

Betrokken leiders

De “Caring Leadership” mindset versterkt de connectie tussen onze managers, onze medewerkers en onze klanten. Het stimuleert een betrokken, zorgzame manier van leidinggeven die het beste uit elke medewerker haalt. In totaal hebben 449 managers aan onze “Caring Leadership”-training deelgenomen.

Volgend jaar leggen we de lat nog een stuk hoger. Dan hebben we de ambitie om, na de managers, ook alle medewerkers van IKEA België deze training te geven. Die vertrekt van het idee dat je eerst jezelf beter leert kennen, en gaat dan vanuit je eigen zelfbewustzijn verder naar de relatie met de klant en met de andere teamleden. Zo proberen we ervoor te zorgen dat iedereen bij IKEA zich zelfverzekerd voelt en zich volop kan ontplooiën.



Akkoord over nachtwerk

Als eerste retailer in België sloten wij met onze sociale partners een vernieuwende collectieve arbeidsovereenkomst (cao) rond nachtwerk af. Medewerkers van onze woonwarenhuizen kunnen er nu vrijwillig voor kiezen om hun uren uit te breiden tussen vijf uur 's morgens en middernacht. Zo kunnen we ook onze klanten die online aankopen doen, vlot en snel bedienen.

Tack, beste medewerkers

Ingvar Kamprad, de oprichter van IKEA wilde dat iedere medewerker na enkele jaren te hebben gewerkt en ongeacht zijn of haar functie, een vorm van compensatie kreeg. Dankzij ons “Tack!” programma bedanken we onze medewerkers voor hun trouw. Deze beloning wordt in het pensioenplan van de medewerker gestort. “Tack” is Zweeds voor ‘dank je’.

In onze woonwarenhuizen, in ons hoofdkantoor en in ons Customer Support Centre:



Julie Daems,
Team leader Customer Experience
in IKEA Gent

Samen gaan we duurzamer leven

De IKEA Group schoof in FY18 *Science Based Targets* naar voor om tegen 2030 klimaatpositief te zijn. Dat traject is helemaal in lijn met de doelstellingen van het Klimaatakkoord van Parijs. Ook IKEA België draagt haar steentje bij om die levensbelangrijke ambitie waar te maken.

Energie en hulpbronnen

We dringen ons energieverbruik steeds verder terug, en we focussen maximaal op hernieuwbare energie. Dankzij o.a. de automatisering van onze energiemeters behaalden we in FY18 een energie-efficiëntie van 146 kWh/m², een verbetering van 2 procent ten opzichte van vorig jaar en 17 procent ten opzichte van FY10.

We proberen ook ons waterverbruik te verminderen en maken in alle IKEA vestigingen gebruik van regenwater. Door een aantal onvoorziene omstandigheden, zoals een lek in een van onze woonwarenhuizen, is ons waterverbruik per bezoeker dit jaar met 10 procent toegenomen tegenover vorig jaar. In FY18 was ons waterverbruik 6,6 liter per bezoeker.

De strijd tegen afval

We proberen afval eerst en vooral zoveel mogelijk te vermijden. Het afval dat we toch niet kunnen vermijden, sorteren we zoveel mogelijk voor hergebruik, recyclage of energieopwekking. Liefst 78 procent van het afval van onze woonwarenhuizen werd omgezet in bruikbare grondstoffen.

Voedselverspilling tegengaan

Dankzij een nieuw meet- en opvolgsysteem wist IKEA België het voedselafval van haar restaurants het afgelopen jaar met 99 ton te verminderen, een afname van 40 procent ten opzichte van het jaar voordien. Hiermee sleepten we de Food Waste Award 2018 voor Horeca, Catering en Events in de wacht.

Uitdaging van morgen: duurzame mobiliteit

Duurzame mobiliteit voor onze klanten en medewerkers blijft een grote uitdaging. In FY18 zijn we een zoektocht gestart naar schonere alternatieven voor onze bestel- en vrachtwagens. We blijven nieuwe ontwikkelingen op de voet volgen, en we blijven zoeken naar innovatieve manieren om ons wagenpark groener te maken.



