

RICHTLIJNEN VOOR LOKALE VOEDING



INHOUDSOPGAVE

Onze ambitie	3
Toepassingsgebied	5
Lokale voeding – achtergrond en uitdagingen	6
Definities	7
Wat is lokale voeding?.....	7
Wat betekent ‘lokale voeding’ bij ALDI Nord?.....	8
Oorspronglogo’s van de EU	15
Seizoensgebonden voeding.....	16
Doelstellingen en maatregelen	16
Nationale werkwijzen	17
Conclusie	18

ONZE AMBITIE

Duurzaam economisch succes is enkel mogelijk wanneer we verantwoordelijkheid opnemen voor de maatschappij en het milieu. Met hun activiteiten streven de ondernemingen van de ALDI Nord-groep („ALDI Nord“) er voortdurend naar om, overal waar ze actief zijn, bij te dragen aan een duurzame ontwikkeling.

We beschouwen duurzaam aankopen als fundamenteel om bij te dragen tot duurzame ontwikkeling. Als toonaangevende retailers erkennen we publiekelijk onze verantwoordelijkheid in de wereldwijde toeleveringsketens en het gebruik van hulpbronnen. Doorheen onze hele toeleveringsketens, van de aankoop van grondstoffen tot het uiteindelijke productieproces, zorgen we ervoor dat rekening wordt gehouden met ecologische en sociale duurzaamheidscriteria.

We leggen aan onze handelspartners duidelijk onze eisen en doelstellingen uit. Als onze doelstellingen niet worden gehaald, besteden we bijzondere aandacht aan de toekomstige ontwikkeling en uitvoering van concrete maatregelen om de productieprocessen samen met onze partners te verbeteren. We werken alleen samen met handelspartners die in overeenstemming met ons aankoopbeleid werken. We behouden ons het recht voor om passende sancties op te leggen, zelfs indien dat tot de stopzetting van de handelsrelatie leidt.

In de materialiteitsanalyse die werd uitgevoerd in het kader van het Duurzaamheidsrapport 2019 werd “¹ de uitbreiding van duurzame assortimenten” zowel door stakeholders als door ALDI Nord zelf als een relevant onderwerp beoordeeld.² Op basis van deze inzichten en een interne deskundige beoordeling is het onderwerp “moderne voeding”, dat “lokale voeding” omvat, een relevant onderwerp op onze internationale agenda geworden. Die nadruk op lokale voeding wordt versterkt door studies die de voorkeur van consumenten voor “lokaal kopen” aangeven.³⁴ Door meer de focus te leggen op lokale voeding streven wij bij ALDI Nord ernaar om ons duurzaam assortiment uit te breiden en te waarborgen dat we ons engagement vertalen in effectieve actie. We zijn ons bewust van onze verantwoordelijkheid en de brede omvang van onze activiteiten. Wij willen lokale producten in onze winkels promoten en in onze etikettering transparant naar onze klanten communiceren over de waarde van producten wat lokale voeding betreft. Daarmee handelen we in overeenstemming met de “Van boer tot bord”-strategie van de Europese Unie, die ernaar streeft om lokale voedselsystemen⁵ te versterken om een duurzaam voedingspatroon te promoten. Op die manier dragen we ook bij tot Duurzaam Ontwikkelingsdoel 12: “Verantwoorde Consumptie en Productie: verzeker duurzame consumptie- en productiepatronen”.⁶ Dat zijn enkele van de vele maatregelen die we nemen om gemakkelijk winkelen met een zuiver geweten mogelijk te maken.

¹ ALDI Nord Duurzaamheidsrapport 2019, pagina 14.

² De relevantie van de uitbreiding van duurzame producten voor stakeholders en ALDI Nord zelf werd ook bevestigd door de materialiteitsanalyse die werd uitgevoerd voor het jaar 2021.

³ Zie: Gen-Z is talking. Are you listening? (PwC 2020), pagina 21.

⁴ Zie: Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), pagina 17 en volgende.

⁵ Zie: Van boer tot bord-strategie (Europese Unie 2020), pagina 14.

⁶ Zie: Duurzame Ontwikkelingsdoelen (Verenigde Naties)

TOEPASSINGSGEBIED

Deze richtlijnen gelden voor levensmiddelen die door ALDI Nord verkocht worden.

