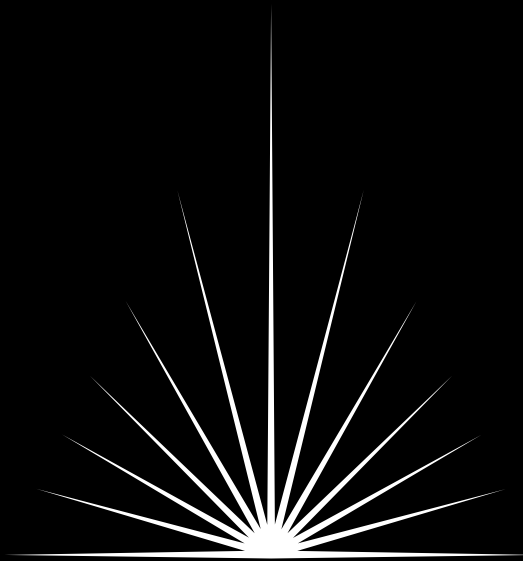


# ARTFOOD

# SOMMAIRE



Meaningful gastronomy

## NOS ENGAGEMENTS

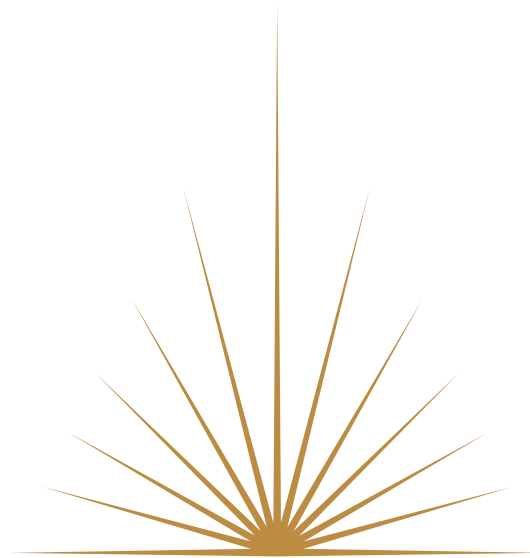
- I. Vision et mission
- II. Valeurs
- III. Politique de développement durable
- IV. Bonnes pratiques

## STRUCTURER NOTRE DÉMARCHE DE DURABILITÉ

- I. Le mot des dirigeants
- II. Labels et partenariats
- III. Objectifs et engagements

## NOS ENGAGEMENTS

Nous ne pourrions pas exercer notre  
métier autrement qu'avec sens.



# VISION ET MISSION I

Chez Artfood, notre objectif est de faire de chaque événement **un moment de sens, de lien et de goût**. Nous croyons en une gastronomie qui touche les gens, qui rassemble et qui laisse une **empreinte positive**, humaine, locale et durable.

C'est pourquoi, nous concevons pour nos clients et leurs convives des **expériences culinaires sur mesure**, guidées par **l'excellence**, la **bienveillance** et un **engagement durable**, solidement ancrées dans notre territoire et nos communautés.

Nous veillons à ce que notre cuisine respecte le Vivant, ses ressources et les différents écosystèmes qui le composent. Qu'il s'agisse des arbres, des êtres humains, du sol ou des animaux, nous sommes tous engagés dans une relation d'interdépendance. Cultiver des liens de qualité entre nous et avec la terre est essentiel pour préserver notre équilibre.



## VALEURS

## II



## Trois valeurs guident chacune de nos actions.

### L'EXCELLENCE, *comme cap*

L'excellence, c'est donner chaque jour le meilleur de nous-mêmes. Alliant exigence, sens du détail et volonté constante de progresser, nous recherchons l'équilibre juste entre la planète, l'humain, le client et nos équipes.

### LA BIENVEILLANCE, *comme boussole*

La bienveillance, c'est agir avec respect, ouverture, écoute et considération. Elle nous relie à nos équipes, à nos partenaires, à notre planète et aux ressources précieuses dont nous dépendons et inspire chacune de nos décisions.

### L'APPARTENANCE, *comme ancrage*

L'appartenance, c'est faire partie et créer du lien, dans l'entreprise comme dans la société. Ancrés dans notre territoire et dans nos communautés, nous cultivons des relations durables, locales et authentiques. En interne, c'est un collectif où chacun a sa place, sa voix et son rôle ; en externe, des liens vivants fondés sur l'échange, la proximité et un impact positif.

## III

## POLITIQUE

# Politique de développement durable

Leader du secteur événementiel en matière de développement durable, Artfood est un traiteur engagé depuis de nombreuses années.

Notre objectif est clair : réduire continuellement l'impact environnemental de notre organisation et de nos activités tout en renforçant notre impact social et économique. Notre vision du développement durable s'articule autour de trois axes clairs :

## CROISSANCE LOCALE ET RESPONSABLE

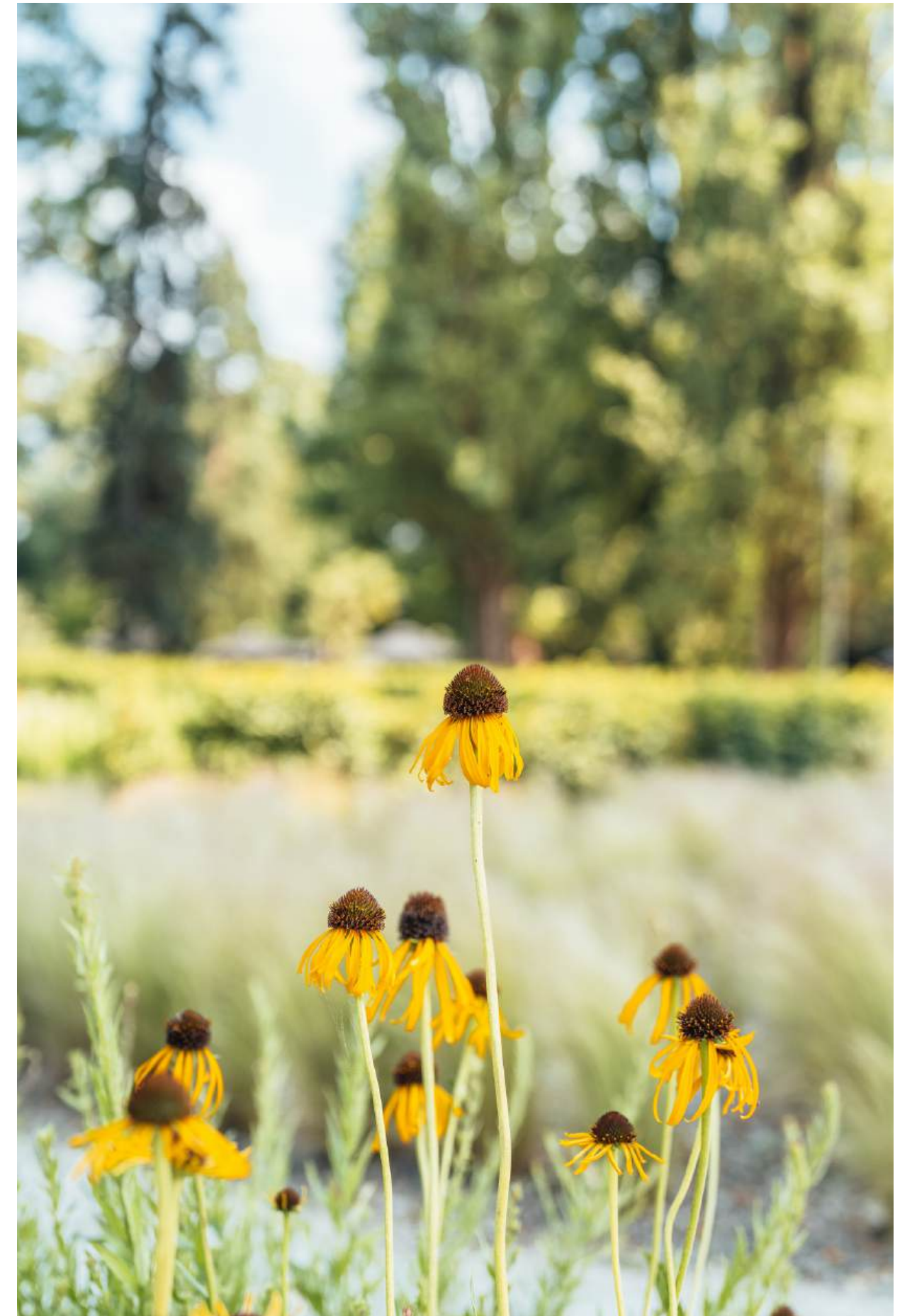
Ancrés à Bruxelles, nous faisons des choix durables en privilégiant des partenariats locaux à chaque étape : recettes, achats, mobilité, déchets... Notre ambition : devenir la référence durable du secteur.