Voor mensen en gemeenschappen

In FY18 schonk IKEA België **€ 276.248** aan het **IKEA Fonds voor kinderen en opvoeding¹**, aan **Natuurpunt** en **Natagora**, en aan de hulpverlening aan vluchtelingen van Caritas International.

De medewerkers van elk IKEA woonwarenhuis steunen ook elk jaar een lokaal sociaal initiatief, dat ze zélf kiezen. Het Customer Support Centre en het Service Office doen ook mee en organiseerden dit jaar het HONK lunchcafé, waarbij jongeren met een verstandelijke of fysieke handicap kookten voor de medewerkers van IKEA. We zorgden ook voor nieuwe meubelen voor de woonplekken van de jongeren.

Onze klanten dragen ook bij
Elke keer er in augustus een IKEA FAMILY kaart werd gebruikt, ging een bijdrage van 25 eurocent naar Natuurpunt of Natagora. Dat leverde in totaal meer dan € 50.000 op voor de natuurorganisaties.

¹ Doelstellingen om de broeikasgassen (GHG) terug te dringen worden als science-based beschouwd als ze beantwoorden aan de inspanning die nodig is om de temperatuuropvarming onder de 2 graden Celsius te houden.
² Beheerd door de Koning Boudewijnstichting.

IKEA ⁱⁿ BELGIË FY18*



*FY18: Fiscaal jaar 2018 (01/09/2017 – 31/08/2018)

Catherine Bendayan,
Algemeen Directeur,
IKEA België

De belevenis van de klant stond het voorbije jaar centraal voor IKEA België. Naast onze acht woonwarenhuizen kunnen klanten nu ook terecht in onze splinternieuwe webshop.

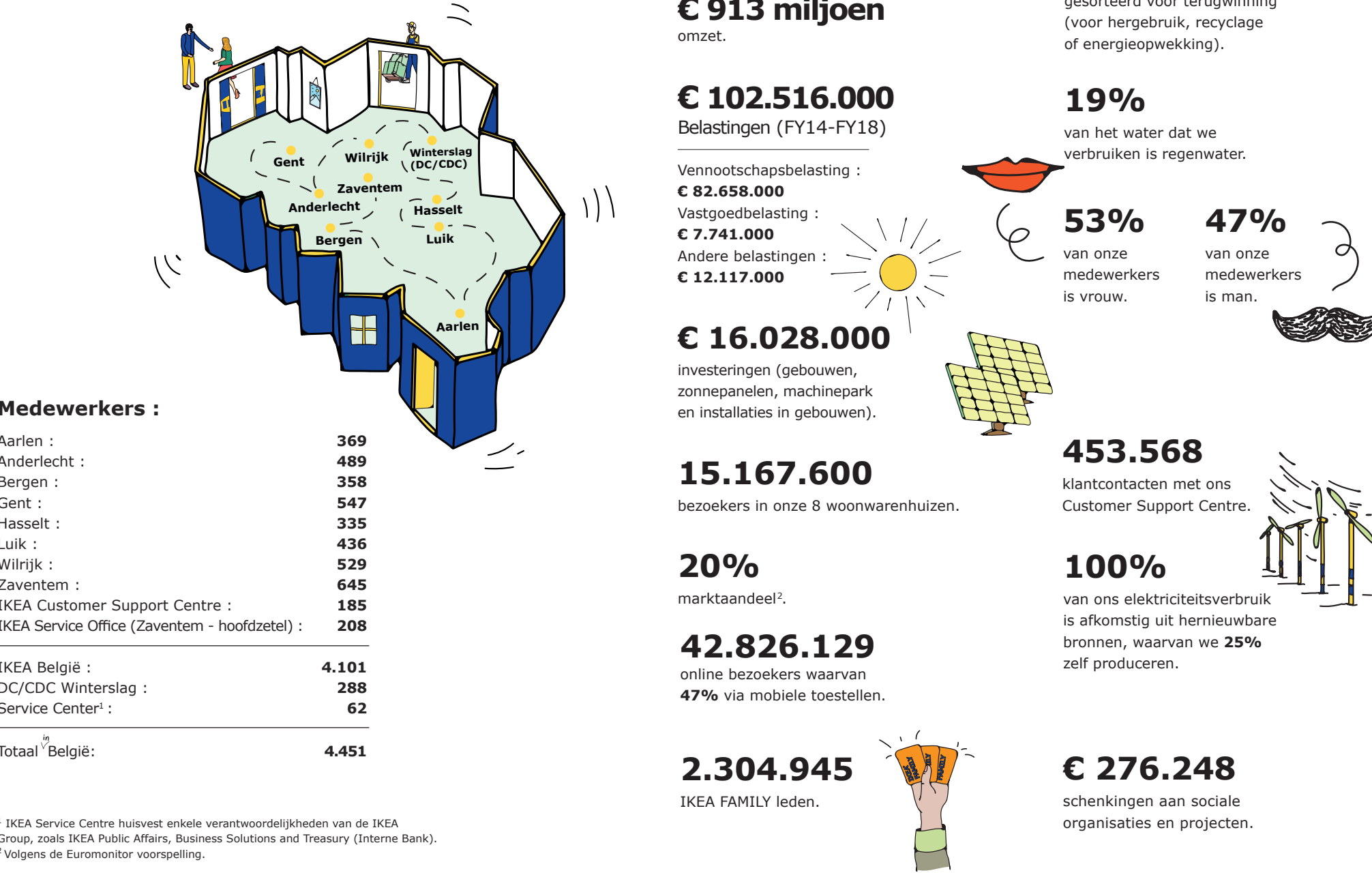
Maar ook onze bijna 4.500 medewerkers maken de ziel van IKEA, zij maken ons succes.

