

ARTFOOD

Waartoe dienen grondbeginselen?

Voor we bepalen waar en hoe we willen handelen, moeten we eerst weten wat ons richting geeft, wat voor ons werkelijk telt en welke verantwoordelijkheden we willen opnemen.

Dit document schetst het kader waarbinnen we nadenken en onze beslissingen nemen.

Dat kader begint bij onze visie en missie (p. 3), gevolgd door onze waarden (p. 4), die een gemeenschappelijke richting geven aan de manier waarop we werken en keuzes maken. Onze geschiedenis (p. 5) laat zien waar deze overtuigingen vandaan komen en hoe ze doorheen de jaren vorm hebben gekregen. Onze aanpak wordt ook gevoed door te luisteren naar onze stakeholders.

Onze prioritaire uitdagingen en thema's (p. 6) brengen in kaart op welke domeinen onze verantwoordelijkheid het grootst is, terwijl onze handelingsprincipes (p. 7) verduidelijken hoe we ervoor kiezen om die verantwoordelijkheid concreet op te nemen.

En omdat principes pas betekenis krijgen wanneer ze daadwerkelijk binnen de onderneming worden gedragen, neemt de Directie zelf duidelijk positie in en engageert ze zich om deze principes elke dag opnieuw tot leven te brengen (p. 8).

De volgende stap speelt zich af op het terrein. Ons Duurzaamheidscharter beschrijft de acties, metingen en doelstellingen waarmee we deze principes heel concreet vertalen naar onze dagelijkse praktijk.

- Ontdek ons Duurzaamheidscharter



VISIE EN MISSIE

Bij Artfood is het onze ambitie om van elk evenement een moment van betekenis, verbondenheid en smaak te maken. Wij geloven in een gastronomie die mensen raakt, die verbindt en die een positieve, menselijke, lokale en duurzame indruk nalaat.

Daarom creëren we voor onze klanten en hun gasten culinaire ervaringen op maat, geleid door excellentie, zorg en een duurzaam engagement, stevig verankerd in onze regio en gemeenschappen.

We zorgen ervoor dat onze keuken respectvol omgaat met al wat leeft. Of het nu gaat om mensen, de bodem, dieren of onze leefomgeving in ruimere zin: we zijn allemaal met elkaar verbonden en van elkaar afhankelijk. Kwaliteitsvolle relaties opbouwen met elkaar en met alles wat ons omringt, is essentieel voor ons evenwicht.



II

WAARDEN



Drie waarden sturen al onze acties.

EXCELLENTIE, *als richting*

Excellentie is elke dag het beste van onszelf geven. Met hoge standaarden, oog voor detail en een voortdurende wil om te groeien, zoeken we het juiste evenwicht tussen planeet, mens, klant en team.

ZORG, *als kompas*

Zorg betekent handelen met respect, openheid, luisterbereidheid en consideratie. Het verbindt ons met onze teams, onze partners, de planeet en de kostbare hulpbronnen waarvan we afhankelijk zijn, en het inspireert elk van onze beslissingen.

VERBONDENHEID, *als anker*

Verbondenheid is deel uitmaken en verbinding creëren, binnen het bedrijf én in de samenleving.
Verankerd in onze regio en onze gemeenschappen koesteren we duurzame, lokale en authentieke relaties. Intern is het een collectief waarin iedereen zijn plaats, stem en rol heeft; extern bouwen we dynamische relaties op, gebaseerd op uitwisseling, nabijheid en positieve impact.

III

GESCHIEDENIS

De geschiedenis van duurzaamheid bij Artfood

Sinds 2009 groeit Artfood vanuit een eenvoudige overtuiging: een excellente keuken begint bij goede producten, vakmanschap en respect voor alles wat ons omringt.

De chefs bij wie Arthur, oprichter van Artfood, het vak leerde, wachtten niet op de opkomst van duurzaamheid om te werken met verse seizoensproducten, hun herkomst te kennen of zich te omringen met lokale producenten en ambachtslui. Want nog vóór we dit alles met duurzaamheid gingen associëren, behoorde het simpelweg tot de fundamenten van goed koken.

Met die erfenis beginnen Arthur en Eugénie in 2009 aan Artfood, in een klein atelier in Etterbeek. Vanaf de eerste opdrachten dringen bepaalde keuzes zich vanzelf op: zelf koken met pure grondstoffen, de seizoenen respecteren, kiezen voor nabijheid, wegwerpmateriaal beperken en hergebruik stimuleren. Niet om een trend te volgen, maar omdat deze manier van werken overeenstemt met de keuken waar zij voor willen staan.

Onze culinaire identiteit krijgt vorm vanuit diezelfde gedachte: een moderne, genereuze en evenwichtige keuken, onder meer geïnspireerd door het Kretenzische voedingspatroon. Plantaardige ingrediënten krijgen daarin een belangrijke plaats, rood vlees wordt spaarzamer gebruikt en producten worden zo weinig mogelijk bewerkt. Een keuken waarin smaak centraal blijft staan en waarin de maaltijd ook wordt gezien als een moment van samenzijn en verbinding.

