

ARTFOOD

Quelle est l'utilité de principes fondateurs ?

Avant de décider où agir et comment le faire, encore faut-il savoir ce qui nous guide, ce qui compte vraiment pour nous et quelles responsabilités nous souhaitons prendre.

Ce document pose le cadre dans lequel nous réfléchissons et prenons nos décisions.

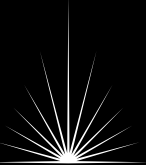
Ce cadre commence par notre vision et notre mission (p. 3), puis par nos valeurs (p. 4), qui donnent un cap commun à notre manière de travailler et de faire nos choix. Notre histoire (p. 5) permet de comprendre d'où viennent ces convictions et comment elles se sont construites. Notre démarche se nourrit aussi de l'écoute de nos parties prenantes. Nos enjeux et thématiques prioritai-

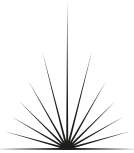
res (p. 6) identifient les sujets sur lesquels notre responsabilité est la plus forte, tandis que nos principes d'action (p. 7) précisent la manière dont nous choisissons d'agir.

Enfin, parce que ces principes n'ont de sens que s'ils sont réellement portés dans l'entreprise, la Direction prend directement position et s'engage à les faire vivre au quotidien (p. 8).

La suite se joue sur le terrain. Notre Charte de développement durable présente les actions, les mesures et les objectifs qui traduisent très concrètement ces principes en actions dans notre métier.

- [Découvrir notre Charte de développement durable](#)





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 êtres humains, du sol, des animaux ou plus largement de notre environnement, nous sommes tous engagés dans une relation d'interdépendance. Cultiver des liens de qualité entre nous et avec ce qui nous entoure est essentiel à 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.

Histoire de la durabilité d'Artfood

Depuis 2009, Artfood grandit avec une conviction simple : une cuisine d'excellence commence par de bons produits, du savoir-faire et du respect pour ce qui l'entoure.

Les chefs auprès desquels Arthur, fondateur d'Artfood, a fait ses armes n'ont pas attendu l'essor du développement durable pour travailler des produits frais et de saison, connaître leur provenance ou s'entourer de producteurs et d'artisans proches. Parce qu'avant d'être associés à la durabilité, ce sont tout simplement des fondamentaux de la cuisine.

C'est avec cet héritage qu'Arthur et Eugénie lancent Artfood en 2009, dans un petit atelier à Etterbeek. Dès les premières

prestations, certains choix s'imposent naturellement : cuisiner maison à partir de produits bruts, respecter les saisons, privilégier la proximité, limiter le jetable et favoriser le réutilisable. Non pas pour suivre une tendance, mais parce que cette manière de faire correspond à la cuisine qu'ils souhaitent défendre.

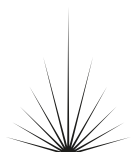
Notre identité culinaire se construit dans le même esprit : une cuisine moderne, généreuse et équilibrée, notamment inspirée du régime crétois. Le végétal y occupe une place importante, la viande rouge se fait plus rare et les produits sont aussi peu transformés que possible. Une cuisine où le goût reste central et où le repas est aussi pensé comme un moment de partage et de lien.

Au fil des années, Artfood grandit. Les équipes s'étoffent, les savoir-faire se transmettent, notre cuisine évolue et notre

organisation se structure.

Ce qui relevait d'abord de notre manière de cuisiner et de travailler s'est progressivement élargi à une réflexion plus globale sur notre impact et notre responsabilité. Nous avons appris à mieux en comprendre les enjeux, à les intégrer dans nos pratiques, puis à structurer et mesurer notre démarche pour continuer à la faire évoluer.

Notre exigence, elle, reste la même : mettre le produit et le savoir-faire au centre, et faire dialoguer créativité culinaire, qualité et rigueur opérationnelle.



IV

OBJECTIFS

Nos enjeux prioritaires

Sur la base du dialogue avec nos parties prenantes, ce sont les enjeux ci-dessous qui structurent nos démarches et qui ont été définis comme prioritaires :

ENVIRONNEMENTAL

Réduire notre impact environnemental et renforcer nos pratiques durables

ODD* n°12 : Consommation et production durables | 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