## TRANSPARENCE ET INSPIRATION

Nous mesurons, structurons et partageons nos actions et l'héritage de nos événements sur base de différents référentiels : B Corp, ISO 20121, Bilan Carbone<sup>®</sup>, Ecodynamique, Certysis (label Bio)... Nous souhaitons avancer en toute transparence avec nos clients, partenaires et fournisseurs.

## LE VIVRE ENSEMBLE COMME MOTEUR

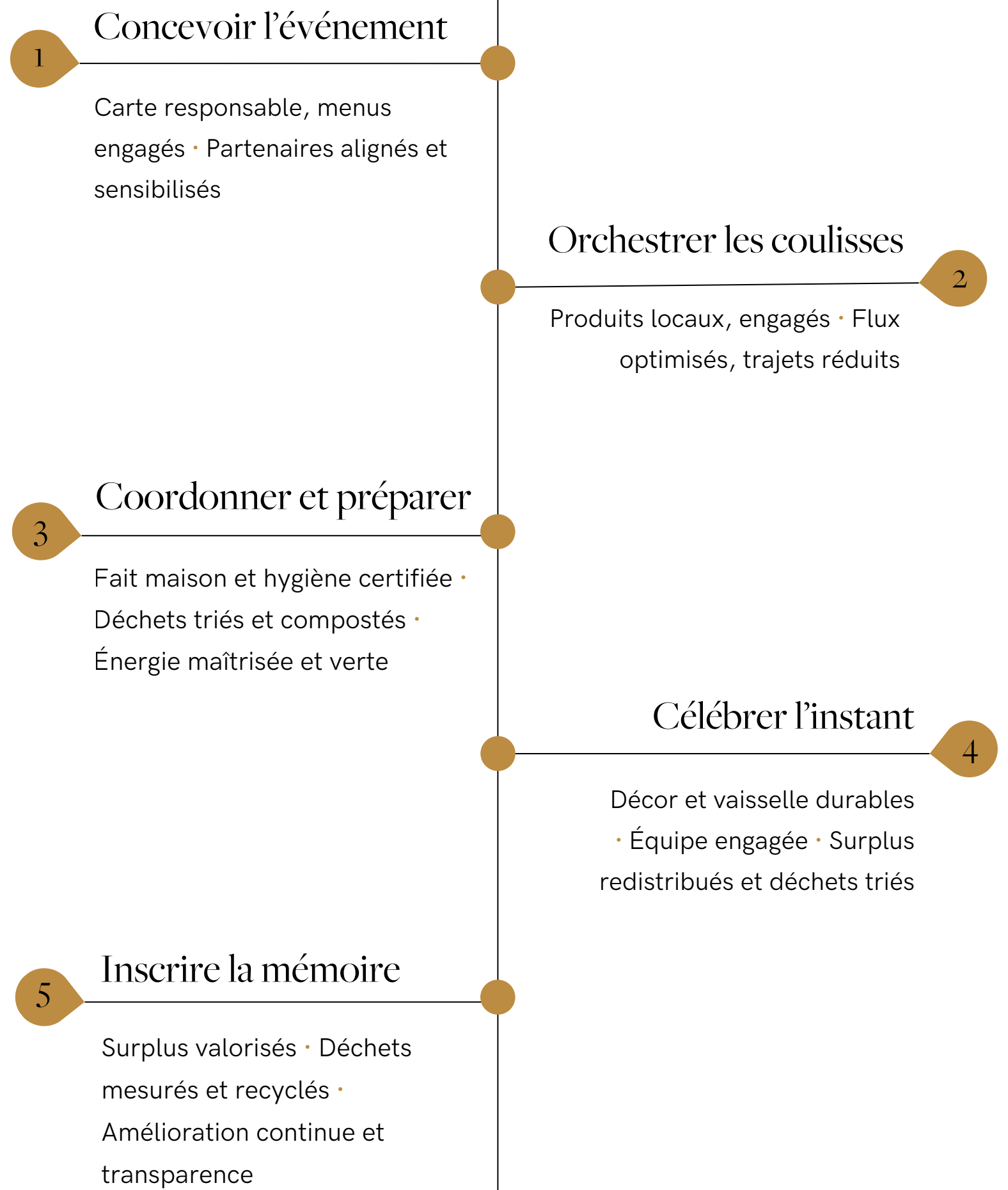
En interne, nous favorisons la co-crédation, l'apprentissage continu et le respect. Nous souhaitons faire d'Artfood un lieu de travail ouvert, inclusif et stimulant.



# BONNES PRATIQUES IV

## Penser la durabilité, agir à chaque étape

Chez Artfood, le développement durable ne se limite pas à une bonne pratique isolée. Il fait partie intégrante de chaque étape de nos événements : de la première prise de contact jusqu'au dernier retour d'expérience. À chaque moment, nous avons intégré des gestes concrets, des partenaires engagés et des objectifs mesurables. Parce qu'un événement écoresponsable, commence bien avant le jour J.



# BONNES PRATIQUES IV

## Étape 1

# Concevoir l'événement

### **UNE CARTE ÉCO-RESPONSABLE, UN MENU ENGAGÉ**

- Foie gras écarté de la carte
- Moins de bœuf, plus de diversité de viande
- Offre végétane élargie et gourmande
- Par défaut, au moins 50 % du menu est végétarien
- Une carte divisée en 4 saisons pour s'adapter au rythme de la nature
- Volumes ajustés pour limiter le gaspillage, sans manquer pour autant
- Recettes 100% adaptables aux régimes spécifiques (sans gluten, sans lactose, sans arachides...)

### **SENSIBILISER ET INITIER UNE DYNAMIQUE COLLECTIVE**

- Priorité aux lieux labellisés pour un écosystème durable
- Partage de notre charte avec clients, fournisseurs et partenaires
- Effectifs en salle dimensionnés pour garantir un service irréprochable et tenir nos engagements jusqu'au bout



# BONNES PRATIQUES IV

## Étape 2

# Orchestrer les coulisses

### NOS ACHATS RESPONSABLES

- Bio : minimum 20%
- Produits locaux et de saison : légumes Bio de C' tout bon • Biofresh • Vert d'iris • pain de table Bio
- Fleurs et bouquets locaux et de saisons
- Matériel prioritairement sourcé en Belgique

### En matière de boisson :

- Bières issues de brasseries artisanales locales
- Jus de fruits frais belges & Bio
- Vin & Champagne : 95% Bio
- Café en grain Bio et thé Bio
- Eau aromatisée Bio

### UNE RÉELLE OPTIMISATION DES FLUX

- Planification des achats food pour mettre en commun la production et limiter le gaspillage alimentaire
- Optimisation des livraisons entre Artfood, ses fournisseurs et les clients pour limiter les trajets et les impacts
- Priorité au personnel de service vivant proche des lieux d'événements
- Intégration, avec Cap Event, de personnes en situation de handicap au sein de l'équipe de service



# BONNES PRATIQUES IV

## Étape 3 Coordonner et préparer

### CUISINE : MAISON, SÛRE, SUR-MESURE

- Fait maison et produits frais garantis
- Hygiène AFSCA / HACCP : cuisine rénovée en 2020
- Autocontrôle avec audit de vérification extérieur pour une traçabilité constante et une sécurité sanitaire optimale.
- Menus adaptés à chaque événement & aux différents régimes alimentaires

### DÉCHETS : ÉVITÉS OU TRIÉS, COMPOSTÉS PUIS RECYCLÉS

- Tri et collecte des déchets organiques, compostés par Recyclo (Bruxelles)
- Sertisseuse pour sécuriser les chariots à la place du film plastique
- Signalétique claire pour le tri dans notre ateliers et entrepôt
- Produits d'entretien éco-labellisés
- Recyclage des huiles usées