Doorheen de jaren groeit Artfood. Onze teams worden groter, vakkennis wordt doorgegeven, onze keuken evolueert en onze organisatie krijgt steeds meer structuur.

Wat aanvankelijk vooral deel uitmaakte van onze manier van koken en werken, groeide geleidelijk uit tot een bredere reflectie over onze impact en onze verantwoordelijkheid. We hebben geleerd om de uitdagingen beter te begrijpen, ze in onze dagelijkse praktijk te integreren en onze aanpak vervolgens te structureren en te meten, zodat we ze voortdurend verder kunnen ontwikkelen.

Onze ambitie is daarbij onveranderd gebleven: het product en het vakmanschap centraal stellen en culinaire creativiteit, kwaliteit en operationele nauwkeurigheid met elkaar verbinden.

IV
DOELSTELLINGEN

Onze prioritaire uitdagingen en thema's

Op basis van de dialoog met belanghebbenden werden de volgende thema's als prioritair bepaald:

MILIEU

Onze ecologische impact verminderen en onze duurzame praktijken versterken.

SDG's*: 12 Verantwoorde consumptie en productie | 13 Klimaatactie | 14 Leven in het water | 15 Leven op het land

SOCIAAL & MAATSCHAPPELIJK

De gezondheid en het welzijn op het werk bevorderen

SDG 3: Goede gezondheid en welzijn

Onze lokale verankering en maatschappelijke impact versterken

SDG's 2: Geen honger | 11: Duurzame steden en gemeenschappen

ECONOMISCH

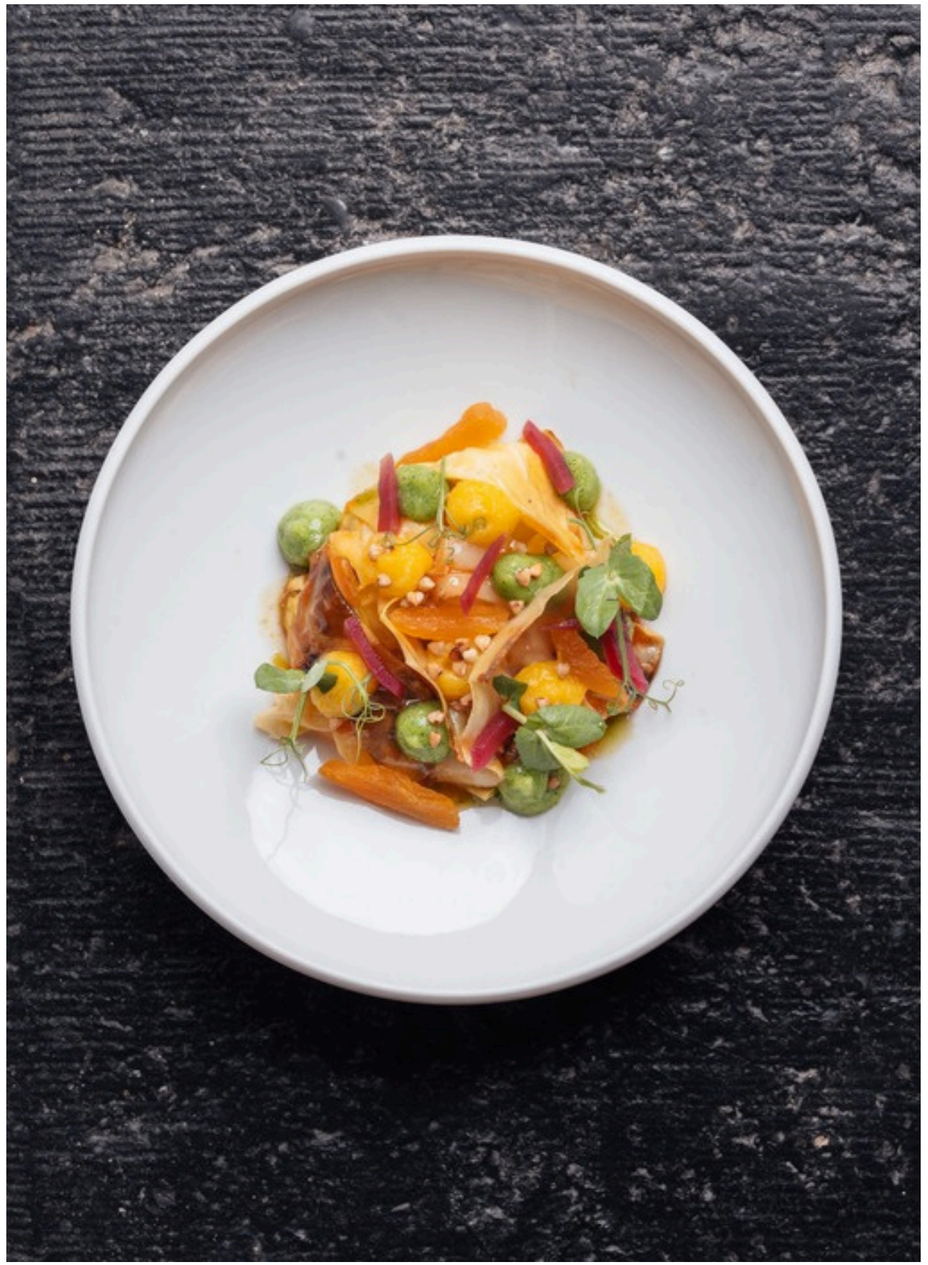
Een transparant bestuur en een participatieve bedrijfscultuur stimuleren

