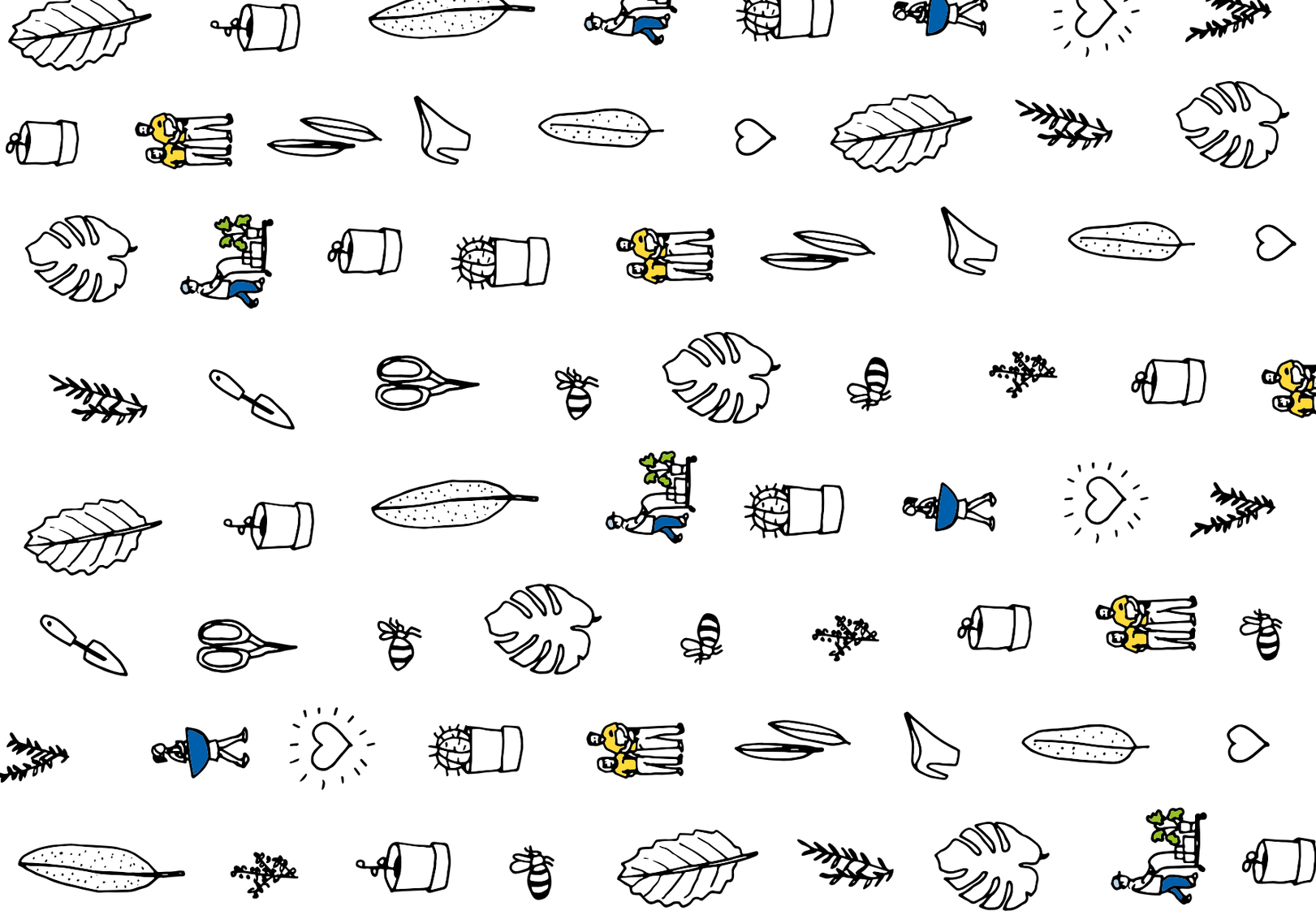
IKEA en BELGIQUE FY17*

Hej	5
Temps forts	8
IKEA en Belgique	10
Le design démocratique	16
Le shopping où vous voulez, quand vous voulez	20
Hej, je peux vous aider?	36
Chaque talent compte	40
Ensemble, plus vert	58

* FY17: Année fiscale 2017 (01/09/2016 - 31/08/2017).





Catherine Bendayan,
Directrice Générale,
IKEA Belgique

Hej,

L'année dernière a été une année de premières pour IKEA. Le monde dans lequel nous vivons évolue incroyablement vite et les technologies innovantes offrent aux gens plein de nouvelles possibilités. Si nos 8 magasins sont et restent l'âme de IKEA, le consommateur moderne aime aussi faire du shopping en dehors des heures d'ouverture, confortablement installé dans son canapé. C'est pourquoi nous avons lancé Click & Collect, un service qui permet de commander nos produits en ligne et de venir les chercher ensuite dans l'un de nos magasins ou de nos 17 tout nouveaux Pick-up Points répartis dans tout le pays. Nous lancerons d'ailleurs très prochainement l'e-commerce afin de livrer également les commandes de nos clients à domicile.

Grâce à ces canaux supplémentaires, IKEA devient plus accessible que jamais. Mais, quelle que soit la façon dont les clients entrent en contact avec IKEA, nous voulons qu'ils rencontrent, toujours et partout, le même esprit unique de IKEA. Ce sont nos collaborateurs - nos premiers et principaux ambassadeurs - qui reflètent notre culture et nos valeurs. Que ce soit dans le magasin, par téléphone, chez les gens à domicile ou encore, depuis cette année, via Facebook et le chat. Lorsque nos collaborateurs sont ouverts, honnêtes et généreux, notre entreprise l'est aussi. Et nous sommes convaincus que des collaborateurs enthousiastes font des clients enthousiastes.

Le contexte dans lequel nous travaillons évolue sans cesse et exige de nouveaux talents aux multiples facettes. Nous en tenons compte lorsque nous recrutons. Chez IKEA, nous cherchons les talents entre les lignes des CV. Nous nous efforçons d'identifier les talents de nos collaborateurs le plus rapidement possible: nous pouvons ainsi leur offrir toutes les opportunités pour devenir des leaders impliqués qui inspirent les autres.

Sur le plan du développement durable, nous voulons également être une source d'inspiration. IKEA a pour objectif d'utiliser le moins possible d'eau et d'énergie et nous mettons tout en œuvre pour donner une seconde vie à nos produits. Nous invitons également nos clients à réduire, avec nous, leur impact sur la planète en leur proposant des solutions vertes à la fois simples et accessibles. Ici aussi, nous pouvons parler de première: cette année, nous avons lancé SOLSTRÅLE, des panneaux solaires abordables pour qu'un maximum de gens puissent bénéficier de leur source d'énergie propre, dans tous les sens du terme.

SOLSTRÅLE est d'ailleurs une double première: c'est le seul produit IKEA que nous déconseillons catégoriquement de monter soi-même. Notre célèbre petite clé Allen peut, pour cette fois, rester dans la boîte à outils…

Cordialement,

Catherine.



Temps forts



Sept 2016:

Click & Collect

Nos clients peuvent commander les produits IKEA sur le site internet et venir les retirer ensuite dans l'un de nos 8 magasins ou 17 nouveaux Pick-up Points.

Sept 2016:

Un centre de distribution proche du client

Parallèlement à l'approvisionnement des magasins en Belgique et aux Pays-Bas, notre centre de distribution de Winterslag se charge dorénavant aussi des livraisons directes chez les clients en Belgique.

Oct 2016:

IKEA lance une alternative végétarienne au hot-dog

À côté de son populaire hot-dog, IKEA lance un snack végétarien. Nos clients peuvent désormais à nouveau opter pour une alternative saine et durable.

Mars 2017:

Projet pilote - Donation de bois

Selon notre devise «recyclons ensemble», nous avons mis notre bois usagé à la disposition de nos clients qui peuvent lui donner une seconde vie.

Févr 2017:

Vélo SLADDA

IKEA lance SLADDA, un vélo urbain multifonctionnel. Un tout nouveau modèle qui a aussitôt été récompensé par deux prix de design.

Févr 2017:

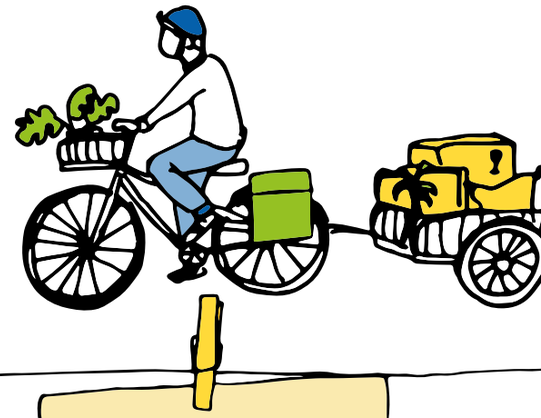
Réalité virtuelle IKEA à Hasselt

Une première mondiale à IKEA Hasselt! Grâce à la réalité virtuelle (VR), les clients pouvaient se balader dans leur future cuisine. Cette expérience virtuelle hyper réaliste a pu aider nos clients à concrétiser la cuisine de leurs rêves.

Mai 2017:

ÅTERSTÄLLA

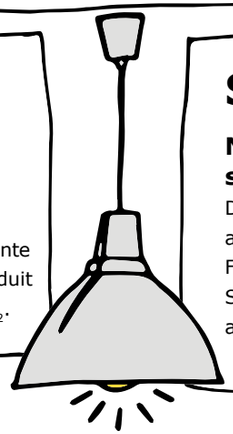
Nous avons lancé la collection ÅTERSTÄLLA en collaboration avec *De Kringwinkel Ateljee* de Gand. Une équipe de femmes, éprouvant des difficultés sur le marché du travail, créent une collection capsule unique à partir de restes de tissus.



Juil 2017:

Nos magasins 100% d'ampoules LED

Tous les magasins IKEA Belgique sont équipés à 100% de LED, ce qui représente une énorme économie d'énergie et réduit significativement les émissions de CO_2.



Sept 2017:

Notre Service Clientèle sur Facebook

Désormais, nos clients peuvent aussi poser leurs questions via Facebook et le chat. Et notre Service Clientèle reste ouvert aussi longtemps que nos magasins.

Sept 2017:

La première éolienne IKEA en Belgique

À Winterslag, notre première éolienne belge est totalement opérationnelle, ce qui nous rapproche de l'indépendance énergétique de IKEA Belgique.