### ÉNERGIE & EAU : OPTIMISÉE DE LA SOURCE À L'ASSIETTE

- Réducteur de pression sur les robinets pour limiter la consommation d'eau
- Électrification de notre flotte de camions et voitures professionnelles
- Panneaux solaires (2021) : 50 % de nos besoins couverts
- Éclairage LED + extinction automatique dans l'atelier
- Chambres froides pilotées pour consommer moins
- Fournisseur d'électricité 100% verte



# BONNES PRATIQUES IV

## Étape 4

# Célébrer l'instant

### DES CHOIX DURABLES, JUSQU'ÀUX MOINDRES DÉTAILS

- Vaisselle réutilisable, utilisation minimum d'articles à usage uniques
- Décoration non-organique et réutilisable : chandeliers, galets en céramique
- Feuillages et branchages secs, conservés plusieurs années
- Fleurs de saison, ré-utilisées sur plusieurs événements
- Bougies électriques et lampes LED rechargeables

### DES ENGAGEMENTS TRÈS CONCRETS

- 90% des uniformes de travail en salle designés et brodés en Belgique
- Check-list écoresponsable et contrôles réguliers sur événements
- Tri des déchets sur événement, au-delà des normes bruxelloises
- Surplus stockés au froid, puis donnés à des associations partenaires



# BONNES PRATIQUES IV

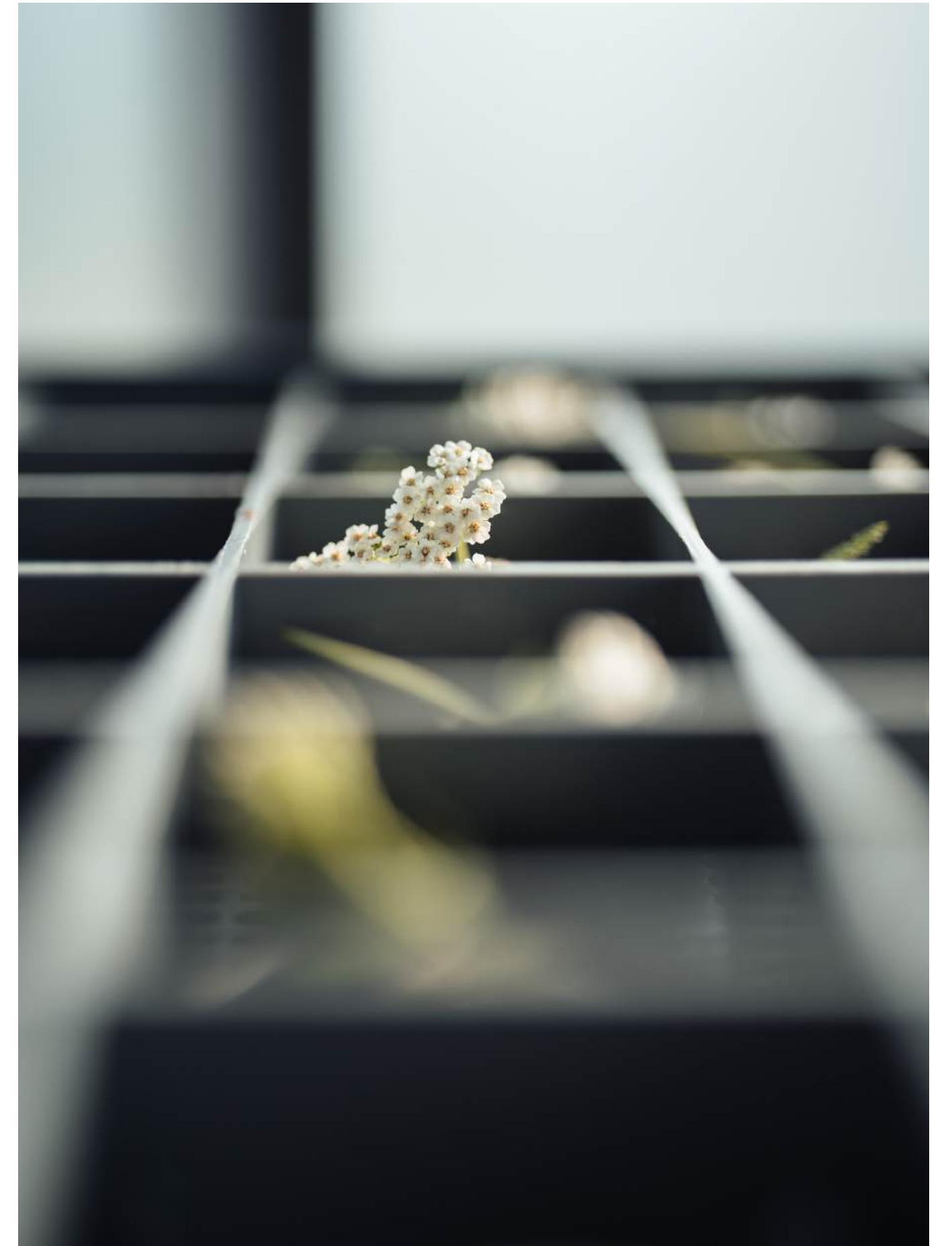
## Étape 5 Inscrire la mémoire

### RIEN NE SE PERD, TOUT SE TRANSFORME

- Surplus donnés : Restos du Cœur ou repas du personnel
- Bouchons en liège collectés pour une association dédiée
- Les fonds de bouteilles de vin réutilisés en vinaigre maison
- Lave-vaisselle avec système ASR qui limite la consommation d'eau & d'énergie
- Entreprise bruxelloise de compostage urbain : 25.3t de déchets organiques traités en 2024

### MESURER, APPRENDRE POUR S'AMÉLIORER

- Collecte et gestion des non-conformités éventuelles
- Debriefing et retours d'expérience internes pour une amélioration continue
- Retour d'expérience des clients collectés et partagés
- Reporting annuel transparent des résultats et des retours d'expérience



# BONNES PRATIQUES IV

*En fil rouge*

## Cultiver nos liens

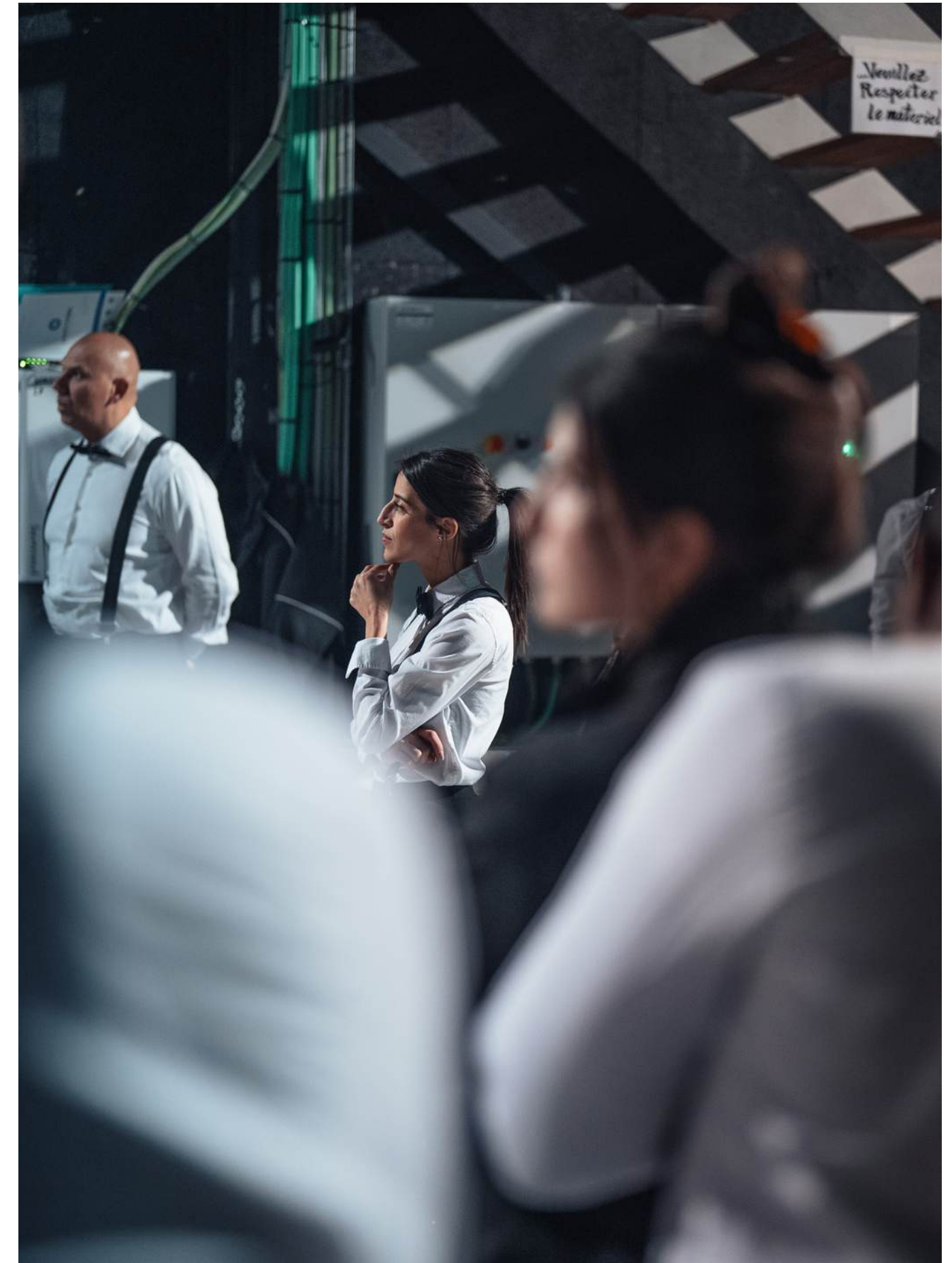
### **EXPÉRIMENTER ET CRÉER DES LIENS HUMAINS**

