184 miljard euro verwacht. (*European E-Commerce Report 2022*)

- In de loop van een kwartaal koopt 47% van de Britse e-shoppers minstens 6 keer online. (*European E-Commerce Report 2021*)
- De waarde van het gemiddelde winkelmandje van Britse internetgebruikers schommelt tussen 120 en 80 euro, afhankelijk van het apparaat dat wordt gebruikt om de aankopen te doen. Bij gebruik van een computer is die groter dan bij gebruik van een gsm. (*Statista*)
- In 2020 deed 80% van de Britse e-shoppers online aankopen bij binnenlandse e-tailers. Dit belette sommigen van hen (20-40%) echter niet om ook bij in andere landen gevestigde e-tailers te winkelen. (*European E-Commerce Report 2021*)
- In 2021 ging 8% van de 'grensoverschrijdende' verkopen van Belgische webwinkels naar het Verenigd Koninkrijk, na Nederland en Frankrijk. (*Enquête Safeshops 2021*)
- In de tweede helft van 2022 bleef het aandeel van de online verkoop in de detailhandel rond de 26% schommelen. (*ONS UK - Retail sales, Great Britain: October 2022*)



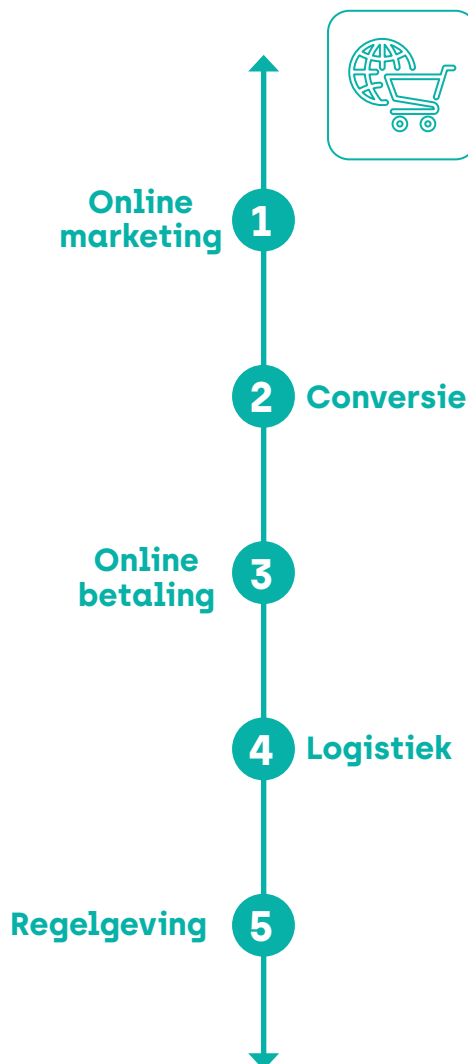
Enkele trends in de Britse e-commerce markt

- Bijna de helft van de Britse e-shoppers (vooral onder 45-plussers) **geeft de voorkeur aan de grote marktplaatsen** (Amazon, eBay, Etsy enz.) om te zoeken naar te kopen producten, ten nadele van generalistische zoekmachines, merkensites of sociale netwerken. Alleen wanneer zij op zoek zijn naar ideeën en inspiratie over een te kopen product wenden Britse internetgebruikers zich tot Google, de populairste zoekmachine van het land.
- De COVID-19-pandemie heeft ertoe geleid dat internetgebruikers in het Verenigd Koninkrijk vaker online winkelen.
- Meer dan de helft van de Britse e-shoppers begint en eindigt hun aankopen online zonder de producten eerst persoonlijk te zien en te proberen. De commerciële aanpak "web-to-store" is daar veel minder aanwezig dan in België.
- De 3 elementen die Britse e-shoppers het meest beïnvloeden (alle leeftijden):
 - Prijs
 - Gratis levering
 - Merkbekendheid
- De 3 elementen die de Britse e-shoppers het minst beïnvloeden (alle leeftijden): geografische nabijheid van de verkoper, afhaal mogelijkheden voor bestellingen, gemak om een terugbetaling te krijgen.
- De meest populaire leveringsoptie voor consumenten is **thuisbezorging** en zij verwachten dat de bezorging **steeds sneller zal verlopen**.