Ook de toekomst van de planeet is voor IKEA een grote bekommernis. We helpen onze klanten om thuis zo duurzaam mogelijk te leven. Met gemakkelijke, betaalbare oplossingen waar IKEA een patent op heeft. We geven zelf het goede voorbeeld, met ambitieuze doelstellingen om klimaatpositief te zijn en om plastic maximaal te bannen.

In alles wat we doen streven we naar een beter dagelijks leven voor zoveel mogelijk mensen.

© Inter IKEA Systems B.V. 2018,
Editeur responsable : IKEA S.A., Catherine Bendayan,
Weiveldaan 19, 1930 Zaventem

IKEA BELGIË FY18 in een notendop



¹ IKEA Service Centre huisvest enkele verantwoordelijkheden van de IKEA Group, zoals IKEA Public Affairs, Business Solutions and Treasury (Interne Bank).
² Volgens de Euromonitor voorspelling.

De IKEA belevenis



Onze webshop

Klanten in België kunnen sinds dit jaar via de IKEA webshop 24/7 winkelen, waar en wanneer ze maar willen.

Samen met de lancering van onze webshop hebben we onze website vernieuwd en hebben we onze organisatie verder versterkt : om onze klanten nog meer inspiratie te bieden, om nog flexibeler in te spelen op al hun wensen.

Het eerste jaar van de IKEA webshop was een groot succes!

De webshop werd meer dan **42 miljoen keer bezocht**. Er werden in totaal **59.401 bestellingen geplaatst**.