- Semaine d'intégration "Vis ma vie" : immersion à chaque poste pour saisir les enjeux de terrain.
- Repas partagés chaque midi et cuisiné par les équipes de l'atelier
- Promotions internes largement encouragée
- 60%\* des employé·es déclarent se sentir bien, très bien chez Artfood
- Environ 30% de femmes à des postes de management

### **S'ENGAGER DURABLEMENT ET CONCRÈTEMENT**

- Relations durable avec nos fournisseurs principaux :
  - Food&Beverage : 7 ans en moyenne
  - Verrerie & vaisselle : 5 ans en moyenne
  - Service : 1 an en moyenne
- 86%\* des employé·es jugent nos actions environnementales bonnes ou excellentes
- 91%\* des employé·es estiment que notre clientèle est traitée avec honnêteté et transparence

\* D'après une étude interne réalisée en novembre 2024 par 21 Solutions.



# BONNES PRATIQUES IV

## Dans leurs mots

“

Un tout grand merci à Artfood [...] pour la qualité de leur prestation. Nous les avons engagé pour un événement important au bureau et nous avons tous été ravis de la soirée ! Les boissons et la nourriture sont excellents et nous avons apprécié la gentillesse et le professionnalisme de leur équipe.

**COCKTAIL D'ACCUEIL & WALKING DINNER • 90 CONVIVES • BRUXELLES**

C'était juste fabuleux. Je n'ai eu que des compliments sur tout. Et encore merci à Murat [*maître d'hôtel*] pour sa gestion ultra efficace, de toutes nos demandes sur place. Ça va être dur de travailler avec d'autres traiteurs !

**SÉMINAIRE D'ENTREPRISE • 140 CONVIVES • NAMUR**

[...] Remercier une fois encore pour le suivi exceptionnel et toute l'attention que tu as portée à la réalisation de notre soirée de Gala. Vous avez grandement contribué à la réussite de cette soirée tant en amont avec l'enthousiasme la gentillesse, le professionnalisme [...] de toute votre équipe que le soir même avec la qualité du dîner qui a fait l'unanimité, ce qui est un challenge !

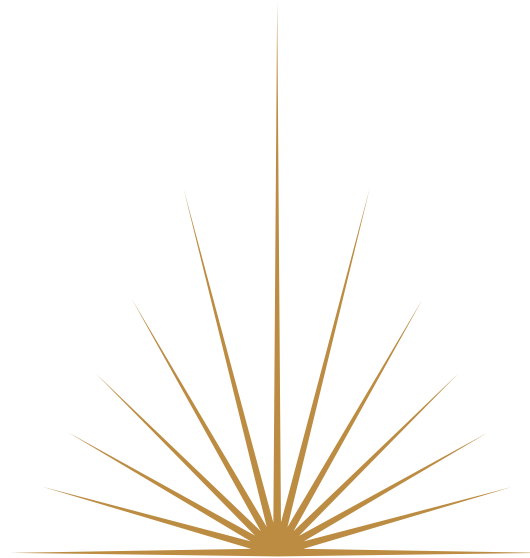
**DÎNER DE GALA • 300 CONVIVES • BRUXELLES**

”



# STRUCTURER NOTRE DÉMARCHE DE DURABILITÉ

Incarner notre vision et pérenniser  
notre engagement



## Les mots de la direction

“

Cela fait plus de dix ans que nous plaçons l'engagement d'Artfood au cœur de notre activité. C'est pourquoi, en tant qu'équipe dirigeante, nous ne pouvons que soutenir activement cette déclaration de développement durable ! Nous mettons également à disposition les moyens humains, matériels et organisationnels nécessaires, et ce à tous les niveaux de l'entreprise, pour faire vivre cette déclaration et nos engagements. En tant que fondateurs d'Artfood, nous sommes absolument convaincu·es que l'excellence passe par l'engagement environnemental et social.

**EUGÉNIE SARKISSIANE, FONDATRICE & ARTHUR RENWART, FONDATEUR**

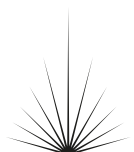
Pour donner de la force et de la rigueur à cette démarche, nous nous appuyons sur trois cadres ambitieux : B Corp, ISO 20121 et notre stratégie Bas-Carbone, en complément des labels que nous avons obtenus.

- 🌿 **B Corp comme tremplin** : cette norme met en lumière nos forces et nous relie à une communauté d'entreprises responsables, prêtes à transformer leur secteur.
- 🌿 **ISO 20121, comme colonne vertébrale** : cette norme internationale structure nos actions, nous oblige à évaluer nos pratiques et à progresser en continu.
- 🌿 **Stratégie Bas Carbone, comme plan d'action** : elle guide nos choix concrets, nous pousse à réduire notre empreinte et à agir aujourd'hui pour demain.

Pour ancrer ces engagements dans notre quotidien, nous avons créé un poste dédié à la RSE. Cette présence permanente nous permet de faire évoluer nos pratiques de manière cohérente, collective et mesurable, en intégrant les enjeux sociaux, environnementaux et économiques dans toutes nos décisions.

”

**NILS LEGEIN, DIRECTEUR GÉNÉRAL**



# LABELS ET PARTENARIATS II

## Artfood, le goût de l'engagement

Véritables moteurs, nos différents labels traduisent notre engagement environnemental et sociétal et forgent l'éthique de notre entreprise.

### **NORME INTERNATIONALE B CORP**

Pour rejoindre un réel mouvement durable international.

### **LABEL CERTISYS**

Communiquer en toute transparence sur notre approvisionnement bio.

### **RECYCLO**

Collecter & composter les déchets organiques en milieu urbain.

### **ET BIEN PLUS ENCORE...**

WeForest (Biodiversité, Reforestation), Green Deal Logistique Urbaine Basses Emissions (communauté d'acteurs engagés pour une logistique moins impactante à Bruxelles)...

### **NORME INTERNATIONALE ISO 20121**

Pour structurer en profondeur notre démarche durable.

### **GOOD FOOD**

Se distinguer grâce à notre démarche durable.

### **DON ALIMENTAIRE**

Distribuer nos surplus à ceux qui en ont le plus besoin.

