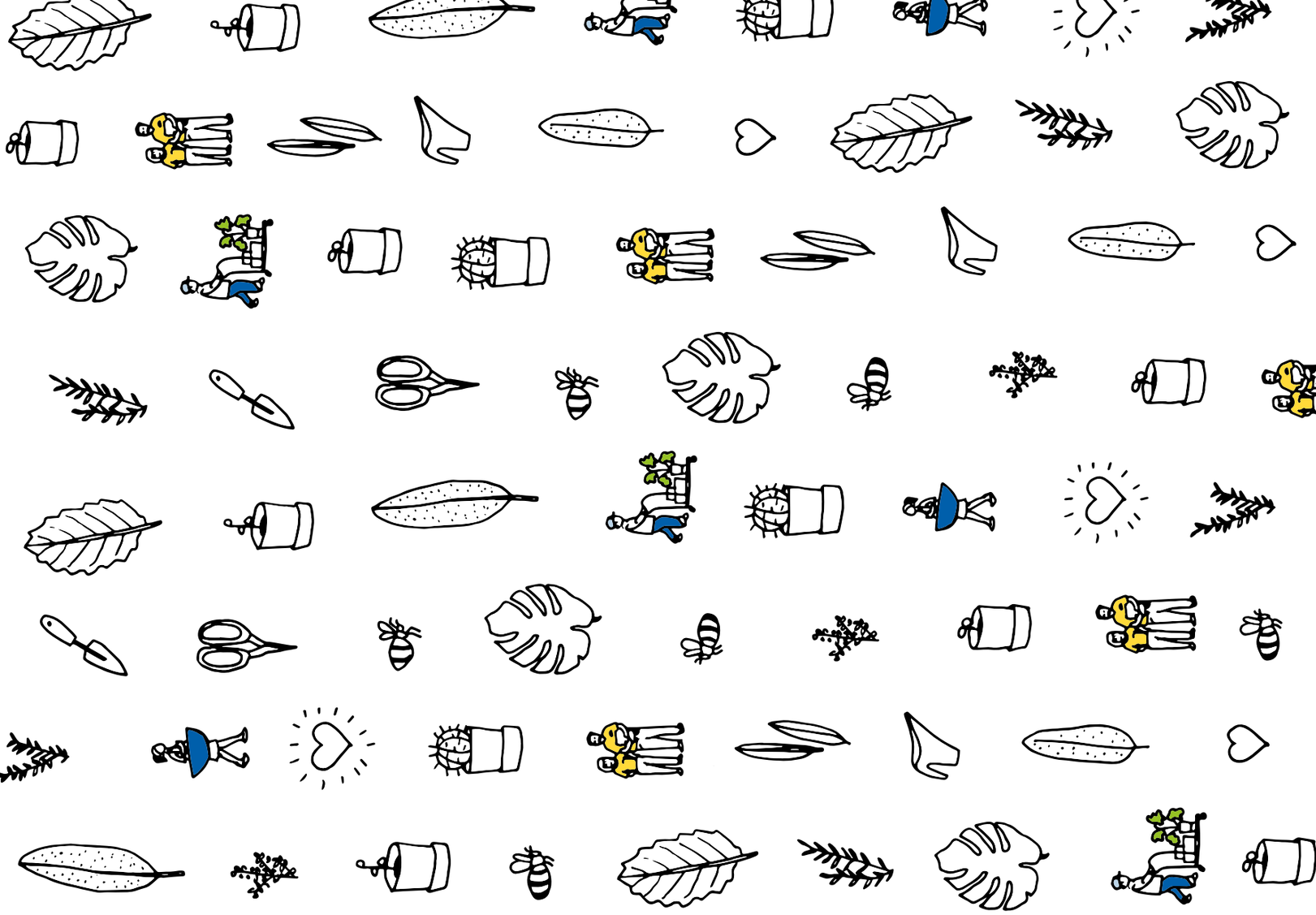
IKEA in BELGIË FY17*

Hej	5
Hoogtepunten	8
IKEA in België	10
Democratisch design	16
Winkelen waar je wil, wanneer je wil	20
Hej, hoe kan ik je helpen?	36
Elk talent telt	40
Samen gaan we groener	58

* FY17: Fiscaal jaar 2017 (01/09/2016 - 31/08/2017)





Catherine Bendayan,
Algemeen directeur,
IKEA België

Hej,

Het voorbije jaar was er een van primeurs voor IKEA. De wereld rondom ons evolueert razendsnel, innovatieve technologieën bieden mensen een massa extra mogelijkheden. Onze 8 woonwarenhuizen blijven het kloppend hart van IKEA België, maar de moderne consument winkelt ook voor of na de openingsuren, vanuit zijn comfortabele zetel. Daarom lanceerden we Click & Collect, waarbij klanten online producten kunnen bestellen, om ze vervolgens af te halen in onze winkels of in een van onze 17 gloednieuwe Pick-up Points overal in het land. Zeer binnenkort lanceren we e-commerce, en leveren we online aankopen ook aan huis.

Die extra kanalen maken IKEA toegankelijker dan ooit tevoren. Maar hoe klanten ook in contact komen met IKEA, ze moeten altijd en overal dezelfde unieke IKEA spirit ervaren. Het zijn onze medewerkers - onze allereerste en allerbelangrijkste ambassadeurs – die de waarden en de cultuur van IKEA uitdragen. Of het nu in de winkel, aan de telefoon, sinds dit jaar via chat of Facebook, of bij de mensen thuis is. Als onze medewerkers open, eerlijk en genereus zijn, dan zal onze organisatie dat ook zijn. En enthousiaste medewerkers maken enthousiaste klanten, daar zijn we rotsvast van overtuigd.

De veranderende omgeving waarin we werken, vraagt nieuwe en veelzijdige talenten. Daar houden we rekening mee als we nieuwe mensen aanwerven. Bij IKEA kijken we naar de talenten achter de CV's. We proberen talenten zo vroeg mogelijk te spotten, en geven medewerkers alle kansen om uit te groeien tot betrokken leiders die anderen inspireren.

Inspireren willen we ook doen op vlak van duurzaamheid. IKEA tracht zo weinig mogelijk energie en water te verbruiken, en we doen er alles aan om onze producten een tweede leven te geven. Maar we willen ook onze klanten helpen om samen groener te worden, met eenvoudige en betaalbare oplossingen om hun impact op de planeet te verkleinen. Ook hier hadden we een primeur: de SOLSTRÅLE zonnepanelen, waarmee we de schoonste bron van energie - in alle mogelijke betekenissen - toegankelijk maken voor zoveel mogelijk mensen.

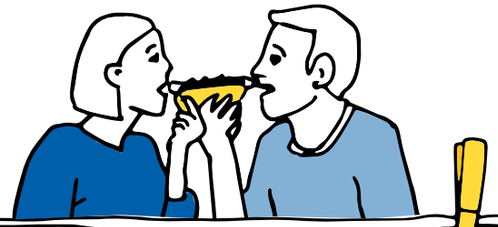
Wist je trouwens dat de SOLSTRÅLE zonnepanelen meteen ook het allereerste IKEA product zijn waarbij we zelf monteren ten stelligste afraden? Laat die inbussleutel voor één keertje maar in de gereedschapskist zitten.

Hartelijke groet,

Catherine.



Hoogtepunten



Sept 2016:

Click & Collect

Via de website kunnen klanten IKEA producten bestellen, om ze vervolgens op te halen in een van onze 8 woonwarenhuizen of in een van de 17 nieuwe Pick-up Points.

Sept 2016:

Distributiecentrum extra dicht bij de klant

Het distributiecentrum in Winterslag staat, naast de bevoorrading van Belgische en Nederlandse winkels, nu ook in voor de rechtstreekse levering aan de klanten in België.

Okt 2016:

IKEA lanceert veggie alternatief voor hotdog

De populaire IKEA hotdog krijgt er een vegetarisch broertje bij. Zo geven we onze klanten opnieuw de mogelijkheid om ook voor gezonde en duurzame alternatieven te kiezen.

Mrt 2017:

Pilootproject houtdonatie

Onder het motto "recycleren doen we samen" stellen we oud hout gratis ter beschikking van klanten, zodat zij het een nieuw leven kunnen geven.

Feb 2017:

SLADDA fiets

IKEA lanceert SLADDA, een multifunctionele stadsfiets. Het gloednieuwe model wint al meteen twee designprijzen.

Feb 2017:

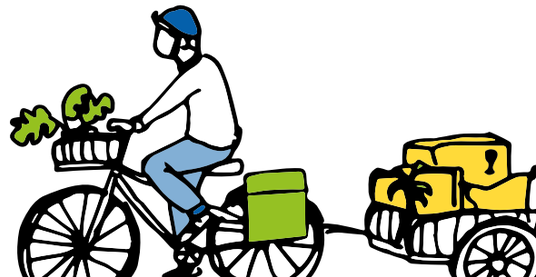
IKEA VR Experience in Hasselt

Een wereldprimeur in IKEA Hasselt! Klanten konden dankzij Virtual Reality (VR) rondlopen in hun toekomstige keuken. De levensechte virtuele ervaring hielp hen om hun droomkeuken vorm te geven.

Mei 2017:

ÅTERSTÄLLA

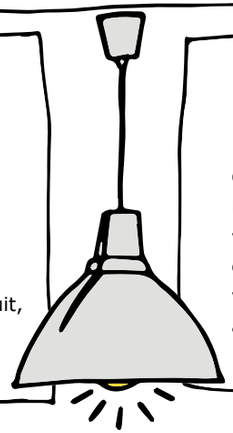
In samenwerking met De Kringwinkel Ateljee Gent ontwikkelen we ÅTERSTÄLLA. Een team van vrouwen die het moeilijk hebben op de arbeidsmarkt maakt een unieke tijdelijke collectie uit textieloverschotten.



Juli 2017:

100% led in onze winkels

Alle Belgische IKEA woonwarenhuizen zijn voor de volle 100% uitgerust met ledverlichting. Zo spaart IKEA België een enorme hoeveelheid elektriciteit uit, en dringt het de CO_2-uitstoot terug.



Sept 2017:

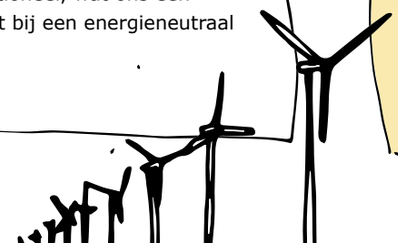
Klantendienst op Facebook

Klanten kunnen IKEA nu ook vragen stellen via Facebook en chat. Onze klantendienst blijft voortaan ook even lang open als onze winkels.

Sept 2017:

Eerste Belgische IKEA windturbine

In Winterslag is onze eerste Belgische windturbine operationeel, wat ons een stap dichter brengt bij een energieneutraal IKEA België.