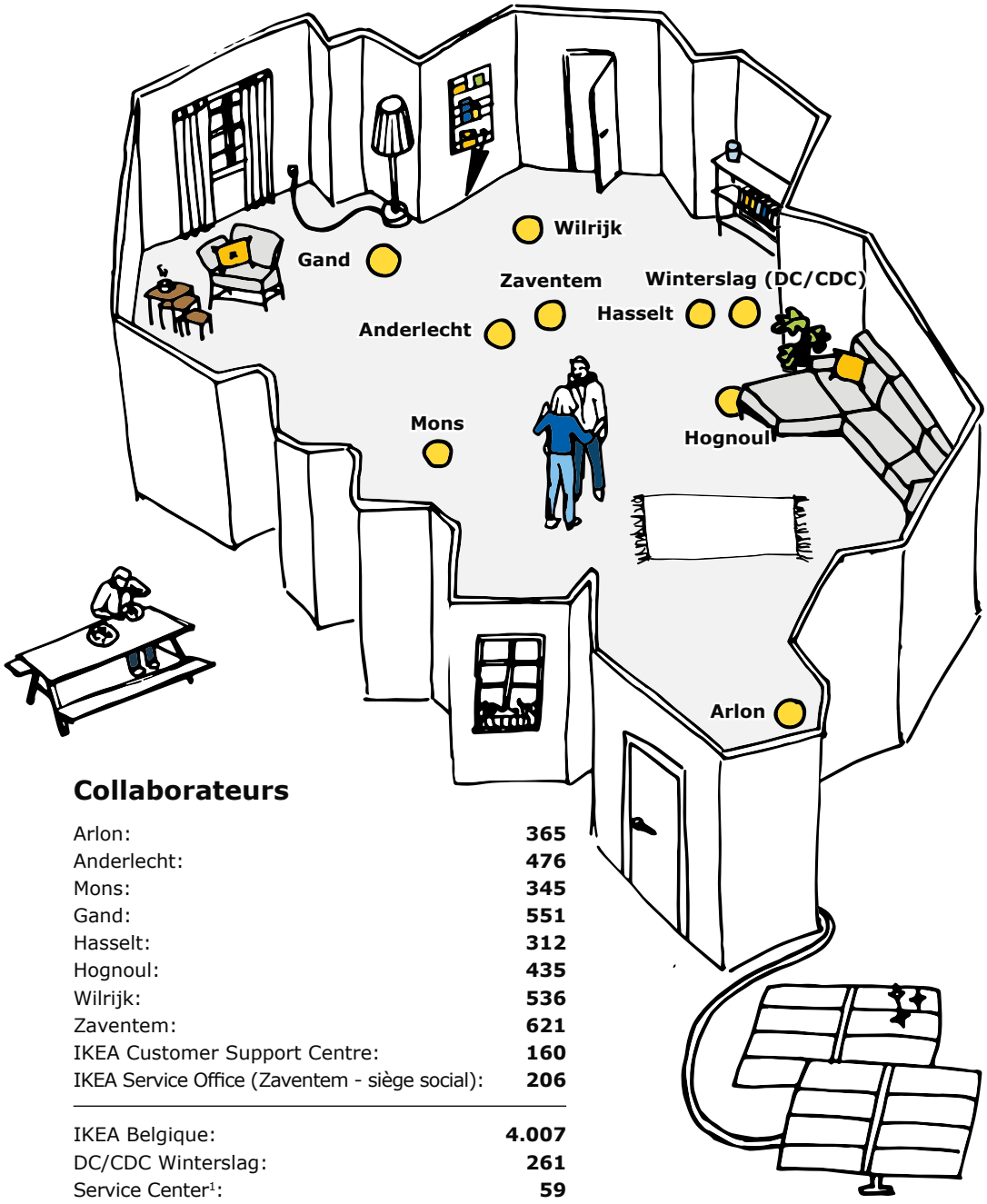
Oct 2017:

Lancement des panneaux solaires SOLSTRÅLE

Oui, IKEA rend les panneaux solaires abordables et accessibles. Et non, les clients ne doivent pas les monter et les installer eux-mêmes.

IKEA en BELGIQUE

FY17 en bref



Collaborateurs

Arlon:	**365**
Anderlecht:	**476**
Mons:	**345**
Gand:	**551**
Hasselt:	**312**
Hognoul:	**435**
Wilrijk:	**536**
Zaventem:	**621**
IKEA Customer Support Centre:	**160**
IKEA Service Office (Zaventem - siège social):	**206**
IKEA Belgique:	**4.007**
DC/CDC Winterslag:	**261**
Service Center[1]:	**59**
Total en Belgique:	**4.327**

[1] IKEA Service Center abrite certains services de IKEA Group tels que IKEA Public Affairs, Business Solutions et Treasury (banque interne).

[2] Chiffre FY16, FY17 encore inconnu.

IKEA Belgique

€ 903 millions
de chiffre d'affaires.

€ 105.310.000
Impôts (FY13-FY17)

Impôts des sociétés:
€ 84.741.000
Impôt foncier:
€ 7.523.000
Autres taxes:
€ 13.046.000

€ 13.721.000
d'investissements (bâtiments, panneaux solaires, parcs à machines et installations dans les bâtiments).

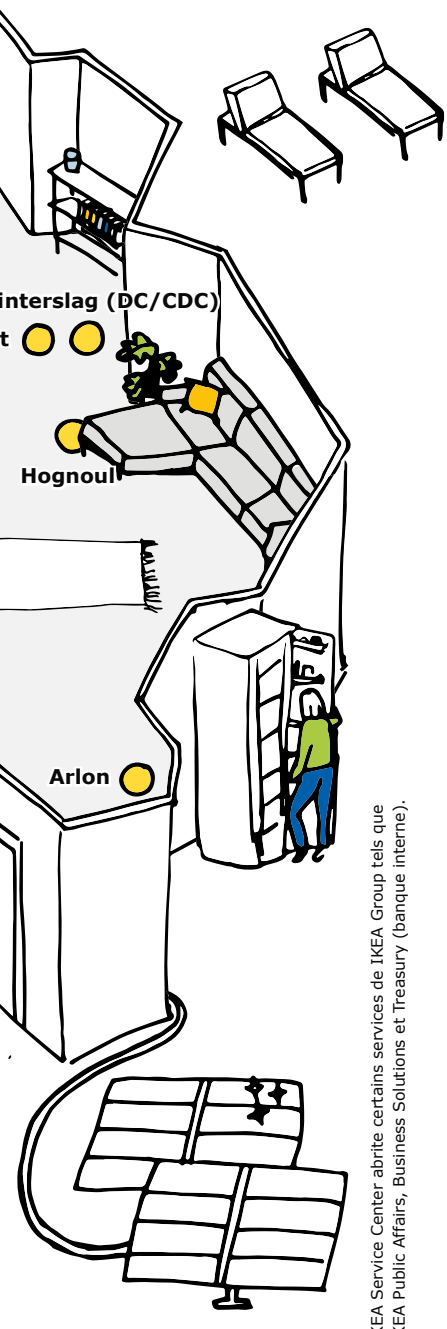


15.569.781
visiteurs dans les magasins.

16%[2]
de part de marché.

2.195.885
membres IKEA FAMILY.

QUE



IKEA Belgique



53%
de nos collaborateurs sont des femmes.

47%
de nos collaborateurs sont des hommes.

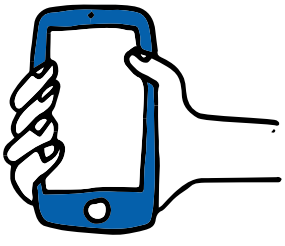
83%
de nos collaborateurs estiment que IKEA est un lieu de travail formidable.

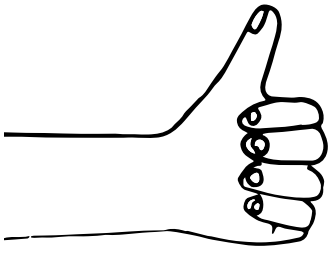




40.674.627
visiteurs en ligne, dont **16.058.698** via un appareil mobile.

385.000
fans sur Facebook, Instagram et Pinterest et **> 6,5 millions** d'utilisateurs touchés.



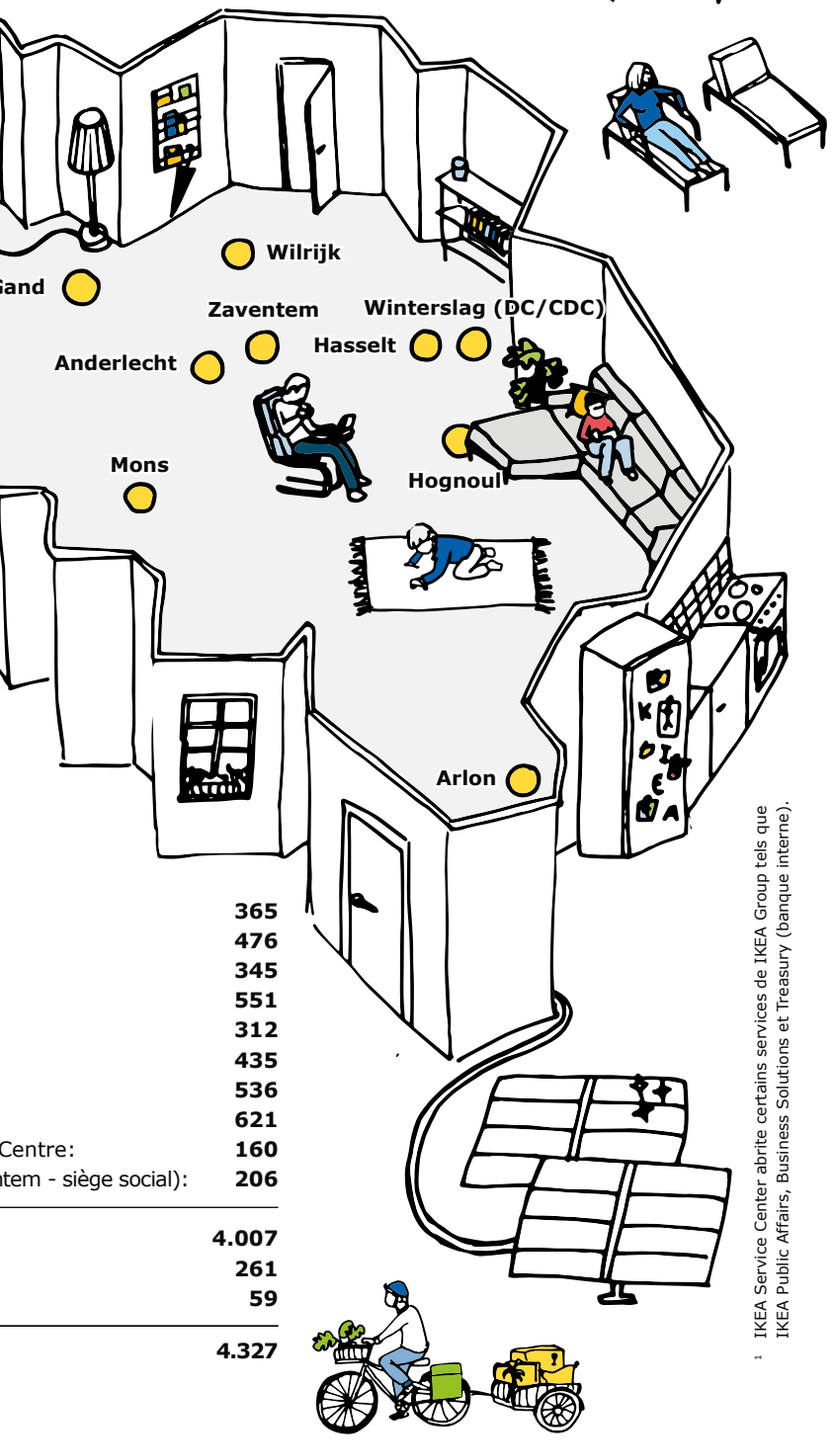


426.923
contacts clients avec notre Customer Support Centre.

[1] IKEA Service Center abrite certains services de IKEA Group tels que IKEA Public Affairs, Business Solutions et Treasury (banque interne).

en BELGIQUE

ref



	365
	476
	345
	551
	312
	435
	536
	621
Centre:	160
ntem - siège social):	206
	4.007
	261
	59
	4.327

[1] IKEA Service Center abrite certains services de IKEA Group tels que IKEA Public Affairs, Business Solutions et Treasury (banque interne).