### **LABEL ENTREPRISE ÉCODYNAMIQUE**

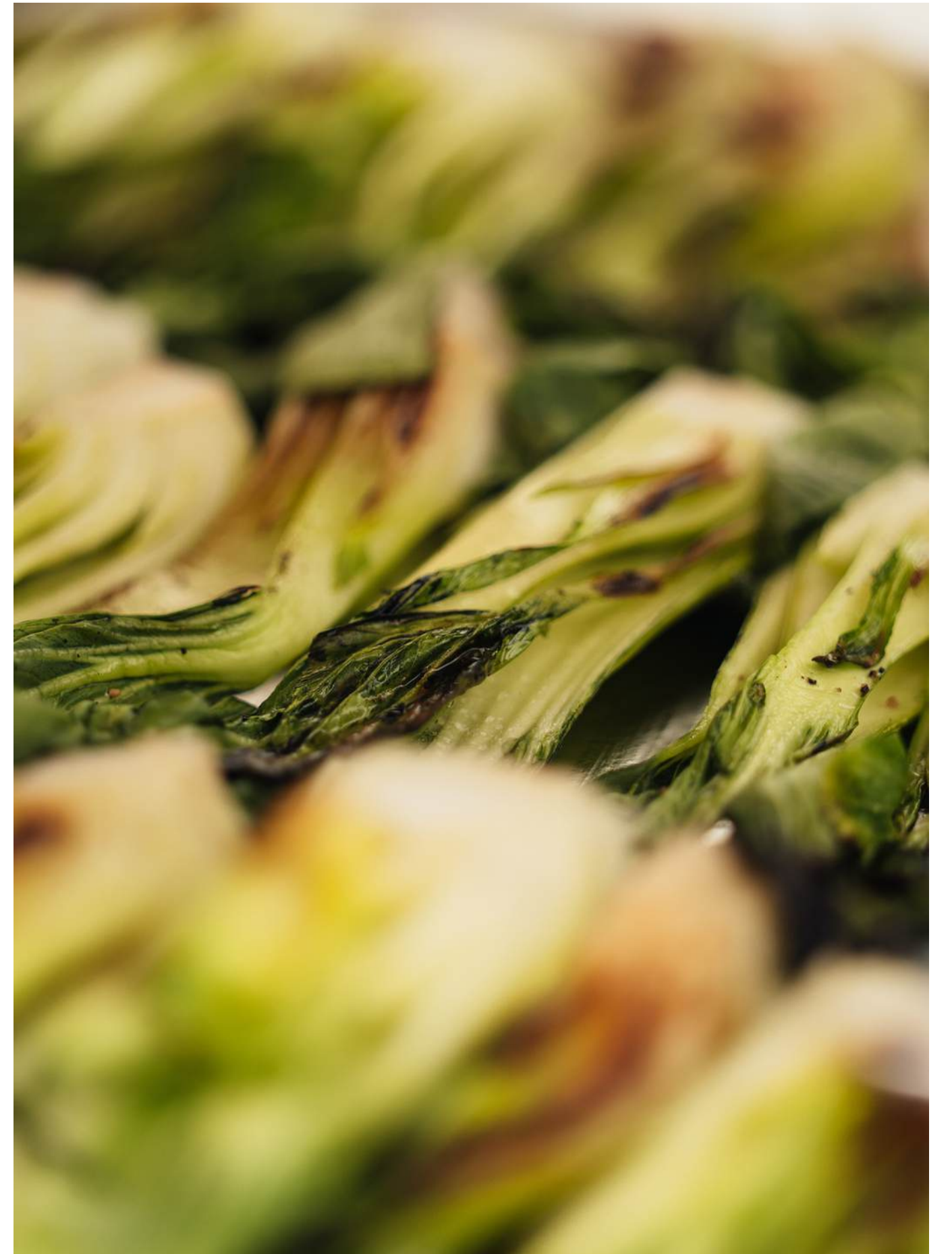
Garantir notre démarche écologique au quotidien à Bruxelles.

### **SMILEY**

Préserver et garantir de la qualité de l'ensemble de la chaîne alimentaire.

### **BILAN CARBONE**

Identifier et réduire nos émissions de gaz à effet de serre.



## LABELS ET PARTENARIATS II

# Label B Corp : Ancrés localement, engagés globalement



## POURQUOI B CORP ?

Pour Artfood, B Corp\* est un outil qui nous aide à identifier ce que nous faisons bien et ce que nous pouvons faire encore mieux. Cependant, B Corp c'est aussi l'entrée au sein d'une **communauté internationale d'entreprises engagées** pour un avenir durable.

## UN MODÈLE LOCAL, RENFORCÉ PAR B CORP

Grâce à cette démarche, nous avons choisi de **renforcer notre ancrage local**, en misant encore plus sur notre communauté et l'économie de proximité.

Ainsi, nous nous engageons à :

-  servir au moins 75% de clients locaux\*\* et indépendants
-  acheter nos produits de base auprès de fournisseurs locaux\*\* & indépendants

Et nous comptons approfondir ces engagements encore dans les années à venir.

\* Artfood est en cours de certification B Corp et n'est donc pas encore certifiée.

\*\* Local : rayon de 80km autour de notre atelier à Laeken.



### Collaborateur·trices

Comment Artfood prend-elle soin de ses collaborateurs.trices, en améliorant leur vie et leur bien-être ?



### Gouvernance

Comment vous assurez-vous que la gouvernance d'Artfood prend en compte toutes les parties prenantes ?



### Collectivité

Comment Artfood contribue-t-elle positivement à la collectivité et collabore avec son écosystème ?



### Environnement

Comment Artfood donne-t-elle la priorité à la planète, au vivant et en prend-elle soin ?



### Client·es

Comment Artfood a-t-elle un impact positif sur la vie de vos client.e.s ?

## Piliers d'impact

Chaque B Corp™ est notée à l'aide des cinq domaines d'impact du B Impact Assessment

# LABELS ET PARTENARIATS II

## Norme ISO 20121

*La certification internationale dédiée  
à l'événementiel durable*

L'ISO 20121 propose un cadre structurant pour réaliser des événements en intégrant pleinement les enjeux de développement durable : environnementaux, sociaux et économiques. Artfood s'est engagée dans cette démarche de certification ISO 20121.

Obtenir cette certification demande un réel engagement : il s'agit de repenser nos pratiques à tous les niveaux, de mieux prendre en compte les parties prenantes\* et d'intégrer des critères de durabilité concrets dans les décisions quotidiennes.

*\* Partie prenante : un individu, groupe, organisation ou institution qui a un intérêt pour ou est affecté par les activités d'Artfood et peut potentiellement les influencer.*