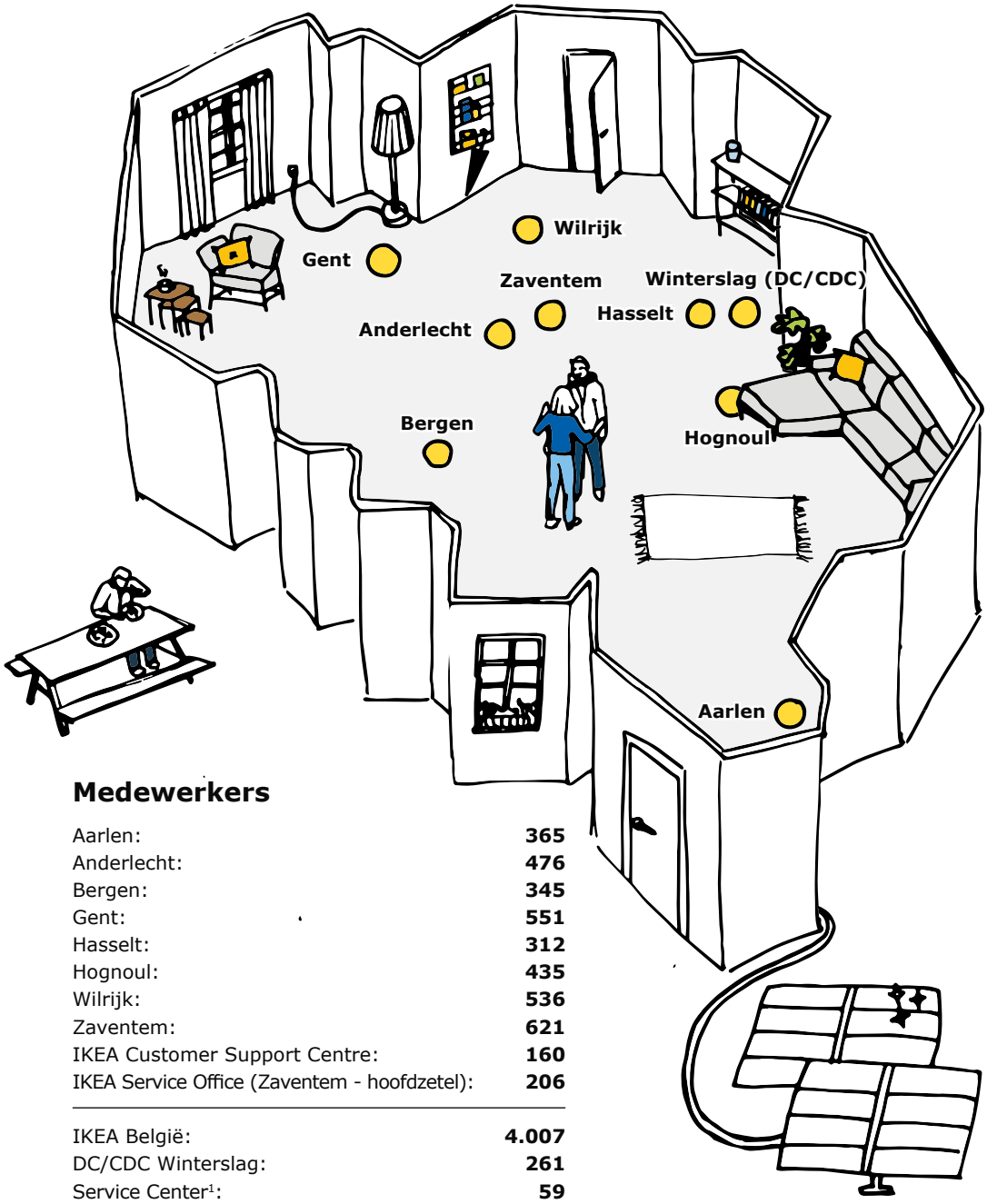
Okt 2017:

Lancering SOLSTRÅLE zonnepanelen

IKEA maakt zonnepanelen betaalbaar en toegankelijk. En geen zorgen, klanten hoeven ze niet zelf te installeren.

IKEA in BELGIË

FY17 in een notendop



Medewerkers

Aarlen:	**365**
Anderlecht:	**476**
Bergen:	**345**
Gent:	**551**
Hasselt:	**312**
Hognoul:	**435**
Wilrijk:	**536**
Zaventem:	**621**
IKEA Customer Support Centre:	**160**
IKEA Service Office (Zaventem - hoofdzetel):	**206**
IKEA België:	**4.007**
DC/CDC Winterslag:	**261**
Service Center[1]:	**59**
Totaal in België:	**4.327**

[1] IKEA Service Center huisvest enkele IKEA Group functies, zoals IKEA Public Affairs, Business Solutions and Treasury (Interne Bank).

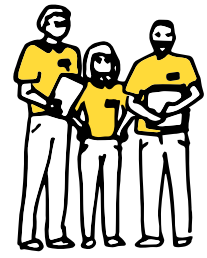
IKEA België

€ 903 miljoen
omzet.

€ 105.310.000
belastingen (FY13-FY17)

Vennootschapsbelasting:
€ 84.741.000
Vastgoedbelasting:
€ 7.523.000
Andere:
€ 13.046.000

€ 13.721.000
investeringen
(gebouwen, zonnepanelen, machinepark en installaties in gebouwen).



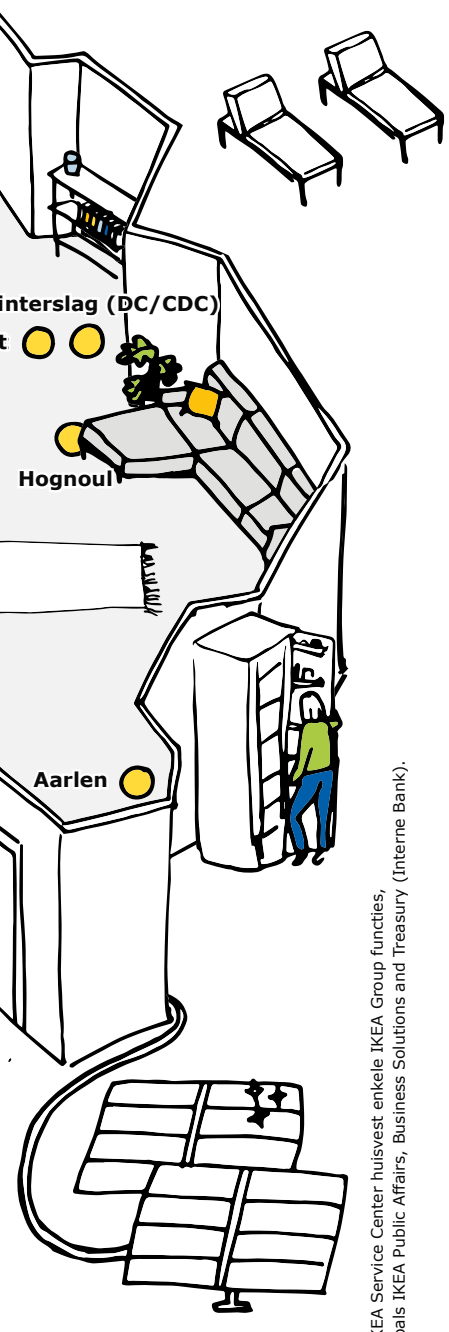
15.569.781
winkelbezoekers.

16%[2]
marktaandeel.

2.195.885
IKEA FAMILY leden.

[2] cijfer FY16, FY17 nog niet gekend.

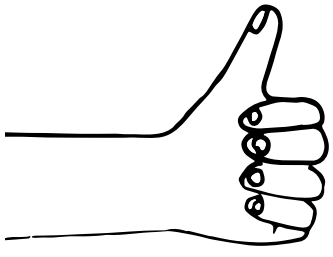
IKEA België



83%
van onze medewerkers vindt IKEA een fantastische werkplek.



385.000
fans op Facebook, Instagram en Pinterest en **> 6,5 miljoen** gebruikers bereikt.



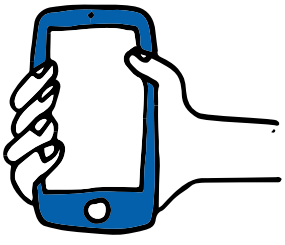


53%
van onze medewerkers is vrouw.

47%
van onze medewekers is man.



40.674.627
online bezoekers, waarvan **16.058.698** mobiel.

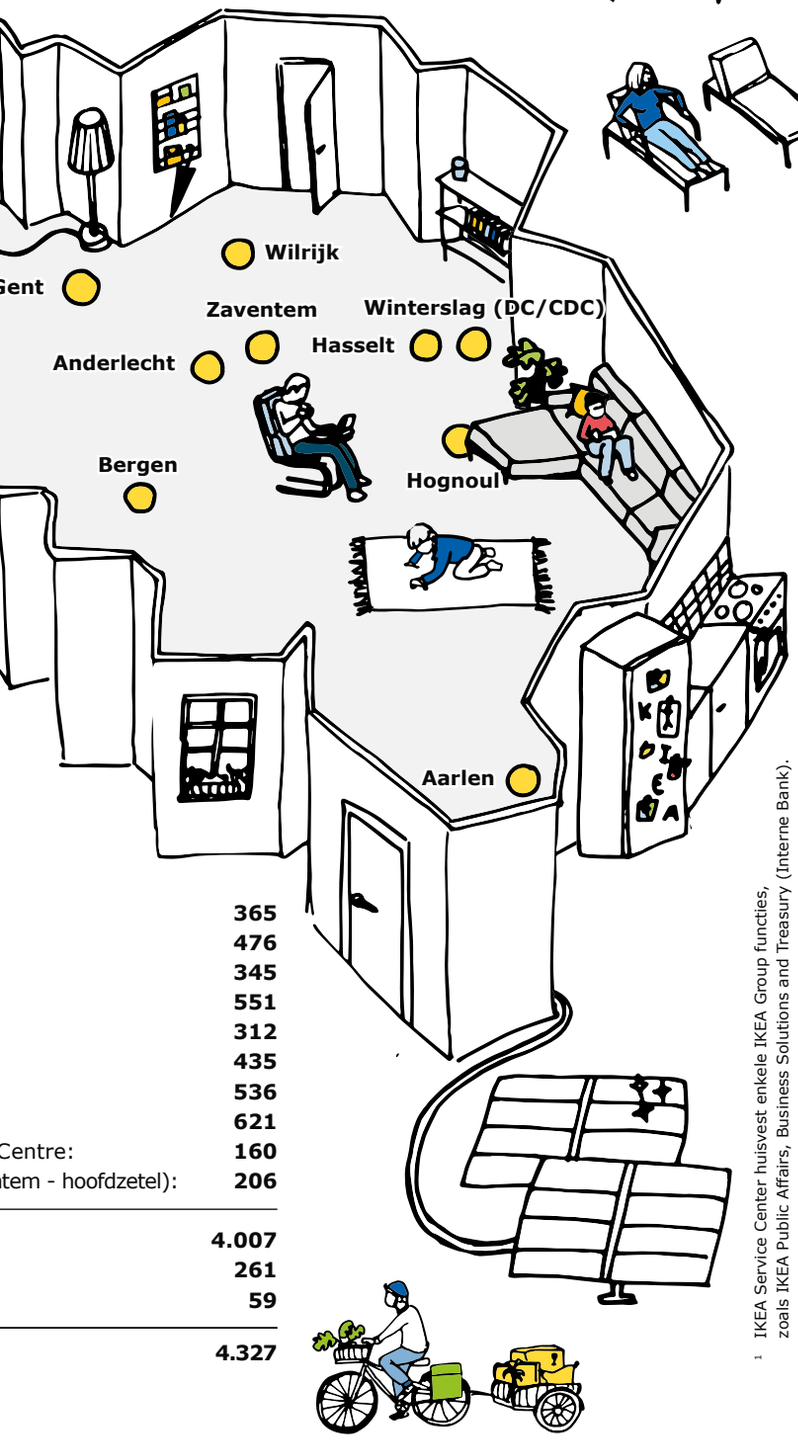


426.923
klantcontacten met ons Customer Support Centre.

