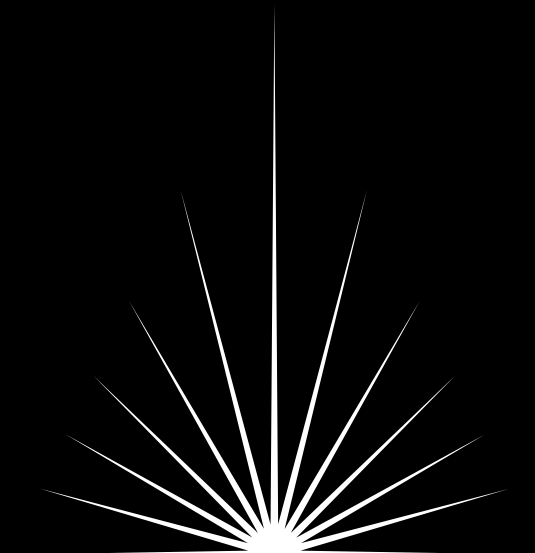


ARTFOOD

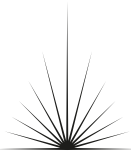
INHOUD



Meaningful gastronomy



- I. Van overtuiging naar actie
- II. Duurzaamheid in de keuken
Alles begint bij het menu
- III. Duurzaamheid samen met onze leveranciers
Bewust kiezen met wie we samenwerken
- IV. Duurzaamheid tijdens de voorbereiding
Voorbereiden & opvolgen om grip te houden
- V. Duurzaamheid tijdens het evenement
Excellentie tot leven brengen
- VI. Duurzaamheid na het evenement
Metten om beter vooruit te gaan
- VII. Duurzaamheid in onze dagelijkse werking
Handelen op elk niveau
- VIII. Onze vooruitgang op het vlak van duurzaamheid
Onze aanpak verder laten groeien
- IX. Blijven verbeteren



VAN OVERTUIGING NAAR ACTIE I

Beleid voor duurzame ontwikkeling

Als pionier op het vlak van duurzaamheid binnen de evenementensector zet Artfood zich al vele jaren actief in als geëngageerde cateraar. Ons doel is duidelijk: de ecologische impact van onze organisatie en activiteiten voortdurend verkleinen, terwijl we tegelijk onze sociale en economische bijdrage versterken.

Onze visie op duurzame ontwikkeling rust op drie duidelijke pijlers:

LOKALE EN VERANTWOORDE GROEI

Geworteld in Brussel maken we bewuste, duurzame keuzes en geven we in elke fase voorrang aan lokale partnerschappen: recepten, aankopen, mobiliteit, afval... Onze ambitie: uitgroeien tot de duurzame referentie in onze sector.

TRANSPARANTIE EN INSPIRATIE

We meten, structureren en delen onze acties en de erfenis van onze evenementen op basis van erkende referentiekaders: B Corp, ISO 20121, Koolstofbalans, Ecodynamisch Label, Certisys (Bio)... We willen in alle transparantie vooruitgaan, samen met onze klanten, partners en leveranciers.

SAMENLEVEN ALS DRIJVENDE KRACHT

Intern stimuleren we co-creatie, continu leren en respect. We willen van Artfood een open, inclusieve en inspirerende werkplek maken, waar samenwerking en zorg elkaar versterken.

