

IKEA België

Duurzaamheidsverslag

FY14





PAG 08

Thuis duurzaam leven

PAG 20

Duurzamer leven. Maal vier. Tegen 2020 wil IKEA zijn omzet uit producten voor een duurzamer leven thuis verviervoudigen.



PAG 39

Een beter leven voor mensen en gemeenschappen. Wij engageren ons om mensgerichte sociale en ecologische acties in België en in de hele wereld te steunen.



Inhoud

0 1 INLEIDING

- 03. VOORWOORD OLIVIER BARAILLE
- 04. VOORWOORD CAROLINE GASTAUD
- 05. CIJFERS 2014
- 06. HOOGTEPUNTEN

0 2 THUIS DUURZAAM LEVEN

- 07. INLEIDING
- 08. ONS DUURZAAMHEIDSASSORTIMENT IN DE WOONWARENHUIZEN
- 12. ONZE PRODUCTEN VOOR EEN DUURZAAM LEVEN IN DE KIJKER
- 16. BELGISCHE PREMIÈRE: "RED DE MEUBELN!"

0 3 ENERGIE & NATUURLIJKE BRONNEN

- 20. INLEIDING
- 21. ENERGIE-EFFICIËNTIE EN HERNIEUWBARE ENERGIE
- 24. AFVAL VERMINDEREN, SORTEREN EN RECYCLEREN
- 29. WATER SPAREN EN TERUGWINNEN
- 30. NAAR EEN DUURZAMERE MOBILITEIT
- 35. NAAR EEN DUURZAMER GOEDERENTRANSPORT
- 37. IKEA FOOD: VOEDING BIJ IKEA

0 4 EEN BETER LEVEN VOOR MENSEN EN GEMEENSCHAPPEN

- 39. INLEIDING
- 40. ONZE MEDEWERKERS
- 46. DE RELATIES MET ONZE LEVERANCIERS
- 47. STEUN AAN GEMEENSCHAPPEN

0 5 GOVERNANCE

- 55. INLEIDING
- 56. STRUCTUUR DUURZAME ONTWIKKELING IN BELGIË
- 59. INTERNE AUDITS
- 59. INTERNE VOICE- ENQUÊTE
- 60. OPLEIDINGEN DUURZAME ONTWIKKELING

Het dagelijkse leven duurzaam verbeteren

Het dagelijkse leven van mensen verbeteren en de natuurlijke hulpbronnen respecteren, dat zit ons in de genen. IKEA heeft zijn wortels in een barre, arme streek. Samenwerken, vindingrijk en spaarzaam zijn, was er essentieel om een leven op te bouwen.

IKEA doet zijn best om zijn impact op het milieu te verminderen en de mensen te respecteren. Dat doen we bij elke stap in het productieproces, van de productontwikkeling tot de productie en de distributie. Als retailer bevindt IKEA België zich aan het einde van deze keten. Een einde dat het begin van een groot aantal activiteiten en verantwoordelijkheden inluit.

Zoals elk jaar hebben we er ons op toegelegd om ons verbruik te verminderen en meer hernieuwbare energie te gebruiken. We hebben ook opnieuw vooruitgang geboekt in het afvalbeheer. We zijn er zelfs in geslaagd de afvalproductie van onze klanten te verminderen.

We hebben het programma "Red de meubelen!" met succes gelanceerd. Het biedt onze klanten 5 simpele oplossingen om hun oude meubelen een tweede leven te geven. We helpen hen om ze te restylen, te repareren, weg te schenken, te verkopen of te (laten) recyclen. Dat is een unicum in België en de lancering was een schot in de roos.

We zullen onze producten voor een duurzamer leven thuis extra promoten, zodat onze miljoenen klanten miljarden kleine dingen kunnen doen voor meer duurzaamheid. We hebben plannen uitgewerkt om de presentatie van deze producten te verbeteren en onze klanten er beter over te informeren. Onze medewerkers kregen daarvoor zelfs extra training.

Laten we ook de kinderen niet vergeten. Voor ons zijn ze de belangrijkste mensen ter wereld. Dankzij onze klanten en onze medewerkers hebben we nog maar eens aanzienlijke bedragen kunnen inzamelen voor UNICEF en Save the Children. Het IKEA Fonds voor kinderen en opvoeding werkt bovendien samen met de Koning Boudewijnstichting om kwetsbare kinderen in België te helpen.

Het dagelijkse leven van zo veel mogelijk mensen verbeteren is de eerste stap naar een betere wereld. Wij blijven ons er dan ook met volle kracht op toeleveren.



Olivier Baraille,
Country Manager,
IKEA België



Duizenden medewerkers en miljoenen klanten: de drijvende kracht voor duurzame ontwikkeling

We hebben speciale teams die zich toespitsen op duurzame ontwikkeling, maar eigenlijk zijn alle medewerkers opgeleid in die materie en dragen ze allemaal bij tot de realisatie van onze duurzaamheidsambities. De totstandkoming van dit duurzaamheidsverslag is daarvan het eerste bewijs. Heel wat medewerkers en partners hebben eraan meegewerkt. Uit de pagina's die volgen zal telkens weer blijken dat een duurzaam beleid groepswork is.

We nodigen ook onze klanten uit om deel uit te maken van dit grootschalige duurzaamheidsproject. Dit jaar hebben ze nog maar eens een grote bijdrage geleverd om kwetsbare kinderen in België en over de hele wereld te helpen.

Onze miljoenen klanten kunnen trouwens ook in het dagelijkse leven een groot verschil maken door thuis oplossingen te gebruiken om duurzamer te leven. Als ze allemaal minder water en energie verbruiken of een tweede leven geven aan oude meubelen, kunnen ze een enorme impact realiseren, zowel op het

milieu als op hun budget. IKEA België wil meer dan ooit de mensen inspireren om duurzaam te leven. Met zijn betaalbare producten wil het iedereen daartoe de kans geven.

Voor IKEA België is duurzame ontwikkeling niet alleen een ambitie, maar ook een enorme bron van inspiratie en voldoening. Wie dit verslag leest, zal al snel begrijpen waarom.