[1] IKEA Service Center huisvest enkele IKEA Group functies, zoals IKEA Public Affairs, Business Solutions and Treasury (Interne Bank).

in BELGIË

en notendop



	365
	476
	345
	551
	312
	435
	536
	621
Centre:	160
tem - hoofdzetel):	206
	4.007
	261
	59
	4.327

[1] IKEA Service Center huisvest enkele IKEA Group functies, zoals IKEA Public Affairs, Business Solutions and Treasury (Interne Bank).

IKEA België

30%

van ons waterverbruik is regenwater.

21%

daling van ons waterverbruik per bezoeker t.o.v. FY16, met een jaarlijks verbruik van **6,22 liter/bezoeker.**

€ 232.334

schenkingen aan sociale organisaties en projecten.

2%

verbetering van onze energie-efficiëntie t.o.v. FY16, met een verbruik van **149 kWh/m².**

9%

van onze klanten is met de fiets, te voet of met het openbaar vervoer naar IKEA gekomen.

27%

van onze medewerkers is met de fiets, te voet of met het openbaar vervoer naar IKEA gekomen.

100%

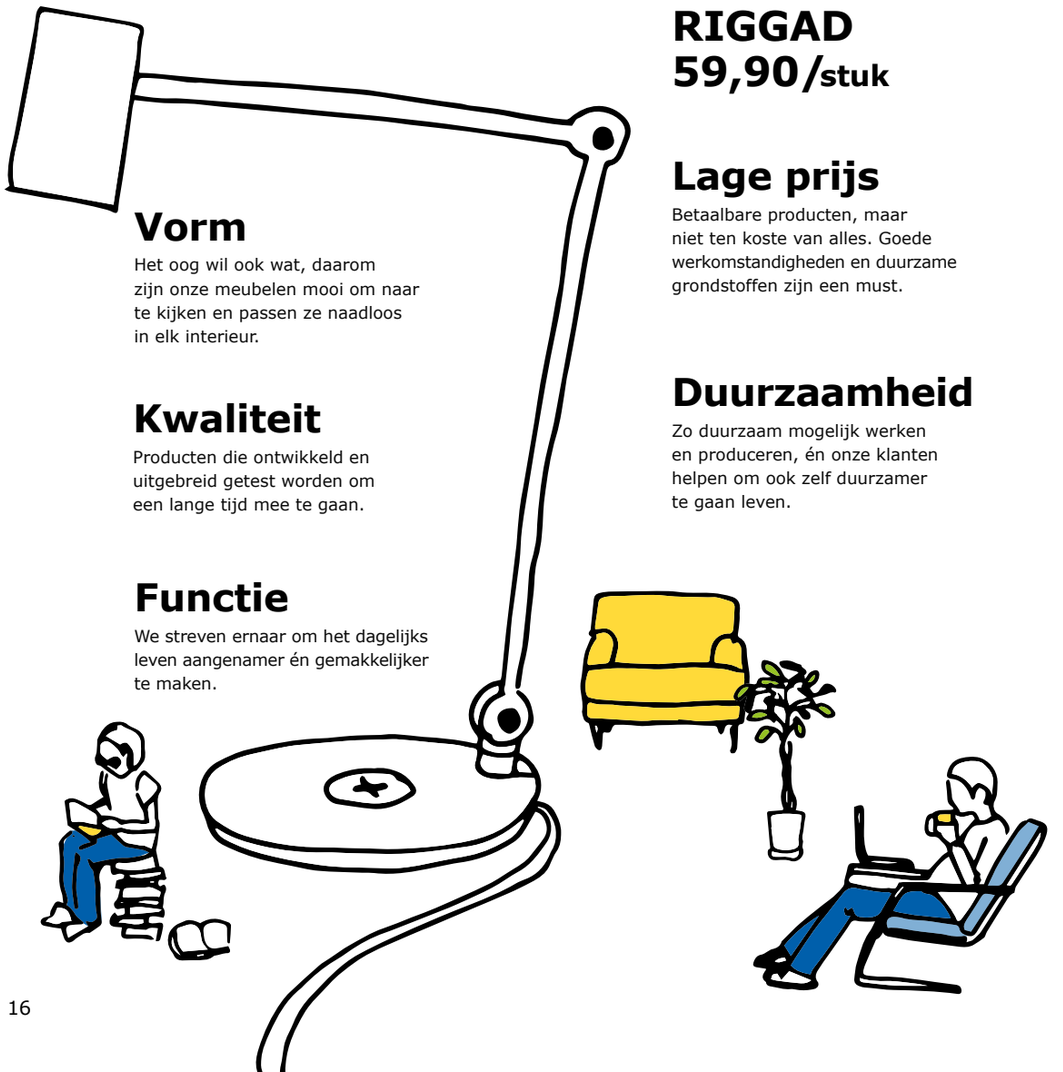
van ons elektriciteitsverbruik is afkomstig uit hernieuwbare bronnen, waarvan we **20%** zelf produceren.

91%

van het afval van onze woonwarenhuizen werd gesorteerd voor terugwinning (voor hergebruik, recyclage of energieopwekking) waarvan **78%** werd omgezet in bruikbare grondstoffen.

Democratisch design

Een beter dagelijks leven voor zoveel mogelijk mensen. Dat is de missie van IKEA, dat is de visie waar onze hele onderneming en al onze medewerkers van doordrongen zijn. IKEA zweert bij functionele producten van hoge kwaliteit, met een mooi en vernieuwend design, aan lage prijzen. We doen dat op een duurzame manier, zowel onze meubelen als de planeet moeten nog een hele tijd mee.



RIGGAD
59,90/stuk

Lage prijs

Betaalbare producten, maar niet ten koste van alles. Goede werkomstandigheden en duurzame grondstoffen zijn een must.

Duurzaamheid

Zo duurzaam mogelijk werken en produceren, én onze klanten helpen om ook zelf duurzamer te gaan leven.

Vorm

Het oog wil ook wat, daarom zijn onze meubelen mooi om naar te kijken en passen ze naadloos in elk interieur.

Kwaliteit

Producten die ontwikkeld en uitgebreid getest worden om een lange tijd mee te gaan.

Functie

We streven ernaar om het dagelijks leven aangenamer én gemakkelijker te maken.

Begrijpen hoe mensen thuis leven

Een thuis is veel meer dan een huis. Bij het ontwerpen van IKEA producten vertrekken we daarom van de dromen, wensen en behoeftes van mensen. Om te begrijpen hoe mensen leven in België leggen we elk jaar huisbezoeken af. We kijken achter de voordeur, en we luisteren vooral naar de mensen waar we aanbellen. Wat is hun favoriete plekje in huis? Wat missen ze? Waar zouden ze iets aan willen veranderen? Zo helpen onze klanten ons om onze producten en onze woonwarenhuizen voortdurend te vernieuwen en te verbeteren.

Maak plaats!

De woonkamer is dé centrale plek in huis. Een plek waar iedereen samenkomt. Een plek om te eten, om te spelen, om te praten, om te rusten, om te denken. Alles kan, niets moet. De woonkamer is het hart van elke woning. Daarom willen we onze klanten inspireren om stil te staan bij wat er écht toe doet voor hen, en om net voor die belangrijke en onmisbare dingen plaats te maken in de woonkamer.

Eén kamer, veel functies - Werken gebeurt niet altijd op kantoor, het kan evengoed aan de eettafel of in de zetel. Eten kan ook een keertje voor de televisie. Kinderen ravotten graag op het tapijt, om daarna rustig aan tafel te tekenen of te knutselen. De tijd dat elke ruimte in huis één specifieke functie had, die is voorbij. IKEA gaat voortdurend op zoek naar oplossingen om verschillende activiteiten in een kamer samen te brengen.

Leven op kleinere ruimtes - Over de hele wereld, ook in België, leven mensen steeds vaker in steden. De ruimte is er beperkt, de woningen zijn er kleiner, dus doktert IKEA creatieve en innovatieve oplossingen uit om elke beschikbare vierkante meter zo slim mogelijk te benutten.

LAT-relatie in hetzelfde huis - In de woonkamer zijn we graag gezellig samen, zonder dat we daarom dezelfde dingen hoeven te doen. Een slimme opdeling zorgt voor voldoende ademruimte voor iedereen in huis. Om apart toch samen te zijn.





Jolanda Wetzelaer,
Interieurspecialiste bij IKEA België
19 jaar ervaring

Door de huisbezoeken leren we hoe mensen in België thuis leven. Zo ontdekten we bijvoorbeeld dat de televisie bij Belgische gezinnen nog steeds een belangrijke plaats inneemt in de zitkamer. De televisie is echter niet langer hét centrale aandachtspunt, omdat er ook veel andere activiteiten in de zitkamer plaatsvinden. Daarom zoeken we bij IKEA meer en meer naar manieren om de televisie te integreren in het interieur. Dit is een van de vele voorbeelden van hoe onze 'fluid lives' ons huis en hoe we leven continu beïnvloeden.

Winkelen waar je wil, wanneer je wil





Hoe kunnen we nog toegankelijker worden voor onze klanten? Hoe kunnen we hen nog meer comfort en keuzes bieden? Die vragen stellen we ons bij IKEA België elke dag. Daarom hebben we de kanalen om onze klanten te ontmoeten gevoelig uitgebreid. Met nieuwe winkelformats en verbeterde distributieoplossingen willen we nog meer mensen bereiken met een groter en breder aanbod. Onze woonwarenhuisen en onze medewerkers zijn en blijven het kloppend hart van IKEA, maar we willen onze klanten ook extra mogelijkheden geven om IKEA te beleven.

Zo ontwikkelden we het gloednieuwe Click & Collect concept, en experimenteren we op onze website én in onze winkels volop met virtual reality. We hebben ons distributiecentrum in Winterslag (DC) omgetoverd tot een klantendistributiecentrum (CDC), en onze klantendienst (CSC) groeit fors om onze bereikbaarheid en beschikbaarheid voor onze klanten verder op te krikken.

Onze medewerkers waren de motor achter deze hele operatie. Een netwerk van 76 medewerkers - uit verschillende winkels, uit allerlei mogelijke functies, stuk voor stuk mensen met een passie voor verandering - zette als ambassadeurs mee de schouders onder het multichannel-verhaal. Zij maken onze andere medewerkers volop wegwijs in deze nieuwe omgeving.



IKEA Anderlecht



Richard Jimenez
Store Manager

16 maart 2005
Openingsdatum

476
Aantal medewerkers

35.191
Oppervlakte (m^2)

87%
gesorteerd afval
voor terugwinning.

66%
van energieverbruik
is afkomstig uit
hernieuwbare bronnen.

27%
elektriciteit opgewekt
door eigen zonnepanelen.

73%
hergebruikt
of gerecycleerd afval.

35%
van waterverbruik
is regenwater.

Lancering Click & Collect

In september 2016 startten we in IKEA Anderlecht het pilootproject Click & Collect. Deze gloednieuwe service laat klanten toe om IKEA producten online te bestellen, en ze later op te halen in de winkel of in één van de Pick-up Points. Dat de klant de winkel nu ook virtueel kan bezoeken, bracht grote uitdagingen en nieuwe verantwoordelijkheden met zich mee. Maar Click & Collect bleek een schot in de roos, met het eerste jaar al meer dan 4.000 bestellingen in Anderlecht. De primeur was voor een BILLY boekenkast, een van de eerste en meest bekende IKEA producten. Ook onze oudere producten hebben dus geen moeite om zich aan te passen aan een nieuwe omgeving. Na een geslaagde testfase in Anderlecht introduceerde IKEA Click & Collect ook elders in het land.