Ons engagement is geconcentreerd op de volgende productgroepen:

- Zuivel en eieren
- Vers vlees
- Groenten en fruit

ALDI-bedrijven kunnen individueel nieuwe “prioritaire productgroepen” toevoegen.

De geldigheid van deze richtlijnen eindigt met de publicatie van een recentere versie.

LOKALE VOEDING – ACHTERGROND EN UITDAGINGEN

Nog maar enkele decennia geleden werd het grootste deel van de voeding die in kruidenierswinkels werd verkocht, in de onmiddellijke omgeving geteeld, geproduceerd en verwerkt.⁷ Als gevolg van de toenemende industrialisering en globalisering werd het normaal dat voeding van over de hele wereld afkomstig is en wordt geleverd via complexe toeleveringsketens. Tegelijk nemen milieu, gezondheid, sociale en ethische kwesties een steeds belangrijker plaats in ons denken in en zoeken consumenten meer waarde in de voeding die ze kopen. Ondanks de toenemende verstedelijking van de maatschappij verlangen mensen steeds meer naar vertrouwdheid, natuurlijkheid, authenticiteit en veiligheid. Ze willen weten wat ze consumeren, en ze willen dat hun voeding van dichtbij komt.^{8 9} Bovendien heeft de COVID-19-pandemie het verlangen van consumenten naar een goede balans tussen menselijke activiteiten, natuur, voedselsystemen en biodiversiteit verder versterkt.¹⁰

Een andere reden waarom consumenten graag lokale producten willen, is het milieuvoordeel. Aangezien lokale producten kortere transportafstanden hebben dan producten met complexe wereldwijde toeleveringsketens leidt het transport ervan tot lagere broeikasgasemissies. Consumenten beschouwen het kopen van lokale voeding bijgevolg als deel van een klimaatvriendelijke levensstijl. Bovendien vergroot transparantie over de oorsprong van een product het vertrouwen van de consument in de kwaliteit en de versheid van het product nog. Als men de oorsprong van een product kent, vergroot dat de identificatie van de consument met dat product. Tegelijk willen consumenten de lokale economie ondersteunen, lokale boeren een sterkere positie geven en lokale banen veiligstellen.¹¹

In totaal wil 89 percent van de Europese consumenten graag lokale producten.¹² De meeste consumenten willen ook meer betalen voor lokale producten. Aan de andere kant koopt 47 percent van de Europese consumenten geen lokale producten omdat de prijs te hoog is.¹³ Dat is waar ALDI Nord een verschil kan maken: door de beste kwaliteit en vers lokaal voedsel te bieden aan de ALDI-prijzen die mensen gewend zijn.

⁷ Zie: 3 Ways to Define Local Food (Transparency-One 2016).

⁸ Zie: Van boer tot bord-strategie (Europese Unie 2020), pagina 14.

⁹ Zie: Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), pagina 27.

¹⁰ Zie: Informatieblad: Van boer tot bord (Europese Unie 2020).

¹¹ Zie: Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), pagina 26.

¹² Zie: Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), pagina 22.

¹³ Zie: Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), pagina 13.

DEFINITIES

De term “Lokale voeding” werd nog niet in detail in wettelijke bewoordingen gedefinieerd. Interpretaties van wat regionaal of lokaal is verschillen daarom sterk. In dit hoofdstuk wordt lokale voeding gedefinieerd en wordt een definitiemodel gegeven dat specifiek is voor ALDI Nord

WAT IS LOKALE VOEDING?

Het belangrijkste kenmerk van lokale producten is hun geografische identiteit van oorsprong. Volgens de Europese Commissie “is een lokaal voedselsysteem een systeem waarin voeding wordt geproduceerd, verwerkt en verkocht in een welomschreven geografisch gebied”.¹⁴ De geografische regio kan een natuurlijk gebied, een autonome regio, een federale staat of een ruimtelijke eenheid met een culturele en/of historische achtergrond zijn.

Er is geen vaste definitie van het minimumpercentage regionale ingrediënten of een straal die een regio definieert. Wat als regionaal wordt beschouwd, kan uit een gebied komen met een straal van circa 20 tot 150 kilometer. In sommige Europese landen kan een product van nationale oorsprong als lokaal worden ervaren.¹⁵

¹⁴ Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics. (European Commission, 2013), pagina 23.