IKEA Belgique



30%

de notre consommation d'eau est couverte par l'eau de pluie.



21%

la diminution de notre consommation d'eau par visiteur par rapport à FY16, avec une consommation annuelle de **6,22 litres/visiteur.**

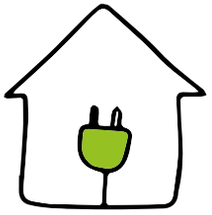
€ 232.334

de dons aux associations et projets sociaux.



2%

l'amélioration de notre efficacité énergétique par rapport à FY16, avec une consommation de **149 kWh/m².**



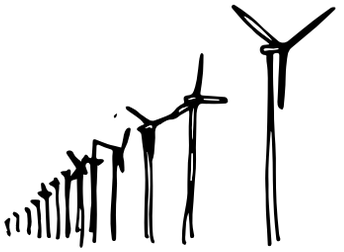
9%

de nos clients sont venus chez IKEA en transports en commun, à pied ou à vélo.



27%

de nos collaborateurs viennent au travail en transports en commun, à pied ou à vélo.



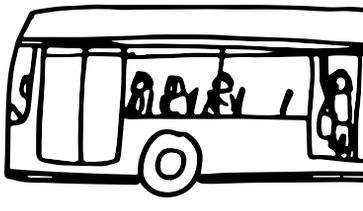
100%

de notre consommation d'électricité provient de sources renouvelables, dont **20%** produits par nous-mêmes.



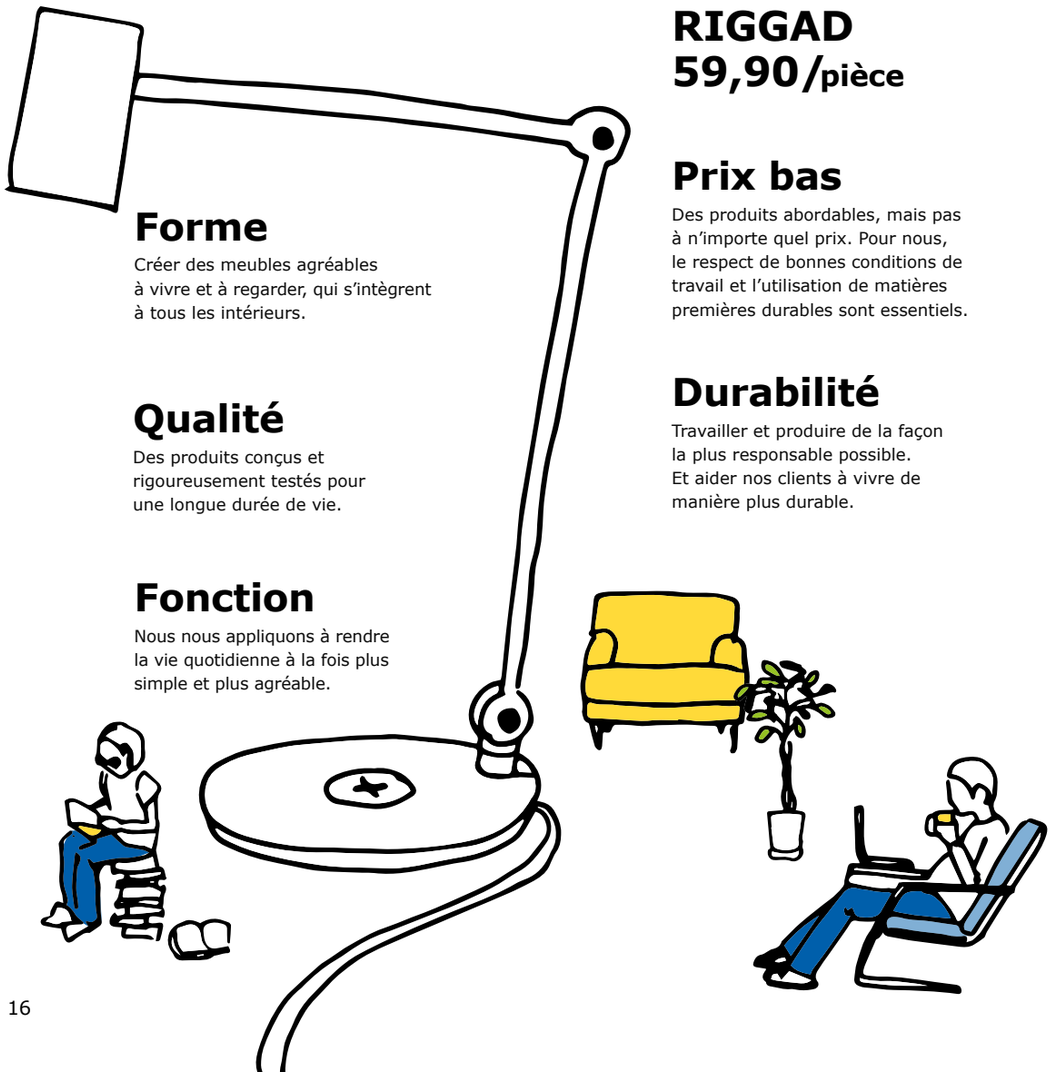
91%

des déchets de nos magasins ont été triés pour revalorisation (réutilisation, recyclage ou production d'énergie) parmi lesquels **78%** des déchets de nos magasins ont été transformés en matières premières utilisables.



Le design démocratique

La mission que s’est fixée IKEA: participer à un meilleur quotidien pour le plus grand nombre. Notre entreprise et tous nos collaborateurs travaillent à cet objectif tous les jours. Nous offrons des produits de qualité, esthétiques, fonctionnels et innovants, à des prix abordables. Et nous travaillons de manière durable pour assurer une longue durée de vie à nos meubles comme à notre planète.



RIGGAD
59,90/pièce

Forme

Créer des meubles agréables à vivre et à regarder, qui s’intègrent à tous les intérieurs.

Qualité

Des produits conçus et rigoureusement testés pour une longue durée de vie.

Fonction

Nous nous appliquons à rendre la vie quotidienne à la fois plus simple et plus agréable.

Prix bas

Des produits abordables, mais pas à n’importe quel prix. Pour nous, le respect de bonnes conditions de travail et l’utilisation de matières premières durables sont essentiels.

Durabilité

Travailler et produire de la façon la plus responsable possible. Et aider nos clients à vivre de manière plus durable.

Comprendre comment les gens vivent chez eux

Un chez soi, c’est bien plus qu’un intérieur. C’est pourquoi, chez IKEA, nous concevons toujours nos produits en partant des rêves, des envies et des besoins des gens.

Pour comprendre comment on vit en Belgique, nous effectuons chaque année une série de visites chez les gens. Nous regardons leur intérieur mais, surtout, nous les écoutons. Quelle est leur endroit préféré de la maison? Qu’est-ce qui manque? Qu’aimeraient-ils changer? Les réponses de nos clients nous aident à constamment nous remettre en question et à améliorer nos produits et nos magasins.

Place à la vie!

Le séjour, c’est le cœur de la maison. C’est ici que tout le monde se retrouve. Pour discuter, jouer, manger, se détendre ou réfléchir. Tout est possible, tout est permis. C’est pourquoi nous voulons inspirer nos clients à faire de la place à toutes ces choses et à tous ces moments qui comptent vraiment.

Une seule pièce, une multitude de fonctions - On peut travailler au bureau, mais on peut tout aussi bien travailler à table ou depuis son fauteuil. Ou même, de temps en temps, devant la télé. Les enfants, eux, jouent sur le tapis et puis l’instant d’après, s’installent à table pour dessiner ou bricoler. Nos modes de vie ont changé et nous ne vivons plus à l’époque où chaque pièce avait une fonction bien précise. Et IKEA cherche constamment des solutions créatives pour réunir plusieurs activités dans une seule pièce.

Vivre dans des espaces plus petits - Dans le monde entier, y compris en Belgique, les gens habitent de plus en plus en ville. Les espaces y sont plus compacts, les habitations plus petites. IKEA s’investit dans la recherche de solutions créatives pour exploiter intelligemment le moindre mètre carré.

Vivre chacun sa vie, ensemble - C’est agréable d’être tous ensemble au salon, même si nous avons des activités différentes. En agençant le séjour en zones, tout le monde a de la place et chacun peut faire ce qui lui plaît.





Jolanda Wetzelaer,
Spécialiste en intérieur, IKEA Belgique
19 ans d'expérience

Grâce aux visites chez les gens, nous apprenons comment vivent les Belges. Nous avons par exemple constaté que la télévision occupe encore une place importante dans le salon. Elle n'est par contre plus l'unique centre d'intérêt puisqu'un grand nombre d'autres activités se déroulent dans la pièce.
Chez IKEA, nous cherchons sans cesse de nouvelles façons d'intégrer harmonieusement la télévision.
Notre époque est aux 'fluid lives', une vie plurielle et mobile qui influence notre façon de vivre et nos intérieurs.





Le shopping où vous voulez, quand vous voulez

Comment être encore plus accessibles pour nos clients? Comment leur offrir encore plus de facilité et de liberté? Ce sont des questions que nous nous posons tous les jours chez IKEA. Nous avons donc développé de nouveaux canaux pour nos clients. Et, grâce à de nouveaux concepts de shopping et à des solutions de distribution multiples, nous pouvons offrir un assortiment encore plus large. Bien sûr, nos magasins et nos collaborateurs sont et restent l'âme d'IKEA, mais nous voulons aussi donner l'opportunité à nos clients de vivre IKEA autrement.

Plus concrètement? Nous avons lancé notre tout nouveau concept en ligne Click & Collect. Nous avons expérimenté avec succès la réalité virtuelle, sur notre site internet et dans nos magasins. Notre centre de distribution (DC) de Winterslag est devenu également un canal de distribution pour nos clients (CDC). Et enfin, notre service clientèle (CSC) est en pleine croissance pour assurer une disponibilité et une accessibilité optimale à nos clients.

Nos collaborateurs ont été le moteur de cette opération. Un réseau de **76 personnes,** passionnées par le changement, venant de différents magasins et exerçant diverses fonctions, ont été les ambassadeurs actifs de notre plan multicanal. Ce sont eux qui guident nos autres collaborateurs au cœur de ce tout nouvel environnement.



IKEA Anderlecht



Richard Jimenez
Store Manager

16 mars 2005
Date d'ouverture

476
Nombre de collaborateurs

35.191
Superficie (m^2)

87%
de déchets triés
pour valorisation.

73%
de déchets réutilisés
ou recyclés.

66%
de la consommation
d'énergie provient
de sources renouvelables.

35%
d'eau de pluie
dans la consommation d'eau.

27%
de l'électricité fournie par
panneaux solaires propres.

Click & Collect, un lancement réussi

En septembre 2016, IKEA Anderlecht a démarré le projet pilote Click & Collect. Ce tout nouveau service permet aux clients de commander nos produits en ligne et de venir les chercher ensuite au magasin ou dans un Pick-up Point.