Woonwarenhuis wordt even festivalweide

De limited edition-collectie SPRIDD werd in juni feestelijk gelanceerd in IKEA Anderlecht. Omdat SPRIDD “urban, jong en hiphop” schreeuwt, gaf rapster Coely de aftrap met een druk bijgewoond concert. De kleurrijke collectie is van de hand van de Britse designer Kit Neale. Hij stak bestaande IKEA producten in een nieuw jasje, maar ontwierp ook nieuwe producten - opvallende tenten, thermosflessen,… - die de show stalen op de festivals.



IKEA en de rapster Coely openen festivalseizoen 2017



IKEA en de rapster Coely openen festivalseizoen 2017



Click & Collect afhaalpunt

Click & Collect

De moderne consument heeft aangepaste verwachtingen. Hij wil ook winkelen vanop afstand, en houdt zich niet aan openingsuren. Op die evolutie speelt IKEA in met de nieuwe service Click & Collect. Klanten kunnen online producten bestellen en betalen, waar en wanneer ze maar willen. Ze kunnen die producten vervolgens binnen de 24 uur komen ophalen. Dat kan uiteraard in een van onze 8 woonwarenhuizen, maar IKEA opende verspreid over heel België ook 17 splinternieuwe Pick-up Points. Zo krijgen de klanten die geen IKEA winkel vlakbij vinden toch de mogelijkheid om vlot en snel hun bestelde producten op te halen.

Sinds de lancering in september 2016, werden er via Click & Collect

18.000
bestellingen geplaatst.

670.000
artikelen verkocht.



KOMPLEMENT

deze plank, die deel uitmaakt van de PAX garderobekast,
is het meest verkochte artikel.

Is de klant uiteindelijk toch niet tevreden over de gekozen producten, dan heeft hij nog 365 dagen ruilrecht. Net zoals in de gewone winkel.

Click & Collect is een belangrijke stap voor IKEA, maar zeker geen eindpunt op vlak van toegankelijkheid en flexibel winkelen. De volgende stap in onze multichannelstrategie is onze webshop, waarbij klanten niet alleen online producten kunnen bestellen en betalen, maar ze ook thuis kunnen laten leveren. Die mogelijkheid introduceren we binnenkort.

Ik ben multichannel-ambassadeur omdat ik sterk geloof in de verandering van IKEA naar een meer virtuele winkel. Als early adopter wil ik hier graag aan meebouwen. Daarom probeer ik samen met een aantal collega's onze medewerkers warm te maken voor deze vernieuwingen. We proberen hen te motiveren, maar nemen ook de tijd om hun vragen te beantwoorden. Voor sommige afdelingen, zeker de logistieke, is er op korte tijd veel veranderd. Het succes van Click & Collect heeft er bijvoorbeeld toe geleid dat we helemaal anders zijn gaan nadenken over de manier waarop we werken.



Stef Annaert
Afdelingsmanager Logistiek in IKEA Anderlecht
21 jaar ervaring

IKEA Hasselt



Denis Hautcourt
Store Manager

3 februari 2016
Openingsdatum

312
Aantal medewerkers

38.275
Oppervlakte (m^2)

100%
van energieverbruik
is afkomstig uit
hernieuwbare bronnen.

84%
hergebruikt
of gerecycleerd afval.

26%
elektriciteit opgewekt
door eigen zonnepanelen.

95%
gesorteerd afval
voor terugwinning.

42%
van waterverbruik
is regenwater.

Virtuele pannenkoeken

IKEA omarmt nieuwe technologieën die onze klanten extra mogelijkheden bieden. Met IKEA VR Experience, een proefproject dat van februari tot mei in IKEA Hasselt liep, kregen klanten de kans om hun toekomstige keuken al eens virtueel uit te testen. Ze konden bijvoorbeeld pannenkoeken bakken aan een virtueel fornuis. Klanten konden proefoplossingen haast levensecht ervaren, en zo hun droomkeuken nog beter vormgeven.

Verjaardagsfeest van vier dagen

In februari vierde IKEA Hasselt haar allereerste verjaardag. Met een vier dagen durend verjaardagsfeest wilden we onze klanten verrassen en bedanken voor hun trouwe steun dit eerste jaar. Ze konden workshops en demonstraties volgen, of meedoen aan allerlei wedstrijden. Kinderen kregen extra veel aandacht tijdens de festiviteiten.



IKEA Hasselt is jarig!

Distributiecentrum Winterslag



Renate Broux
DC/CDC Manager

1 april 2002
Openingsdatum

261
Aantal medewerkers

92.300
Oppervlakte (m^2)

32%
van onze medewerkers
en uitzendkrachten is vrouw.



68%
van onze medewerkers
en uitzendkrachten is man.

20%
verhoging van
onze energieconsumptie
t.o.v. FY16. Dit is te wijten
aan onze uitbreiding.

42%
van ons waterverbruik
is regenwater.

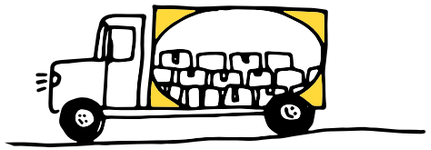
€ 22.317
schenkingen aan sociale
organisaties en projecten.



88%
van het afval werd omgezet
tot bruikbare grondstoffen.

100%
van ons elektriciteitsverbruik is afkomstig
uit hernieuwbare bronnen, waarvan we
98% zelf produceren.

61,40%
is het laadpercentage van onze
vrachtwagens in FY17.



Distributiecentrum nog dichter bij de klant

Het IKEA distributiecentrum in Winterslag heeft een oppervlakte zo groot als drie IKEA woonwarenhuizen. Dat is ook hard nodig, want naast de bevoorrading van Belgische en Nederlandse IKEA woonwarenhuizen, staat het distributiecentrum sinds september vorig jaar ook in voor thuisleveringen aan Belgische klanten. Een op maat gemaakte keuken, een grote sofa,…: producten die je niet zomaar even meeneemt bij IKEA en waar je misschien nog heel even op moet wachten, komen allemaal uit het distributiecentrum in Winterslag.

Om onze medewerkers goed voor te bereiden op deze uitbreiding, die hen nog dichter bij de klant brengt, kregen ze extra opleidingen. 75 nieuwe vaste medewerkers en nog eens 60 extra uitzendkrachten helpen de grote veranderingen opvangen.

Het IKEA distributiecentrum in Winterslag is een toonbeeld van diversiteit. Net geen derde van alle medewerkers (32 procent), inclusief de uitzendkrachten, is vrouw.
Dat is een fors stuk boven het streefdoel dat we binnen de IKEA Group hanteren voor onze distributiecentra. Met medewerkers van 15 verschillende nationaliteiten is het distributiecentrum in Winterslag een echte spiegel van de diverse Limburgse samenleving.

Ook duurzaamheid is bijzonder belangrijk in Winterslag. **43 procent** van de energie die het distributiecentrum verbruikt, komt uit hernieuwbare bronnen.
Onze elektriciteitsconsumptie is zelfs voor **100 procent** hernieuwbaar, **98 procent** produceert IKEA Winterslag zelf. De allereerste Belgische IKEA windturbine, Vestas 110, is sinds augustus in Winterslag te vinden. IKEA investeerde ten slotte in een speciale pers om het volume van ons karton- en plastic afval te verkleinen.



Distributiecentrum Winterslag



Wendy Ruysen
Acting Operations Support Manager in het IKEA Distributiecentrum
20 jaar ervaring

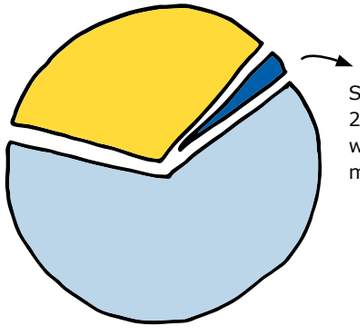
Nieuwsgierig, zo kan je mij het best omschrijven. Dingen bijleren en met nieuwe mensen samenwerken geeft mij energie. Ik ga graag op zoek naar nieuwe uitdagingen.
De recente ontwikkelingen in het distributiecentrum, het opstarten van een echt klantendistributiecentrum, zag ik als een spannende nieuwe stap. De klant staat nu een stuk dichter bij ons, wat een nieuwe dimensie geeft aan ons werk. Deze uitdaging gingen we als team met volle moed aan en brachten we tot nu toe tot een goed einde.

Hej, hoe kan ik je helpen?

Hebben klanten vragen voor, tijdens of na een aankoop? Het Customer Support Centre van IKEA biedt een luisterend oor om elke klant de juiste oplossing aan te reiken.

Naast telefoon en e-mail kunnen de klanten sinds dit jaar bij IKEA terecht via Facebook en chat. Ondertussen gebeurt al drie procent van onze klantencontacten via Facebook. We hebben ook onze beschikbaarheid uitgebreid, in lijn met de openingsuren van de winkel. Onze collega's staan nu dagelijks tot 20 uur, op vrijdag tot 21 uur, klaar om klanten zo snel en zo goed mogelijk verder te helpen.

Klantencontact via verschillende kanalen



33%
E-mail

64%
Telefoon

3%
Facebook en Chat

Door de vragen die onze medewerkers dagelijks beantwoorden, leren we elke dag meer over de behoeften van de klant, en kunnen we onze service en onze producten voortdurend verbeteren.

De meest gestelde vragen gaan over het al dan niet in voorraad zijn van producten, over garanties en garantietermijnen, en over algemene informatie zoals openingsuren, bereikbaarheid, commerciële acties, …

Om onze toegankelijkheid en bereikbaarheid verder te vergroten - ook via nieuwe kanalen als Facebook en chat - hebben we het afgelopen jaar in het Customer Support Centre dertig nieuwe collega's verwelkomd. We zijn nu met zo'n 160 mensen, ongeveer een derde van het aantal medewerkers in een gemiddeld IKEA woonwarenhuis.





Yousef El Mahmoudi
Afdelingsmanager Customer Support Centre, Frontline
2 jaar ervaring

Mijn collega’s en ik werken achter de schermen en daarom is het niet altijd voor iedereen duidelijk wat we bij het Customer Support Centre doen. Toch staan we dagelijks in contact met zowel winkels, klanten als externe partners, zoals monteurs en installateurs. Onze werkomgeving is erg onvoorspelbaar en dynamisch: elke dag zijn er nieuwe uitdagingen voor ons team, want bij Frontline krijgen we heel uiteenlopende vragen. Van detailvragen over de montage van een PAX kast tot de diameter van Zweedse balletjes. Voor elke vraag staan we klaar, en elke vraag krijgt een antwoord.

Elk talent telt

Cultuur en waarden

Onze woonwarenhuizen en onze medewerkers zijn de ziel van IKEA. We zijn er rotsvast van overtuigd dat de manier waarop we bij IKEA samenwerken ook uitstraalt naar onze klanten. Enthousiaste medewerkers maken enthousiaste klanten. Daarom investeren we fors in een inclusieve en open cultuur, waar elke medewerker 100 procent zichzelf kan zijn en kan groeien.

Werken bij IKEA betekent kansen krijgen en verantwoordelijkheid nemen. We kijken voorbij CV's, naar de talenten en mogelijkheden van mensen. Bij IKEA doen we dan ook ons uiterste best om die talenten zo vroeg mogelijk te spotten, en om een werkomgeving te creëren waarin mensen hun talenten maximaal kunnen ontwikkelen. Zo kunnen onze medewerkers uitgroeien tot zorgzame en betrokken leiders, die hun collega's helpen en inspireren om samen de allerbeste oplossingen te vinden voor onze klanten.