## LABELS ET PARTENARIATS II

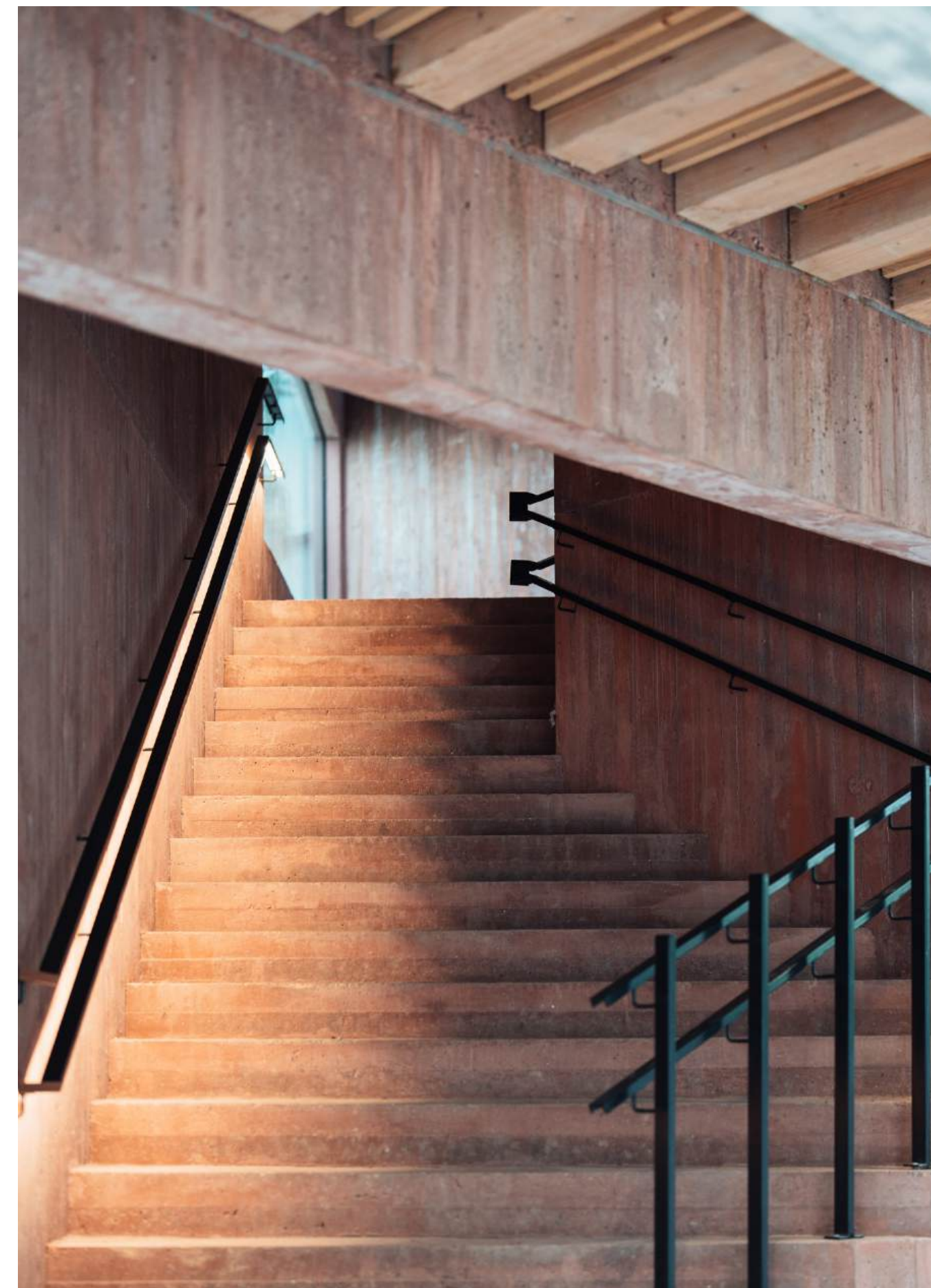
### Label Entreprise Écodynamique



La première labélisation d'Artfood comme Entreprise Écodynamique date de 2016. Depuis, le label est renouvelé presque chaque année, et nous a permis de valoriser nos démarches en éco-gestion notamment en matière de gestion et prévention des déchets, d'utilisation rationnelle de l'énergie et de l'eau, de gestion de la mobilité des travailleurs,...

Afin d'acter cette démarche au quotidien, des documents guides ont été créés : la charte d'achats éco-responsable, une charte environnementale, la charte de tri et de gestion optimisée des déchets, la charte mobilité...

Artfood a été le premier traiteur à obtenir 3 étoiles au label 2023.



## LABELS ET PARTENARIATS II

# Certisys



Depuis 2020, au moins 20 % de nos achats\* sont issus de l'agriculture biologique. Nous visons 35 % d'ici 2030. Ce label valorise notre démarche pour l'environnement, la santé de nos clients et la transparence sur l'origine des produits.

## Bottin Good Food

Porté par Bruxelles Environnement, cette initiative valorise les acteurs d'une alimentation durable, dans le secteur de l'HORECA. Artfood, l'un des premiers traiteurs référencés dans le Bottin Good Food et y est reconnu pour son engagement : produits locaux et de saison, lutte contre le gaspillage et alternatives végétales au menu.

## Smiley Afsca

De la sélection des produits à la gestion des températures et des allergènes, chaque étape est rigoureusement suivie. Notre label Smiley Afsca certifie un système d'autocontrôle efficace, validé par des audits externes. Rien n'est laissé au hasard pour garantir la sécurité de vos convives.

*\* par an - en valeur financière*



## LABELS ET PARTENARIATS II



Artfood s'associe à Recyclo pour le compostage de ses déchets organiques. Cette organisation bruxelloise, sensible à la problématique des déchets en milieu urbain, met à disposition des entreprises un service de gestion, de collecte en vélo cargo neutre en carbone et de recyclage de déchets.

En 2024, plus de 25 tonnes de biodéchets issus des activités d'Artfood ont été collectés par Recyclo puis transformés en compost, réutilisé dans des fermes à proximité.

### Don alimentaire

Lorsque cela est possible, les surplus alimentaires conformes aux normes de l'AFSCA sont redistribués à des associations partenaires, telles que les Restos du Cœur, en particulier lors d'annulations d'événements. Le reste du temps, les excédents sont réutilisés en interne afin de limiter le gaspillage, dans le respect des contraintes logistiques et sanitaires liées à la chaîne du froid.



## LABELS ET PARTENARIATS II

### Bilan Carbone



Très peu de traiteurs réalisent un bilan complet intégrant l'alimentation. Artfood est précurseur sur ce thème et démontre son leadership en intégrant tous ses impacts.

Le bilan carbone a pour objectifs d'entreprendre une démarche de réduction des émissions de gaz à effet de serre.

Réalisé en 2023, il nous a permis d'identifier les postes d'activités les plus émissifs. Ensuite, grâce à ce bilan, nous avons défini une stratégie bas carbone pour réduire les 433 tonnes de CO<sub>2</sub> émises par Artfood l'année précédente (l'équivalent de 40 ménages belges en 1 an environ).

Nous nous engageons à reproduire l'exercice tous les 3 ans pour suivre l'efficacité de nos pratiques.



# LABELS ET PARTENARIATS II

En 2023, nous avons collecté plus de 400 données\* :

## Alimentation et boissons

Viandes, poissons, fruits, légumes, produits laitiers, pains, vins, bières,...

**323 données**

## Équipements électriques

Chambres froides, fours, réfrigérateurs, lave-vaisselle,...

**33 données**

## Mobilier et vaisselle

Emballages réutilisables, vaisselle jetable, vaisselle réutilisable,...

**30 données**

## Mobilité

Déplacement du personnel sur le trajet domicile-travail et sur event

**15 données**

## Énergie

Électricité issue du réseau des panneaux solaires, chauffage,...

**14 données**

\*Bilan carbone réalisé par 21 solutions, expert ESG

**ARTFOOD**  
Meaningful gastronomy

## Bilan Carbone 2022

**33%**

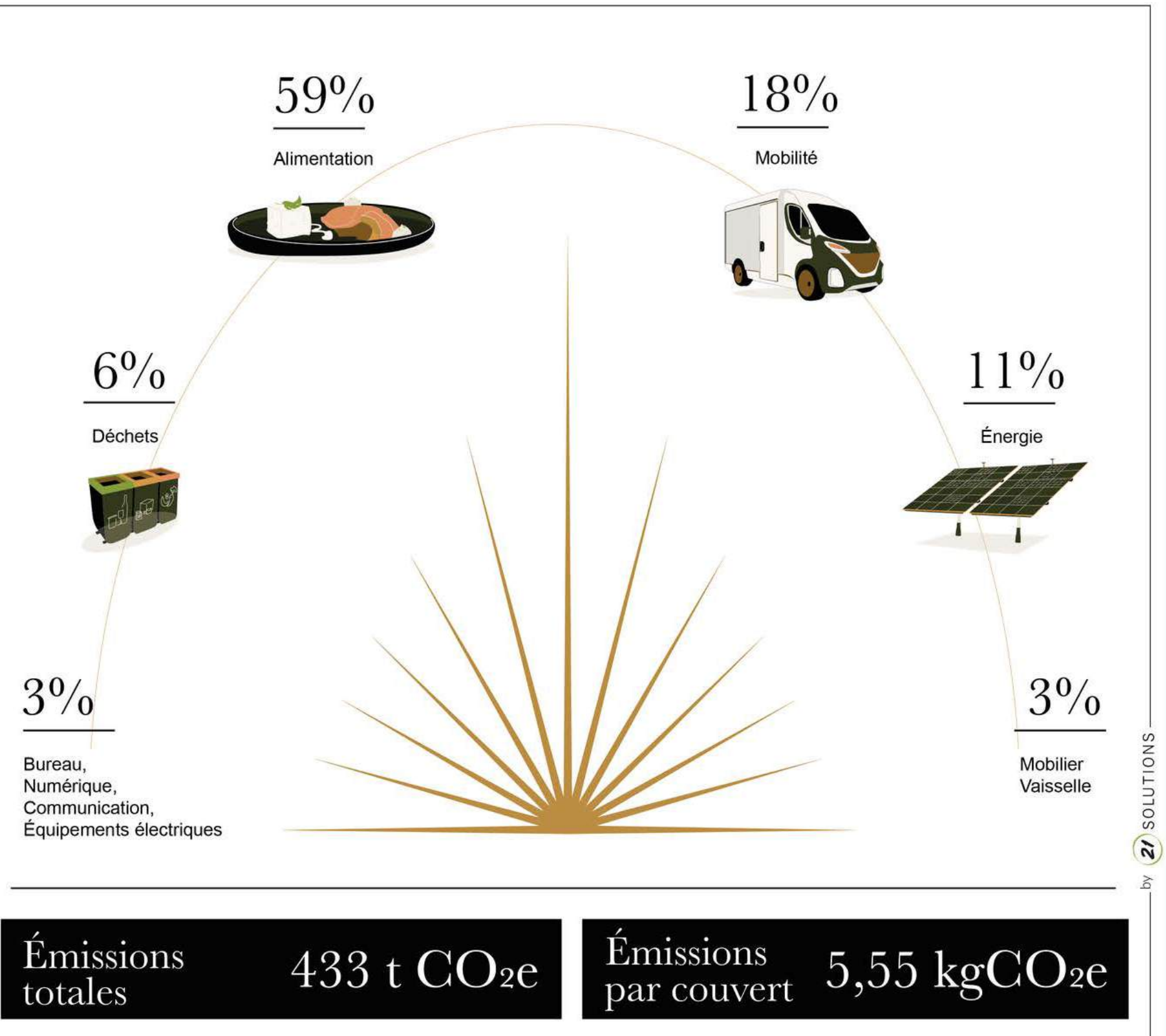
33% de notre électricité produite sur nos toits