Caroline Gastaud,
Sustainability
Manager,
IKEA België

2014: IKEA België in cijfers

We zitten algemeen in een lastige economische context, dus ook de gewone man of vrouw heeft het niet breed. Maar dankzij het bedrijfsconcept en democratische prijzen noteert IKEA België in 2014* een omzet van 738 miljoen euro. Dat is een stijging met 4,4% tegenover boekjaar 2013.

**Het IKEA boekjaar 2014 (FY14) liep van 1 september 2013 tot 31 augustus 2014*

738 miljoen euro

Totale omzet FY2014, stijging met 4,4% tegenover het voorgaande jaar.

13,2 miljoen ▶

Aantal bezoekers in de woonwarenhuizen, stabiel t.o.v. boekjaar 2013.

7 vestigingen

6 woonwarenhuizen:
Anderlecht, Aarlen, Gent, Hognoul, Wilrijk en Zaventem
1 distributiecentrum:
Winterslag

3200

Totaal aantal medewerkers in onze woonwarenhuizen en ons distributiecentrum

18,4%

marktaandeel. IKEA is Belgisch marktleider voor woninginrichting (kalenderjaar).

30,2 miljoen

Het aantal bezoekers op onze website stijgt voortdurend.

1,75 miljoen

IKEA FAMILY leden.



1246 Belgen geïnterviewd voor een enquête in opdracht van IKEA België.

97%

van de Belgen sorteert zijn afval, en IKEA spitst zich toe op markt-specifieke oplossingen.

Hoogtepunten

IKEA België bereikt

een sorteer-
percentage van

91%

op 9500 ton afval.

0% van het afval van onze 6 woonwarenhuizen komt op het stort terecht.



Het aandeel ledlampen verkocht in de IKEA woonwarenhuizen is

90%

30%

van onze medewerkers gebruikt een duurzaam vervoermiddel om naar het werk te komen.



Met de verkoop van biomaaltijden en -producten konden we

49.020 euro

schenken aan **Natuurpunt** en **Natagora** ter ondersteuning van hun projecten om de biodiversiteit te bevorderen.

Sinds dit jaar is

100%

van de Belgische IKEA woonwarenhuizen uitgerust met zonnepanelen: 7000 ton minder CO₂.



Dankzij onze IKEA FAMILY leden hebben we

54.375 euro

ingezameld voor het "Schools for Africa"- project van **UNICEF**.



RED DE MEUBELLEN!

Een première in de grote distributie en de woning-inrichting: sinds dit jaar biedt IKEA België zijn klanten verschillende oplossingen om hun meubels een tweede leven te geven.

Hulp voor de allerkleinsten

In samenwerking met de Koning Boudewijnstichting hebben wij

58.800 euro

ter beschikking gesteld van 8 onthaalcentra voor baby's en peuters van gezinnen uit de sociale huisvesting.



Duurzame opleiding

van de

56.926

opleidingsuren waren er 1473 gewijd aan duurzame ontwikkeling en afvalbeheer.

Thuis duurzaam leven

Het credo van IKEA

Als we massaal duurzame producten en oplossingen gebruiken heeft dat niet alleen een positieve impact op het milieu, maar ook op de levenskwaliteit en het gezinsbudget. Met 43,4 miljoen bezoekers in België (woonwarenhuizen en website), geloven wij dat het kan lukken.





Onze producten voor een duurzaam leven

Op het vlak van knap ontwerp, functionaliteit en prijs verschillen deze producten niet van onze andere producten, maar ze zijn specifiek bedoeld om de mensen te inspireren en hen aan te zetten duurzamer te leven:

- door energie te besparen, bv. met ledlampen en energiezuinigere huishoudtoestellen
- door minder water te verbruiken, bv. met kranen met beluchter
- door het afval te verminderen en te sorteren aan de hand van uitgekende oplossingen

Met deze producten willen we de mensen helpen duurzame gewoonten op te pikken, zonder comfort in te boeten. Integendeel, onze klanten winnen er tijd en zelfs geld mee.

Ons doel

Ons streven is tegelijk simpel en ambitieus: tegen 2020 willen we de omzet van onze producten die je helpen thuis een duurzamer leven te leiden verviervoudigen.

Onze aanpak

IKEA of Sweden werkt voortdurend aan de ontwikkeling en verbetering van producten voor een duurzamer leven. Hier in België is het onze taak onze bezoekers en klanten in de woonwarenhuizen te sensibiliseren en te overtuigen van het nut van deze producten. Daarvoor worden heel wat acties ondernomen.



Onze woonwarenhuizen, etalages voor duurzame oplossingen



Energie, water, afval... als retailer is het onze missie om de mensen kennis te laten maken met onze producten en oplossingen voor een duurzaam leven thuis. We moeten hun uitleggen wat het voordeel is voor het milieu, tonen hoe ze werken en hoeveel je ermee kan besparen. Het is daarbij belangrijk steeds relevant te blijven voor ons publiek. In 2014 voerden we verschillende enquêtes uit en ondernamen we diverse acties. Hieronder vind je een greep daaruit.

1246
mensen van 18 tot 64 jaar
werden ondervraagd

97%
van de Belgen
sorteert zijn afval

Het leven van onze klanten maakt onze producten nog interessanter

Het dagelijks leven van onze klanten, hun noden en hun middelen, hun dromen en hun realiteit... Hoe beter we onze klanten kennen, hoe beter onze producten en oplossingen aan hun verwachtingen voldoen. Wie woont alleen en wie woont samen met het hele gezin, en wat zijn hun specifieke noden en dromen? Wie slaapt liever op een plat hoofdkussen? Wie heeft multifunctionele meubels nodig?

Voor onze producten en oplossingen om ook thuis duurzaam te leven, passen we dezelfde methode toe: we bestuderen de gewoontes van onze klanten zodat we hun geschikte oplossingen kunnen aanbieden om hun water- en energieverbruik en hun afval te verminderen. In onze enquête over de Belgen en hun keukens – in het kader van de lancering van onze nieuwe METHOD keukens in België – peilden we ook naar de sorteergewoontes van de Belg.