Nouveaux défis, nouvelles responsabilités mais aussi succès immédiat: Click & Collect a totalisé plus de 4.000 commandes, rien qu'à IKEA Anderlecht, dès la première année. C'est la bibliothèque BILLY, un des premiers produits IKEA et également un des plus connus, qui est arrivée en tête des commandes. Voilà bien la preuve que même nos plus anciens produits s'adaptent facilement à un nouveau contexte. Après cette phase de test réussie à IKEA Anderlecht, Click & Collect a été lancé dans les autres magasins du pays.

Tous au Festival IKEA Anderlecht

En juin, le lancement de la collection capsule SPRIDD à IKEA Anderlecht a fait beaucoup de bruit. Parce que SPRIDD, c'est "jeune, urbain et hip-hop", c'est la rappeuse Coely qui a donné le coup d'envoi lors d'un concert noir de monde. La collection hyper colorée est signée Kit Neale. Le créateur de mode britannique a relooké certains produits et en a créé de nouveaux. Comme ces tentes et ces thermos extravagants qu'on a pu croiser dans de nombreux festivals…



IKEA et la rappeuse Coely ouvrent la saison des festivals 2017



IKEA et la rappeuse Coely ouvrent la saison des festivals 2017



Point d’enlèvement Click & Collect

Click & Collect

Le consommateur d’aujourd’hui veut des solutions actuelles. Il aime pouvoir faire du shopping à distance, sans se soucier des heures d’ouverture. Le nouveau service Click & Collect de IKEA s’inscrit parfaitement dans cette évolution. Désormais, les clients IKEA peuvent commander et payer en ligne, où et quand ils le veulent. Leur commande est prête dans les 24 heures et ils peuvent venir la retirer dans l’un de nos 8 magasins ou encore dans l’un des 17 tout nouveaux Pick-up Points répartis dans toute la Belgique. Une bonne nouvelle pour tout le monde et plus particulièrement pour les clients qui n’habitent pas à proximité d’un magasin IKEA.

Depuis le lancement de Click & Collect en 2016:

18.000
commandes ont été effectuées.

670.000
produits ont été vendus.



KOMPLEMENT

cette planche de la garde-robe PAX est le produit le plus vendu.

Que se passe-t-il si le client n’est pas satisfait des produits qu’il a choisis? Il dispose d’un droit d’échange de 365 jours. Exactement comme dans les magasins IKEA.

En matière de shopping flexible et accessible, Click & Collect est une étape importante et non une fin en soi. IKEA va d’ailleurs continuer sur sa lancée. Prochaine étape de notre stratégie multicanal: l’e-commerce. Ici, nos clients pourront non seulement commander et payer les produits en ligne, mais également être livrés à domicile. Ce service sera lancé dans un avenir proche.

Je suis ambassadeur multichannel parce que je crois fermement à la dimension virtuelle des magasins IKEA. En tant qu'adepte de la première heure, j'avais envie de participer à l'aventure. Avec quelques autres collaborateurs, nous essayons de transmettre notre passion pour ces innovations à nos collègues. Et nous prenons surtout le temps de répondre à leurs questions. Les choses ont évolué tellement rapidement, dans plusieurs départements, et en particulier dans la logistique. Le succès de Click & Collect, par exemple, nous a obligés à repenser notre façon de travailler.



Stef Annaert
Responsable Logistique, IKEA Anderlecht
21 ans d'expérience

IKEA Hasselt



Denis Hautcourt
Store Manager

3 février 2016
Date d’ouverture

312
Nombre de collaborateurs

38.275
Superficie (m²)

100%
de la consommation
d’énergie provient
de sources renouvelables.

84%
de déchets réutilisés
ou recyclés.

26%
de l’électricité fournie par
panneaux solaires propres.

95%
de déchets triés
pour valorisation.

42%
d’eau de pluie
dans la consommation d’eau.

Des crêpes virtuelles

IKEA embrasse les nouvelles technologies qui offrent des possibilités supplémentaires à ses clients. La réalité virtuelle, par exemple. Grâce au projet pilote IKEA VR mené à Hasselt de février à mai, les clients ont pu se plonger entièrement dans leur future cuisine. Ils ont entre autres pu cuire des crêpes à l’aide d’une table de cuisson virtuelle. En vivant cette expérience quasi réelle, ils ont pu concrétiser encore plus facilement la cuisine dont ils rêvaient.

1 an, 4 jours de fête

En février, IKEA Hasselt a fêté son tout premier anniversaire. Quatre jours de fête pour remercier nos clients de leur fidélité au cours de cette première année. Ils ont pu assister à des démonstrations et participer à des ateliers et des concours. Pendant ces festivités, une attention toute particulière a été accordée aux enfants.



Journée d’anniversaire à IKEA Hasselt

Centre de distribution Winterslag



Renate Broux
DC/CDC Manager

1 avril 2002
Date d'ouverture

261
Nombre de collaborateurs

92.300
Superficie (m^2)

32%
des collaborateurs et intérimaires sont des femmes.



68%
des collaborateurs et intérimaires sont des hommes.

20%
d'augmentation de notre consommation d'énergie par rapport à FY16 suite à notre expansion.

42%
de notre consommation d'eau est couverte par l'eau de pluie.

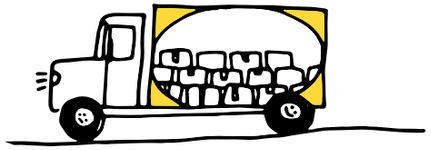
€ 22.317
de dons aux associations et projets sociaux.



88%
des déchets sont transformés en matières premières utilisables.

100%
de notre consommation d'électricité provient de sources renouvelables, dont **98%** produits par le centre de distribution lui-même.

61,40%
de taux de remplissage de nos camions en FY17.



Notre centre de distribution: plus proche du client

Notre centre de distribution IKEA à Winterslag fait la superficie de trois magasins IKEA. C'est une bonne chose car, en plus de l'approvisionnement des magasins IKEA belges et néerlandais, il se charge aussi, depuis septembre, des livraisons à domicile pour nos clients belges. Imaginez une cuisine sur mesure ou un très grand canapé: des achats difficiles à emporter et pour lesquels il faut parfois un peu attendre. Et c'est là qu'intervient notre centre de distribution de Winterslag, parfaitement équipé pour ce genre de missions.

Qui dit expansion, dit nouvelles fonctions. Nous avons organisé des formations supplémentaires, axées sur le contact avec le client. 75 collaborateurs fixes et 60 intérimaires sont venus renforcer l'équipe pour gérer ce grand changement.

Le centre de distribution IKEA de Winterslag est également un modèle de diversité. Pratiquement un tiers des personnes (32 pour cent), intérimaires compris, qui y travaillent sont des femmes. Un pourcentage qui se situe nettement au-dessus des objectifs que IKEA Group définit pour ses centres de distribution. Winterslag, qui compte des collaborateurs de 15 nationalités différentes, est aussi le reflet de la société plurielle limbourgeoise.

Ici, le développement durable est également un point essentiel. **43 pour cent** de l'énergie utilisée provient de sources renouvelables. Mieux encore, la consommation d'électricité est **100 pour cent** renouvelable et produite pour **98 pour cent** par le centre de distribution lui-même. La toute première éolienne IKEA belge, Vestas 110, a été installée à Winterslag au mois d'août. Enfin, IKEA a investi dans un pressoir spécial qui réduit le volume des déchets en carton et en plastique.



Centre de distribution Winterslag



Wendy Ruysen
Acting Operations Support Manager, Centre de distribution IKEA
20 ans d’expérience

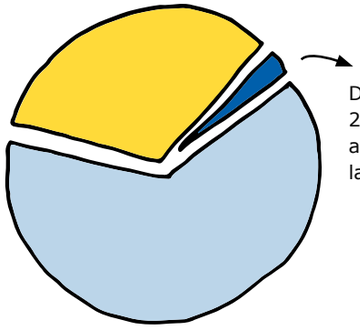
Je suis quelqu’un de curieux, c’est ce qui me définit le mieux. Apprendre des choses et travailler avec de nouveaux collègues me stimule. Les récents développements et le lancement de la distribution aux clients, je les ai vus comme des défis passionnants. Le client est beaucoup plus proche de nous, ce qui donne une tout autre dimension à notre travail. Toute l’équipe a abordé ce nouveau challenge avec beaucoup d’énergie et l’a, jusqu’ici, parfaitement relevé.

Hej,
je peux vous aider?

Des questions avant, pendant ou après l'achat? Notre Customer Support Centre est à l'écoute de chacun de nos clients afin de lui proposer la solution qui lui convient le mieux.

Nos clients peuvent toujours nous contacter par téléphone ou par e-mail mais, depuis cette année, ils peuvent également le faire via Facebook et le chat. Depuis lors, **3 pour cent** de nos contacts clients se font déjà via Facebook. Nous avons aussi étendu les heures d'ouverture du Customer Support Centre en les alignant à celles des magasins. Nos collaborateurs sont désormais disponibles tous les jours jusqu'à 20 heures, et le vendredi jusqu'à 21 heures. Ceci afin d'aider nos clients au mieux et le plus rapidement possible.

Contacts clients via différents canaux



Depuis août 2017, nous avons aussi lancé le chat.

33%
E-mail

64%
Téléphone

3%
Facebook et Chat

Les questions de nos clients nous en apprennent toujours plus sur leurs besoins. Grâce au Customer Support Centre, nous pouvons en permanence améliorer nos produits et nos services.

La majorité des questions concerne la disponibilité des produits, des produits spécifiques, la durée et la couverture de nos garanties ou encore des informations générales comme nos heures d'ouverture, l'accessibilité, les actions commerciales, …

Pour être plus accessible et plus disponible - également via de nouveaux canaux comme Facebook et le chat - notre Customer Support Centre a accueilli trente nouveaux collaborateurs l'année dernière. Il compte actuellement quelque 160 collaborateurs, ce qui correspond à un tiers du nombre de collaborateurs d'un magasin IKEA moyen.





Yousef El Mahmoudi
Responsable de département, Customer Support Centre, Frontline
2 ans d’expérience

Nous travaillons en coulisse. Cela implique que les gens ne comprennent pas toujours ce que fait exactement le Customer Support Centre. Nous sommes pourtant quotidiennement en contact avec les magasins, les clients et les partenaires externes comme les monteurs ou les installateurs. Les situations sont imprévisibles, ce qui rend notre travail dynamique: chaque jour, notre équipe doit relever de nouveaux défis. À la Frontline, nous devons en effet répondre à des questions très variées. Depuis un détail de montage d’une garde-robe PAX jusqu’au diamètre des boulettes suédoises… Chaque question est la bienvenue et nous trouvons toujours la réponse.

Chaque talent compte

Culture et valeurs

Nos magasins et nos collaborateurs sont l’âme de IKEA. Nous sommes convaincus que cette façon de travailler, tous ensemble, agit sur nos clients. Des collaborateurs enthousiastes font des clients enthousiastes. C’est pourquoi nous nous investissons tellement dans une culture inclusive et ouverte où chaque collaborateur peut être lui-même et s’épanouir.

Travailler chez IKEA signifie aussi avoir des opportunités et prendre des responsabilités. Nous regardons au-delà des CV, pour voir le talent et le potentiel des gens. Nous essayons aussi d’identifier les talents le plus rapidement possible afin de créer un environnement de travail propice à leur épanouissement. Nos collaborateurs peuvent ainsi devenir des leaders, attentifs et impliqués, qui aident et inspirent leurs collègues. L’objectif étant de trouver ensemble les meilleures solutions pour nos clients.