¹⁵ Zie: Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), pagina 20.

WAT BETEKENT “LOKALE VOEDING” BIJ ALDI NORD?

De idee van wat lokaal is, varieert zowel onder consumenten als onder retailers. Voor ALDI Nord is het belangrijk naar onze consumenten transparant en geloofwaardig te communiceren over de lokale eigenschappen van een product zodat zij gemakkelijk en met een gerust geweten kunnen winkelen. Is een bepaald product van een lokaal merk waarmee mensen zich meer identificeren in een bepaalde regio dan in een andere? Of komt het product van een boer dichtbij en heeft het dus maar een korte afstand afgelegd zodat aankoop en gebruik bijdragen tot een milieuvriendelijke levensstijl? Om tot een consensus te komen over wat lokale voeding voor ALDI Nord betekent en om daar duidelijk over te communiceren, hebben we een model met 5 kolommen ontwikkeld dat gedifferentieerde definities geeft van de term “lokale voeding”.

Het is belangrijk te vermelden dat, wat het etiketteren van producten en het communiceren over lokale eigenschappen betreft, nationale regelgevingen prioritair in acht moeten worden genomen.

¹⁴ Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics. (European Commission, 2013), pagina 23.

¹⁵ Zie: Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), pagina 20.

LOKALE VOEDING



Afbeelding 1: Vijfkolommenmodel voor lokale voeding van ALDI Nord: een overzicht

Vanuit het oogpunt van duurzaamheid verkiest ALDI Nord regionale en nationale producten (in kolommen 1 en 2) boven lokale specialiteiten en lokale merken (kolommen 3 en 4), aangezien die eerste op een meer alomvattende manier bijdragen tot milieuvriendelijke consumptie. We concentreren ons daarom op het aanbieden van regionale en nationale artikelen. In landen die maar kleine assortimenten regionale producten hebben, wordt prioriteit gegeven aan nationale artikelen, gevolgd door het aanbieden van lokale specialiteiten en merken.

1

REGIONALE PRODUCTEN

- Het monoprodukt / het eerste **hoofdingrediënt** is afkomstig uit de regio in kwestie
- Regionale **toeleveringsketen** van monoprodukt / eerste hoofdingrediënt



Kolom 1 bevat producten die afkomstig zijn uit een welomschreven regio.¹⁶ Als het product een monoprodukt is, bv. groenten of fruit, moet het volledig afkomstig zijn uit de regio en moeten alle stappen in de toeleveringsketen – dat wil zeggen telen, verwerken, verpakken en indien van toepassing de distributie of, voor vlees, de geboorte van het dier, kweken, slachten en verwerking – in de regio plaatsvinden. Als het product een gemengd product is, bv. een lookworst, moeten het eerste hoofdingrediënt (varkensvlees) en indien mogelijk ook het waardetoevoegend ingrediënt¹⁷ (look) volledig afkomstig zijn uit de regio, wat ook een regionale toeleveringsketen vereist. In totaal moet ten minste 51 percent van het gewicht van het product van regionale oorsprong zijn en bekomen zijn via regionale toeleveringsketens.

¹⁶ Regio's moeten individueel worden vastgelegd en gedefinieerd door de respectievelijke ALDI-bedrijven.

¹⁷ Een waardetoevoegend ingrediënt is het ingrediënt dat het product zijn karakteristieke identiteit geeft, bv. als het in de naam van het product vermeld is, ook al maakt het maar een klein deel uit van het product zelf.

2

NATIONALE PRODUCTEN

- Het monoprodukt / het eerste **hoofdingrediënt** is afkomstig uit het land
- Nationale **toeleveringsketen** van monoprodukt / eerste hoofdingrediënt