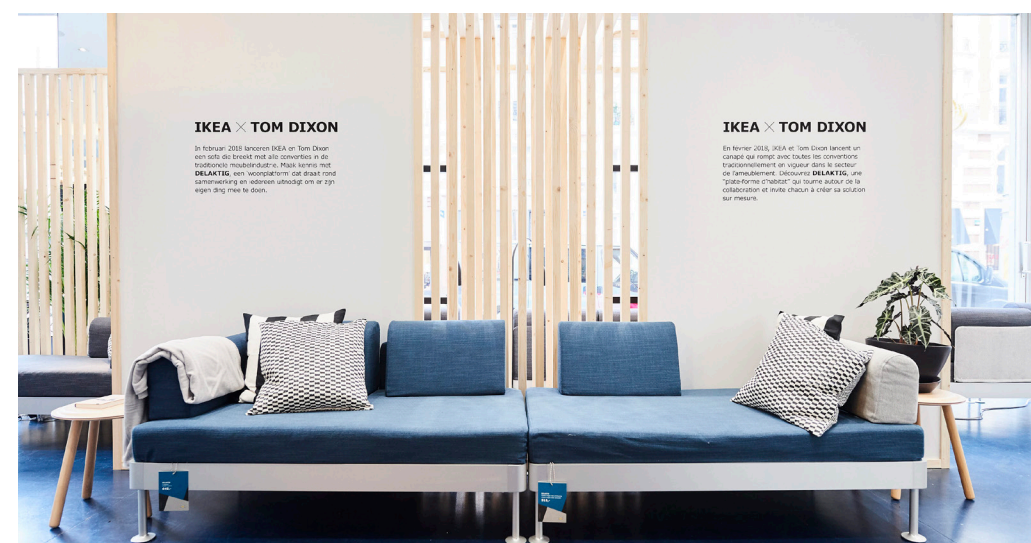


Isaure Brunet d'Evry,
Digital Merchandising Specialist,
IKEA België

De lancering van e-commerce gebeurt maar één keer in het leven van een organisatie. We leren waar onze online klanten naar verlangen en wat hen interesseert. Maar uiteindelijk blijft de webshop de weerspiegeling van onze woonwarenhuizen. Samen streven we ernaar om onze klanten zoveel mogelijk keuze en inspiratie te geven.

DELAKTIG GALLERY by IKEA

Klanten komen niet alleen massaal naar IKEA, IKEA gaat ook naar haar klanten. In januari ontdekten meer dan 600 bezoekers in hartje Brussel, in de Dansaertstraat, het nieuwe woonplatform DELAKTIG. Dat ontwierpen we samen met de vermaarde designer Tom Dixon.



In onze winkel

Onze medewerkers staan voor en achter de schermen steeds klaar om ze klanten te helpen. In FY18 investeerden we fors in het versterken van de connectie en de communicatie tussen onze medewerkers en onze klanten. Deze nieuwe aanpak is ontwikkeld samen met een aantal medewerkers die initiatieven bedenken om hun collega's aan te moedigen, te ondersteunen en hun dagelijkse relatie met de klant te verbeteren.

Showroom

We doen er alles aan om zo goed mogelijk te begrijpen hoe mensen in België thuis leven. Die inzichten in het dagdagelijks leven van onze klanten vertalen we naar onze showrooms en onze collecties. Een voorbeeld hiervan is onze nieuwe collectie voor huisdieren, LURVIG, die we in FY18 speciaal lanceerden voor die één op drie Belgen die thuis een hond of een kat hebben.



Michèle Van Mechelen,
Projectleider Customer Experience,
IKEA België

We beschouwen onze klanten als gasten die we thuis persoonlijk ontvangen. We willen hen een glimlach bezorgen door hen een aangename, gemakkelijke en inspirerende winkelervaring te bieden. Onze ambitie is om een echte vertrouwensrelatie met hen op te bouwen.

Restaurant

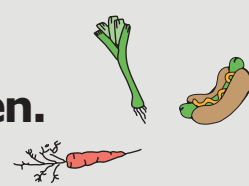
Met meer dan **6,8 miljoen** bezoekers in onze restaurants, bistro's en Zweedse shops spelen ook eten en drinken een belangrijke rol bij IKEA.

Veggie hot-dog

Sinds afgelopen zomer heeft de iconische IKEA hotdog er een vegetarisch broertje bijgekregen. De uitbreiding van ons vegetarisch aanbod kadert in ons engagement om tegen 2030 klimaatpositief te zijn.

In FY18 verkochten we

243.710 vegetarische gerechten.