Afin d’ancrer davantage notre culture et nos valeurs IKEA, nous offrons la formation “IKEA Way” à nos collaborateurs. Durant ces formations, les collaborateurs de différents départements se rencontrent, apprennent à travailler ensemble et découvrent la culture IKEA.

1.089 collaborateurs ont suivi nos formations “IKEA Way” cette année.







Liesbet Boeckx
Talent Manager, IKEA Belgique
10 ans d’expérience

Pour IKEA, tout le monde a du talent. Nous pensons que tous ces talents forment ensemble l’esprit de notre entreprise et que chaque collaborateur, individuellement et en groupe, contribue à notre croissance. Maintenant que j’ai visité toutes les unités de IKEA Belgique lors des “People Days”, j’en suis encore plus convaincue. Tant que nous croyons en nous-mêmes et au talent des autres, nous continuerons à grandir.

L’esprit unique de IKEA, toujours et partout

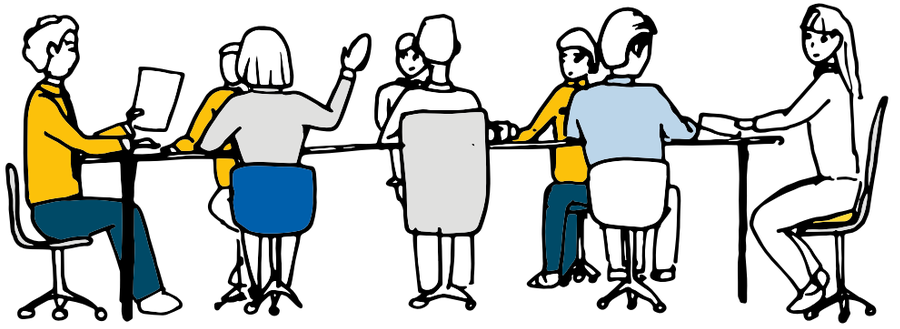
Puisque l’achat en ligne se développe, IKEA crée des canaux supplémentaires pour la rencontre avec le client. Nous avons ouvert cette année **17 Pick-up Points**, en différents endroits, pour le retrait des commandes en ligne. Et l’année prochaine, nous livrerons à domicile. Mais partout, le client doit retrouver l’esprit propre à IKEA: un esprit ouvert, inclusif et honnête.

Dans un contexte de changement, il est plus important que jamais de transmettre notre culture et nos valeurs à la nouvelle génération de collaborateurs. Nos collaborateurs sont nos premiers et principaux ambassadeurs puisqu’ils reflètent l’esprit IKEA.

Nos programmes de formation et de training pour les responsables de départements préparent ceux-ci, en l’espace d’un an, à gérer une équipe, à prendre des initiatives et à mener à bien les changements. Ces programmes mettent l’accent sur l’égalité, la solidarité et l’inclusion qui sont des valeurs chères à IKEA.

Cette année, nos collaborateurs des magasins, du siège social et du Customer Support Centre ont suivi au total **55.432 heures de formation**.

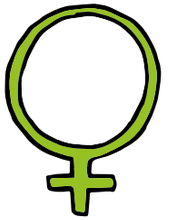




Un reflet de la société

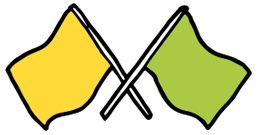
IKEA accorde énormément d’importance à la diversité et à l’égalité des chances. Pour nous, il est essentiel que nos collaborateurs soient le reflet de la société dans laquelle nous vivons. Au-delà des différences entre les gens, nous regardons ce qui les réunit: nous cherchons des talents qui souhaitent adopter les valeurs de notre entreprise et qui veulent se développer.

Dans nos magasins, notre siège social et notre Customer Support Centre:



65
nationalités différentes.





48%
de nos responsables sont des femmes.

23%
de nos collaborateurs ont plus de 45 ans.

Nous garantissons des chances égales à tout le monde. Par exemple, un grand nombre de collaborateurs qui occupent aujourd’hui des fonctions de management ont commencé chez IKEA en tant qu’étudiants. Nos responsables s’appliquent à déceler les points forts des collaborateurs pour leur offrir un maximum de possibilités de croissance en ligne avec leurs compétences.

En 2017, nous avons organisé nos “People Days” annuels. Ces journées sont consacrées à des entretiens entre 120 collaborateurs de talent, le management et la Talent Manager de IKEA. Tout tourne autour d’une question centrale: “Comment utiliser au mieux mes talents?”. Pendant les ateliers et le lunch, le développement au sein de IKEA est au cœur de toutes les conversations, parfois agrémentées de solides discussions.

Pendant le lunch du “People Day”, j’ai eu l’occasion de discuter avec de nombreux collègues IKEA expérimentés. Ces gens occupent diverses fonctions dans différents départements et pourtant, il y a une chose qui revenait systématiquement. Ils ont tous dit que IKEA offre un environnement de travail où on se sent apprécié en tant que personne et où on est stimulé et formé pour développer au mieux ses talents. Et c’est exactement ce que j’ai vécu au cours de cette année, même en travaillant aux caisses en tant qu’étudiante. La culture et les valeurs de IKEA sont de puissants facteurs de stimulation.



Samira Ghaznawi
Collaboratrice Caisses, IKEA Wilrijk
1 an d’expérience

IKEA Mons



Rey Mizele
Deputy Store Manager

10 février 2016
Date d’ouverture

345
Nombre de collaborateurs

35.379
Superficie (m²)

100%
de la consommation
d’énergie provient
de sources renouvelables.

92%
de déchets triés
pour valorisation.

79%
de déchets réutilisés
ou recyclés.

25%
de l’électricité fournie par
panneaux solaires propres.

17%
d’eau de pluie
dans la consommation d’eau.

Actions Propreté

À IKEA Mons, nous accordons une très grande importance au recyclage de nos déchets. Grâce à l’implication quotidienne de nos collaborateurs, nous avons réussi à trier 92 pour cent de nos déchets pendant l’année écoulée. De plus, une équipe de volontaires a participé à plusieurs ‘actions propreté’ dans les zones environnantes du magasin, en collaboration avec BeWapp et COMEOS. Résultat: des rues et des parkings toujours plus propres pour les habitants du quartier et nos clients. Merci à ces volontaires IKEA!

La fête, avec les clients et les voisins

Tout comme les Montois, nous aimons la fête à IKEA Mons. Notre premier anniversaire, en février, était donc l’occasion de faire plaisir à nos collaborateurs, nos clients et nos voisins. Les clients ont été invités à découvrir les coulisses du magasin. Ils ont également pu participer à des ateliers de cuisine et d’aménagement intérieur, organisés tous les jours pendant un mois. Les voisins ont pu profiter d’un excellent petit-déjeuner.
Nos collaborateurs, enfin, ont fêté notre première année d’activité et nos deux millions de visiteurs lors d’une grande soirée organisée dans le magasin.



Journée d’anniversaire à IKEA Mons

Des leaders impliqués, attentionnés envers les collaborateurs et les clients

IKEA estime que tout le monde a du talent. Pour développer le potentiel de nos collaborateurs et pour en faire des leaders impliqués et attentifs, nous avons créé notre programme “Caring Leadership”. Ce type de management renforce l’implication et crée un environnement de travail où chaque collaborateur se sent en confiance et en sécurité. IKEA souhaite stimuler l’épanouissement personnel et professionnel de chacun. Car les deux sont indissociables. Si nos collaborateurs sont honnêtes, généreux et empathiques, notre entreprise le sera aussi.

Nous organisons des journées de formation et de training dans le but de toucher tous les collaborateurs en Belgique sur une période de 3 ans. En FY17, nous avons formé le management et les responsables de magasin. Ils dirigent dans l’intérêt de leurs équipes et de nos clients et participent également à notre réflexion stratégique pour renforcer encore et toujours notre orientation client.

135 managers ont participé à notre programme “Caring Leadership” en FY17.



Le programme “Caring Leadership” nous permet de prendre réellement conscience de qui nous sommes et de nos relations avec les collègues et les clients. Il met l’accent sur le respect, l’authenticité, l’honnêteté, la confiance et l’empathie. Ces valeurs permettent une collaboration unique entre collègues, mais également une relation incomparable avec les clients. Je suis convaincu qu’en appliquant ces valeurs au magasin d’Hognoul, nous continuerons de grandir sur notre marché local.



Fabien Nonnez
Store Manager, IKEA Hognoul
19 ans d’expérience

IKEA Arlon



Christophe Adrien
Store Manager

24 août 2005
Date d’ouverture

365
Nombre de collaborateurs

34.005
Superficie (m^2)

90%
de déchets triés
pour valorisation.

75%
de déchets réutilisés
ou recyclés.

27%
de l’électricité fournie par
panneaux solaires propres.

76%
de la consommation
d’énergie provient
de sources renouvelables.

43%
d’eau de pluie
dans la consommation d’eau.

Réutilisation d’anciens textiles IKEA

À l’initiative d’un de nos collaborateurs, d’anciens textiles de maison IKEA ont été rassemblés et offerts à l’association Rayon Du Soleil. Cette petite association de bénévoles donne du travail à des personnes atteintes d’un handicap. Celles-ci transforment d’anciens tissus en nouveaux produits qui sont vendus sur des marchés de Noël et lors d’autres événements locaux. À IKEA Arlon, nous aimerions aller encore plus loin à l’avenir en mettant les produits de l’association en vente dans notre magasin. Les bénéfices seraient bien sûr entièrement reversés à l’association Rayon Du Soleil.

Un chez soi pour les enfants de L’Étape

L’Étape à Marbehan est une structure d’accueil pour enfants et adolescents âgés de 0 à 18 ans confrontés à de sévères problèmes familiaux. L’Étape les accueille et accompagne leur scolarité. Afin d’apporter une aide concrète et efficace à ces garçons et ces filles, nos collaborateurs se sont concentrés sur ce qui fait la force de IKEA: l’aménagement intérieur et extérieur. Nous avons équipé le jardin de tables et de bancs, mais également de deux barbecues, de deux parasols et de guirlandes lumineuses solaires.

À l’intérieur, nous avons aménagé différentes pièces communes et veillé à un agencement personnalisé des chambres pour que chaque enfant puisse s’y sentir autant que possible chez lui.



L’Étape à Marbehan

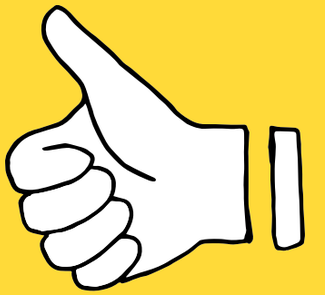


L’outil SÄLJA

Innovation, rapidité et flexibilité pour répondre aux besoins du client

Nos clients utilisent de plus en plus souvent les canaux digitaux. Sur leur smartphone ou leur tablette, ils obtiennent l’information dont ils ont besoin en quelques clics. C’est pourquoi IKEA innove et adapte en permanence ses procédures et ses structures. Nos collaborateurs aussi s’investissent dans les systèmes digitaux pour aider les clients plus rapidement et avec un maximum de flexibilité.

Notre outil SÄLJA en est un très bon exemple: nos collaborateurs qui se trouvaient principalement au point Info travaillent de plus en plus souvent de façon mobile, dans le magasin, équipés d’une tablette. Grâce à la nouvelle appli IKEA on the go, ils ont un accès rapide aux informations hyper détaillées sur nos produits. Ils peuvent en outre renforcer leurs connaissances en participant à une compétition virtuelle entre collaborateurs IKEA du monde entier!