SDG 8: Waardig werk en economische groei

Ethische en transparante relaties met onze klanten cultiveren

SDG 8: Waardig werk en economische groei

** SDG = **Duurzame Ontwikkelingsdoelen** van de Verenigde Naties (2015)*



V ENGAGEMENTEN

Bij Artfood voldoen we uiteraard aan alle wettelijke vereisten (milieu, veiligheid, hygiëne, sociale voorwaarden…) en we willen nog verder gaan. We leggen onszelf bijkomende vereisten op, want de excellentie waarnaar we streven kan niet beperkt blijven tot louter conformiteit.

Onze aanpak rust op vier kernprincipes van duurzaamheid, erkend als fundamenteel binnen ISO 20121:

ETHIEK:

verantwoord handelen, trouw aan onze waarden en met integriteit in alles wat we doen.

WAAKZAAMHEID:

risico's anticiperen die we kunnen beheersen via concrete, vakspecifieke procedures.

TRANSPARANTIE:

duidelijke, eerlijke en toegankelijke informatie delen over onze engagementen, resultaten en verbeterpunten.

INCLUSIE:

luisteren naar en rekening houden met de verwachtingen van belanghebbenden, zolang die niet botsen met onze missie en bestaansreden.

De ISO 20121- en B Corp-normen gelden voor onze eventcateringdiensten voor zowel professionele als particuliere klanten in België.

Duurzaamheid is een gezamenlijke reis. We nemen graag onze partners, leveranciers, klanten en hun gasten mee op weg.



VI
DIRECTIETEAM



Het woord aan de directie

“Al meer dan vijftien jaar krijgt het engagement van Artfood vorm in de manier waarop we ons vak uitoefenen en onze onderneming verder ontwikkelen.
Als oprichters is het onze verantwoordelijkheid ervoor te zorgen dat deze engagementen ook daadwerkelijk elke dag in de praktijk kunnen worden gebracht. Daarom waken we erover dat op alle niveaus binnen de onderneming de nodige mensen, middelen en organisatorische ondersteuning beschikbaar zijn en dat verantwoordelijkheden duidelijk worden vastgelegd, zodat onze aanpak niet alleen kan worden toegepast, maar ook verder kan groeien.
Wij zijn ervan overtuigd dat ons streven naar excellentie onlosmakelijk verbonden is met de ecologische en maatschappelijke verantwoordelijkheden die we bewust opnemen.

EUGÉNIE SARKISSIANE, OPRICHTSTER & ARTHUR RENWART, OPRICHTER

Principes hebben alleen waarde wanneer ze zichtbaar worden in onze beslissingen en in de manier waarop we elke dag handelen.
Het is de verantwoordelijkheid van de Directie om de voorwaarden te creëren waardoor deze principes in de hele organisatie kunnen leven: door de nodige middelen ter beschikking te stellen, verantwoordelijkheden helder te definiëren, naar onze stakeholders te luisteren en onze vooruitgang nauwgezet en transparant te meten.
Onze doelstellingen, referentiekaders en actieplannen zullen evolueren. Onze principes blijven daarbij ons kompas: streven naar excellentie, handelen vanuit zorg en respect, verbondenheid cultiveren en onze ecologische, maatschappelijke en economische verantwoordelijkheid ten volle opnemen.
Zo overstijgen onze engagementen goede intenties en worden ze een wezenlijk onderdeel van de manier waarop we ons vak uitoefenen.”

NILS LEGEIN, ALGEMEEN DIRECTEUR



ARTFOOD

Meaningful gastronomy

Certified B Corporation

ISO 20121 SUSTAINABLE EVENT MANAGEMENT

Artfood TRAITEUR SRL
71/73 Vrièrestraat, 1020 Brussel
Tel: +32 (0)2 732 33 85 - www.artfood.be - contact@artfood.be

Ondertekend op 01.09.2026

Arthur RENWART	Eugénie SARKISSIANE	Nils LEGEIN
Oprichter	*Oprichtster*	*Algemeen directeur*