Om u te helpen de internationale e-commerce markten en in het bijzonder de Britse markt te begrijpen, kunt u de online tool **Google Market Finder** gebruiken, waarmee u een benchmark tussen landen kunt uitvoeren.

IV. Les 5 principaux aspects de votre stratégie e-commerce au Royaume-Uni



1) Online marketing

Om ervoor te zorgen dat uw webshop en uw producten en/of diensten worden ontdekt door Britse internetgebruikers, moet u een van de meest gebruikte kanalen door Britse e-shoppers goed benutten: de Google-zoekmachine.

Om uw webshop op natuurlijke wijze zichtbaar te maken op Google (SEO) in het Verenigd Koninkrijk, moet u werken aan uw webshop met als doel dat Google deze ziet als een kwaliteitsplatform voor Britse gebruikers. Dit houdt in dat uw webwinkel beschikbaar is in het Engels ("en-gb"), dat de domeinnaamextensie ".co.uk" of ".com" is en dat de tekstuele inhoud van sommige pagina's verwijst naar het Verenigd Koninkrijk (motto, woorden enz.).

Wat de gesponsorde zichtbaarheid van uw webwinkel op Google (SEA) in het Verenigd Koninkrijk betreft, moet u bijzondere aandacht besteden aan de opbouw van de 'doelgroepen' waarop uw advertenties in de zoekresultaten zullen worden gefilterd, de sleutelwoorden analyseren en vervolgens selecteren waarop uw advertenties zullen worden weergegeven, maar ook werken aan de inhoud van uw advertenties zodat zij een impact hebben op de Britse internetgebruikers, met aandacht voor de variëteiten van de gebruikte Engelse taal.

Hoewel een goede referentiëring (natuurlijk en betalend) een troef is, kunnen ook andere online marketingmethoden worden ingezet. We hebben het dan over:

- banneradvertenties op sites met veel verkeer (zoals nieuwssites en/of sites die een zeer gekwalificeerd publiek aantrekken in lijn met de specialisatie van uw online activiteit)
- communicatie op sociale netwerken en daarbij zorgen voor spontane betrokkenheid van fans en/of sponsoring van deze publicaties
- online advertorials en e-mailings verstuurd door partners
- product placement, live shopping sessies, influencermarketing
- zogenaamde "affiliate" - programma's (pay-for-performance van online business providers)

Om een toereikend volume aan bezoekers te bereiken, is het bijna altijd nodig **een "marketingmix" toe te passen**, waarbij deze verschillende kanalen worden gecombineerd, **hun doeltreffendheid zeer regelmatig wordt gemeten** via instrumenten voor prestatieanalyse en er wordt bijgestuurd op basis van de resultaten.

Zorg ervoor dat u uw teksten, media en boodschappen aanpast aan de profielen en culturele bijzonderheden van de internetgebruikers tot wie u zich richt.

Bijkomende informatie:

Dossier 'Marketing, verkoop & e-commerce' van 1819.brussels

[MEER INFO HIER](#)

Tips van 1819.brussels om rekening te houden met de Britse cultuur

[MEER INFO HIER](#)

Dossier 'Digital Marketing' van Retis

[MEER INFO HIER](#)



2) Conversie

Om uw webwinkel aantrekkelijk te maken voor bezoekers uit het Verenigd Koninkrijk, maar ook om het aantal afgebroken aankopen te verminderen, moet u de nodige informatie en functionaliteiten toevoegen om de surf- en winkelervaring aantrekkelijk, geruststellend en naadloos te maken.