TACK!

Tack signifie “merci” en suédois. Avec notre programme de fidélité “Tack!”, nous voulons d’une part remercier nos collaborateurs de leur implication et de leur fidélité et, d’autre part, favoriser des relations de travail de longue durée.
En outre, le package salarial de IKEA est en moyenne supérieur de 7% par rapport aux entreprises similaires du même secteur. C’est notre façon de montrer à nos collaborateurs que nous apprécions leur contribution au succès de IKEA.

Avec l’outil SÄLJA et l’appli IKEA on the go, IKEA suit l’évolution de la digitalisation. Toute l’information sur le produit est désormais regroupée en un seul endroit: depuis la conception et le design du produit jusqu’à ses avantages et des suggestions de déco, tout est super facile à trouver. Mais ces outils offrent surtout une toute nouvelle mobilité et une grande proximité. Par exemple, en combinant SÄLJA à une imprimante intelligente, nous pouvons lancer une commande depuis n’importe quel endroit du département, même tranquillement assis dans un canapé avec le client. Les jeux de l’appli IKEA on the go aussi sont fun. Ils créent des liens entre les collaborateurs et renforcent leur connaissance des produits. Grâce à ces innovations, nous continuons à nous développer au quotidien. C’est une des valeurs que j’apprécie particulièrement chez IKEA.



Sébastien Demaret
Responsable de département, Vente séjours, IKEA Arlon
5 ans d’expérience

Ensemble, plus vert

Un mode de vie plus durable chez soi

IKEA veut avoir un impact positif sur les personnes et la planète. Nous nous appliquons à travailler de la façon la plus durable possible. Nous encourageons aussi nos clients à opter pour un mode de vie plus durable chez eux en leur proposant des solutions innovantes et abordables. Il s'agit souvent de petits gestes simples mais qui font une énorme différence lorsqu'ils sont multipliés par nos clients du monde entier.

Nos magasins proposent quelque 500 produits qui permettent d'économiser de l'eau et de l'énergie, et également d'améliorer le tri des déchets. Quelques exemples? Les éclairages LED, les robinets munis d'un dispositif d'économie d'eau et des stations de tri de déchets pratiques. La vente de ces produits durables a augmenté de 12 pour cent l'année dernière. Et nous mettons la barre encore plus haut en rendant accessible la plus propre de toutes les énergies: le soleil.

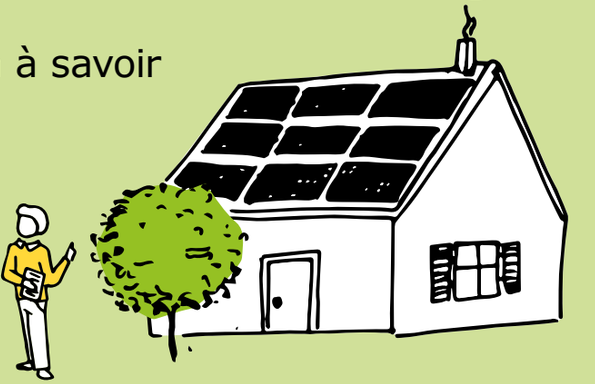


2,5 millions
d'ampoules LED

En FY17, nous avons vendu plus de 2,5 millions d'ampoules LED. Si celles-ci remplacent des ampoules à incandescence, l'économie d'énergie se monte à 95 millions de kWh. Ce chiffre équivaut à la consommation moyenne de quelque 27.000 ménages belges. [3]

[3] en considérant que les ampoules LED brûlent 3 heures par jour et remplacent des ampoules à incandescence.

Bon à savoir



Investir dans des panneaux solaires offre un rendement moyen de **7%**. Ce qui est nettement plus élevé que la plupart des placements financiers.

Des panneaux solaires pour tous

En suédois, SOLSTRÅLE signifie "rayon de soleil". C'est aussi le nom que nous avons choisi pour les panneaux solaires abordables que nous proposons désormais à nos clients.

IKEA Belgique utilise l'énergie solaire depuis de nombreuses années. Les panneaux solaires, sur les toits de nos magasins, jouent un rôle particulièrement important dans le cadre de l'indépendance énergétique totale que nous visons d'ici 2020. Mais aujourd'hui, nous voulons également faciliter et démocratiser l'installation de panneaux solaires pour nos clients.

IKEA Belgique propose ses panneaux solaires en collaboration avec Solarcentury, l'une des entreprises les plus réputées et les plus fiables au monde dans ce domaine. Nous pouvons ainsi proposer à nos clients belges une installation simple au meilleur prix.

Nos clients peuvent demander, en ligne, une première estimation de prix pour l'installation de panneaux solaires sur leur toit. S'ils sont intéressés, ils reçoivent un devis sur mesure détaillé. En cas d'accord sur l'offre, un technicien passe chez eux pour vérifier la conformité du toit. Après quoi, les clients peuvent procéder à l'achat. Solarcentury se charge de l'installation (une petite exception aux produits IKEA à monter soi-même) ainsi que de toutes les formalités administratives.

IKEA Wilrijk



Diana Hartman
Store Manager

4 novembre 1985
Date d’ouverture

536
Nombre de collaborateurs

34.647
Superficie (m^2)

90%
de déchets triés
pour valorisation.

77%
de déchets réutilisés
ou recyclés.

76%
de la consommation
d’énergie provient
de sources renouvelables.

13%
de l’électricité fournie par
panneaux solaires propres.

43%
d’eau de pluie
dans la consommation d’eau.

SLADDA, le premier vélo IKEA

Comme les gens vivent de plus en plus en ville, IKEA a réfléchi à la mobilité de ses clients. Et nous avons développé SLADDA, le premier vélo IKEA. Disponible depuis janvier, ce vélo au cadre en aluminium léger et équipé d’un système de clipsage pratique, a rapidement remporté deux prix de design.

En collaboration avec Natuurpunt, IKEA Wilrijk a organisé un atelier SLADDA et une balade à vélo dans la réserve naturelle du quartier “Neerlandwijk” pour les membres IKEA FAMILY. Les participants ont réellement apprécié la qualité de SLADDA, tout comme la découverte d’un petit bout de nature méconnu dans les environs de IKEA Wilrijk.

Rénovation du Marché, la boutique en libre-service de IKEA

Le Marché de IKEA Wilrijk a été transformé au printemps de FY17 afin d’offrir toujours plus d’inspiration aux clients et de leur permettre de trouver encore plus facilement ce qu’ils cherchent. Dans ce nouveau Marché, un plus grand nombre de produits et un plus grand stock sont également disponibles. La rénovation s’est clôturée par un week-end de fête où nous avons accueilli 22.000 visiteurs en quête de plaisir et d’inspiration.



Un week-end de fête à IKEA Wilrijk



IKEA, une vision circulaire

Chez IKEA, le cycle de vie complet de nos produits - avant, pendant et après leur utilisation - est toujours mûrement réfléchi. Systématiquement, nous nous appliquons à faire plus avec moins.

Via notre programme “Sauvez les meubles!”, nous encourageons nos clients à donner une seconde vie aux meubles IKEA. De cette façon, les Belges peuvent participer à une approche circulaire chez eux. Pour éviter que des produits IKEA encore parfaitement utilisables n’encombrent les caves et les greniers, ou pire, ne finissent à la déchetterie, IKEA a créé des partenariats avec différentes entreprises d’économie sociale. Nos matelas par exemple, qui peuvent être retournés pendant 90 jours, ne peuvent plus être vendus par IKEA et sont donnés à ces partenaires sociaux. Les canapés que nous reprenons à la livraison d’un nouvel exemplaire également.

Nous cherchons aussi activement des solutions pour nos propres déchets. Nous fabriquons de plus en plus souvent des produits avec des matériaux recyclés. Notre cuisine KUNGSBACKA, stylée et épurée, en est un bon exemple: ses portes sont fabriquées en plastique PET recyclé. Notre tapis super coloré TÅNUM, quant à lui, est confectionné avec les chutes de la fabrication de housses de couettes. Et les déchets de bois que nous ne pouvons pas utiliser nous-mêmes, nous les donnons à des clients qui leur trouvent une nouvelle utilité.

« Nous mettons tout en œuvre pour que nos clients adoptent des solutions durables chez eux et participent à une économie circulaire. Par exemple grâce à notre programme “Sauvez les meubles!”, ou à notre distribution gratuite de bois, ou encore aux produits durables que nous créons. Si les gens découvrent des solutions à la fois simples et abordables, ils peuvent décider eux-mêmes d’opter pour un mode de vie plus durable à la maison. »



Caroline Gastaud
Sustainability Manager, IKEA Belgique
12 ans d’expérience

“Sauvez les meubles!”

Au lieu de laisser s’entasser les vieux meubles à la cave ou au grenier, nous invitons nos clients à prolonger la durée de vie de nos produits. Nous proposons cinq solutions:

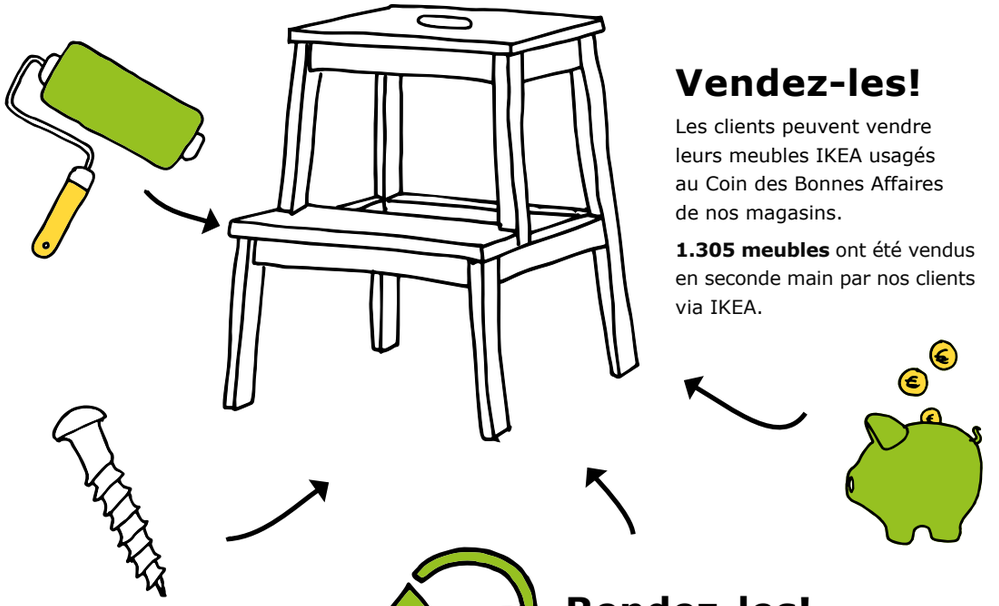
Rénovez-les!

Notre site internet fournit des conseils et des astuces pour donner une seconde vie aux meubles IKEA. Nous organisons également des ateliers pour apprendre à rénover les meubles.

En FY17, nous avons organisé **9 ateliers.**

Donnez-les!

IKEA Belgique travaille en collaboration avec des associations comme ‘Les Petits Riens’ et ‘De Kringwinkel’. Les meubles usagés, qui sont encore en bon état, peuvent ainsi faire le bonheur de quelqu’un d’autre.