Kolom 2 bevat artikelen van nationale oorsprong. De grondstof van monoprodukten moet volledig van nationale oorsprong zijn, en alle stappen in de toeleveringsketen moeten in het land zelf plaatsvinden. Als dat laatste niet mogelijk is (bijvoorbeeld wegens een gebrek aan hulpbronnen of capaciteit) mag één stap in de toeleveringsketen in een buurland plaatsvinden. Het telen van het voedsel/het kweken van het dier moeten echter plaatsvinden in het oorspronkelijke land. Als het product een gemengd product is, bv. aardbeienyoghurt, moeten het eerste hoofdingrediënt (yoghurt) en indien mogelijk ook het waardetoevoegend ingrediënt (aardbeien) volledig afkomstig zijn uit het land in kwestie, wat betekent dat alle stappen in de toeleveringsketens moeten plaatsvinden in het land. Ook voor gemengde producten mag één stap in de toeleveringsketen plaatsvinden in een buurland, maar niet het telen van de voeding/het kweken van het dier. In totaal moet ten minste 51 percent van het gewicht van het product van regionale oorsprong zijn en bekomen zijn via regionale toeleveringsketens.

3

LOKALE SPECIALITEITEN

- Ten minste één **ingrediënt** is afkomstig uit het land
- Ten minste één stap van de **toeleveringsketen** vindt plaats in de regio



Kolom 3 bevat producten die lokale specialiteiten zijn. Ze worden gekenmerkt door traditionele recepten of productiemethoden. Voor producten van kolom 3 moet ten minste één stap in de toeleveringsketel in de regio plaatsvinden. Ook moet één ingrediënt, bij voorkeur het hoofdingrediënt of het waardetoevoegend ingrediënt, van nationale oorsprong zijn: bijvoorbeeld een Franse kaas die wordt geproduceerd in de Franse Alpen (Rhône-Alpes) volgens een traditioneel recept van die regio en die van Franse melk is gemaakt.

4

LOKALE MERKEN

- Geen vereisten wat de **ingrediënten** betreft
- Gewoonlijk vindt één stap van de **toeleveringsketen** plaats in de regio



Producten van **kolom 4** zijn lokale merken. Dat betekent dat het geen eigen merken van ALDI Nord zijn, maar “externe” merken. Er zijn voor die merken geen vereisten wat de oorsprong van ingrediënten of de stappen in de toeleveringsketen betreft, maar in veel gevallen vindt de productiestap plaats in de regio in kwestie. Die producten worden als regionale producten beschouwd – bijvoorbeeld bier van een brouwerij in de buurt – en dragen vaak bij tot de identificatie van de klanten met hun eigen regio, maar ingrediënten of eerdere stappen in de toeleveringsketen zijn niet gebonden aan een regio of een land.

5

LOKALE GERECHTEN EN RECEPTEN

- Geen vereisten wat **de ingrediënten en de toeleveringsketen** betreft



Kolom 5 bevat producten die een speciale smaak hebben of gemaakt zijn volgens een recept dat consumenten uit bepaalde regio's verkiezen. Daarom kunnen ze door die consumenten als lokale producten worden ervaren. Maar aangezien de locaties van de toeleveringsketens zelfs buiten het land in kwestie kunnen zijn en de ingrediënten van overal kunnen komen, hebben deze producten geen duidelijk positief milieuaspect.

Het hierboven beschreven vijfkolommenmodel dient als basis voor onze toekomstige activiteiten op het gebied van lokale voeding. Aan de ene kant geeft het informatie voor de definities van de verschillende vormen van lokaal voedsel en zorgt het voor een eenduidige interpretatie van de termen tussen de ALDI-bedrijven. Aan de andere kant reikt het ALDI Nord categorieën aan waarin de lokale producten kunnen worden ingedeeld en waarvan key performance indicators (KPI's) kunnen worden afgeleid. Verder is het een van de hoofddoelen van deze richtlijnen om de communicatiemaatregelen van ALDI Nord af te stemmen op het vijfkolommenmodel lokale voeding van ALDI Nord, om de communicatie over lokale voedingsmiddelen coherent te maken en transparantie en geloofwaardigheid naar de consumenten te waarborgen.

Dat betekent dat lokale aspecten van producten die zijn vermeld in kolommen 1, 2 en 3 moeten worden gecommuniceerd met focus op de oorsprong van de ingrediënten van die producten en de toeleveringsketen ervan, terwijl lokale aspecten van producten uit kolommen 4 en 5 moeten worden gecommuniceerd met focus op consumentenvoorkeuren voor het merk of het recept zelf. Daarbij willen we duidelijk communiceren over de lokale toegevoegde waarde voor onze klanten en vermijden dat klanten teleurgesteld zijn.