- Kies voor een **“.co.uk” - domeinnaamextensie**, maar ook voor een **“.com” - extensie** (deze moeten vaak worden verworven op de “secundaire” markt, d.w.z. door het gebruiksrecht te kopen van een huidige houder, aangezien het moeilijk wordt om korte en gemakkelijke URL's te vinden die nog vrij zijn). De URL “.co.uk” kan geprogrammeerd worden om bijvoorbeeld naar “.com/uk” te verwijzen en zo één enkele webshop te beheren. Toch kan het commercieel verstandig zijn om internetgebruikers in elk doelland de indruk te geven dat zij zich op een specifieke, aan hun nationale markt aangepaste webwinkel bevinden, door voor elk land met een andere URL te communiceren, terwijl de backoffice (voorraadbeheer, orderverwerking enz.) op een uniforme manier wordt beheerd.
- Doe het niet zonder een **professionele vertaler**, vooral niet op de Britse markt, die geen slordige vertalingen tolereert. De vertaling moet volledig zijn, met inbegrip van de algemene voorwaarden. Bovendien moet worden nagegaan of de gehanteerde uitdrukkingen en beeldformules courant gebruikt worden, iets waar een native vertaler doorgaans rekening mee zal houden.
- Verrijk uw productfiches met **kwaliteitsfoto's en rijke beschrijvingen**; gebruik uiteraard Engelse maateenheden en, voor textiel, nationale maataanduidingen.
- Geef uw **prijzen weer in pond sterling (GBP)**.
- **Geef duidelijk uw identiteit** en de locatie van uw bedrijf weer, **evenals de manier waarop contact met u kan worden opgenomen** (de Britse consument is hier bijzonder gevoelig voor).
- Benadruk dat u de populaire Britse betaal- en leveringsmethoden aanbiedt (zie hieronder). Een gelabelde webshop (bv. [Trusted Shops](#), [Safebuy](#), [Ecommerce Europe Trustmark](#)) en door een betrouwbare derde partij gecontroleerde consumentenbeoordelingen zijn een pluspunt.
- **Optimaliseer de weergave van uw webshop**: optimaliseer uw webhosting zodat uw webshoppagina's snel worden weergegeven vanuit het Verenigd Koninkrijk.

Gezien de grote concurrentie in de Britse e-commerce is de uitdaging van conversieoptimalisering nog groter dan in andere exportmarkten.

Er is geen plaats voor amateurisme op dit gebied. Een Belgische e-tailer zal hier des te meer op moeten letten omdat hij een belangrijk obstakel voor online aankopen bij hem moet wegnemen, gezien zijn buitenlandse oorsprong en het zeer waarschijnlijke bestaan van lokale concurrenten die reeds zeer goed gevestigd en bekend zijn.

In vergelijking met de Belgische markt zal de e-retailer waarschijnlijk een aanzienlijk lagere conversieratio ervaren, die alleen kan worden verbeterd door zijn e-reputatie op de Britse markt te verbeteren.



Ontdek onze tips over de taal die u in uw webshop moet gebruiken om Britse consumenten aan te spreken.

taal die u in uw webshop moet gebruiken om Britse consumenten aan te spreken.

[MEER INFO HIER](#)



3) Online betaling

Aangezien betaalmethoden een rol spelen bij het converteren van Engelse bezoekers van uw webshop in klanten, moet u ervoor zorgen dat u de volgende betaalmethoden aanbiedt:

- 1) **Creditkaarten** (VISA, Mastercard & American Express) + **debetkaarten** (Maestro, Visa Debit)
- 2) **Digitale portemonnees**, ook bekend als "Wallets" (PayPal, Apple Pay en Google Pay)

Om deze betaalwijzen in uw webwinkel aan te bieden, kunt u bijvoorbeeld samenwerken met een van de volgende PSP's (Payment Service Providers): Adyen, Braintree, Klarna, Stripe, Worldline...

Daarnaast kan het raadzaam zijn een asynchrone betalingsmethode aan te bieden, zoals bankoverschrijving of rembours (hoewel dit veel minder gebruikelijk is dan in de EU).

Tot slot moet worden opgemerkt dat de kortetermijnfinancieringsregeling "Buy Now, Pay Later" (BNPL) de afgelopen jaren een populaire betaalmethode is geworden voor Britse consumenten om hun online aankopen te betalen, met name onder studenten en jonge huishoudens.