Ondertekend op 01.09.2025

Arthur RENWART

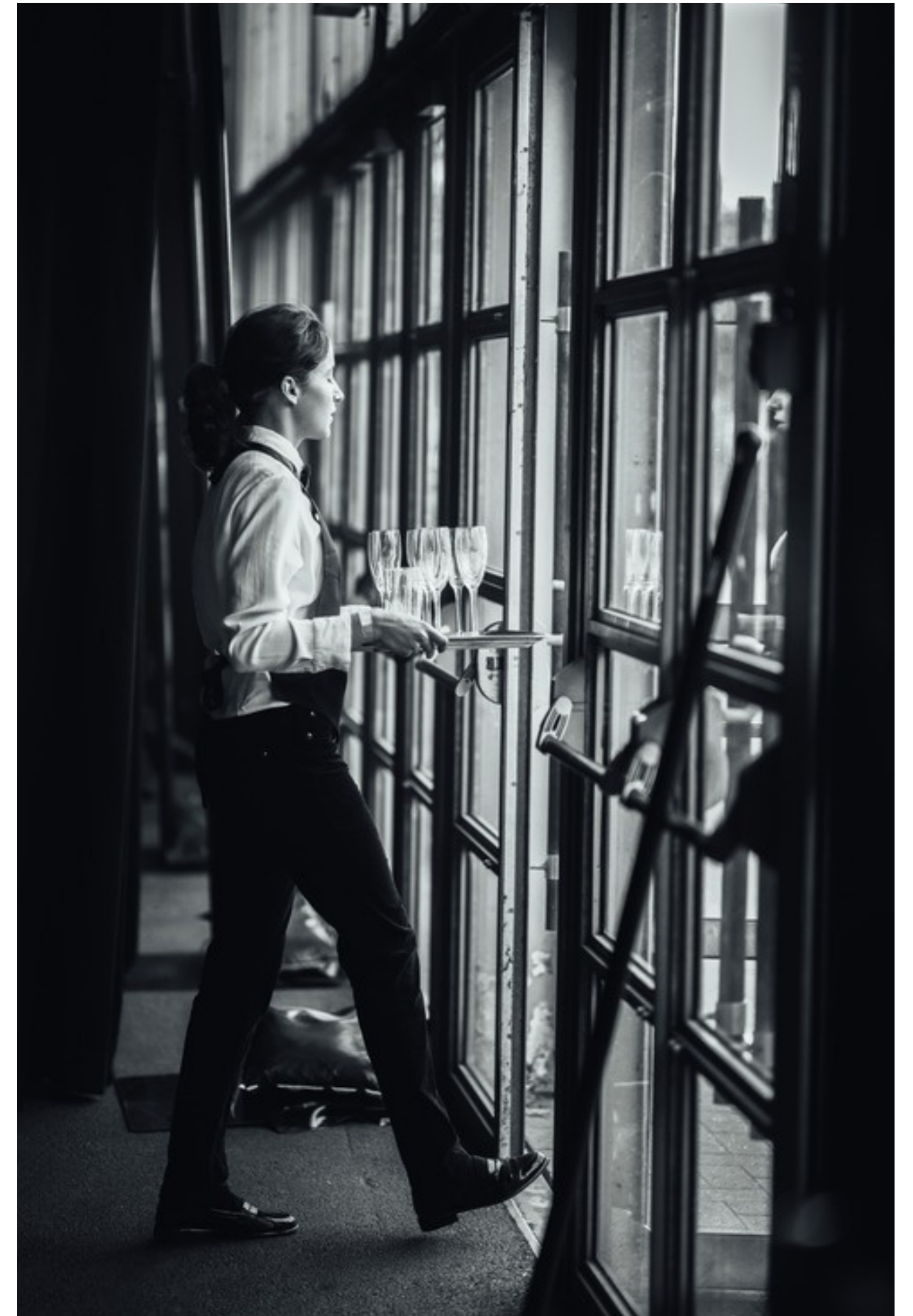
Oprichter

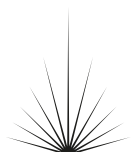
Eugénie SARKISSIANE

Oprichter

Nils LEGEIN

Algemeen directeur





VAN OVERTUIGING NAAR ACTIE I

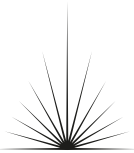


Hier gaan we over tot actie

Want de impact van een evenement beperkt zich niet tot de dag waarop het plaatsvindt. Die impact ontstaat al veel eerder: bij het samenstellen van een menu, het selecteren van een product, de keuze voor een leverancier of het vooruitdenken over een bereiding. Ook tijdens het evenement zelf speelt die impact een rol, in de manier waarop we koken, bedienen en het evenement tot leven brengen. En ook daarna stopt het niet, wanneer het tijd is om te sorteren, materialen en reststromen een nieuwe waarde te geven, te meten en te verbeteren.

En precies daarover gaat dit charter.

Bij elke stap laten we zien wat we concreet doen, wat we meten en welke vooruitgang we nog willen boeken.