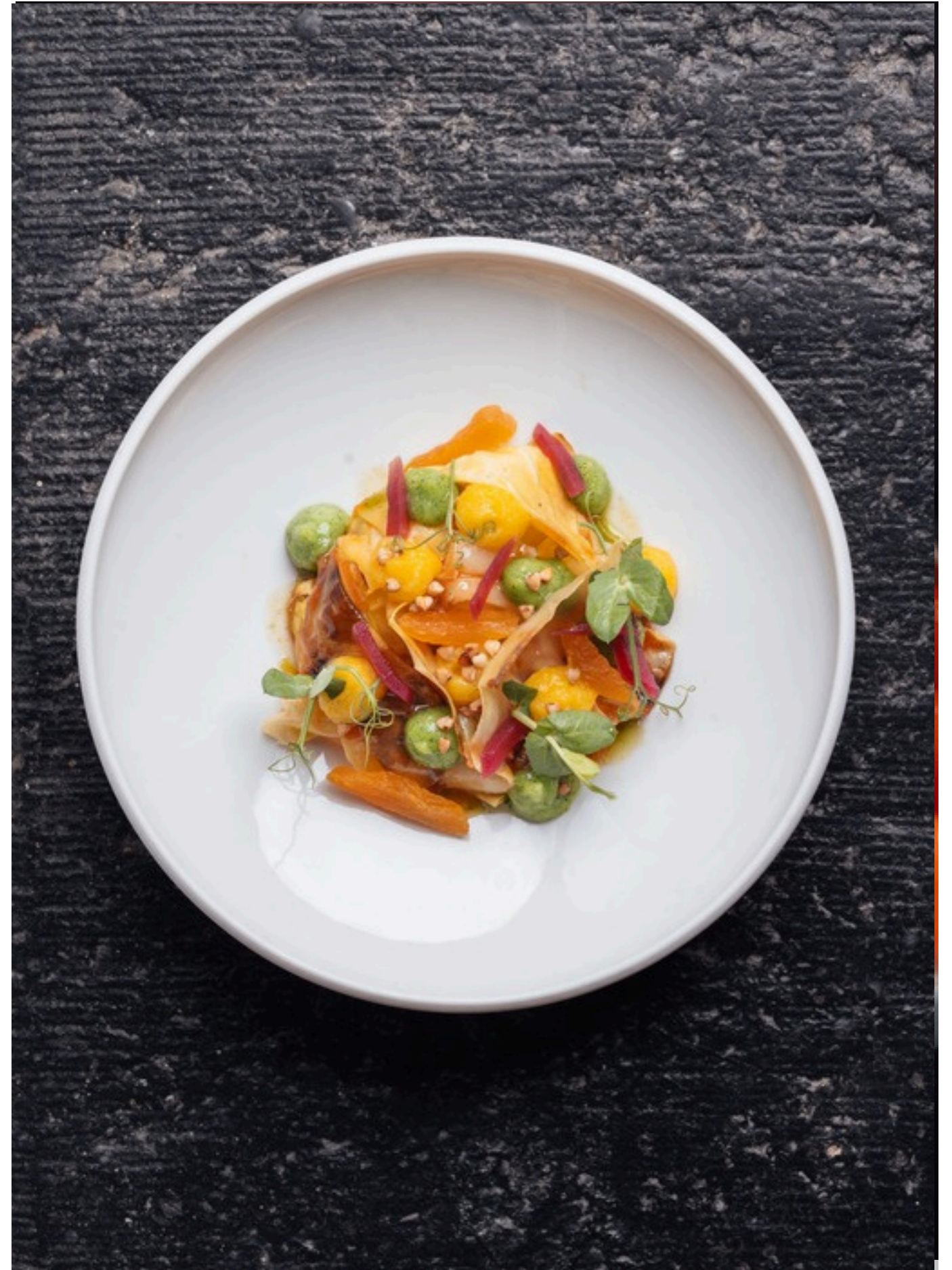
Favoriser une gouvernance claire et une culture d'entreprise participative

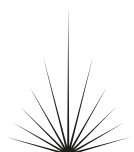
ODD* n°8 : Travail décent et croissance économique

Cultiver des relations éthiques et transparentes avec nos clients

ODD* n°8 : Travail décent et croissance économique

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





V ENGAGEMENTS

Chez Artfood, nous respectons les exigences légales qui encadrent notre métier et avons choisi, sur plusieurs sujets, de nous fixer nos propres exigences. Une manière de faire qui traduit notre volonté de progresser continuellement et de faire toujours mieux. 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 20121 :

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.

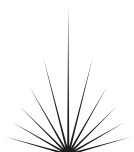
L'INCLUSION :

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.





L'ÉQUIPE DE DIRECTION VI



Les mots de la direction

“

Depuis plus de quinze ans, l'engagement d'Artfood se traduit dans notre manière de faire notre métier et de faire évoluer l'entreprise.

En tant que fondateur·rices, notre responsabilité est de faire en sorte que ces engagements puissent réellement être appliqués au quotidien. Pour cela, nous veillons à mettre à disposition les moyens humains, matériels et organisationnels nécessaires, à tous les niveaux de l'entreprise et à définir les responsabilités permettant de faire vivre et progresser notre démarche. Nous sommes convaincus que notre recherche d'excellence va de pair avec les responsabilités environnementales et sociales que nous choisissons d'assumer.

EUGÉNIE SARKISSIANE, FONDATRICE & ARTHUR RENWART, FONDATEUR

Des principes n'ont de valeur que s'ils se traduisent dans nos décisions et dans notre manière d'agir au quotidien.

Le rôle de la Direction est de créer les conditions pour les faire vivre dans toute l'organisation : en donnant les moyens nécessaires, en définissant clairement les responsabilités, en écoutant nos parties prenantes et en mesurant nos progrès avec rigueur et transparence. Nos objectifs, nos référentiels et nos plans d'action évolueront. Nos principes restent notre point de repère : rechercher l'excellence, agir avec bienveillance, cultiver l'appartenance et assumer pleinement notre responsabilité environnementale, sociale et économique.

C'est ainsi que nos engagements dépassent les intentions et deviennent une manière de faire notre métier.

”

NILS LEGEIN, DIRECTEUR GÉNÉRAL



ARTFOOD

Meaningful gastronomy



ISO
20121
SUSTAINABLE
EVENT
MANAGEMENT

Artfood TRAITEUR SRL
71/73 rue de Vrière, 1020 Bruxelles
Tél. : +32 (0)2 732 33 85 - www.artfood.be - contact@artfood.be

Signé le 01.09.2026, par

Arthur RENWART

Fondateur

Eugénie SARKISSIANE

Fondatrice

Nils LEGEIN

Directeur Général