Om de cultuur en de waarden van IKEA nog meer te verankeren, organiseren we de opleiding "IKEA Way" voor onze medewerkers. Tijdens deze opleiding komen medewerkers van verschillende afdelingen met elkaar in contact, leren ze samenwerken en ontdekken ze zo de cultuur van IKEA.

1.089 medewerkers volgden de "IKEA Way"-opleiding dit jaar.







Liesbet Boeckx
Talent Manager bij IKEA België
10 jaar ervaring

Bij IKEA beschouwen we iedereen als een talent. We geloven dat al deze talenten het hart van ons bedrijf vormen en dat ieder van hen, individueel en als groep, bijdraagt aan onze groei. Nu ik alle units van IKEA België bezocht heb tijdens de People Days ben ik hiervan zelfs nog meer overtuigd. Zolang we geloven in onszelf en in anderen ontwikkelen we steeds verder.

Altijd en overal de unieke IKEA spirit

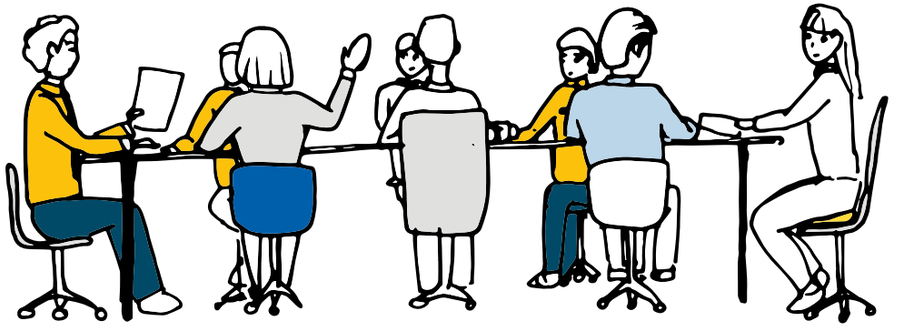
Nu steeds meer mensen hun producten online kopen, zet IKEA ook in op extra kanalen om klanten te ontmoeten. Op **17 verschillende locaties** hebben we Pick-up Points geopend voor online bestellingen, volgend jaar leveren we die ook thuis. Maar het maakt niet uit hoe klanten met IKEA in contact komen, ze moeten altijd en overal de unieke en herkenbare IKEA spirit terugvinden: open, inclusief, eerlijk.

In die veranderende omgeving is het belangrijker dan ooit om onze waarden en onze cultuur over te dragen naar een nieuwe generatie IKEA medewerkers. Zij zijn onze allereerste en onze allerbelangrijkste ambassadeurs, zij zijn de mensen die de typische IKEA spirit belichamen.

Ons training- en opleidingsprogramma voor afdelingsmanagers - dat hen op één jaar tijd klaarstoomt om leiderschap te tonen, om initiatief te nemen en om veranderingen succesvol door te voeren - besteedt dan ook bijzonder veel aandacht aan de gelijkheid, samenhorigheid en inclusiviteit die IKEA zo hoog in het vaandel draagt.

Bij onze woonwarenhuizen, hoofdkantoor en Customer Support Centre volgden onze medewerkers in totaal **55.432 uren training**.

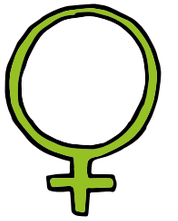




Spiegel van de samenleving

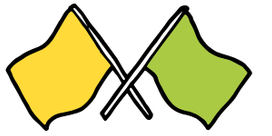
IKEA hecht ontzettend veel belang aan diversiteit en gelijke kansen. We vinden het cruciaal dat onze medewerkers een weerspiegeling vormen van de samenleving rondom ons. We kijken voorbij de verschillen tussen mensen, en gaan op zoek naar wat hen verbindt: talenten die bij de waarden van ons bedrijf passen en een passie om zichzelf te ontwikkelen.

Bij onze woonwarenhuizen, hoofdkantoor en Customer Support Centre:



48%
vrouwelijke managers.

65
verschillende nationaliteiten.





23%
medewerkers ouder dan 45.

We garanderen al onze mensen gelijke kansen. Heel wat medewerkers die nu een managementfunctie bekleden, zijn bijvoorbeeld ooit bij IKEA begonnen als student. Onze managers proberen zo goed mogelijk in de gaten te houden waar medewerkers goed in zijn, en zoeken maximaal naar doorgroeimogelijkheden die aansluiten bij die talenten.

In 2017 organiseerden we onze jaarlijkse “People Days”, waar 120 talentvolle medewerkers, het management en de talentenmanager van IKEA met elkaar in gesprek gingen. Centraal stond de vraag: “Hoe kan ik mijn talenten zo goed mogelijk benutten?” In workshops en tijdens de lunch stonden open gesprekken en stevige discussies rond ontwikkeling binnen IKEA op de agenda.

**Tijdens de talentlunch op de "People Day" kreeg ik de kans om met veel ervaren IKEA collega's te praten, uit allerlei afdelingen en functies.
Er was één constante die in elk gesprek naar boven kwam: IKEA is een werkomgeving waar je gewaardeerd wordt als persoon en waar je echt gestimuleerd en opgeleid wordt om je talenten maximaal te ontwikkelen.
Dit is wat ik het afgelopen jaar ook ervaren heb, zelfs al werk ik als student enkel op zaterdag. Cultuur en waarden werken binnen IKEA als een stimulerende factor.**



Samira Ghaznawi
Kassamedewerkster in IKEA Wilrijk
1 jaar ervaring

IKEA Bergen



Rey Mizele
Deputy Store Manager

10 februari 2016
Openingsdatum

345
Aantal medewerkers

35.379
Oppervlakte (m^2)

100%
van energieverbruik
is afkomstig uit
hernieuwbare bronnen.

79%
hergebruikt
of gerecycleerd afval.

17%
van waterverbruik
is regenwater.

92%
gesorteerd afval
voor terugwinning.

25%
elektriciteit opgewekt
door eigen zonnepanelen.

Opruimacties

Bij IKEA Bergen nemen we de recyclage van ons afval erg serieus. Zo slaagden we er het afgelopen jaar in om 92 procent van ons afval te sorteren, dankzij de dagelijkse inzet van onze medewerkers. Verder nam een team van vrijwilligers deel aan twee opruimacties die BeWapp en COMEOS op poten zetten. Zowel rond de winkel als in de omliggende straten ruimden ze afval, zoals blikjes en sigarettenpeuken, op. Dankjewel aan deze collega-vrijwilligers!

Feesten met de klanten en de buren

Net zoals de inwoners van Bergen houden we bij IKEA Bergen van feestjes.
Onze eerste verjaardag in februari was een uitstekende aanleiding om onze medewerkers, onze klanten en onze buren in de bloemetjes te zetten. Klanten konden voor één keer een kijkje nemen achter de schermen van het woonwarenhuis, buren konden genieten van een heerlijk ontbijt, en de medewerkers vierden één jaar IKEA Bergen met een groot avondfeest in de winkel.



IKEA Bergen is jarig!

Betrokken leiders met een hart voor medewerkers en klanten

IKEA gelooft dat iedereen talent heeft. Om die talenten te ontwikkelen en van al onze medewerkers betrokken en zorgzame leiders te maken, hebben we ons "Caring Leadership" programma opgezet. Deze manier van leiding geven versterkt de betrokkenheid en creëert een werksfeer waarin iedere medewerker zich vertrouwd en veilig voelt. IKEA wil medewerkers stimuleren om zich zowel professioneel als persoonlijk te ontwikkelen. Beiden gaan hand in hand. Als onze medewerkers eerlijk, genereus en empathisch zijn, zal onze organisatie dat ook zijn.

We organiseren opleidingsdagen en trainingen waarmee we in drie jaar tijd alle medewerkers in België willen bereiken. In FY17 hebben we het management en de winkelmanagers getraind. Ze geven leiding met zorg voor hun team en voor onze klanten, en denken strategisch mee over hoe IKEA nog klantgerichter kan zijn.

135 managers deden mee aan ons "Caring Leadership"-programma in FY17.



Dankzij het programma "Caring Leadership" ben ik me sterker bewust van hoe ik met medewerkers en klanten omga. Zo legt het programma nadruk op waarden zoals respect, authenticiteit, eerlijkheid, vertrouwen en empathie. Uiteindelijk kan ik zowel met klanten als met medewerkers op een betere en unieke manier samenwerken. Door de consequente toepassing van deze waarden bij IKEA Hognoul ben ik ervan overtuigd dat we op onze lokale markt zullen blijven groeien.



Fabien Nonnez
Store manager IKEA Hognoul
19 jaar ervaring

IKEA Aarlen



Christophe Adrien
Store Manager

24 augustus 2005
Openingsdatum

365
Aantal medewerkers

34.005
Oppervlakte (m^2)

90%
gesorteerd afval
voor terugwinning.

75%
hergebruikt
of gerecycleerd afval.

27%
elektriciteit opgewekt
door eigen zonnepanelen.

76%
van energieverbruik
is afkomstig uit
hernieuwbare bronnen.

43%
van waterverbruik
is regenwater.

Hergebruik van oud IKEA textiel

Een van onze medewerkers nam het initiatief om het oude huistextiel van het woonwarenhuis te verzamelen en het te schenken aan de organisatie Rayon Du Soleil. Deze kleine vrijwilligersorganisatie zorgt voor tewerkstelling van mensen met een beperking, door oud textiel te recycleren in nieuwe producten. Die verkopen ze dan op kerstmarkten en andere lokale evenementen. IKEA Aarlen wil nog een stap verder gaan. We willen niet alleen textiel doneren, we hopen de producten in de toekomst ook in ons woonwarenhuis te kunnen verkopen. Alle winst zal dan uiteraard rechtstreeks naar Rayon Du Soleil gaan.

Een thuis voor de kinderen in L'Etape

L'Etape à Marbehan vangt 15 meisjes en jongens tussen 0 en 18 jaar op, die kampen met ernstige familieproblemen, en begeleidt ze op school. Om de kinderen van L'Etape zo goed mogelijk te helpen, hebben onze medewerkers zich vooral gefocust op de core business van IKEA: binnen- én buitenhuisinrichting. In de tuin voorzagen we tafels en banken, maar ook twee barbecues, twee parasols en slingers van lampjes op zonne-energie. Verder richtten we de verschillende gemeenschappelijke ruimtes in en hebben onze medewerkers ook de slaapkamers van alle kinderen personnlijk van meubels voorzien, zodat ze zich ook in L'Etape zo goed mogelijk thuis kunnen voelen.



L'Etape à Marbehan

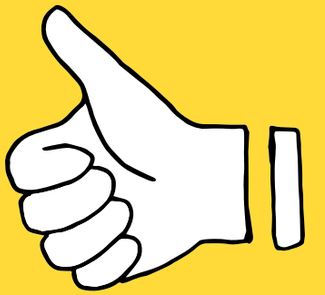


De tool SÄLJA

Snel, flexibel en innovatief inspelen op noden van klanten

Onze klanten komen steeds vaker via online kanalen in contact met IKEA. Met de smartphone of de tablet vinden ze in twee tellen de informatie die ze nodig hebben. Maar ook bij IKEA zelf innoveren we voortdurend onze processen en structuren. Onze medewerkers zetten meer en meer digitale middelen in om klanten sneller en flexibeler te kunnen helpen.