IN DE KEUKEN

II

Stap 1 Alles begint bij het menu

WAT WE CONCREET DOEN

Een menu op het ritme van de vier seizoenen

Geen twee grote menu's meer die verschillende seizoenen overspannen. Ons menu evolueert voortaan vier keer per jaar, zodat het beter aansluit bij het natuurlijke ritme van onze producten. Sommige producten hebben nu eenmaal een kort seizoen. Het is aan ons om onze keuken aan hun ritme aan te passen, niet andersom.

Een inclusief menu, vrij van de belangrijkste allergenen en afgestemd op verschillende voedingspatronen.

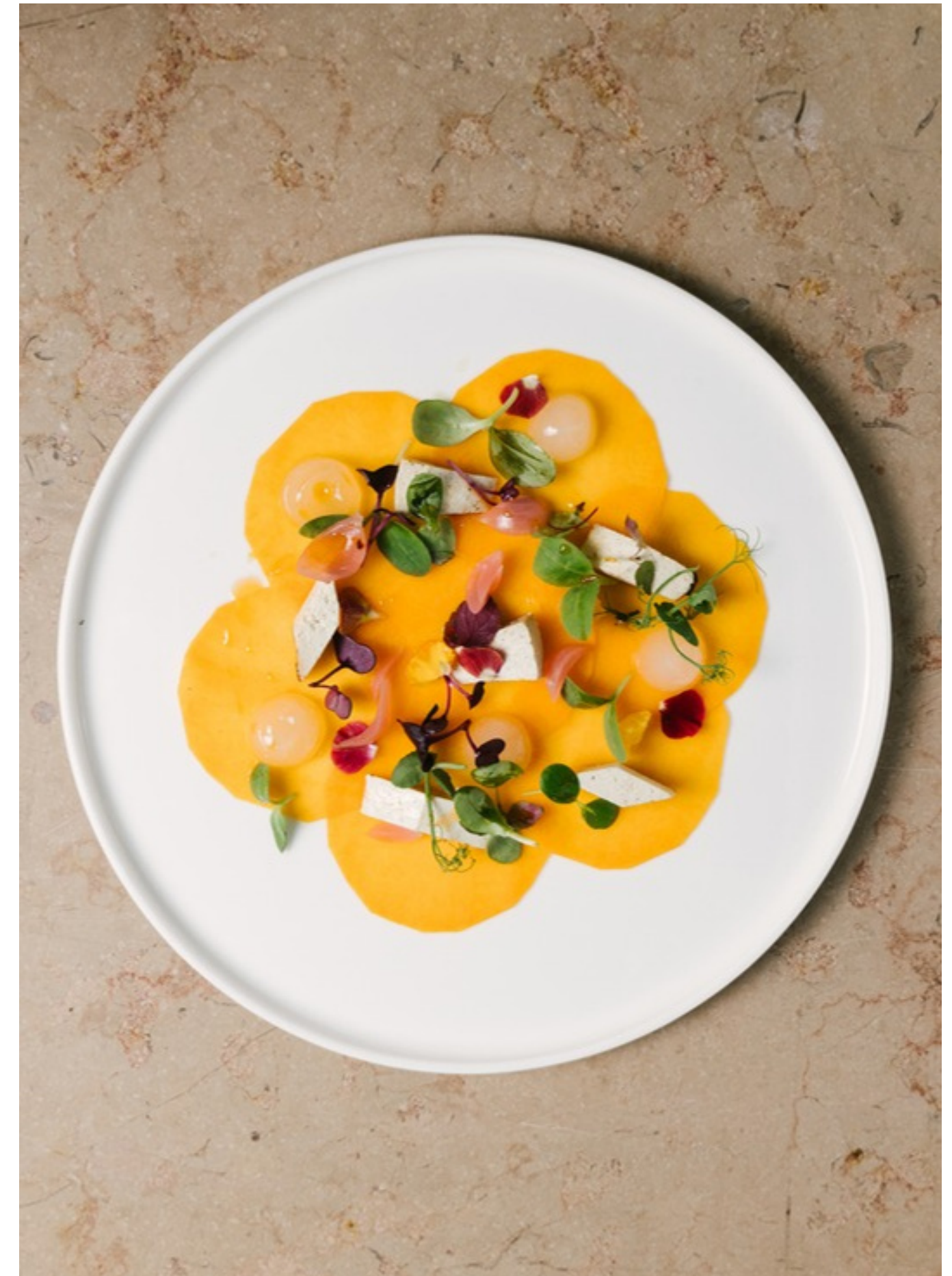
We ontwikkelden een specifiek allergeenvrij aanbod om gasten met uiteenlopende voedingspatronen rond éénzelfde menu samen te brengen.