Bijkomende informatie:

Dossier "Online betaling" van Retis [MEER INFO HIER](#)



4) Logistiek

Het beheer van de logistieke aspecten van uw online business heeft een impact op zowel de commerciële en financiële efficiëntie ervan als op de tevredenheid van uw klanten. U zult de organisatie van uw voorraad, maar ook van de leveringen en retourzendingen van uw pakketten moeten aanpassen.

Geografisch gezien zijn er 3 mogelijke benaderingen van uw logistiek beheer:

- Vanuit België
- Vanuit een fulfilmentcentrum (opslag en orderpicking) gevestigd in het Verenigd Koninkrijk
- Via dropshipping (bij voorkeur met een of meer in het Verenigd Koninkrijk gevestigde leveranciers/importeurs die de directe logistiek verzorgen)

Wat de levering betreft, moet u er rekening mee houden dat **Britse e-shoppers verwachten dat hun bestelling (zeer) snel wordt geleverd**. We hebben het hier over levering de volgende dag, of zelfs dezelfde dag als de bestelling. Bovendien verwachten zij ook een **levering zonder extra kosten**.

Er wordt veel vaker op kantoor geleverd dan in België, evenals **bij relaispunten en "lockers"** / "pack stations" (automatische kluisen), die deel zijn gaan uitmaken van de verplaatsingsroutine van de Engelse consument.

Wat retourzendingen betreft (proportioneel veel meer dan in België, omdat de gewoonte om zich zonder opgave van reden te bedenken hier meer verspreid is), **moet u ervoor zorgen dat het proces en de details van uw retourbeheer duidelijk zijn vastgelegd**.

Op commercieel vlak moet u zich aanpassen aan de verwachtingen van de Britse e-shoppers. Zo verwacht meer dan de helft van hen gratis retourzendingen, zijn ze gewend aan langere bedenk tijden dan de 14 dagen

waarin de regelgeving voorziet (100 dagen bedenktijd is een gangbare commerciële belofte geworden).

Bepaal op organisatorisch niveau of defecte of ongewenste producten al dan niet naar u moeten worden teruggestuurd. De consument waardeert het dat het retourneren gemakkelijk wordt gemaakt, vooral dankzij de aanwezigheid van het retourlabel direct in de verpakking.

5) Regelgeving



Wanneer u uw webwinkel opent voor export naar het Verenigd Koninkrijk, moet u de nodige aanpassingen doen om te voldoen aan de specifieke voorschriften voor verkoop op afstand naar dat land.

Bedenk dat, terwijl in België het risico dat een concullega een procedure wegens “oneerlijke concurrentie” start omdat u zich van beperkingen (en kosten) hebt bevrijd door bepaalde regels (zoals het herroepingsrecht) niet na te leven, het in het Verenigd Koninkrijk veel vaker gebeurt dat men een concurrent moet vergoeden en/of een publicatie van de veroordeling moet dragen.

Een benadeelde consument kan ook een rechtsvordering instellen, die in de meeste gevallen door de Britse rechter geldig zal worden behandeld, aangezien een clause in de AV die verwerking in België voorschrijft, kan worden verworpen wanneer u uw aanbod op dit land hebt gericht (gerichte marketing, prijs in GBP, Engelse logistieke dienstverlener, enz.), hetgeen bijzondere juridische en praktische gevolgen heeft, aangezien het Engelse recht conceptueel sterk verschilt van het Belgische recht.

Momenteel zijn de algemene regels die u bij verkoop op afstand in acht moet nemen (nog) niet veel anders dan die welke in de EU gelden (wettelijke kennisgevingen, herroepingsrecht van 14 dagen, service na verkoop, AVG enz.). Er zij evenwel op gewezen **dat dit in het licht van de Brexit-logica zou kunnen veranderen**, hetzij omdat het Verenigd Koninkrijk besluit de huidige regelgeving te wijzigen (zie [MEER INFO HIER](#)), hetzij omdat de Europese Unie nieuwe communautaire voorschriften aanneemt. Dit is bijvoorbeeld het geval op het gebied van consumentenbescherming met de “Omnibusrichtlijn” die op 28 mei 2022 in de EU van kracht is geworden. De DSA (Digital Service Act) en de besproken regels inzake productbeveiliging zullen in het Verenigd Koninkrijk niet van toepassing zijn.