**20 %**

20% de nos achats issus de l'agriculture biologique

**60%**

60% des biodéchets enlevés en vélo cargo



## GreenDeal Mobility

Nous participons au Green Deal Logistique Basses Émissions de la Région de Bruxelles-Capitale. Ce projet collectif vise à réduire l'impact environnemental du transport de marchandises en ville (émissions de gaz à effet de serre, pollution, congestion, insécurité routière.)

Chez Artfood, nous concentrons nos efforts sur le **flux majeur : les livraisons de nos fournisseurs vers notre atelier**. Cela signifie repenser les trajets, les types de véhicules utilisés et la manière dont nous travaillons avec nos parties prenantes.

## WeForest

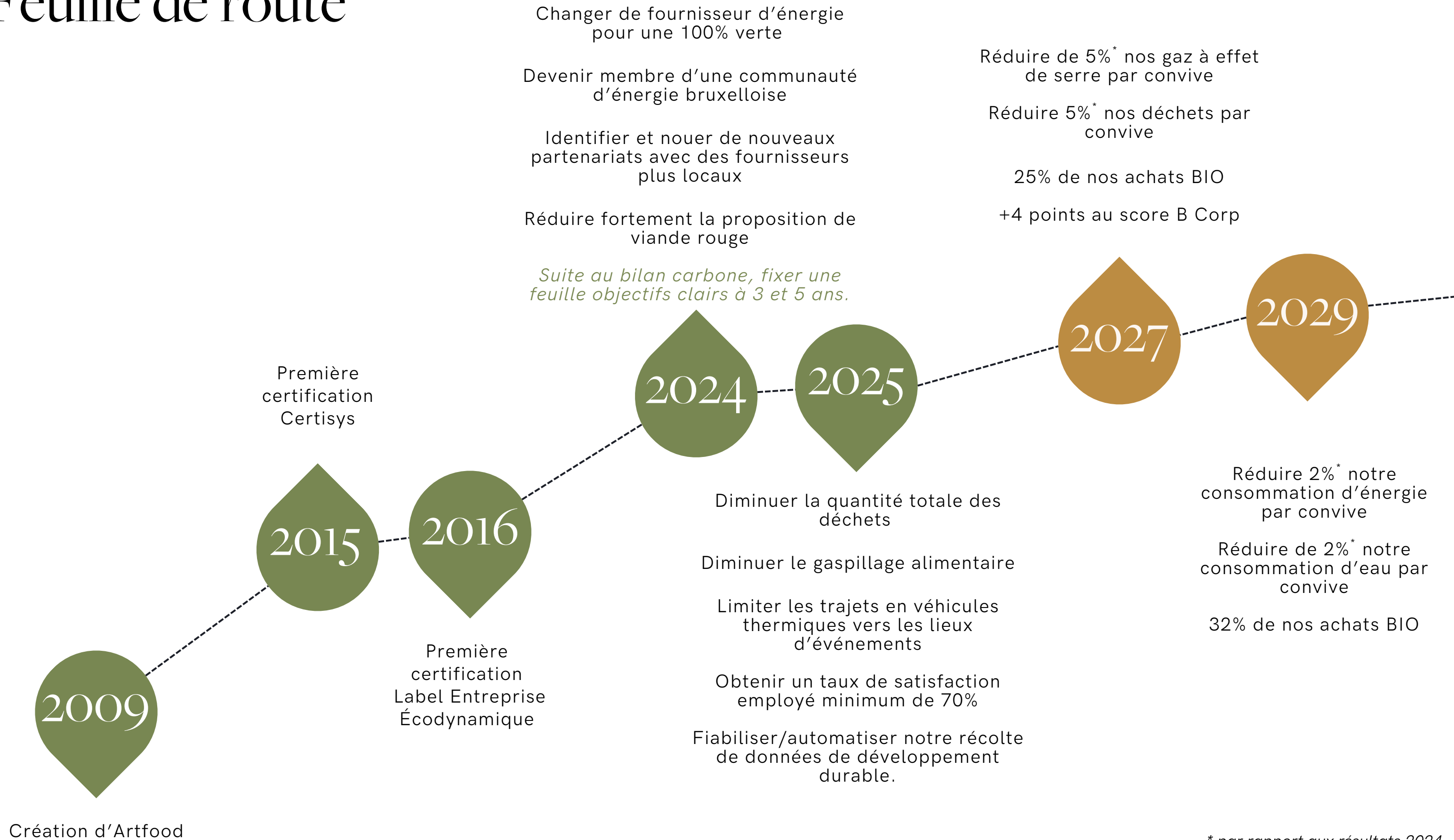
La reforestation est essentielle à l'équilibre des ressources naturelles et représente l'un des moyens les plus efficaces pour contrôler les phénomènes liés aux changements climatiques.

C'est pourquoi nous compensons les émissions résiduelles avec WeForest. Nous avons financé plus de 19000 arbres depuis 5 ans. Nous nous engageons à financer 2000 arbres par an.



## OBJECTIFS ET ENGAGEMENTS III

## Feuille de route



\* par rapport aux résultats 2024

# OBJECTIFS ET ENGAGEMENTS III

## Nos thématiques et sujets prioritaires

Sur la base du dialogue avec les parties prenantes, les **thématiques suivantes ont été définies comme prioritaires** :

### ENVIRONNEMENTAL

Réduire notre impact environnemental et renforcer nos pratiques durables

ODD\* n°12 : Consommation et production durable | ODD\* 13 : Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques | ODD\* 14 : Vie aquatique | ODD\* 15 : Vie terrestre