Foie gras verdwijnt definitief van ons menu

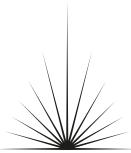
Om ethische redenen hebben we ervoor gekozen foie gras niet langer aan te bieden, in lijn met de richting waarin we onze keuken verder willen ontwikkelen.

WAT WE METEN

- Tussen 2023 en 2025 steeg het aandeel geproduceerde vegetarische hapjes **met 9 procentpunten**, van 48,7% in 2023 naar 57,4% in 2025
- Tussen 2023 en 2025 daalde **de hoeveelheid rundvlees per gast met 18%**
- In 2025 was meer dan 15% van de geproduceerde stukken veganistisch.
- 20% van onze aankopen is BIO-gecertificeerd*
- Tussen januari en juni 2026 was ongeveer 70% van onze alcoholische en niet-alcoholische dranken BIO*



* Op jaarbasis – uitgedrukt in aankoopwaarde



MET ONZE LEVERANCIERS III



Stap 2

Bewust kiezen met wie we samenwerken

WAT WE CONCREET DOEN

Belgisch vakmanschap, tot in de details

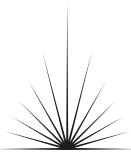
Voor onze tafelkunst werken we hoofdzakelijk samen met Belgische ondernemingen zoals Pomax en Serax.

Kiezen voor materialen die gemaakt zijn om lang mee te gaan

Een voorbeeld daarvan is onze bar, vervaardigd met steenfineer: we maken keuzes met het oog op duurzaamheid, zonder ooit aan elegantie in te boeten. Onze niet-organische decoratie is herbruikbaar. Ons servies is altijd herbruikbaar en we beperken het gebruik van wegwerpartikelen tot een minimum.

WAT WE METEN

- In 2025 bevond **90% van onze leveranciers** zich binnen een straal van 80 km
- In 2026 bedroeg de **mediaanafstand** tussen ons atelier en onze Food & Beverage-leveranciers **30 km**
- **90% van de werkkledij** van onze zaalmedewerkers wordt in België ontworpen en geborduurd
- We werken **gemiddeld al 8 jaar samen** met onze Food & Beverage-leveranciers



TIJDENS DE VOORBEREIDING IV

Stap 3

Voorbereiden & opvolgen om grip te houden

WAT WE CONCREET DOEN

Tools afgestemd op ons vak

Ons beheersysteem (ERP) is specifiek ontwikkeld voor eventcaterers en helpt ons om de realiteit van ons vak zo goed mogelijk te voorspellen, organiseren en opvolgen.

Samen vooruitkijken

Elke week brengen we tijdens een overleg tussen de verschillende teams de behoeften in kaart, kijken we vooruit naar de komende weken en stemmen we alle betrokkenen af rond de geplande evenementen.

Een gecontroleerd autocontrolesysteem

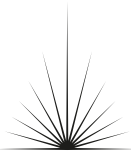
Onze FAVV-Smiley bevestigt dat we beschikken over een doeltreffend autocontrolesysteem, gevalideerd via externe audits, waarmee we de voedselveiligheid van onze gasten waarborgen.

WAT WE METEN

- **9,2/10** is de score* die klanten vóór het evenement geven aan hun ervaring met Artfood
- Ons keukenteam beschikt samen over bijna **150 jaar ervaring**, volledig ten dienste van beheersing, smaak en het vakmanschap van ARTFOOD
- Ongeveer **3/4 van onze productie wordt in eigen huis gemaakt**, een bijzonder hoog aandeel binnen onze sector dat mogelijk wordt gemaakt door het vakmanschap en de interne organisatie van onze teams



**Score op basis van onze voorafgaande tevredenheidsenquête: meer dan 80 antwoorden*



TIJDENS HET EVENEMENT V



* Score op basis van onze voorafgaande tevredenheidsenquête: meer dan 80 antwoorden