De tool SÄLJA is daar een voorbeeld van: onze klassieke medewerker die vroeger vooral achter de informatiebalie te vinden was, werkt nu steeds vaker mobiel in de winkel met een tablet in de hand. Via de nieuwe app IKEA on the go vinden medewerkers vlot gedetailleerde productinformatie. Met een speciale quiz kunnen onze Belgische medewerkers het competitiebeest in zichzelf loslaten, en de virtuele competitie aangaan met andere medewerkers in letterlijk alle uithoeken van de wereld.



TACK!

Tack is Zweeds voor “dank je”. Met ons Tack!-loyaliteitsprogramma willen we onze medewerkers bedanken voor hun inzet en trouw en langdurige werkrelaties stimuleren. Bovendien ligt bij IKEA België het verloningspakket gemiddeld 7 procent hoger dan bij vergelijkbare bedrijven in onze sector. Zo tonen we waardering voor de bijdrage die onze medewerkers leveren aan het succes van IKEA.

Met SÄLJA en de app IKEA on the go, volgt IKEA de evolutie van digitalisering. Nu kunnen we alle productinformatie op een en dezelfde plek terugvinden, gaande van concept en design van het product tot voordelen en decoratiesuggesties. Maar deze apparaten zorgen vooral voor grote beweeglijkheid en nabijheid. Door de combinatie van SÄLJA en slimme printers, bijvoorbeeld, kunnen we nu een bestelling opmaken van overal in het departement, zelfs van op de sofa naast onze klant. De spelletjes van IKEA on the go zijn ook 'fun', ze creëren een goede sfeer onder de medewerkers en helpen de productkennis te vergroten! Dankzij deze vernieuwingen blijven we ons elke dag weer verder ontwikkelen, een van de waarden die ik uiterst apprecieer bij IKEA.



Sébastien Demaret
Afdelingsmanager Verkoop Woonkamers bij IKEA Aarlen
5 jaar ervaring

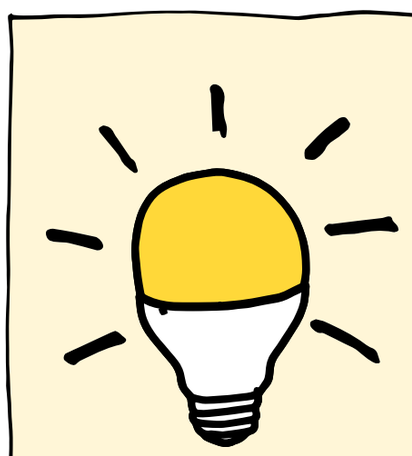
Samen gaan we groener

Een duurzamer leven thuis

IKEA wil een positieve impact hebben op mens en planeet. We werken zo duurzaam mogelijk, en met innovatieve maar betaalbare oplossingen helpen we onze klanten om ook thuis duurzamer te leven. Vaak kleine, eenvoudige stappen die echter een gigantisch verschil kunnen maken als onze klanten wereldwijd ze samen zetten.

In onze winkels bieden we zo'n 500 producten aan die klanten toelaten om energie en water te besparen en afval beter te sorteren. Voorbeelden hiervan zijn ledverlichting, waterbesparende kranen en gebruiksvriendelijke afvalsorteerbakken. De verkoop van die extra duurzame producten steeg het voorbije jaar met 12 procent.

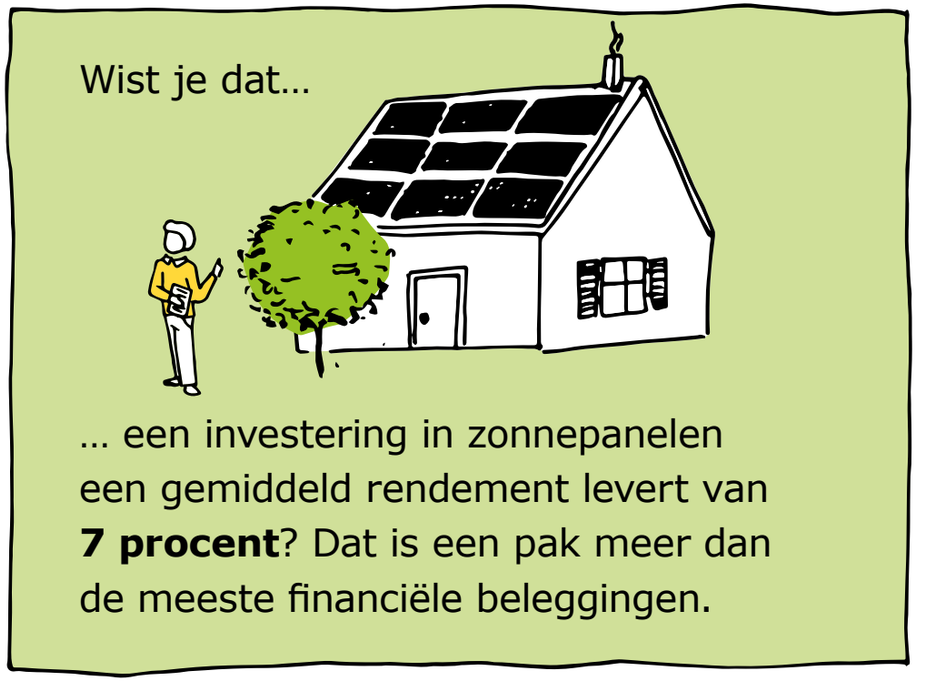
We leggen de lat nog hoger door de schoonste bron van energie - de zon - toegankelijk te maken voor iedereéén.



2,5 miljoen
led lampen

In FY17 hebben wij in totaal meer dan 2,5 miljoen ledlampen verkocht. Als alle ledlampen die we dit jaar verkochten gloeilampen vervangen, leveren ze een besparing op van 95 miljoen kWh. Dat is het gemiddeld elektriciteitsverbruik van zowat 27.000 Belgische gezinnen.[3]

[3] Verondersteld dat deze ledlampen drie uur per dag branden en gloeilampen vervangen.



Zonnepanelen op elk dak

SOLSTRÅLE is het Zweedse woord voor zonnestraal. Het is ook meteen de naam die we hebben gekozen voor de zonnepanelen die we voortaan aanbieden aan onze klanten.

IKEA België maakt zelf al jaren gebruik van zonne-energie. De zonnepanelen op de daken van onze woonwarenhuizen spelen een bijzonder grote rol in onze ambitie om tegen 2020 volledig energieneutraal te zijn. Maar nu willen we ook voor onze klanten de drempel naar beneden halen om zonnepanelen te installeren.

IKEA België biedt zonnepanelen aan in samenwerking met Solarcentury, een van de grootste en meest betrouwbare zonne-energiebedrijven ter wereld. We willen onze Belgische klanten de kans geven om op een eenvoudige manier en aan de beste prijs zonnepanelen te installeren op hun dak.

Klanten kunnen online een eerste prijsschatting maken voor zonnepanelen op hun dak en ontvangen een gedetailleerde offerte op maat. Als ze vervolgens akkoord gaan met de offerte volgt nog een technisch bezoek. Daarna kan de klant de zonne-installatie aankopen. Solarcentury neemt de volledige installatie voor zijn rekening (hier kan zelf monteren bij hoge IKEA uitzondering even niet) maar evengoed alle administratieve elementen.

IKEA Wilrijk



Diana Hartman
Store Manager

4 november 1985
Openingsdatum

536
Aantal medewerkers

34.647
Oppervlakte (m^2)

90%
gesorteerd afval
voor terugwinning.

76%
van energieverbruik
is afkomstig uit
hernieuwbare bronnen.

43%
van waterverbruik
is regenwater.

77%
hergebruikt
of gerecycleerd afval.

13%
elektriciteit opgewekt
door eigen zonnepanelen.

Op de SLADDA fiets

Omdat steeds meer mensen in de stad leven, dachten we bij IKEA na over mobiliteit voor onze klanten. Zo ontwierpen we de eerste IKEA fiets. SLADDA is verkrijgbaar sinds januari en won met haar lichte aluminiumframe en handige kliksysteem al meteen twee prijzen voor design. In samenwerking met Natuurpunt organiseerde IKEA Wilrijk in juni een SLADDA workshop en een fietstocht in het natuurgebied van de Neerlandwijk voor IKEA FAMILY leden. De deelnemers waren erg enthousiast over de kwaliteit van SLADDA én over het ontdekken van een ongekend stukje natuur in de directe omgeving van IKEA Wilrijk.

Verbouwing van de markthal

De markthal van IKEA Wilrijk werd in de lente van FY17 verbouwd. De vernieuwde markthal bezorgt de klanten niet alleen extra veel inspiratie, ze vinden ook vlotter de producten die ze zoeken terug. Er zijn nu meer verschillende producten beschikbaar en er is een grotere voorraad voorhanden. De verbouwingen werden afgesloten met een feestweekend, waarop we 22.000 bezoekers ontvingen.



Het feestweekend van IKEA Wilrijk na de verbouwing van de markthal



Een circulair IKEA

Bij IKEA denken we zorgvuldig na over de volledige levenscyclus van onze producten: voor, tijdens en na het gebruik. Elke keer opnieuw willen we meer doen met minder.

Met campagnes als "Red de meubelen!" moedigen we onze klanten aan om hun IKEA meubelen een tweede leven te geven. Zo brengen we circulariteit ook bij de Belgen in huis. Om te vermijden dat onze producten verkommeren op zolder of in de kelder, of - erger nog - bij het afval belanden terwijl ze eigenlijk nog perfect bruikbaar zijn, heeft IKEA samenwerkingen opgezet met verschillende kringwinkels.

Onze klanten kunnen onze matrassen gedurende 90 dagen testen. Wij kunnen ze dan niet meer verkopen, maar onze partners vinden er vaak een goede bestemming voor. Net zoals voor sofa's die we terugnemen bij de levering van een nieuw exemplaar.

We gaan ook actief op zoek naar oplossingen voor ons eigen afval. We maken steeds vaker producten uit gerecycleerde materialen. Bij onze strakke en stijlvolle KUNGSBACKA keuken zijn de deuren gemaakt van houtresten en gerecycleerde PET-kunststof. TÅNUM, een kleurrijk vloerkleed, is dan weer vervaardigd uit restjes bedlinnen. En het hout dat we zelf niet meer kunnen gebruiken, geven we weg aan klanten die er misschien wel nog een nieuwe bestemming voor vinden.

"We proberen duurzaamheid zoveel mogelijk bij onze klanten thuis te brengen, maar stimuleren hen ook mee te werken aan een circulaire economie, bijvoorbeeld met onze "Red de meubelen!"-campagne, door ons oud hout gratis aan te bieden en door duurzamere producten te ontwerpen. Op die manier maken we het eenvoudig en betaalbaar voor mensen om zelf duurzamer te leven."



Caroline Gastaud
Sustainability Manager IKEA België
12 jaar ervaring

Red de meubelen!

In plaats van oude meubelen op zolder of in de kelder te laten verkommeren, moedigen we onze klanten aan om meubels of accessoires te hergebruiken. Hiervoor bedachten we vijf oplossingen:

Vernieuw ze!

Onze website serveert tips en tricks om IKEA meubelen nieuw leven in te blazen. We organiseren ook workshops om meubelen te leren vernieuwen.

We hebben in FY17 in totaal **9 workshops** op poten gezet.

Geef ze weg!

IKEA België werkt samen met organisaties zoals 'Les Petits Riens' en 'De Kringwinkel'. Zo gaan meubelen die thuis uit de gratie vallen, maar nog in goede staat zijn, toch nog naar een nieuwe eigenaar.