IKEA
BELGIË



Jolanda Wetzelaer,
Interieurspecialiste IKEA,
IKEA België

We hebben een grote enquête gehouden over de Belgen en hun keukens. Daarin brachten we ook het afvalbeheer ter sprake. Uit ons onderzoek blijkt dat praktisch iedereen afval sorteert (97%). Afhankelijk van het type woning sorteert de Belg meer of minder in de keuken. Hier wordt meestal een eerste selectie gemaakt, en daarna verhuist een deel naar de garage, de bergruimte, het balkon of de tuin.

Ons assortiment om afval te sorteren hebben we daarom ook uitgebreid, om zo veel mogelijk combinaties mogelijk te maken. Want een gezin met meerdere kinderen heeft meer afval dan iemand die alleen woont. En ook of de sorteeroplossing binnen of buiten staat maakt een verschil. In de woonwarenhuizen presenteren we de sorteeroplossingen op verschillende manieren in de verschillende ruimtes en communiceren we ook bepaalde criteria waaraan een efficiënte sorteeroplossing zou moeten voldoen. Eenvoudig te transporteren, handig schoon te maken en stapelbaar zijn er een paar van. Wij zijn er immers van overtuigd: hoe makkelijker we het sorteren maken, hoe beter het resultaat.



Duurzame oplossingen: onze klanten geloven wat ze zien.

We vragen alle woonwarenhuizen om actief en proactief te werk te gaan voor de presentatie van de producten voor een duurzaam leven thuis. Aan de hand van concrete voorbeelden maken onze klanten kennis met oplossingen waar ze

nog niet aan gedacht hadden of die ze zich nauwelijks konden voorstellen.

In Anderlecht voerden onze medewerkers op 24 juni 2014 een ware led-commando-operatie uit.

IKEA
ANDERLECHT



Pierre Portelange,

Manager Logistics & mede-verantwoordelijke Sustainability Team, IKEA Anderlecht

We hebben ons Sustainability Team gevraagd om alle lichtbronnen te checken die in de winkelzones van ons woonwarenhuis gebruikt worden. Het was de bedoeling om alle andere types lampen die nog gebruikt werden te vervangen door ledlampen uit de Recovery-voorraad. Het team heeft geen enkele moeite gespaard. De opdracht werd volbracht in 2 uur: een lange lijst nagekeken en 50 lampen vervangen! Met deze actie realiseren we een aanzienlijke energie-besparing, maar we zetten meteen ook leds in de schijnwerpers. Zo kunnen de klanten met hun eigen ogen zien dat je met deze lampen een warme sfeer kan oproepen en dat je ze op diverse manieren kan gebruiken.





De Week van de Duurzaamheid in Gent, een echte happening

Onze medewerkers lieten zich niet onbetuigd. Ze deden mee aan een wedstrijd voor het mooiste uit afval vervaardigde kunstwerk, ze hebben producten voor een duurzamer leven thuis getest, geproefd van vegetarische gerechten en 4803,8 "groene" kilometers afgelegd om naar het werk te komen.

De klanten konden o.a. een biomaaltijd nuttigen en deelnemen aan veggieateliers.

Op vertoon van een ticket voor het openbaar vervoer mochten ze bovendien gratis een blauwe IKEA zak meenemen. De kinderen konden knutselwerkjes maken met recyclagemateriaal.

VLAM (Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing) en het Gents Klimaatverbond hadden tijdens de Week van de Duurzaamheid een stand bij IKEA. Ze zijn met glans geslaagd in hun missie

om de medewerkers en de bezoekers warm te maken voor een duurzamere manier van leven.

758
BIOMAALTIDEN GESERVEERD
tijdens de Week van de
Duurzaamheid, tegenover
126 in een gewone week.

IKEA
GENT



Anke Verstraete,
IKEA FAMILY & Business Manager,
IKEA Gent

Van 17 tot 22 maart organiseerden we in Gent de Week van de Duurzaamheid. Het was de eerste keer dat de klanten concreet konden ondervinden wat wij doen om een duurzamer leven thuis mogelijk te maken. De Week was een groot succes, zowel bij de bezoekers als bij de medewerkers. We doen dat zeker nog eens opnieuw!

Duurzamer leven. Maal vier.



Tegen 2020 wil IKEA zijn omzet uit producten voor een duurzamer leven thuis verviervoudigen. Momenteel is die doelstelling voor 35% gerealiseerd.

We hebben in onze woonwarenhuizen heel wat maatregelen getroffen om de verkoop van dit type producten te ondersteunen.

IKEA
BELGIË



Linda Manet,
Sales Leader,
IKEA België

Wij bij IKEA vinden dat thuis duurzaam leven geen luxe mag zijn, maar dat het binnen ieders mogelijkheden moet liggen. Daarom bieden wij heel wat producten aan waarmee je water en energie kan besparen en producten die afval sorteren makkelijker maken. Zowel het milieu als de portemonnee van onze klanten varen er wel bij! Om onze klanten te helpen duurzame keuzes te maken, hebben we dit jaar samen met onze verkoopverantwoordelijken een nieuwe tool ontwikkeld: de "Sustainability Queen".

De "Queen" is een product dat bij uitstek geschikt is om water of energie te sparen of het sorteren te vergemakkelijken. Elk kwartaal kiezen de betrokken verkoop-

verantwoordelijken een product uit hun assortiment, bv. een ledverlichtings-toestel of een water-en-energiebesparende kraan. Dit "Queen"-product wordt in het woonwarenhuis in de kijker gezet: het krijgt een ideale verkooplocatie en er wordt specifiek gecommuniceerd over het duurzaamheidsaspect. Het is een prima manier om de aandacht van zowel de klanten als onze eigen medewerkers te vestigen op onze duurzame producten. Zo ligt de focus niet alleen op onze toppers in het algemeen, maar ook op onze duurzaamheidstoppers. De "Queen" is een waardevol hulpmiddel voor klanten die thuis duurzaam willen leven.

Energiebesparing en andere besparingen



Verlichting, inductiekookplaten, koelkasten, vriezers en vaatwassers: bij IKEA zijn ze allemaal energiezuinig. Zo wegen ze minder op het milieu... en op de gezinsuitgaven.