Stap 4 Excellentie tot leven brengen

WAT WE CONCREET DOEN

Ons aanpassen aan elk evenement

Van een zittend diner tot een walking dinner en 45 verschillende culinaire stands: we ontwikkelen uiteenlopende formats om ons aan te passen aan de gasten en het moment. - [Ontdek onze diensten](#)

Beter sorteren, rechtstreeks op het terrein

We ontwikkelden een sorteertafel specifiek voor evenementen. Waar de ruimte het toelaat, wordt deze ter plaatse geïnstalleerd om afvalsortering eenvoudiger te maken en de teams tijdens het evenement hierin te ondersteunen.

WAT WE METEN

- **9,4/10** is de score* die klanten geven aan hun Artfood-ervaring tijdens het evenement
- In 2025 werd **95% van onze omzet** gerealiseerd binnen een straal van 80 km rond ons atelier, een lokale verankering die we verder willen versterken.
- [Ontdek onze partnerzalen](#)
- **Onze drie interne maîtres d'hôtel beschikken samen over 50 jaar ervaring**, aangevuld door onze vaste externe maîtres d'hôtel
- In het eerste kwartaal van 2026 organiseerden we **3 evenementen samen met CAP Event**, waarmee we bijdragen aan de integratie van mensen met een beperking binnen onze serviceteams

VI NA HET EVENEMENT

Stap 5

Meten om beter vooruit te gaan

WAT WE CONCREET DOEN

Een tweede leven geven waar dat mogelijk is

Onze kurken worden ingezameld, afzonderlijk gehouden en geschonken aan de vereniging BAH – Bouchons d'Aides aux Handicapés.

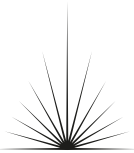
Ook meten wat niet goed gaat

Binnen ons ISO 20121-systeem en onze aanpak van continue verbetering volgen, classificeren en meten we dagelijks onze non-conformiteiten. Zo brengen we verbeterpunten in kaart en kunnen we vervolgens concrete corrigerende maatregelen nemen.

WAT WE METEN

- In 2025 werd **ongeveer 24 ton organisch afval ingezameld** door Recyclo, een Brusselse coöperatie die ons afval verwerkt tot compost
- Tussen januari en juni 2026 realiseerden we **25 voedseldonaties dankzij** de Alpaca-koelkasten in verschillende van onze partnerlocaties, waarmee voedseloverschotten opnieuw kunnen worden verdeeld
- Tussen januari en juni 2026 werden ongeveer **30 corrigerende maatregelen** genomen naar aanleiding van gemelde non-conformiteiten
- **Een NPS van 80**, als indicator van een bijzonder hoge klanttevredenheid en aanbevelingsbereidheid





IN ONZE DAGELIJKSE WERKING VII



Stap 6

Handelen op elk niveau

WAT WE CONCREET DOEN

Onze eigen energie produceren en vervolgens bewust kiezen voor de rest

Onze zonnepanelen voorzien in een deel van onze elektriciteitsbehoefte. En omdat in Brussel de zon niet altijd al het werk kan doen, vullen we dit sinds maart 2025 aan met 100% groene elektriciteit.

WAT WE METEN

- **Meer dan 40 uur sensibilisering rond duurzaamheid** werd in één jaar door onze verantwoordelijke Duurzame Ontwikkeling aan onze teams gegeven
- **Onze zonnepanelen produceerden in 2025 24.455 kWh**
- Tussen januari en juni 2026 werden een **vijftiental carpoolritten** georganiseerd voor verplaatsingen naar evenementen. Dat cijfer moet in zijn context worden gezien: we werken hoofdzakelijk binnen een beperkte geografische perimeter en onze teams maken nog steeds veelvuldig gebruik van het openbaar vervoer
- Volgens onze interne enquête van maart 2026 is **97% van het Artfood-personeel tevreden over de aangeboden opdrachten**

VIII ONZE VOORUITGANG

Stap 7

Onze aanpak verder laten groeien

Wij zijn ervan overtuigd dat een label of nooit een doel op zich is. Wat ons interesseert, is waartoe ze ons aanzetten: meten wat we doen, onze gewoonten in vraag stellen, ons beter organiseren en vooral ontdekken waar we nog beter kunnen.