In de toekomst moet u wellicht voldoen aan uiteenlopende nationale voorschriften, bijvoorbeeld inzake het herroepingsrecht en de bescherming van persoonsgegevens. Raadpleeg voor informatie over deze wijzigingen de websites van de overheidsinstanties en beroepsorganisaties die aan het einde van het dossier zijn vermeld.

Naast de algemene regels inzake verkoop op afstand moet u, afhankelijk van de aard van uw producten en diensten, **er ook voor zorgen dat u voldoet aan de nationale sectorale voorschriften** inzake diverse aspecten zoals voedselveiligheid, etikettering, verpakking en recycling, gezondheid, vrije/gereguleerde beroepen enz.



Vergeet niet dat de CE-markering niet langer wordt erkend (behalve voor Noord-Ierland) en wordt vervangen door de UKCA - “UK Conformity Assessed” (in november 2022 is het verplichte karakter van deze markering voor de meeste producten uitgesteld tot 01.01.2025) [MEER INFO HIER](#).



Bijkomende informatie:

Dossier “Logistiek in e-commerce” van Retis [MEER INFO HIER](#)

Openbaar “catalogus” - tarief voor het vervoer van pakketten in Europa [MEER INFO HIER](#)

Logistieke partners gespecialiseerd in e-commerce (in het bijzonder) naar het Verenigd Koninkrijk, zoals: [GetByrd](#), [Salesupply](#), [UPS](#), [FEDEX](#), [bpost](#) en haar dochteronderneming [Active Ants](#) met een fulfilmentcentrum in het Verenigd Koninkrijk, [FBA – Fulfilment by Amazon...](#)

Houd er ten slotte rekening mee dat het **Verenigd Koninkrijk de Europese douane-unie heeft verlaten** (met uitzondering van de bijzondere bepalingen voor Noord-Ierland, waar de intracommunautaire btw-regels van toepassing blijven), en dus de nieuwe specifieke "OSS" - regeling voor de online verkoopaangifte die sinds 01.07.2021 mogelijk is) en dat de consument bijgevolg zijn pakket slechts zal kunnen verkrijgen indien de e-handelaar (of de door hem aangewezen vervoerder) vooraf de invoerhandelingen heeft verricht, en voor bestellingen < £ 135 de nationale btw heeft geïnd, die hij aan de Engelse belastingdienst HMRC zal moeten betalen nadat hij zich rechtstreeks of via een agent heeft geregistreerd. Zie voor de tarieven: [MEER INFO HIER](#)), bij gebreke waarvan de consument deze stappen zal moeten ondernemen (en bijkomende administratieve kosten zal moeten betalen) om het pakket in handen te krijgen. In dat geval valt te verwachten dat de klant deze situatie helemaal niet op prijs zal stellen en niet meer zal terugkeren naar uw webwinkel.



Bijkomende informatie:

Voor informatie over de in- en uitvoerprocedures en de toepassing van de btw, verwijzen we naar de fiches 4 en 8, alsook de website van de FOD Financiën en de AWEX-fiche over de Brexit

[MEER INFO HIER](#)

Dossier "Exporteren naar het Verenigd Koninkrijk" van 1819.brussels

[MEER INFO HIER](#)