OORSPRONGLOGO'S VAN DE EU

Bij het etiketteren van onze producten gebruiken we in sommige gevallen bijkomend de oorspronglogo's van de Europese Unie. Er zijn drie EU-kwaliteitslabels die de bijzondere eigenschappen van een product aangeven die verband houden met hun geografische oorsprong, traditionele samenstelling of productiemethode.



Beschermde oorsprongsbenaming (BOB)

De productie, verwerking en bereiding vinden allemaal plaats in het aangegeven gebied. Het product heeft eigenschappen of kenmerken die exclusief zijn voor dat gebied.



Beschermde geografische aanduiding (BGA)

Ten minste één stap in de productie, verwerking of bereiding vindt plaats in het aangegeven gebied. Het product heeft eigenschappen of kenmerken die exclusief zijn voor die regio.



Gegarandeerde traditionele specialiteit (GTS)

Ten minste één stap in de productie, verwerking of bereiding vindt plaats in het aangegeven gebied. Het product heeft eigenschappen of kenmerken die exclusief zijn voor die regio.

De EU heeft bindende regels vastgelegd over hoe de logo's moeten worden gebruikt. Om een label te mogen gebruiken, moet de naam van het product op EU-niveau goedgekeurd zijn en opgenomen zijn in een voedingsregister.¹⁸ ALDI Nord volgt een beleid waarbij geval per geval wordt nagegaan of het specifieke product voldoet aan de criteria voor het gebruik van de logo's.

SEIZOENSGEBONDEN VOEDING

In het bijzonder voor groenten en fruit gaat het aspect regionaal kopen vaak hand in hand met het aspect seizoensgebonden kopen. Seizoensgebonden voedingsmiddelen zijn producten die worden gekocht en verbruikt rond het moment dat ze worden geoogst, in het land waar het ALDI-bedrijf in kwestie gevestigd is (overzeese gebieden zijn uitgesloten).¹⁹ Dat voldoet aan de vraag van klanten naar versere voeding met een lagere CO₂-voetafdruk, bijvoorbeeld dankzij kortere transportafstanden in vergelijking met producten die van over zee komen. Het kopen van lokale voeding verkleint echter niet altijd de CO₂-voetafdruk van een product. In het geval van lokale producten die buiten het seizoen worden verkocht en daarom bij lage temperatuur moeten worden opgeslagen, wordt de CO₂-voetafdruk dienovereenkomstig groter. Dat benadrukt dat het, om milieuvriendelijke consumptie mogelijk te maken, belangrijk is om niet enkel rekening te houden met het lokale maar ook met het seizoensgebonden aspect van een product.

DOELSTELLINGEN EN MAATREGELLEN

ALDI Nord heeft in de loop van vele jaren een groot aantal maatregelen ingevoerd voor lokale voedingsmiddelen. Wij willen onze klanten een betrouwbaar assortiment kwalitatief hoogstaande en lekkere lokale producten aanbieden. Het doel is te bewijzen dat lokale en seizoensgebonden voeding toegankelijk en niet ingewikkeld is. We streven ernaar ons engagement te combineren met duidelijke communicatiemaatregelen. Met herkenbare oorsprong aanduidingen en labels zorgen we ervoor dat onze klanten zich gemakkelijk en betrouwbaar kunnen identificeren met de oorsprong van ons product. Een aantrekkelijk assortiment lokale voeding kan ALDI Nord ook onderscheiden van onze concurrenten. Ons doel is te voldoen aan alle basisbehoeften van de ALDI-klanten en lokale en nationale producten en de landbouw echt te ondersteunen. Dat bereiken we door onze etikettering en communicatie over de waarden van onze lokale producten te verbeteren, waarbij in het bijzonder wordt gefocust op het verbeteren van het etiketteren van onze nationale producten, en het uitbreiden van lokale productassortimenten, daar waar dat aansluit bij ons discountmodel. Deze doelstellingen en maatregelen zijn ook te vinden in ons Tussentijd Duurzaamheidsrapport 2020.²⁰

¹⁸ Zie: Kwaliteitsregelingen (Europese Commissie)

¹⁹ Zie: Why Eat Seasonally? (seasonalfoodguide.org 2021)

²⁰ Zie: ALDI Nord Tussentijds Duurzaamheidsrapport 2020

NATIONALE WERKWIJZEN

De waarden van lokale producten zijn van belang voor de ALDI-klanten. Regionale en nationale producten, lokale specialiteiten en merken en traditionele recepten spelen een belangrijke rol in de landen waar de ALDI-bedrijven gevestigd zijn.