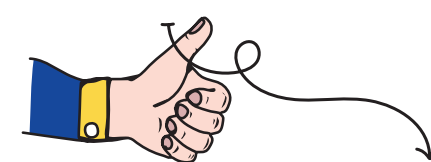


Kiosk self-order bij IKEA Anderlecht

Om de wachttijden in te korten en klanten sneller te bedienen, startte er bij IKEA Anderlecht een pilootproject: in de bistro kunnen klanten via een self-orderkiosk hun bestelling doorgeven en betalen, alvorens deze op te halen.

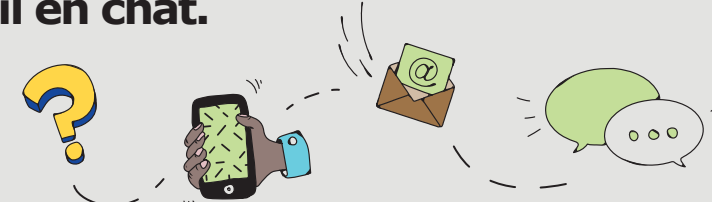
Hej, hoe kan ik je helpen?

Om nóg beter beschikbaar te zijn voor onze klanten en hun behoeften nóg beter te begrijpen, breidde het team van het Customer Support Centre in FY18 met **meer dan 15%** uit.



In FY18 beantwoordde het Customer Support Centre maar liefst

453.568 vragen van klanten, via telefoon, e-mail en chat.



Onze services

IKEA producten zijn zo ontworpen dat iedereen ze zelf kan monteren. Ook de minder Handige Harry's. Maar als de klant het liever heeft, kunnen wij ze ook voor hem monteren. We springen ook op andere vlakken bij: we kunnen de aangekochte producten voor de klant in de winkel verzamelen en voor hem klaar zetten, we kunnen ze thuis leveren, en we kunnen nieuwe keukens komen opmeten en inplannen.

Distribution Centre & Customer Distribution Centre als brug naar de winkels en naar de klanten thuis

Voor de lancering van de webshop onderging ons distributiecentrum in Winterslag een ware transformatie. Nu zorgt het naast de leveringen aan de winkels ook voor de bezorging bij klanten thuis.



Een duurzamer leven thuis

Uit een onderzoek van de IKEA Group blijkt dat 47 procent van de bevroegde Belgen ervan overtuigd is dat IKEA hen kan helpen om hun impact op het milieu te verminderen. In onze woonwarenhuizen bieden we zo'n 500 producten aan die klanten toelaten om energie en water te besparen, en om hun afval beter te sorteren of te recyclen. We hebben ook een heel gamma producten die gemaakt zijn uit gerecycleerde en duurzamere materialen.

KUNGSBACKA: kastdeuren gemaakt van houtafval en gerecycleerde PET-kunststof.



Met **SOLSTRÅLE** schakelden we nog een versnelling hoger in onze inspanningen om klanten te helpen duurzamer te leven. Ze kunnen nu ook op een eenvoudige manier en aan de beste prijs zonnepanelen aankopen en laten installeren.

Samen met GoodPlanet organiseerden we in FY18 **72 workshops** waarin we onze klanten tips gaven om een lekkere en gezonde lunchbox samen te stellen, en om thuis slim en gemakkelijk energie te besparen.

In FY18 kochten al **279 klanten** een **SOLSTRÅLE** systeem.



Red de meubelen!

We moedigen onze klanten aan om meubels een nieuw leven te geven. Hiervoor bedachten we vijf oplossingen:



Verkoop ze!

1.174 meubelen tweedehands verkocht in de koopjeshoek van onze woonwarenhuizen.



Vernieuw ze!

Workshops in onze woonwarenhuizen en inspiratie op onze website om meubelen te vernieuwen.



Herstel ze!

4.908 reserveonderdelen gratis meegegeven.



Geef ze weg!

Aan 'De Kringwinkel' of 'Les Petits Riens'.



Geef ze terug!

2.828 oude matrassen en zitbanken opgehaald om te schenken aan de sociale economie of om te recyclen.