Leds in opmars

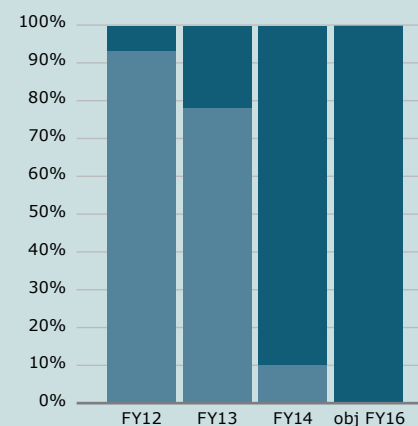
Op de grafiek hieronder zien we dat het aandeel van de ledlampen flink gestegen is tegenover dat van de spaarlampen. Wij hebben ons assortiment leds dan ook serieus uitgebreid en bieden nu een ledlamp aan voor elk gebruik, aan miljoenen consumenten.

Door over te schakelen op leds dragen we allemaal bij tot een niet te verwaarlozen vermindering van de CO₂-uitstoot. Als elke consument die dit jaar een ledlamp gekocht heeft ze 3 uur per dag gebruikt in de plaats van een gloeilamp, resulteert dat in een vermindering in CO₂-uitstoot die overeenkomt met 4711 autoritten rond de wereld!*

Daar komt nog bij dat leds een pak minder afval genereren dan compacte fluorescentielampen (CFL's) terwijl ze twee keer langer meegaan. Ook dat is een aanzienlijk voordeel.

* Het verbruik van leds wordt hier vergeleken met vergelijkbare gloeilampen. De berekening is gebaseerd op een gemiddeld verbruik van 3 u. per lamp per dag. Er wordt gerekend met een gemiddelde CO₂-uitstoot van 700 g/kWh en 147 g/km.

DE LEDSWITCH



■ Aandeel compacte fluorescentielampen

■ Aandeel ledlampen

Water is kostbaar. En duur.



Bij IKEA verkopen we uitsluitend kranen uitgerust met een beluchter waarmee je water bespaart zonder drukverlies. Waar de EU-normen een limiet opleggen van 12 liter water per minuut, verbruiken onze keukenkranen er maar 8 en onze badkamerkranen amper 6.

Zo kunnen onze klanten hun verbruik, en dus ook hun waterfactuur verlagen met 30 tot 50%.

8%

van het wereldwijde
watervbruik is voor
huishoudelijk gebruik.

30 tot 50%

minder watervbruik
en kosten dankzij
waterbesparende
kranen

93.452

volle badkuipen
uitgespaard dankzij
onze kranen





Zet de voedselvuilbak op dieet!

Een gemiddeld Belgisch huishouden gooit per jaar tussen 36 en 55 kg¹ eten weg. Als we dat vermenigvuldigen met het aantal huishoudens in België² komen we op gemiddeld 165.835 à 253.360 ton. Gewoon met een stel voorraaddozen kun je daar al iets aan doen. De klanten stellen deze praktische oplossing op prijs, die zorgt voor minder verspilling, minder afval en een lager boodschappenbudget.

500 euro

Dat is het bedrag aan eten dat elk huishouden jaarlijks gemiddeld in de vuilnisbak gooit



MINDER AFVAL



Met ruimtebesparende oplossingen wordt recycleren eenvoudig.

Als je voorraaddozen gebruikt, gooi je minder eten weg en bespaar je bovendien geld.

¹ Bron: <http://www.lne.be/factsheet.pdf>

² 4.606.544 huishoudens, bron: <http://statbel.fgov.be/nl/statistiek/cijfers/bevolking/structuur/huishoudens/>



Belgische première:



In ons land krijgt maar één meubel op twee een tweede leven. Daar wil IKEA België verandering in brengen met het initiatief "Red de meubelen!"

Als pionier op dat vlak in België wil IKEA bijdragen aan de ontwikkeling van een kringlooeconomie, in samenwerking met de klanten. Het initiatief draait rond vijf verschillende oplossingen.

Enquête uitgevoerd op vraag van IKEA België: **Wat doen Belgen met hun oude meubelen?***

25%
houdt ze bij

23%
brengt ze naar
het containerpark

18%: geeft ze aan vrienden of familie

9%: laat ze ophalen door een vzw

7%: verkoopt ze op het internet

4%: zet ze bij het groot huisvuil

4%: geeft ze mee bij bezorging

2%: verkoopt ze aan vrienden
of familie

1%: verkoopt ze op de rommelmarkt

* Gegevens gebaseerd op een representatief onderzoek dat in 2013 door ICMA uitgevoerd werd bij 1001 Belgen, in opdracht van IKEA.



De 5 IKEA oplossingen om meubelen een tweede leven te geven

In plaats van oude meubels weg te gooien of op te bergen, kunnen de klanten ze nu:

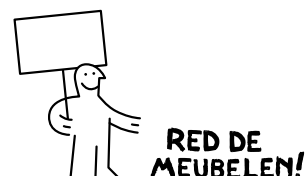
- **vernieuwen** dankzij de workshops die IKEA organiseert
- **herstellen** met gratis IKEA vervangstukken
- **verkopen** in de IKEA Koopjeshoek
- **weggeven** aan organisaties op de IKEA parkings
- **afgedankte zitbanken en matrassen meegeven** bij de levering van de nieuwe

De efficiënte oplossing



De IKEA Transportservice bezorgt aankopen bij de mensen thuis, wat bijzonder handig is voor mensen die geen auto hebben. Klanten die een nieuwe zitbank of matras thuis laten leveren, kunnen het oude exemplaar meegeven met de vervoerder.

Samen met De Kringwinkel kijken wij dan welke zitbanken en matrassen nog tweedehands verkocht kunnen worden, en de rest wordt gebruikt voor energieopwekking.



De creatieve oplossing



Om de twee maanden organiseren de Belgische IKEA woonwarenhuizen meubelrenovatieworkshops voor klanten, waar ze leren hoe ze meubels kunnen vernieuwen of een andere look kunnen geven om ze daarna opnieuw te gebruiken.