Vendez-les!

Les clients peuvent vendre leurs meubles IKEA usagés au Coin des Bonnes Affaires de nos magasins.

1.305 meubles ont été vendus en seconde main par nos clients via IKEA.

Réparez-les!

Nous donnons gratuitement un grand nombre de pièces de rechange pour réparer les produits IKEA.

4.899 pièces de rechanges ont été demandées.

Rendez-les!

Nous reprenons les anciens canapés et matelas à la livraison d’un nouvel exemplaire. Ceux-ci sont donnés à des acteurs de l’économie sociale qui les revendront. S’ils sont trop abîmés ils seront recyclés ou incinérés avec récupération d’énergie.

2.074 canapés et matelas ont été récupérés. C’est pratiquement **50%** de plus que l’année dernière!

Une nouvelle vie pour les anciens textiles

Le tri de vêtements est très répandu en Belgique. Par contre, nous avons constaté qu’il existe peu de possibilités pour la réutilisation de textiles de maison, comme le linge de lit et les torchons de cuisine. Pour permettre à nos clients de recycler facilement ce type de textiles, nous avons voulu identifier les besoins et les solutions possibles. D’une part, nous avons lancé une enquête pour sonder les comportements de nos clients et d’autre part, nous avons organisé un brainstorming (“*ikeation*”) en présence de spécialistes avec lesquels nous avons échangé des savoirs et des pistes.



2/3

2 Belges sur 3 recyclent de vieux textiles pour les réutiliser à d’autres fins. Il s’agit principalement de torchons de cuisine, de linge de lit et de nappes.

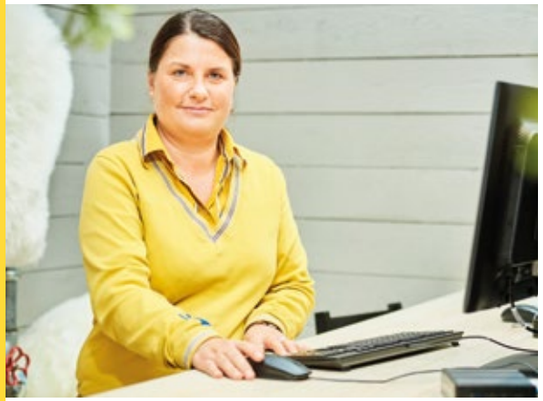
1/4

1 Belge sur 4 ne songe pas à recycler le linge de maison usagé.

1/2

1 Belge sur 2 s’intéresse à la destination finale du contenu des conteneurs à textiles.

IKEA Zaventem



Sophie Duboué
Deputy Store Manager

27 septembre 1984
Date d’ouverture

621
Nombre de collaborateurs

36.445
Superficie (m^2)

92%
de déchets triés
pour valorisation.

63%
de la consommation
d’énergie provient
de sources renouvelables.

13%
de l’électricité fournie par
panneaux solaires propres.

80%
de déchets réutilisés
ou recyclés.

29%
d’eau de pluie
dans la consommation d’eau.

Une seconde vie pour les déchets de bois

En FY17, IKEA Zaventem a mené un projet pilote de distribution de bois usagé. Les déchets de bois que nous ne pouvions pas recycler ou réutiliser, nous les avons donnés à nos clients afin qu’ils leur offrent une seconde vie. Le projet a connu un énorme succès: au mois de mars, 35 pour cent du bois usagé a été repris et en avril, 46 pour cent! Résultat? Notre volume de déchets de bois a considérablement diminué.



Distribution de bois usagé à IKEA Zaventem

Un espace d’étude et un coin-jeux pour Cidar

Le centre Cidar assiste les jeunes confrontés à des problèmes familiaux, de comportement ou de drogue. Cidar vient en aide tant aux jeunes qu’à leurs familles. En juin 2017, IKEA Zaventem a organisé une “journée Cidar” au cours de laquelle nos collaborateurs ont participé à l’amélioration des locaux. Dans la petite maison du groupe résidentiel, située dans le jardin, nous avons aménagé un espace d’étude et de loisirs. Nous avons aussi équipé l’accueil d’un coin-jeux. Mais nous avons voulu aller encore un peu plus loin: nous avons offert un emploi dans le magasin de IKEA Zaventem à quelques étudiants de Cidar.

Énergie et ressources

Énergie

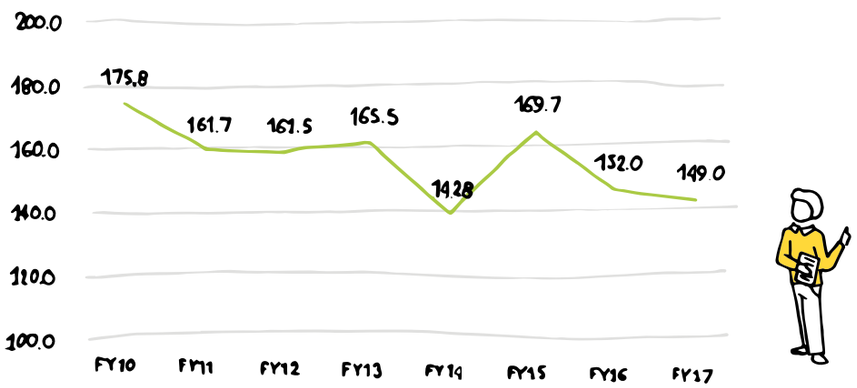
IKEA Group souhaite être totalement indépendant sur le plan énergétique d'ici 2020. IKEA Belgique met également toute son énergie au service de cet objectif ambitieux. Nous aussi, nous voulons produire autant d'énergie que nous n'en consommons.

La première question que nous nous posons: comment pouvons-nous réduire systématiquement notre consommation d'énergie? En mesurant notre consommation en permanence, nous obtenons des informations qui nous permettent d'avoir une attitude plus intelligente et plus économe. Nous renforçons encore l'isolation des toits, contrôlons les températures dans les magasins d'encore plus près, utilisons des élévateurs toujours plus efficaces dans nos stocks,… autant d'interventions qui nous aident à faire des progrès chaque année.

Depuis cette année, tous les magasins IKEA Belgique sont exclusivement éclairés aux LED. Grâce à une plus grande efficacité énergétique, les ampoules LED conduisent à une réduction importante des émissions de CO_2. Leur durée de vie est aussi beaucoup plus longue, ce qui implique également une diminution des déchets. L'étape suivante consistera à revoir les éclairages de nos parkings.

Notre consommation d'énergie par mètre carré a diminué de **2 pour cent** par rapport à l'année dernière et, de **15 pour cent** par rapport à FY10.

Consommation d'énergie IKEA Belgique (KWh/m²)



L'une de nos autres priorités: les énergies renouvelables. Nos propres panneaux solaires couvrent déjà **26 pour cent** de la consommation d'électricité de nos magasins et de notre centre de distribution. Depuis le mois de septembre, nous pouvons aussi compter sur l'énergie du vent. Notre centre de distribution de Winterslag est en effet équipé de la Vestas 110, la toute première éolienne belge de IKEA. L'objectif: couvrir grâce à elle **40 pour cent** de la consommation d'énergie du centre de distribution. Cette éolienne est un nouveau cap vers notre indépendance énergétique.

La première éolienne IKEA en Belgique à Winterslag

En tant que facility manager à IKEA Hognoul, j'étais responsable de la surveillance de la consommation d'énergie et d'eau, des déchets et de l'entretien du bâtiment et de son environnement extérieur. Pendant 33 ans, j'ai pu suivre de près les avancées technologiques au sein de IKEA. Je pense par exemple aux nouvelles installations de chauffage et de refroidissement, à l'utilisation de l'eau de pluie ou encore aux énergies renouvelables grâce à nos propres panneaux solaires. Aujourd'hui, je partage mon expérience, mes connaissances et surtout ma passion avec les facility managers des autres magasins IKEA Belgique. Je les accompagne au quotidien et j'organise des formations. Ensemble, nous sommes un peu comme un orchestre à l'opéra, sans qui le travail sur scène serait impossible. Plus concrètement, nous assurons le confort et la sécurité de nos collaborateurs et de nos clients, tout en cherchant des façons de diminuer notre consommation d'eau et d'énergie.



Joseph Failla
Facility Manager Competence Developer, IKEA Belgique
33 ans d'expérience

IKEA Hognoul



Fabien Nonnez
Store Manager

11 avril 1985
Date d’ouverture

435
Nombre de collaborateurs

34.077
Superficie (m^2)

90%
de déchets triés
pour valorisation.

78%
de déchets réutilisés
ou recyclés.

71%
de la consommation
d’énergie provient
de sources renouvelables.

32%
de l’électricité fournie par
panneaux solaires propres.

26%
d’eau de pluie
dans la consommation d’eau.

Des données au service de la durabilité

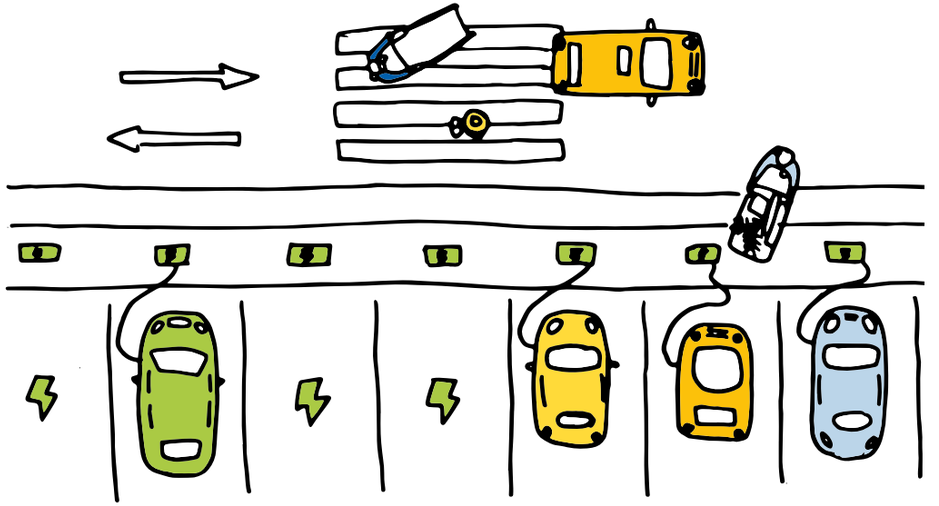
Cette année, IKEA Hognoul a lancé un projet pilote ambitieux: notre nouvel outil Emaze collecte automatiquement les données sur la consommation d’eau et d’énergie. Nous pouvons ainsi surveiller notre consommation et détecter immédiatement des anomalies importantes. En comparant ensuite les données de consommation aux températures extérieures et aux précipitations, nous gérons encore mieux notre consommation d’eau et d’énergie. Si ce projet fait ses preuves, nous l’implémenterons dans les autres magasins IKEA Belgique.

Nouveaux bain de balles et Bistro

IKEA Hognoul a fait peau neuve l’an dernier. Après 8 ans et des milliers d’enfants, il était temps de rénover l’espace de jeux Småland. Depuis juin FY17, les enfants profitent de nouveaux sols et surtout de tout nouveaux jeux. Et, comme nous sommes tous de grands enfants, les collaborateurs de IKEA Hognoul ont tous pu plonger dans le nouveau bain de balles pour l’inaugurer. Nous avons également relooké le Bistro en veillant à ce qu’il soit à la fois agréable et durable. Enfin, nous avons rafraîchi toute la zone cuisines où nos clients viennent concrétiser, avec nous, la cuisine de leurs rêves.