ALDI België ontwikkelde bijvoorbeeld een label voor vers vlees, eieren, zuivelproducten, groenten en fruit dat aangeeft dat ze van Belgische oorsprong zijn. Alle vers vlees (waaronder varkensvlees, rundsvlees en kip) en 96% van de melkproducten (waaronder volle, halfvolle en magere melk en gearomatiseerde melk) die door ALDI België worden verkocht, zijn van Belgische oorsprong. Andere labels die worden gebruikt om de nationale oorsprong van producten aan te geven, zijn bv. het "DANSK"-logo bij **ALDI Denemarken**, het label "Product Polski" dat wordt gebruikt bij **ALDI Polen**, "SOU PORTUGUÊS" bij ALDI Portugal en het label "ORIGEN ESPAÑA" bij **ALDI Spanje**. **ALDI Frankrijk** gebruikt het label "Pays Gourmand", dat niet enkel vereist dat de leveranciers een erkend traditioneel recept gebruiken, gevestigd zijn in de streek waar het recept vandaan komt of de aangrenzende streek, en de hoofdingrediënten in Frankrijk aankopen, maar ook dat ze bepaalde ingrediënten zoals palmolie en kunstmatige kleurstoffen vermijden. Bij ALDI Frankrijk is 99 percent van het verse vlees en diepvriesvlees van Franse oorsprong, net als 100 percent van de eieren en de melk (zowel in flessen als in brikpakken). Ook het grootste deel van de zuivelproducten zoals yoghurt en kaas is gemaakt van melk van Franse oorsprong. ALDI Nord Duitsland gebruikt het label "Qualität aus DEUTSCHLAND", en voor groenten en fruit het label "Ernte aus DEUTSCHLAND", om nationale waarden aan te geven. Verder gebruikt ALDI Nord Duitsland het eigen merk "EINFACH REGIONAL" voor regionale producten, en voor bepaalde producten het onafhankelijke label "Regionalfenster". Dat laatste geeft in een oogopslag aan waar de ingrediënten vandaan komen, waar ze werden verwerkt en waar het product werd verpakt. Bij **ALDI Nederland** is een groot deel van de zuivelproducten afkomstig uit Nederland, net als veel van het varkensvlees, de groenten en fruit en de planten, en 100 percent van de eieren. Daarnaast zijn de meeste pluimveehouders ook Nederlands.

CONCLUSIE

Het kopen van lokale voeding speelt een belangrijke rol bij ALDI Nord. We vinden het belangrijk onze klanten aantrekkelijke assortimenten lokale producten aan te bieden. We zien het als onze verantwoordelijkheid om regionale en nationale producenten een sterkere positie te geven en te ondersteunen en om een positief effect te hebben op het milieu dankzij kortere transportroutes.

We hebben al vooruitgang geboekt door de eerste succesvolle stappen te zetten. Dat is voor ons een stimulans om verder lokale waarden aan onze producten toe te voegen in onze prioritaire productgroepen en om die op een transparante manier uit te dragen naar onze klanten. Daarom zullen we de in dit document beschreven maatregelen verder blijven uitwerken.

Gewoon verantwoordelijk handelen maakt deel uit van wat we elke dag doen.

UITGEVER

ALDI Einkauf SE & Co. oHG
Eckenbergstraße 16A
45307 Essen

VANAF

Januari 2022

Meer informatie over onze activiteiten op het vlak van maatschappelijk verantwoord ondernemen vind je op <https://www.aldi-nord.de/en/sustainability-report/2020/downloads.html>

CONTACT

Contact – Je ALDI-contactformulier

TAAL VAN DEZE RICHTLIJNEN

Deze richtlijnen zijn als PDF-document in het Nederlands, in het Frans en in andere talen beschikbaar. Bij afwijkingen tussen de versies is het Engelse document doorslaggevend. Om de leesbaarheid te vergroten, is de juridische structuur van de bedrijven niet gespecificeerd. Deze richtlijnen zullen regelmatig herzien worden.