De IKEA medewerkers die deze workshops leiden geven eerst een overzicht van de voordelen voor het milieu en de gebruikte technieken. Daarna gaat iedereen aan de slag met de meubels.

De workshops zijn een groot succes en zijn elke keer weer volzet.

IKEA
ARLON

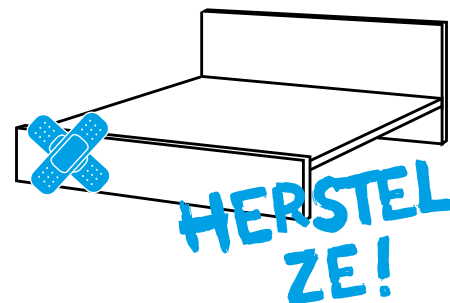


Jérôme Vacca,
Recovery Manager,
IKEA Arlon

Ik ben gek op dit initiatief en werk er al sinds het begin aan mee. Ons Recovery-team en de deelnemers, allemaal gaan ze er volledig voor. De mensen zijn ongelooflijk creatief. "Daar zou ik nooit aan gedacht hebben" of "o, dat is makkelijk", hoor je vaak. De workshops motiveren de mensen en geven hun de technieken in handen om thuis meubelen en accessoires te vernieuwen. En de medewerkers die de workshops geven beleven er evenveel plezier aan als de klanten zelf!



De pragmatische oplossing



IKEA biedt gratis vervangstukken en losse onderdelen aan om meubels te herstellen. Je verlengt er de levensduur van het meubel mee, je hoeft het niet weg te gooien en er ook geen nieuwe te kopen.

De klanten kunnen de vervangstukken komen halen of ze online bestellen op www.ikea.be. Ze worden dan binnen de twee weken bezorgd met de post. Grote vervangstukken moeten afgehaald worden in het woonwarenhuis.

569 vervang-
stukken
zijn tussen de lancering
van deze service (19 juni)
tot 27 augustus 2014 gratis
aan klanten aangeboden



De winstgevende oplossing



Sinds 19 juni biedt IKEA zijn klanten de mogelijkheid hun IKEA meubels in goede staat te door te verkopen in de Koopjeshoek. Het is een win-winsysteem: zowel de klant die verkoopt en de koper varen er wel bij, en bovendien neemt IKEA geen commissie op de verkochte stukken.



31 tweedehands-meubels per week worden door klanten binnengebracht voor verkoop

IKEA
ZAVENTEM



Kevin Van Dessel,
Recovery-coördinator,
IKEA Zaventem

Die tweedehandsmeubelen blijven nooit lang in de Koopjeshoek staan. Vaak worden ze de dag zelf of de dag erop al verkocht. Het gaat om uiteenlopende niet al te grote stukken zoals tafels, stoelen en kleine kasten.

De potentiële verkopers sturen ons per e-mail een foto van hun meubel. Als het verkoopbaar is, stellen wij een prijs voor. En als we het eens zijn over de prijs, brengt de klant het gemonteerde meubel naar het woonwarenhuis en krijgt hij in ruil een IKEA aankoopbon ter waarde van de Koopjeshoekprijs.

Een simpel systeem waar de klanten blij mee zijn.

30 als gemiddelde verkoopprijs

Een klein prijsje voor de kopers, dat de verkopers innen in de vorm van een bon

De solidaire oplossing



IKEA is dit jaar in zee gegaan met de sociale organisaties De Kringwinkel, la Ressourcerie de Liège en Spullenhulp. Sinds 23 juni installeren zij één dag per week een inzamelpunt op de parkings van IKEA Zaventem, Gent, Wilrijk, Hognoul en Anderlecht.

Zo kunnen de klanten wanneer ze bij IKEA komen winkelen meteen hun oude meubels wegschenken. De meubels die nog bruikbaar zijn worden dan tegen zeer democratische prijzen verkocht, de andere worden gerecycleerd.

**Van 23 juni
tot 31 augustus:**
7.474 kg
meubelen en
andere voorwerpen
weggeschonken aan
de partnerorganisaties



Energie & Natuurlijke bronnen

Meer doen met minder, dat zit ons in het bloed. Vooral wanneer het erom gaat de natuurlijke hulpbronnen te ontzien. Ons doel? Volledig energieonafhankelijk worden tegen 2020 (internationale doelstelling).

Om tegen die datum evenveel hernieuwbare energie te produceren als we energie verbruiken, investeren we in energie-efficiëntie en in hernieuwbare energiebronnen. En dat lukt aardig. Een overzicht van wat we het voorbije jaar presteerden.



Boordevol energie



Meer ideeën voor een lager energieverbruik

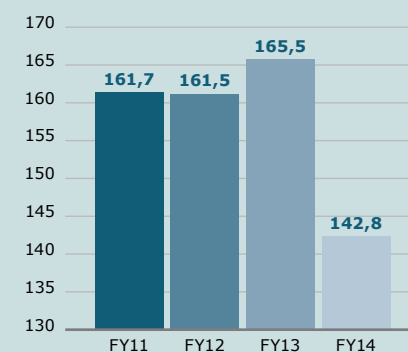
IKEA werkt continu aan een betere energie-efficiëntie in al zijn woonwarenhuizen en in het logistiek distributiecentrum.

De eerste stap daarin is een gedetailleerd inzicht in ons verbruik. Daarom voeren we metingen en analyses uit. Sommige woonwarenhuizen gaan daarin nog een stap verder (zie IKEA Arlon hierna).

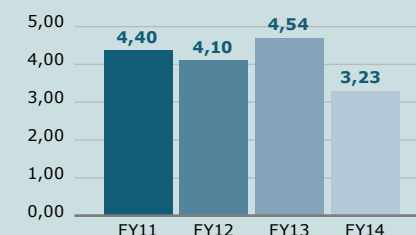
Op grond van die vaststellingen investeren we in doeltreffender materiaal en verlichting. Zo konden we dit jaar onze energie-efficiëntie al verbeteren. Dankzij de zachte winter bespaarden we op verwarmingskosten, maar ook ons stroomverbruik is gedaald.

Sommige maatregelen worden op nationaal niveau uitgerold, andere worden rechtstreeks door de woonwarenhuizen toegepast. Op de volgende pagina's lees je er alles over.