Verkoop ze!

Klanten kunnen oude IKEA meubelen verkopen in de koopjeshoeken van onze woonwarenhuizen.

1.305 meubelen van klanten werden tweedehands verkocht via IKEA.

Geef ze terug!

We nemen oude zitbanken en matrassen mee als we nieuwe exemplaren thuis leveren. Ze worden geschonken aan de sociale economie om ze opnieuw te verkopen. Is de zitbank of matras niet meer in goede staat, dan wordt ze gerecycleerd of verbrand voor energierecuperatie.

2.074 matrassen en zitbanken werden opgehaald. Dat is bijna **50%** meer dan vorig jaar!

Herstel ze!

We bieden heel wat gratis reserveonderdelen aan om IKEA producten te herstellen.

4.899 reserveonderdelen opgevraagd.

Nieuw leven voor oud textiel

Het sorteren van kleding is uitstekend ingeburgerd in België. We merkten echter dat er nog weinig mogelijkheden bestaan rond het hergebruiken van huistextiel, zoals keukenhanddoeken en bedlinnen. Omdat we het voor onze klanten zo gemakkelijk mogelijk willen maken om te recycleren, proberen we de behoeften en mogelijke oplossingen rond hergebruik van huistextiel beter in kaart te brengen. Zo stuurden we een enquête uit om te peilen naar het gedrag van onze klanten, en organiseerden we een brainstormsessie ("ikeation") met specialisten in de materie om kennis en inzichten te delen.



2/3

2 op 3 Belgen recycleert oud textiel door het te hergebruiken met een ander doel.
Dit geldt vooral voor handdoeken, bedlinnen en tafellakens.

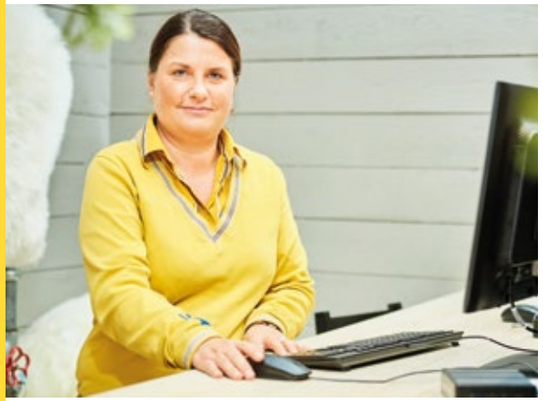
1/4

1 op 4 Belgen denkt niet aan het recycleren van oud huistextiel.

1/2

1 op 2 Belgen toont interesse in de eindbestemming van de inhoud van textielcontainers.

IKEA Zaventem



Sophie Duboué
Deputy Store Manager

27 september 1984
Openingsdatum

621
Aantal medewerkers

36.445
Oppervlakte (m^2)

92%
gesorteerd afval
voor terugwinning.

63%
van energieverbruik
is afkomstig uit
hernieuwbare bronnen.

13%
elektriciteit opgewekt
door eigen zonnepanelen.

80%
hergebruikt
of gerecycleerd afval.

29%
van waterverbruik
is regenwater.

Een tweede leven voor houtafval

In IKEA Zaventem liep in FY17 een tijdelijk pilootproject rond houtdonatie.
Het houtafval dat we zelf niet kunnen vermijden, boden we gratis aan onze klanten aan, zodat zij er op eigen houtje een tweede leven aan kunnen schenken.
Het project was een overweldigend succes: in de maand maart werd 35 procent van het oude hout meegenomen en in april zelfs 46 procent, waardoor ons houtafval enorm verminderde.



Houtdonatie bij IKEA Zaventem

Studieruimte en speelhoek voor Cidar

Jongerencentrum Cidar richt hulpverlening in voor jongeren die kampen met familiale problemen, gedragsproblemen, druggebruik,… Cidar helpt zowel de jongeren als de rest van hun gezin. In juni 2017 organiseerde IKEA Zaventem een “Cidardag”, waarbij medewerkers hielpen om het gebouw van Cidar te verbeteren. In de leefgroep is het huisje in de tuin ingericht als een studie- en knutselruimte en werd het onthaal voorzien van een speelhoek. We gingen nog een stapje verder, door in de winkel van IKEA Zaventem enkele studenten van Cidar aan het werk te helpen.

Energie en hulpbronnen

Energie

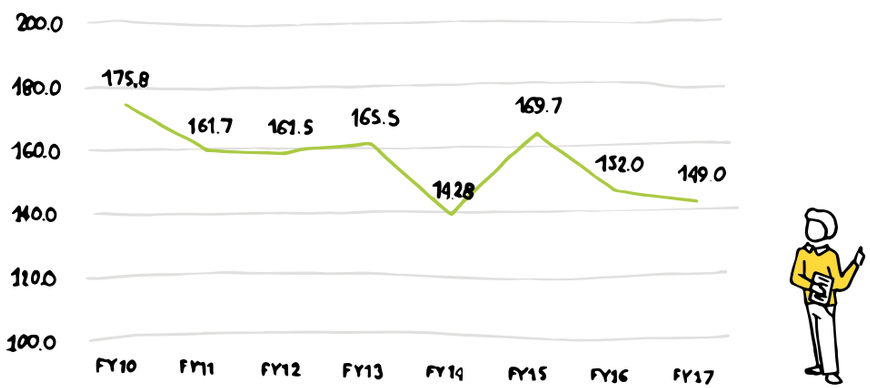
De IKEA Group wil tegen 2020 volledig onafhankelijk zijn op vlak van energie. Ook IKEA België zet de schouders onder die ambitieuze doelstelling. We willen zelf evenveel energie produceren als we verbruiken.

De eerste vraag die we ons stellen, is hoe we ons energieverbruik steeds verder naar beneden krijgen. We meten ons verbruik voortdurend, dat inzicht laat ons toe om altijd net dat tikkeltje slimmer en zuiniger te werken. De daken van onze woonwarenhuizen nog beter isoleren, de temperatuur in onze winkels nog beter controleren, efficiëntere liftsystemen gebruiken in onze magazijnen,… Allemaal ingrepen waarmee we jaar na jaar vooruitgang boeken.

Sinds dit jaar verlichten we alle woonwarenhuizen van IKEA België uitsluitend met ledverlichting. Ledlampen leiden door hun hogere energie-efficiëntie tot een sterk gereduceerde CO_2-uitstoot. Ze gaan bovendien veel langer mee, waardoor we minder afval produceren. In een volgende fase richten we ons ook op de verlichting van onze parkings.

Ons energieverbruik per vierkante meter is met **2 procent** gedaald t.o.v. vorig jaar en met **15 procent** t.o.v. FY10.

Energieverbruik IKEA België (KWh/m²)



Onze tweede belangrijke focus ligt op hernieuwbare energie. Onze eigen zonnepanelen staan ondertussen al in voor **26 procent** van het elektriciteitsverbruik van onze woonwarenhuizen en ons distributiecentrum. Sinds september kunnen we ook vertrouwen op windenergie. Het distributiecentrum in Winterslag is uitgerust met de allereerste Belgische IKEA windturbine. Met Vestas 110 hebben we de ambitie om **40 procent** van het energieverbruik van het distributiecentrum te dekken. Deze windturbine is opnieuw een stap in de richting van energieneutraliteit.



De eerste Belgische IKEA windturbine in Winterslag

Als facility manager in IKEA Hognoul was ik verantwoordelijk voor zowel het monitoren van energie-, waterverbruik en afval, als voor het onderhoud van het gebouw en de buitenomgeving. De afgelopen 33 jaar heb ik dus de technologische vooruitgang binnen IKEA van dichtbij mogen meemaken, met nieuwe installaties voor verwarming en koeling, het gebruik van regenwater, en hernieuwbare energie zoals onze eigen zonnepanelen. Vandaag deel ik mijn ervaring, mijn kennis en vooral mijn passie met de facility managers van de andere winkels van IKEA België. Ik begeleid hen in hun dagelijkse werk en organiseer opleidingen. Samen zijn we als het orkest in een opera. We werken ondergronds, een beetje in de schaduw. We zoeken manieren om ons energie en waterverbruik te verminderen, maar tegelijkertijd verzekeren we het comfort van al onze klanten en onze medewerkers.



Joseph Failla
Facility Manager Competence Developer bij IKEA België
33 jaar ervaring

IKEA Hognoul



Fabien Nonnez
Store Manager

11 april 1985
Openingsdatum

435
Aantal medewerkers

34.077
Oppervlakte (m^2)

90%
gesorteerd afval
voor terugwinning.

71%
van energieverbruik
is afkomstig uit
hernieuwbare bronnen.

26%
van waterverbruik
is regenwater.

78%
hergebruikt
of gerecycleerd afval.

32%
elektriciteit opgewekt
door eigen zonnepanelen.

Data maken duurzaam

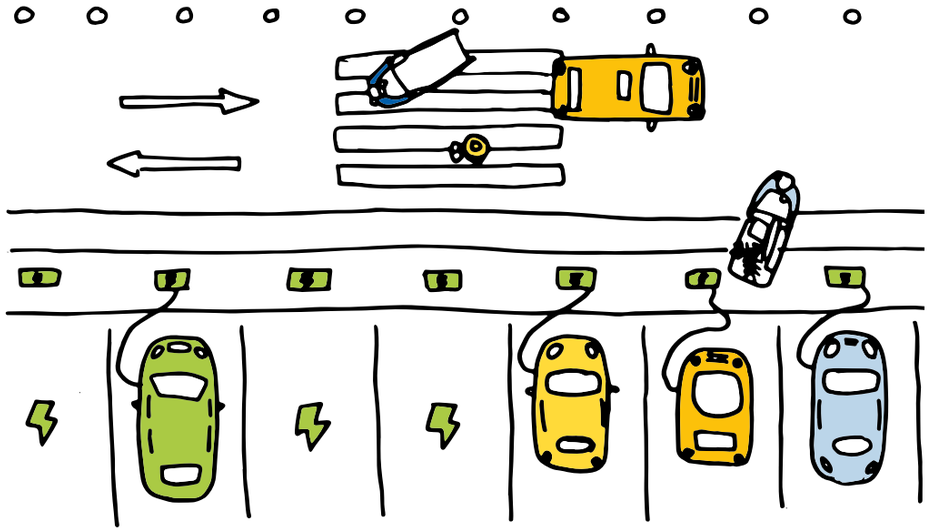
In IKEA Hognoul startte dit jaar een ambitieus pilootproject: onze nieuw ontwikkelde tool Emaze verzamelt automatisch data over de consumptie van energie en water. Zo houden we ons verbruik in de gaten en vallen grote afwijkingen meteen op. Door de verbruiksgegevens vervolgens te vergelijken met de buitentemperatuur en de neerslag, beheren we ons energie- en waterverbruik veel beter. Als dit proefproject vlot draait, implementeren we het ook in de andere winkels van IKEA België.

Nieuw ballenbad en bistro

IKEA Hognoul sloeg het afgelopen jaar aan het renoveren. Na acht jaar en duizenden kinderen werd het tijd om onze speelplek Småland te vernieuwen. Sinds juni FY17 verwelkomen we de kinderen op nieuwe vloeren en entertainen we hen met een pak nieuw speelmateriaal. En omdat iedereen wel eens opnieuw kind wil zijn, mochten ook alle medewerkers van IKEA Hognoul een duik te nemen in het ballenbad. Verder namen we de bistro onder handen om deze extra duurzaam en sfeervol te maken. Ten slotte staken we ook de keukenzone, waar we samen met onze klanten hun droomkeuken stap voor stap uittekenen, in een nieuw jasje.