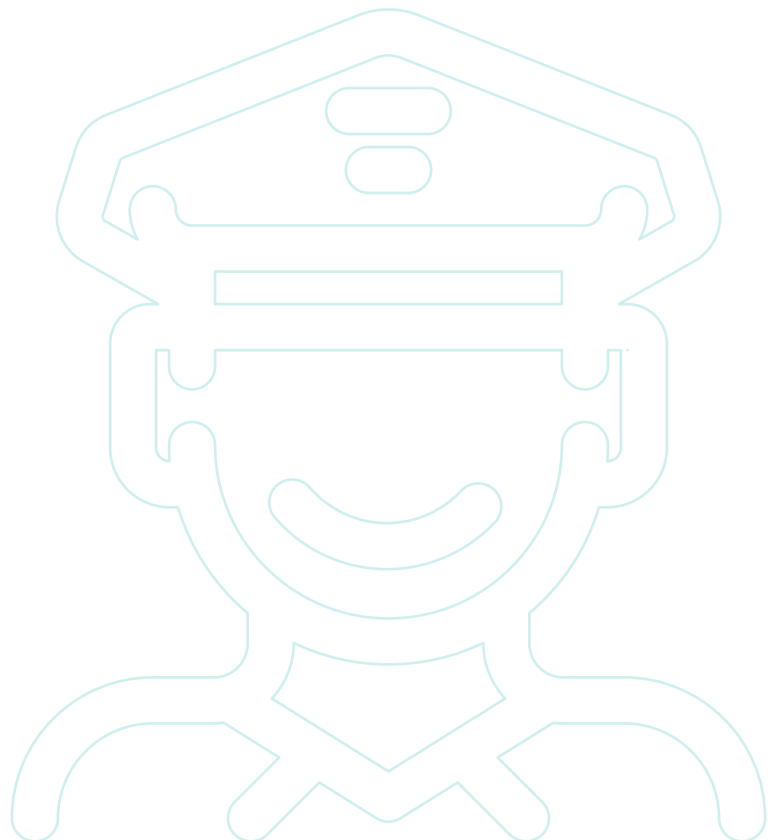
Regels voor e-commerce in het Verenigd Koninkrijk

[MEER INFO HIER](#)

Dossier "Regelgeving inzake elektronische handel in Europa"

[MEER INFO HIER](#)

Regels in België: [website van de FOD Economie](#) en [de website Infoshopping](#)



Meer informatie - Aanvullende middelen



Bronnen over e-commerce en internationale handel:

- Dossier "Hoe begin ik met export?" van 1819 hub.brussels [MEER INFO HIER](#)
- Dossier "Internationale e-commerce" van Retis [MEER INFO HIER](#)
- Dossier "Kopen op internet" van 1819 hub.brussels [MEER INFO HIER](#)

Gegevens en onderzoek over de Britse e-commerce markt:

- De website van het *Office for National Statistics (O.N.S.)*, met name inzake:
 - IT en internet [MEER INFO HIER](#)
 - Detailhandel [MEER INFO HIER](#)
- Statistieken over e-commerce voor het Verenigd Koninkrijk, verstrekt door het online portaal *Statista* [MEER INFO HIER](#)
- De vereniging voor elektronische handel *IMRG* [MEER INFO HIER](#)
- Het jaarrapport van *Data Reportal* over de stand van het digitale gebruik in het Verenigd Koninkrijk, met de nadruk op e-commerce [MEER INFO HIER](#)
- De middelen voor het Verenigd Koninkrijk gepubliceerd op de website van *Ecommerce News* [MEER INFO HIER](#)
- De analysegegevens voor de e-commerce markt in het Verenigd Koninkrijk verstrekt door *EcommerceDB* [MEER INFO HIER](#)
- De tool *SimilarWeb* voor informatie over de populairste sites in het Verenigd Koninkrijk [MEER INFO HIER](#)





Aanbestedende overheid:

hub.brussels

Brussels Agentschap voor de
Ondersteuning van het Bedrijfsleven
CBE 0678.485.603

Charleroise Steenweg 110,
1060 Brussel - België

Coördinatie:

BU Export - International Development Department

Auteur:

RETIS SRL

Vertaald uit het Frans:

Oneliner Translations BV

Layout:

Klär.graphics SRL

Datum:

Januari 2023

Deze gids wordt gefinancierd door de Europese Unie als onderdeel van de Brexit Adjustment Reserve