ENERGIE-EFFICIËNTIE VAN ONZE WOONWARENHUIZEN (kWh/m²)



ENERGIE-EFFICIËNTIE VAN ONS DISTRIBUTIECENTRUM (kWh/m³ VERPLAATSTE GOEDEREN)



In het oog van de afzuigkap



Voortaan beschikken de keukens in al onze woonwarenhuizen over nieuwe afzuigkappen, behalve in Gent waar de toestellen nog geplaatst worden. Het systeem wordt automatisch beheerd. Optische sensoren – die als een echt oog functioneren – analyseren de rook en dampen. Zo kan het systeem de motorsnelheid automatisch regelen en continu aanpassen volgens de reële productie in de keukens. Onze vorige afzuigkappen werkten alleen op halve of op volle kracht.

Daarmee besparen we 20 tot 40% energie en beperken we onze CO₂-uitstoot aanzienlijk. Terwijl onze medewerkers dit nieuwe geluidscomfort erg waarderen wanneer het wat rustiger is in de keuken...

**IKEA
ARLON**

Olivier Mariscal,
Facility Manager,
IKEA Arlon

Dit jaar plaatsten we aparte stroom-, water- en elektriciteitsmeters om ons verbruik in elke zone in het woonwarenhuis bij te houden. Die meters registreren zeer nauwkeurige gegevens over ons verbruik, maar ook over eventuele lekken.

Op dit moment zamelen we vooral gegevens in om die later te analyseren. Die analyse zal redelijk wat tijd in beslag nemen, maar op termijn beschikken we dan over een tool waarmee we heel snel en specifiek kunnen ingrijpen.



Miljoenen watt minder

Verlichting speelt een hoofdrol bij IKEA. Geleidelijk vervangen we alle verlichting binnen en buiten door ledlampen. Voor nieuwe woonwarenhuizen is 100% led trouwens een verplichte norm. Dit jaar nam IKEA Hognoul een eigen initiatief dat voor vonken zorgde...

JAARLIJKS VERBRUIK
IKEA HOGNOUL

30 MW/jaar



12 MW/jaar

in de kantoren en
medewerkersruimtes

58 MW/jaar



29 MW/jaar

in de Markthal



**IKEA
HOGNOUL**

Joseph Failla,
Facility Manager,
IKEA Hognoul

Dit jaar hebben we echt overal ledverlichting geplaatst: in de kantoren, in de medewerkersruimtes, de Markthal en de Showroom. Zelfs ons grote uithangbord buiten en onze zuilen bij de ingang zijn met ledlampen uitgerust.

De plafonds vertegenwoordigen een enorme oppervlakte en daarom gingen we uitgebreid op zoek naar het perfecte ledsysteem. We konden het aantal lichtbakken van 220 naar 150 verminderen. Ook voor het onderhoud maakt dat een spectaculair verschil. Vroeger moesten we de lampen twee keer per jaar vervangen. Nu is dat nog één keer om de 7 à 8 jaar. We besparen dus flink wat energie en produceren aanzienlijk minder afval.

Bovendien is het nieuwe systeem comfortabeler voor zowel klanten als medewerkers. De nieuwe ledtoestellen – die niet hoeven voor te verwarmen – verspreiden een gezellig en aangenaam licht.

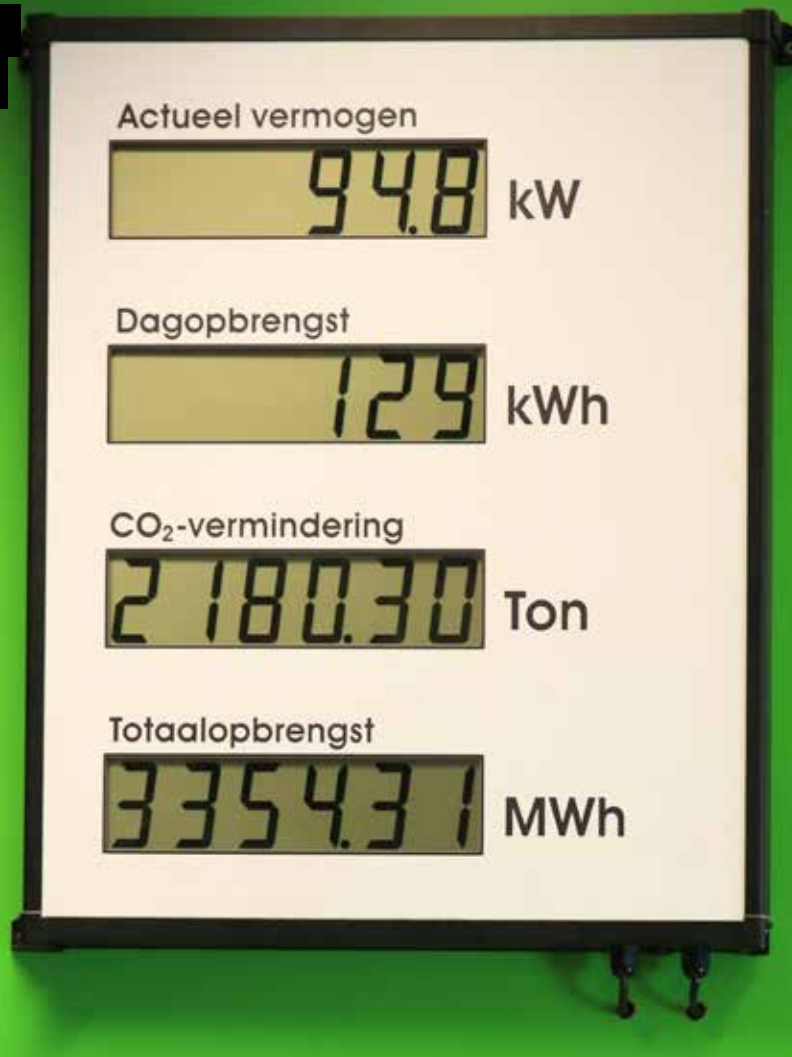


Alle IKEA woonwarenhuizen uitgerust met zonnepanelen

De energie die we nodig hebben voor onze activiteiten, produceren we ofwel zelf, of kopen we uitsluitend in hernieuwbare vorm bij windmolenparken aan.