Precies daarom zijn we ook niet tegelijkertijd met al deze trajecten gestart. Elk initiatief kwam op het moment waarop we er behoefte aan hadden: om onze aankopen beter te omkaderen, onze impact te begrijpen, die impact vervolgens te meten en uiteindelijk onze manier van handelen structureel vorm te geven. Een echt groeitraject naar meer maturiteit op het vlak van duurzaamheid.

Dus geen verzameling logo's, maar het traject dat we hebben afgelegd. Een verhaal dat in 2015 begint en dat vanzelfsprekend nog lang niet ten einde is.

- Ontdek al onze labels & engagements



• 2015 • Certisys

Onze BIO-aankopen structureren
Een eerste kader om biologische producten systematischer in onze bevoorrading te integreren.

• 2016 • Good Food

Deel worden van een geëngageerd ecosysteem

Artfood sluit zich aan bij de Good Food-gids en bij de Brusselse spelers die zich inzetten voor duurzamere voeding.

• 2025 • Green Deal Urban Mobility

Onze verplaatsingen verder verduurzamen

We sluiten ons aan bij dit Brusselse initiatief om de impact van onze logistiek binnen het lokale ecosysteem verder te verkleinen.

• 2026 • B Corp

Ons model in vraag stellen

Een internationale certificering die onze governance en ons bedrijfsmodel in hun geheel onder de loop neemt

• 2016 •

Ecodynamische Onderneming

Onze aanpak verankeren in Brussel
Een instrument om ons milieubeheer breder te structureren en onze plaats binnen het Brusselse ecosysteem verder vorm te geven.

• 2023 • Koolstofbalans

Begrijpen waar we het verschil kunnen maken

Op basis van de gegevens van 2022 brengen we onze impact in kaart om onze belangrijkste hefbomen te identificeren en een actieplan uit te werken.

• 2026 • ISO 20121

Continue verbetering structureren

Een internationale norm specifiek voor de evenementensector, behaald in juni 2026, waarmee we onze organisatie en opvolging verder versterken.

• 2026 • Koolstofbalans

Meten welke weg we hebben afgelegd
De gegevens van 2022 vergelijken met die van 2025: wat we hebben bereikt, waar we afwijken en wat we nog verder kunnen verbeteren.

IX

BLIJVEN VERBETTEREN

Roadmap

B Corp- & ISO 20121-certificering

23% BIO in onze aankopen (€)

40% geproduceerde vegetarische hapjes

70% tevredenheid in de interne enquête

Uitvoering van onze tweede koolstofbalans op basis van de gegevens van 2025

-10%* gram rood vlees per gast

-2%* gasverbruik per gast (m³)

-2%* waterverbruik per gast (m³)

-2%* elektriciteitsverbruik per gast (kWh)

2026

2027

2028

2029

+28%* omzet

-8%* gram rood vlees per gast

-30%* gram rundvlees per gast

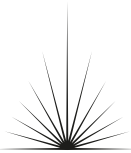
25% van onze aankopen BIO (€)

-5%* broeikasgasuitstoot per gast

+46%* omzet

32% BIO in onze aankopen (€)

** Ten opzichte van de resultaten van 2024*



BLIJVEN VERBETEREN IX



Dit charter vertelt waar we vandaag staan.

Wat we al hebben gerealiseerd, wat we meten en waarin we nog verder willen verbeteren. Want onze aanpak staat niet stil. Ze evolueert mee met ons vak, onze teams, onze partners, onze klanten en de uitdagingen die ons omringen.

We zijn trots op de weg die we hebben afgelegd, maar we zijn zeker nog niet aan het eindpunt. Onze manier van werken blijven bevragen, onze impact meten en onze aanpak verder ontwikkelen: ook dat betekent voor ons duurzaam vooruitgaan.

En vooral: dat blijven doen zonder ooit uit het oog te verliezen wat ons vanaf het begin drijft: momenten creëren die betekenis geven, mensen verbinden en smaak laten spreken.



Artfood TRAITEUR SRL

71/73 Vrièrestraat, 1020 Brussel

Tel.: :+32 (0)2 732 33 85 - www.artfood.be - contact@artfood.be