### SOCIAL, SOCIÉTAL

Préserver la santé & le bien-être au travail

ODD\* n°3 : Bonne santé et bien-être

Améliorer notre ancrage local et notre impact sociétal

ODD\* n°2 : Faim Zéro | ODD\* n°11 : Villes et communautés durables

### ÉCONOMIQUE

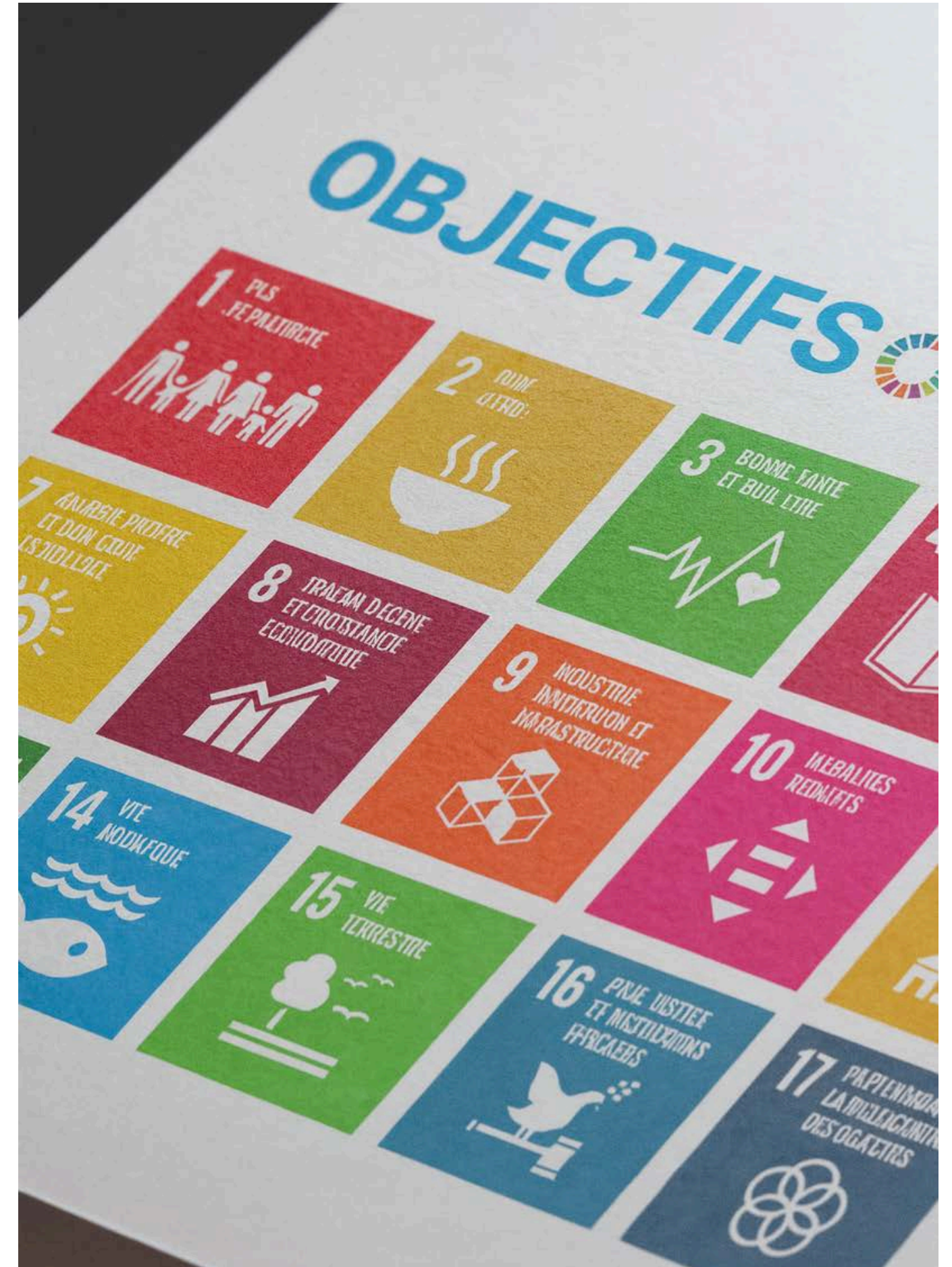
Favoriser une gouvernance claire et une culture d'entreprise participative

ODD\* n°8 : Travail décent et croissance économique

Cultiver des relations éthiques et transparentes avec nos clients

ODD\* n°8 : Travail décent et croissance économique

\* ODD : *Objectif de Développement Durable*, définis par l'ONU en 2015



## OBJECTIFS ET ENGAGEMENTS III

Chez Artfood, nous nous engageons bien sûr à respecter toutes les exigences légales (environnement, sécurité, hygiène, conditions sociales...) et souhaitons même aller plus loin. En effet, nous choisissons de nous fixer des exigences supplémentaires, parce que l'excellence à laquelle nous aspirons ne peut se limiter à la conformité.

Notre démarche s'incarne à travers les quatre grands principes de durabilité, reconnus comme fondamentaux dans la norme ISO 20 121 :

### **L'ÉTHIQUE :**

adopter un comportement responsable dans l'exercice de nos activités, fidèle à nos valeurs et à notre devoir d'intégrité.

### **LA TRANSPARENCE :**

partager une information claire, honnête et accessible sur nos engagements, nos résultats et nos marges de progression.

### **LA VIGILANCE :**

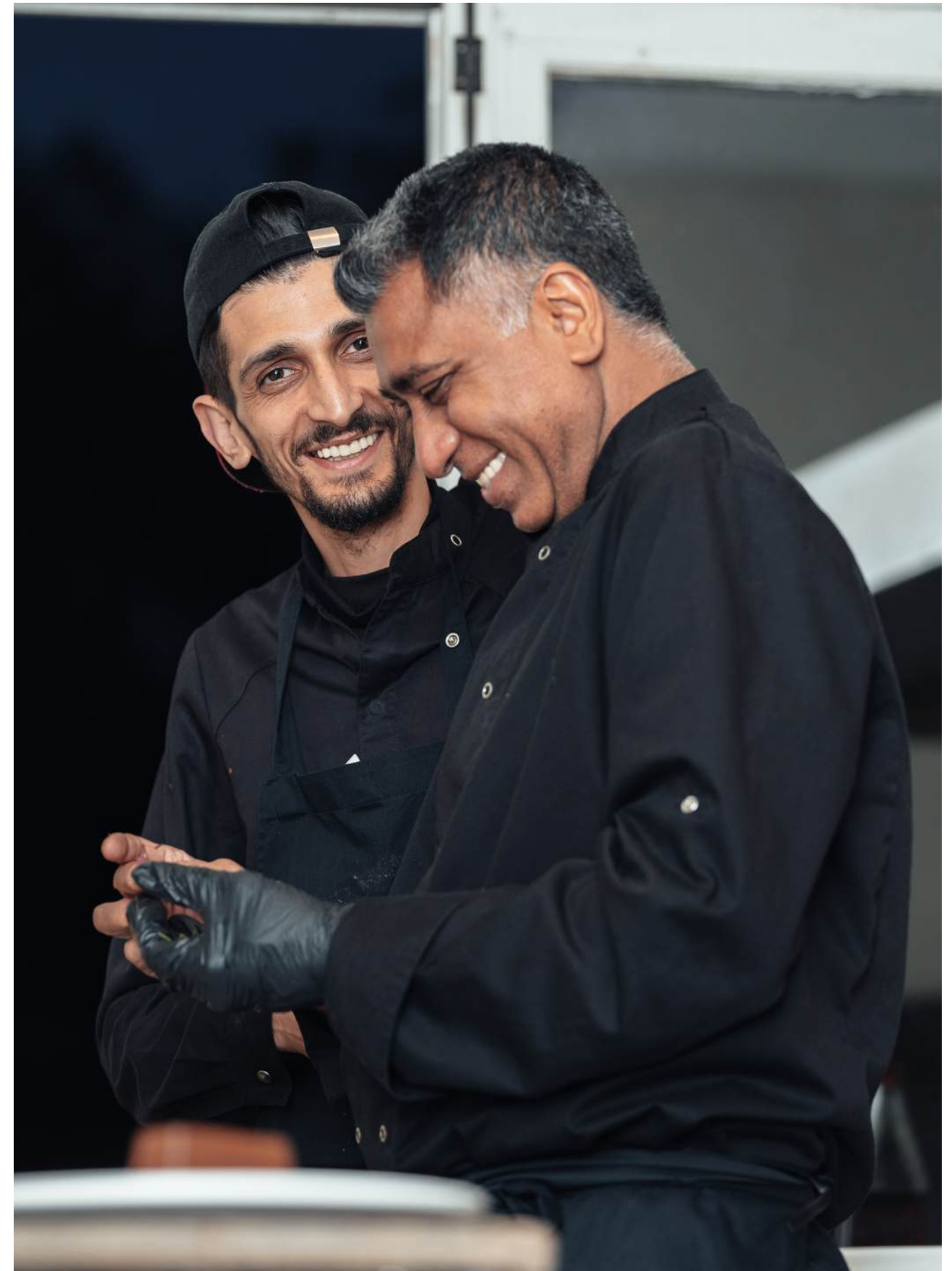
anticiper les risques que nous pouvons maîtriser grâce à des procédures concrètes et adaptées à notre métier.

### **L'INCLUSION :**

écouter et intégrer les attentes de nos parties prenantes tant qu'elles ne s'opposent pas à notre mission ni à notre raison d'être.

Les certifications ISO 20121 et B Corp s'appliquent à nos prestations de traiteur événementiel pour professionnels et particuliers, en Belgique.

Et parce qu'un engagement durable ne se vit jamais seul, nous invitons chaleureusement nos partenaires, fournisseurs, clients et leurs convives à cheminer à nos côtés.





# ARTFOOD

Meaningful gastronomy



ARTFOOD TRAITEUR SRL - 71/73 rue de Vrièrestraat, 1020 Brussels -  
Tel : +32 (0)2 732 33 85 - [www.artfood.be](http://www.artfood.be) - [contact@artfood.be](mailto:contact@artfood.be)

Signé le 01/09/2025, par

Arthur RENWART  
*Fondateur*

Eugénie SARKISSIANE  
*Fondatrice*

Nils LEGEIN  
*Directeur Général*