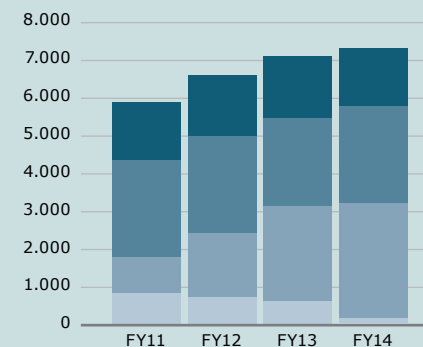
De productie van hernieuwbare energie blijft continu toenemen bij IKEA België. Na onze andere woonwarenhuizen en ons distributiecentrum in Winterslag, werden dit jaar onze vestigingen in Aarlen en Hognoul uitgerust met zonnepanelen.

Tellen we de gegevens van de zes woonwarenhuizen bij elkaar op, dan lieten we 16.000 fotovoltaïsche modules installeren die een totale oppervlakte van meer dan 50.000 m² vertegenwoordigen. Die panelen vermijden jaarlijks een uitstoot van 7.000 ton CO₂, dat is het equivalent van de CO₂-absorptie door ongeveer 100.000 bomen



	GEÏNSTALLEERD VERMOGEN	OPP. GEÏNSTALLEERD OP DE DAKEN
AARLEN	867,1 kWc	5905,9 m²
HOGNOUL	1026,0 kWc	7077,6 m²

HERNIEUWBARE ENERGIE
GEPRODUCEERD DOOR DE
WOONWARENHUIZEN EN HET
DISTRIBUTIECENTRUM (MWh):



- Hernieuwbare energie geproduceerd door biomassaketels en zonneboilers
- Hernieuwbare energie geproduceerd door zonnepanelen (woonwarenhuizen)
- Hernieuwbare energie geproduceerd door zonnepanelen (distributiecentrum)
- Hernieuwbare energie geproduceerd door zonnepanelen en geïnjecteerd in het net (distributiecentrum)

Afval: de winnende kringloop



De toekomst bij IKEA, dat is de inperking en terugwinning van afvalstoffen. We bekijken dit aspect vanuit drie invalspunten: sorteren, recycleren en inperken.

De verpakkingen vertegenwoordigen het meeste afval bij IKEA. Momenteel halen we al hoge sorteer- en recycleerscores, maar we willen nog verder gaan.

Op internationaal niveau streeft IKEA een ambitieus doel na: tegen 2015 willen we dat 90% van ons afval gerecycleerd of verbrand wordt, waarbij minstens 80% van het afvalmateriaal gerecycleerd wordt.



Cindy Clymans,

Key Account Manager Vanganswinkel - partner in afvalbeheer

IKEA en zijn medewerkers halen een gemiddeld sorteerpercentage van 91%. Dat is een record in de distributiesector. Het percentage is het resultaat van een nauwe samenwerking, waarbij wij als partner IKEA helpen de afvalstroom te optimaliseren, te verwerken en te recyclen. Het afgelopen jaar lag het accent op het sorteren van voedselafval.

Behalve voor het recyclen van afval zet IKEA zich ook in om het te beperken. Het project "Red de meubelen!", dat afgedankte meubelen een tweede leven geeft, is daar een mooi voorbeeld van. Allemaal samen zorgen deze acties voor een uitstekend resultaat, waardoor IKEA België erin slaagt zijn doelstellingen te overtreffen!

Invalshoek 1: afval sorteren

De voorbije twee jaar spitsten we onze inspanningen toe op een steeds selectievere sortering van het afval. Dit jaar halen we voor alle woonwarenhuizen in België een sorteerperscentage van 91%. Dat is beter dan de 89% die we vooropgesteld hadden. Op de 9500 ton afval die we verwerken, is dat een knap resultaat. Ook in onze distributiecentra wierpen de inspanningen vruchten af. Het sorteerperscentage ligt er op meer dan 99%!

91%

van het afval gesorteerd
in de woonwarenhuizen
van IKEA België

Hoe we dat doen?

Op uiteenlopende manieren:

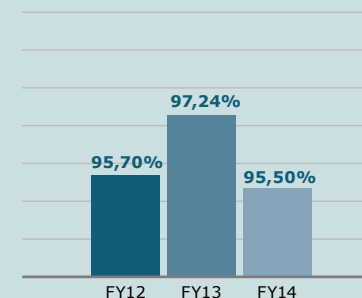
- continue scholing voor onze medewerkers
- implementering van het afvalbeleid door de woonwarenhuizen zelf
- nauwe samenwerking met onze partners: controles op restafval en advies om nog meer te kunnen sorteren
- investering in organische afvalcontainers.

Een bank vooruit voor onze medewerkers

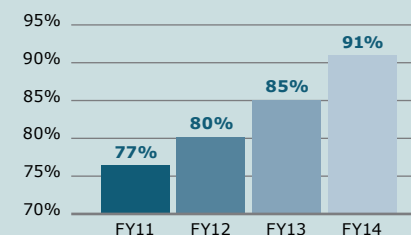
We blijven onze medewerkers op de werkvloer opleiden. Dit jaar vertegenwoordigden die opleidingen 1207 uur (2,1% van de tijd geïnvesteerd in opleidingen in het algemeen). Een forse investering, maar het resultaat loont beslist de moeite. We zijn bijzonder trots op de inzet van ons personeel.



