

De pijlers van onze strategie voor duurzame voeding



De crisissen van de afgelopen jaren (COVID-19, energie,...) hebben de diepe onderlinge afhankelijkheid tussen de menselijke gezondheid, het milieu en onze bevoorradingscircuits blootgelegd, waardoor de creatie van een robuuster voedselsysteem onmisbaar is geworden. Deze crisissen hebben wereldwijde bewustwording versneld over de urgentie om de planetaire hulpbronnen te beschermen en tegelijkertijd universele toegang tot betaalbare voeding te garanderen.

Vandaag transformeren consumenten de markt door de voorkeur te geven aan verse, niet-alcoholische, duurzame producten uit korte ketens, en zo een directe band met hun voeding te herstellen. Deze gedragsverandering legt een nieuwe verantwoordelijkheid op aan alle actoren in de sector, maar vormt vooral een belangrijke strategische opportuniteit.

Door duurzaamheid als handelsmerk aan te nemen, kunnen Europese producenten en verwerkers zich een doorslaggevend concurrentievoordeel verzekeren. Deze overgang naar een model dat het ecosysteem respecteert, stelt de Europese Unie in staat om zich te positioneren als pionier op de wereldmarkt, waardoor de economische duurzaamheid van de gehele voedselketen tegenover internationale concurrentie wordt gegarandeerd.

Bij **Tero** geloven we dat elke consumptie een steunbetuiging is aan een maatschappelijk model. Dit charter is niet zomaar een intentieverklaring: het is het kompas van ons aankoopbeleid en de motor van onze voortdurende verbetering. We zijn niet perfect, maar we engageren ons om te blijven evolueren naar een duurzamere wereld.

1. Ons aankoopbeleid: de kracht van de directe en lokale band

- **Het Teroir ecosysteem:** We bevoorraden ons prioritair via ons eigen ecosysteem, bestaande uit:
 - La **Ferme des Rabanisse**, in 2015 opgericht door Jean-Charles, eerst met biologische groenteteelt, daarna met veeteelt (varkens in openlucht, runderen, kippenhok).

- De **slagerij Teroir van Rochefort**, beschikt over een snij- en verwerkings atelier, dat rechtstreeks samenwerkt met de boerderij voor ambachtelijk vlees, met respect voor dier en smaak.
- **Lokale en directe partners:** We kiezen bondgenoten die onze visie delen:
 - Wij betrekken koffie en thee voor al onze locaties bij **Torrefactory**, een Belgische specialist in gebrande koffie, gecertificeerd als B Corp.
 - Wij willen **lokale brouwerijen** promoten door Belgische bieren die dicht bij onze locaties geproduceerd worden in de kijker te zetten (bijvoorbeeld de brouwerij Lutgarde in Lasne).
 - Onze cosmetische producten (handzeep, douchegel en shampoo) komen van **Habeebee**, een ambachtelijke zeepziederij in Watermaal-Bosvoorde.
 - Voor onze andere leveranciers geven we de voorkeur aan Belgische familiale ondernemingen en B Corp-gecertificeerde bedrijven, en slechts één tussenpersoon tussen ons en de producenten van onze ingrediënten.
- De **BIO-vereiste:** Voor onze overige bevoorrading richten we ons, waar mogelijk, op producten met een verifieerbaar BIO-label dat is toegekend door een erkende instantie, zoals bijvoorbeeld onze wijnen.

2. Een beredeneerde en bewuste consumptie

Onze voeding heeft een directe en duurzame impact op onze gezondheid. Momenteel is het voedingspatroon van de meeste Belgen onevenwichtig: we consumeren te veel bewerkte producten, vetten en suikers, ten koste van fruit, groenten en volkoren granen. Bij Tero willen we voedzame keuzes met een lage impact aanmoedigen, niet alleen op het milieu maar ook op de gezondheid van onze consumenten.

- **Authentieke producten:** Wij geven de voorkeur aan onbewerkte, verse en seizoensgebonden voedingsmiddelen. We engageren ons om de gebruikte ultrabewerkte voedingsmiddelen in kaart te brengen in 2026 en actieplannen op te stellen om alternatieven te vinden in 2027.
- **Koolstofbalans:** Om onze impact te verminderen, herbekijken we de plaats van dierlijke eiwitten. We bieden varkensvlees aan en ontwikkelen een creatief en innovatief vegetarisch aanbod.
- **Behoud van de biodiversiteit**
 - Wij zorgen ervoor dat de vissen die we gebruiken op een ethische manier worden ingekocht, door de aanbevelingen van [WWF](#) zoveel mogelijk te respecteren en bio-accumulerende vissen (tonijn, zwaardvis, zeeduivel,...) te vermijden, met uitzondering van gerookte zalm.

- We hebben bijna 130 bijenkorven op onze verschillende locaties geïnstalleerd en beoefenen er natuurlijke bijenteelt (horizontale korven, geen suikervoeding). Vanuit een circulaire economie logica worden de was en propolis van onze korven vervolgens door Habeebee hergebruikt voor de productie van zepen en cosmetica.

3. Reductie van afval en voedselverspilling

Wereldwijd wordt bijna een derde van de geproduceerde voeding elk jaar verspild, wat ongeveer 8% van de totale uitstoot van broeikasgassen vertegenwoordigt. Het is cruciaal om deze verspilling op alle niveaus te verminderen.

- **Systematische sortering:** We hebben organische vuilnisbakken geplaatst op al onze locaties en bij al onze evenementen.
- **Onze belofte van opvolging en reductie:** We engageren ons om de gegenereerde afvalhoeveelheden kwantitatief op te volgen en concrete maatregelen te implementeren om deze te verminderen.

In alle transparantie...

Duurzaamheid is een voortdurende evolutie. Hier zijn de aandachtspunten waaraan we actief werken om morgen beter te doen:

- **Reiniging:** Overgang naar 100% ecologische producten voor al onze sites
- **Dranken:** Vervangen van bepaalde industriële frisdranken door lokale en biologische alternatieven (ambachtelijke limonades, natuurlijke sportdranken zoals Kult)
- **Gevogelte:** volledig bevoorraden met gevogelte via Terroir.
- **Biologische groenten en fruit:** ons aandeel in de bevoorrading van BIO-fruit en groenten verhogen, met name op onze sportevenementen.

Extra thema's komen naar voren naarmate onze reflecties en evoluties als groep vorderen en kunnen dit charter met ons doen evolueren.