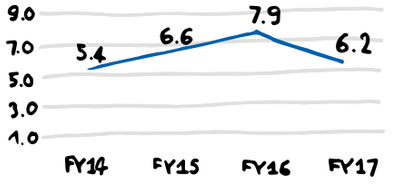
Het nieuwe ballenbad van IKEA Hognoul



Regenwater recycleren

We proberen ons waterverbruik drastisch te verminderen. Vorig jaar hadden we nog een lek bij IKEA Anderlecht, door ons verbruik nauwlettend te monitoren willen we verspilling in de toekomst snel opsporen en zoveel mogelijk vermijden. Dit jaar is ons waterverbruik per bezoeker met **21 procent** gedaald t.o.v. vorig jaar.

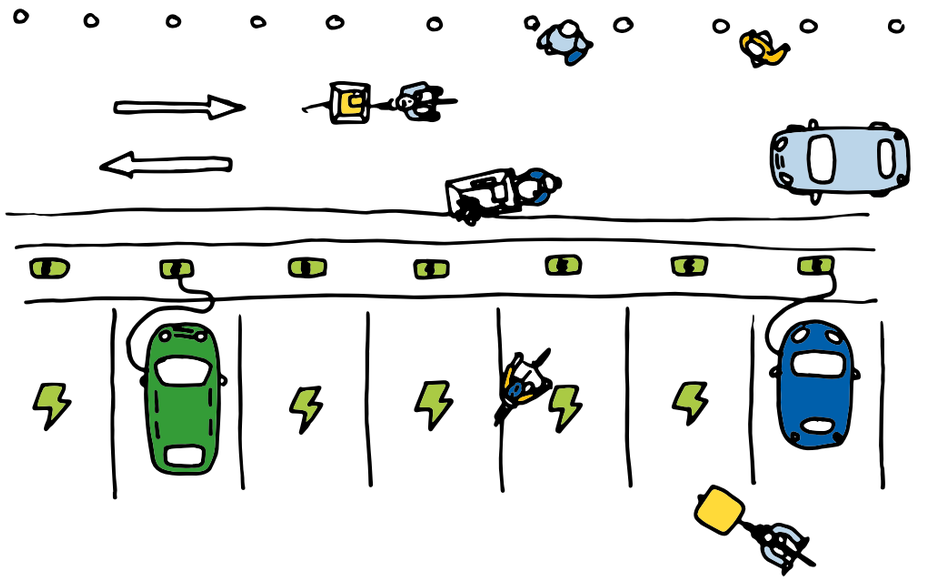
Waterverbruik per bezoeker IKEA België (liter/bezoeker)



Daarnaast maken we in alle IKEA vestigingen gebruik van regenwater om de toiletten door te spoelen. In FY17 was **30 procent** van al het water dat onze woonwarenhuizen verbruikten regenwater.

Afval is een grondstof

We proberen afval eerst en vooral zoveel mogelijk te vermijden. Het afval dat we niet kunnen vermijden, proberen we zo goed mogelijk te sorteren voor hergebruik, recyclage of energieopwekking. Daarom beschouwen we afval bij IKEA niet als een probleem, maar als een oplossing. Als een waardevolle grondstof. Liefst **91 procent** van het afval van onze woonwarenhuizen sorteren we. We zoeken voortdurend oplossingen om onze producten op het einde van hun leven maximaal te hergebruiken. We hebben dit jaar bijvoorbeeld een manier gevonden om oude matrassen te ontmantelen om ze beter te kunnen recyclen. Toch hebben we onze doelstelling van 80 procent hergebruik en recyclage net niet gehaald, het afgelopen jaar werd **78 procent** van het gesorteerd afval van de woonwarenhuizen hergebruikt of gerecycleerd. De grootste uitdaging blijft het vinden van oplossingen voor oud textiel, hout en oude sofa's. Die zoektocht zetten we volgend jaar onverminderd voort.



Alternatieven voor de auto

Iedere dag trachten we onze klanten en medewerkers te stimuleren om voor groene mobiliteit te kiezen. We betalen de vervoerskosten van medewerkers die het openbaar vervoer nemen volledig terug, en de fietsers kunnen rekenen op een fietsvergoeding. Net als vorig jaar komt **27 procent** van de medewerkers van onze IKEA woonwarenhuizen al te voet, met het openbaar vervoer of met de fiets. We blijven werken aan campagnes en projecten om dat cijfer verder op te krikken, maar het is niet altijd eenvoudig om soms jarenlange gewoontes van onze medewerkers te veranderen. Door de omvang van onze woonwarenhuizen bevinden ze zich niet altijd op meest centrale of makkelijkst bereikbare locaties.

We hebben gemerkt dat onbekend ook onbemind maakt. Met speciale campagnes hebben we verbindingen met het openbaar vervoer - zoals tram 1 die bijna voor de deur van IKEA Gent stopt - in de verf gezet. In Bergen werkte IKEA samen met openbare vervoersmaatschappij TEC om ook op de zondagen dat ons woonwarenhuis open is een vlotte busverbinding te verzekeren. Klanten van IKEA kunnen dan gratis de bus nemen.

Met verschillende diensten zoals thuislevering, het verhuur van bestelwagens of een taxidienst garanderen we alternatieven zodat klanten niet zelf met de auto naar IKEA moeten komen. Het afgelopen jaar kwam **9 procent** van onze klanten niét met de auto naar IKEA, dat cijfer willen we de komende jaren absoluut verder de hoogte in krijgen.

Om groene mobiliteit nog een extra duwtje in de rug te geven, zijn al onze winkels voorzien van laadpalen voor elektrische wagens of fietsen.

Voor mensen en gemeenschappen

Een dagelijks leven creëren voor zoveel mogelijk mensen, dat is de missie van IKEA. Dat geldt voor onze medewerkers en onze klanten, maar dat geldt evengoed voor de gemeenschappen waar we met onze woonwarenhuizen deel van uitmaken.

Al onze winkels steunen projecten in hun buurt die zich inzetten om het leven van kinderen te verbeteren. IKEA België stelt voor ieder woonwarenhuis een budget van € 10.000 ter beschikking om lokale initiatieven te steunen. De medewerkers brengen zelf projecten aan die hen raken of inspireren, het 'sustainability team'[4] van de winkel selecteert daaruit enkele projecten, en de medewerkers zelf stemmen onder welk project ze hun schouders zetten. Hoe ze die organisatie vervolgens helpen, kan iedere winkel zelf beslissen.





[4] Deze teams (één in elk woonwarenhuis) zetten zich in voor het milieu en voor sociale initiatieven. Een sustainability team bestaat uit één medewerker per afdeling, een afvalcoördinator en een onderhoudsmedewerker.

Kinderen zijn de toekomst

Het IKEA Fonds voor kinderen en opvoeding werd enkele jaren geleden opgericht in de schoot van de Koning Boudewijnstichting. Via dit fonds wil IKEA België mee helpen armoede te bestrijden door baby's en jonge kinderen (0-3 jaar) uit kwetsbare gezinnen voor te bereiden op de kleuterklas. Niet iedereen heeft dezelfde toegang tot kwaliteitsvolle opvang, terwijl die een cruciale rol speelt in het socialisatieproces van kinderen en mee hun toekomst bepaalt. Vorig jaar ondersteunde het IKEA Fonds voor kinderen en opvoeding 12 opvangprojecten: 3 in Brussel, 6 in Wallonië en 3 in Vlaanderen. Samen ontvingen ze € 86.436 om hun project verder te ontwikkelen.

IKEA natuurlijk!

IKEA wil ook in België een positieve impact hebben op het milieu. Natuurpunt en Natagora zijn de Belgische organisaties bij uitstek wat betreft natuurbescherming, en daarom werkt IKEA België al meer dan een decennium met hen samen, elk jaar goed voor zo'n € 90.000. Ons gezamenlijk doel? Het beschermen van de lokale fauna en flora. Daarom hebben we samen met Natuurpunt voor elk van onze vestigingen een beheerplan opgesteld om de lokale biodiversiteit optimaal te beschermen.

We steunen ook groene projecten in de buurt van onze winkels. IKEA Hognoul sponsorde bijvoorbeeld een vogelkijkhut in het Natuurreservaat Haut-Geer, en onze medewerkers van IKEA Zaventem hielpen bij het ombouwen van een tennisclub naar het bezoekerscentrum van natuurgebied De Groene Vallei. IKEA Hasselt zette medewerkers en financiële steun in om het speelbos in de Dauteweyers uit te bouwen.

Natuurpunt brengt de natuur dichterbij en dat is ook wat we doen in onze samenwerking met IKEA. We proberen de internationale visie van IKEA op lokaal niveau aan biodiversiteit en natuurbehoud te koppelen en kunnen dankzij IKEA nieuwe doelgroepen bereiken. Aan de ene kant maken we medewerkers bewust, zowel in hun job als in hun persoonlijk leven, aan de andere kant informeren we klanten door bijvoorbeeld leuke evenementen in de natuur te organiseren.

Door de jaren heen hebben we een bijzondere open en constructieve relatie opgebouwd waarbij we elkaar proberen te begrijpen en versterken. We hebben altijd onze onafhankelijkheid kunnen behouden en hechten veel waarde aan de dynamiek en bereidheid van IKEA rond biodiversiteit.



Filip Hebbrecht
Accountmanager Natuurpunt

IKEA Gent



Kurt Vanhaeverbeke
Store Manager

10 december 2008
Openingsdatum

551
Aantal medewerkers

37.489
Oppervlakte (m^2)

91%
gesorteerd afval
voor terugwinning.

79%
hergebruikt
of gerecycleerd afval.

57%
van energieverbruik
is afkomstig uit
hernieuwbare bronnen.

15%
van waterverbruik
is regenwater.

7%
elektriciteit opgewekt
door eigen zonnepanelen.

ÅTERSTÄLLA

In IKEA Gent kan je sinds mei dit jaar ÅTERSTÄLLA vinden, een kleurrijke collectie van keukenschorten, kussenslopen, mandjes en placemats. De unieke collectie geeft textieloverschotten, die onder meer uit aflopende collecties en showroommodellen komen, een tweede leven. Dit circulaire project is een samenwerking tussen IKEA Gent en De Kringloop Ateljee Gent, een organisatie die mensen met verminderde kansen op de arbeidsmarkt nieuwe mogelijkheden biedt. Dankzij dit project leren de stiksters nieuwe vaardigheden, werken ze aan hun verdere persoonlijke ontwikkeling en vergroten ze zo hun kansen op de arbeidsmarkt. Op die manier zorgt ÅTERSTÄLLA, het Zweedse woord voor 'herstellen', voor een positieve impact op mens en planeet.



De stiksters van de ÅTERSTÄLLA collectie

Reclame voor tram 1

Sinds enkele jaren is IKEA Gent de eindhalte van tram 1. Om onze bezoekers te overtuigen om voor duurzaam transport te kiezen en met de tram naar IKEA te komen, lanceerde IKEA Gent in de zomer van FY17 een opvallende reclamecampagne. Op de trams die door de hele stad rijden, waren slogans te lezen als "Deze tram brengt je naar IKEA", en prijkten foto's van zomerse IKEA producten.



ÅTERSTÄLLA collectie

Inter IKEA Systems B.V. 2017.

Verantwoordelijk uitgever:
IKEA N.V., Catherine Bendayan,
Weiveldlaan 19, 1930 Zaventem

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