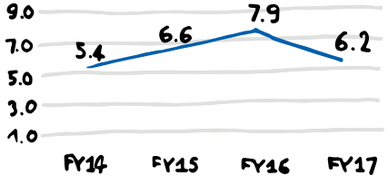
Nouveaux bain de balles à IKEA Hognoul



Recycler l’eau de pluie

Nous nous appliquons à réduire au maximum notre consommation d’eau. L’année dernière, nous avons encore été confrontés à une fuite à IKEA Anderlecht et, en contrôlant scrupuleusement notre consommation, nous voulons à l’avenir détecter au plus vite toute forme de gaspillage pour l’éviter. Cette année, notre consommation d’eau par visiteur a diminué de **21 pour cent** par rapport à l’année dernière.

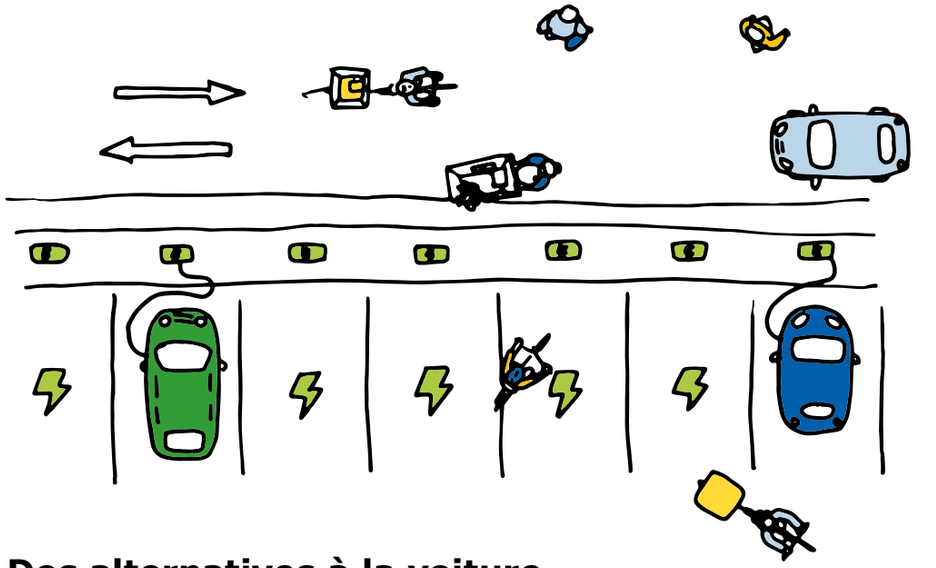
Consommation d’eau par visiteur (litre/visiteur)



Dans tous les magasins IKEA, nous utilisons l’eau de pluie pour les chasses d’eau dans les toilettes. En FY17, **30 pour cent** de la consommation d’eau de nos magasins a été couverte par l’eau de pluie.

Déchets ou… matières premières?

Tout d’abord, nous essayons de produire un minimum de déchets. Et ceux que nous ne pouvons pas éviter, nous tentons de les trier le mieux possible en vue de les réutiliser, de les recycler ou de les transformer en énergie. C’est pourquoi IKEA ne considère pas les déchets comme un problème, mais plutôt comme une opportunité. Mieux encore, comme une matière première. Nous ne trions d’ailleurs pas moins de **91 pour cent** des déchets de nos magasins. Nous cherchons constamment des solutions pour réutiliser le plus possible nos produits en fin de vie. L’année dernière, par exemple, nous avons trouvé un système de démantèlement de nos anciens matelas qui permet de mieux les recycler. Nous n’avons pourtant pas atteint notre objectif de réutilisation et de recyclage qui est de 80 pour cent, mais nous n’en sommes pas loin: au cours de l’année écoulée, nous avons réutilisé ou recyclé **78 pour cent** des déchets triés de nos magasins. Notre plus grand défi consiste à trouver des solutions pour les textiles, le bois et les canapés usagés et nous sommes fermement décidés à poursuivre nos efforts.



Des alternatives à la voiture

Nous mettons tout en œuvre pour encourager nos collaborateurs et nos clients à opter pour une mobilité verte. Nous remboursons entièrement les frais de transport des collaborateurs qui empruntent les transports en commun et ceux qui viennent à vélo reçoivent un bonus. Tout comme l’an dernier, **27 pour cent** de nos collaborateurs viennent travailler à pied, à vélo ou en transports en commun. Nous continuons à mener des campagnes et des projets pour augmenter ces chiffres, mais ce n’est simple pour personne de changer des habitudes installées depuis des années. De plus, nos magasins, vu leurs dimensions, ne se trouvent pas toujours sur des sites centraux ou faciles d’accès.

Nous l’avons encore constaté: on ne va pas facilement vers ce qu’on ne connaît pas. C’est pourquoi nous avons mené des campagnes d’information spécifiques, par exemple pour le tram 1 qui s’arrête pratiquement devant les portes de IKEA Gand. À Mons, IKEA a collaboré avec les TEC pour assurer le transport même lors des ouvertures du dimanche du magasin. Ces jours-là, le transport était d’ailleurs gratuit pour nos clients.

Grâce à différents services comme la livraison à domicile, la location de camionnettes ou le service taxi, les clients n’ont pas nécessairement besoin de voiture pour faire leurs achats chez IKEA. L’année dernière, **9 pour cent** de nos visiteurs s’en sont d’ailleurs passé. Un chiffre que nous espérons faire évoluer.

Enfin, pour donner un coup de pouce à la mobilité, tous nos magasins sont équipés de bornes de recharge pour les voitures et les vélos électriques.

Pour les personnes et les communautés

Créer un meilleur quotidien pour le plus grand nombre, c'est la mission que nous nous sommes fixée. Elle vaut pour nos collaborateurs et nos clients, mais également pour les communautés dont nos magasins font partie.

Tous nos magasins soutiennent localement des projets qui œuvrent pour l'amélioration des conditions de vie des enfants. IKEA Belgique met € 10.000 à disposition de chaque magasin pour épauler ces initiatives locales. Nos collaborateurs proposent eux-mêmes des projets qui les touchent ou les inspirent. Parmi ceux-ci, 'l'équipe sustainability'[4] du magasin en sélectionne quelques-uns qui seront ensuite soumis au vote des collaborateurs pour désigner l'association à soutenir. Chaque magasin peut ensuite organiser librement l'aide qu'il apporte.



[4] Ces équipes (une par magasin) s'engagent dans l'action environnementale et les initiatives sociales. Les équipes sustainability se composent d'un collaborateur par département, d'un coordinateur déchets et d'un collaborateur maintenance.

Les enfants sont les personnes les plus importantes du monde

Le Fonds IKEA pour l'enfance et l'éducation a été créé en collaboration avec la Fondation Roi Baudouin. Via ce fonds, IKEA Belgique participe à la lutte contre la pauvreté en préparant les petits (de 0 à 3 ans) à la maternelle. Tout le monde n'a en effet pas accès un accueil de qualité. Chose qui joue pourtant un rôle essentiel dans la socialisation des enfants et qui peut influencer le reste de leur vie.

L'année dernière, le Fonds IKEA pour l'enfance et l'éducation a soutenu 12 projets: 3 à Bruxelles, 6 en Wallonie et 3 en Flandre. Ces projets ont bénéficié, ensemble, d'une aide financière de € 86.436.

IKEA naturellement!

IKEA Belgique souhaite également avoir un impact positif sur l'environnement. Natagora et Natuurpunt sont les organisations belges les plus représentatives de la protection de la nature et c'est donc avec elles que nous avons choisi de collaborer. Nous leur offrons un soutien financier annuel de quelque € 90.000 depuis 10 ans déjà. Notre objectif commun? La protection de la flore et la faune locales. Des exemples? Avec Natuurpunt, nous avons établi, pour chacun de nos magasins, un plan de gestion visant à préserver au maximum la biodiversité locale.

Nous soutenons également des projets verts dans les régions où nos magasins sont implantés. IKEA Hognoul, par exemple, a participé au financement de l'observatoire à oiseaux de la réserve naturelle du Haut-Geer. Nos collaborateurs de IKEA Zaventem ont participé au réaménagement du club de tennis de la réserve naturelle De Groene Vallei en un centre pour visiteurs. Enfin, IKEA Hasselt a offert la participation de ses collaborateurs ainsi qu'un soutien financier pour l'aménagement de la plaine de jeux du bois de la réserve de Dauteweyers.

Natuurpunt rapproche les gens de la nature et c'est aussi ce que nous faisons lorsque nous collaborons avec IKEA. Nous tentons d'associer la vision internationale de IKEA à la biodiversité et à la préservation de la nature et de l'appliquer à un niveau local pour toucher de nouveaux groupes cibles. D'une part, nous conscientisons leurs collaborateurs tant au niveau professionnel que personnel et d'autre part, nous informons leurs clients, par exemple à propos d'événements que nous organisons dans des environnements naturels.
Au fil des années, nous avons construit une relation ouverte et constructive qui nous permet de nous comprendre et de nous renforcer mutuellement.
Nous avons toujours pu garder notre indépendance et nous apprécions particulièrement le dynamisme et la volonté dont IKEA témoigne en matière de biodiversité.



Filip Hebbrecht
Account Manager Natuurpunt

IKEA Gand



Kurt Vanhaeverbeke
Store Manager

10 décembre 2008
Date d'ouverture

551
Nombre de collaborateurs

37.489
Superficie (m^2)

91%
de déchets triés
pour valorisation.

79%
de déchets réutilisés
ou recyclés.

57%
de la consommation
d'énergie provient
de sources renouvelables.

15%
d'eau de pluie
dans la consommation d'eau.

7%
de l'électricité fournie par
panneaux solaires propres.

ÅTERSTÄLLA

Depuis le mois de mai, IKEA Gand propose ÅTERSTÄLLA, une collection très colorée de tabliers de cuisine, de housses de coussins, de paniers et de sets de table. Cette collection capsule unique offre une seconde vie à des restes de tissus provenant notamment de fins de collections et de modèles d'exposition. Ce projet circulaire repose sur une collaboration entre IKEA Gand et "De Kringloop Ateljee Gent", une association qui offre de nouvelles perspectives aux personnes qui éprouvent des difficultés sur le marché de l'emploi. ÅTERSTÄLLA, qui signifie "réparer" en suédois, crée ainsi un impact positif sur les gens et sur notre planète.



Les couturières de la collection ÅTERSTÄLLA

Une campagne pour le tram 1

Depuis quelques années, IKEA Gand est le terminus du tram 1. Pour convaincre nos clients d'opter pour un transport durable et de venir chez IKEA en tram, IKEA Gand a mené une campagne publicitaire qui n'est pas passée inaperçue durant l'été FY17. Sur les trams qui traversent la ville, on pouvait lire des messages comme "Ce tram vous conduit chez IKEA", à côté de magnifiques photos de produits IKEA estivaux.



Collection ÅTERSTÄLLA

Inter IKEA Systems B.V. 2016.

Éditeur responsable:
IKEA S.A., Catherine Bendayan,
Weiveldlaan 19, 1930 Zaventem.

© Inter IKEA Systems B.V. 2017,
Weiveldlaan 19, 1930 Zaventem