SORTEERPERCENTAGE
IN ONS DISTRIBUTIECENTRUM



SORTEERPERCENTAGE
VAN ONZE WOONWARENHUIZEN



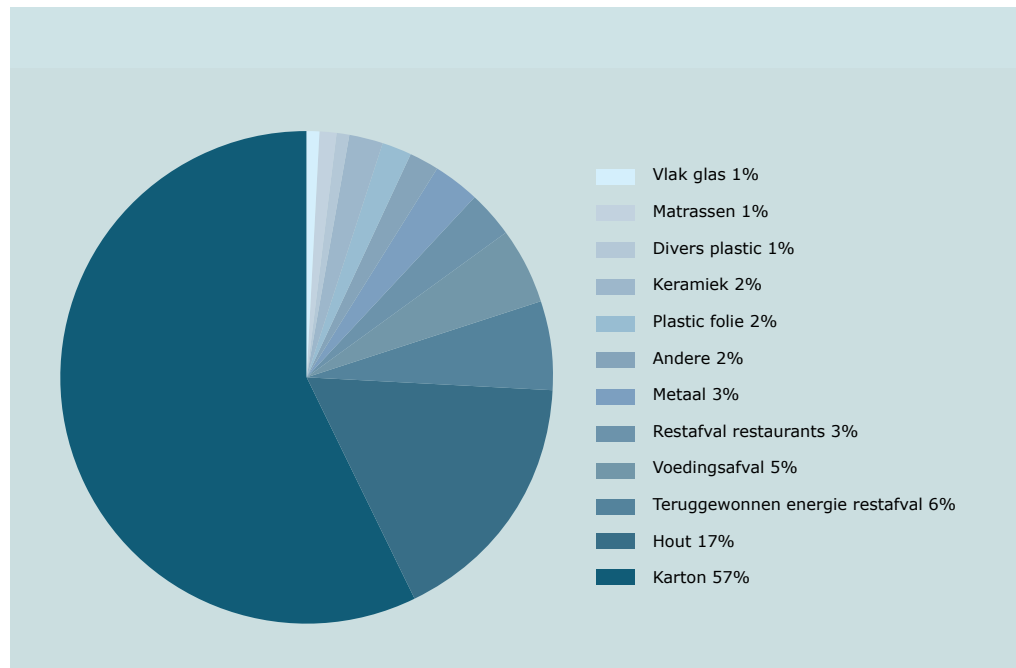
Afvalfracties gereduceerd tot de kleinste gemene deler

Onze eigen sorteercentra in onze woonwarenhuizen en distributiecentrum verwerken tot wel 26 afvalfracties.

Het onderstaande diagram toont de belangrijkste sorteerfracties. Dat karton de hoofdmoot vertegenwoordigt, zal niemand verbazen...

Karton vertegenwoordigt meer dan de helft van al ons afval samen.

Een blik op onze cijfers en op drie innoverende, doeltreffende acties: het sorteren van mosselschelpen, het sorteren van koffiedik in Wilrijk en de aankoop van nieuwe containers voor organisch afval.



Koffiedik kijken

In maart 2014 hadden onze medewerkers in Wilrijk het lumineuze idee om nog een afvalfractie toe te voegen: koffiedik. Een initiatief dat het restafval flink deed afnemen.

IKEA
WILRIJK



Isja Connal,
Recovery-coördinator,
Wilrijk

We konden deze nieuwe sorteerfractie makkelijk invoeren. Opleiding speelt een centrale rol bij IKEA, maar in dit geval volstonden een goeie briefing en een regelmatige opvolging.

Praktisch gezien verzamelen we de koffieresten in vuilnisbakken op wieltjes bij de drankenhoeken in het restaurant. Die wieltjes zijn geen overbodige luxe want de kilo's koffiedik zijn erg zwaar... Ook in onze kantine kunnen we dat afval erg makkelijk sorteren met de hulp van het Sustainability Team. De resultaten zijn er en heel wat medewerkers zijn blij dat ons restafval verder blijft afnemen.



6000 kg mossels: een uitdaging voor onze recyclingdiensten!

Belgen zijn dol op mossels. Maar de tonnen lege schelpen en de duizenden aluminium schaalpjes zijn een nachtmerrie voor de mensen die voor de recycling instaan.

Voor dat mosselmenu gingen IKEA België en Vangansewinkel, onze partner in afvalbeheer, op zoek naar innoverende oplossingen:

- de aluminium schalen werden vervangen door biologisch afbreekbare schalen in rietsuikervezel die gecomposteerd werden
- de lege schelpen werden gemalen en gebruikt voor de oesterteelt
- de groenten werden apart ingezameld en bij het organische afval voor de productie van biogassen gevoegd.

Met jouw hulp bij het afruimen lukt het!

De groenten, het overblijvende kookvocht en andere etensrestjes doe je in de bak voor organisch afval.

Verzamel de lege mosselschelpen in het deksel.

Doe de mosselschelpen bij het afruimen in de mosselzak. De inhoud ervan gaat recht de zee in, dus zorg ervoor dat er enkel schelpen in terechtkomen.

Stapel de lege mosselpotten en deksels netjes op elkaar en zet ze in het rek.

Gooi de saucupjes en servetten in de restafvalzak.



62.373 m³

biogassen geproduceerd
dankzij het organisch afval

FY 2014 – cijfer gebaseerd op de gemiddelde energie-inhoud van het afval voor alle vestigingen, met uitzondering van Zaventem en Wilrijk

De nieuwe containers voor organisch afval: makkelijk voor onze medewerkers, vriendelijk voor het milieu



Het afval van onze restaurants stond in de top 5 van de grootste afvalfracties. Omdat een groot deel van dat afval zuiver organisch is, dachten we na over een geschikte sorteer- en recyclingoplossing. Een oplossing die meteen ook schoon, handig en ergonomisch zou zijn voor onze keukenmedewerkers.

Daarom voorzagen we alle woonwarenhuizen van containers voor organisch afval. Daarin gooien we de resten die klanten en medewerkers op hun bord laten liggen en de keukenoverschotten. Achteraf wordt dat organisch afval omgezet in biogassen.

Dat biogas wordt gebruikt als verwarming en als groene stroom.

- Ongeveer 45% van de energie wordt omgezet in groene stroom: 249.000 kWh gebruikt door gezinnen en bedrijven.
- De overige 55% wordt door het afvalverwerkend bedrijf als verwarming gebruikt. Dat betekent een besparing van 34.000 m³ aan aardgas.

Vorig jaar werd 19%* van het voedselafval van onze restaurants in biogassen omgezet. Dit jaar halen we bijna 60%. De overige 40% wordt als restafval verwerkt.

De kers op de taart, tot slot, is dat we het afvalvervoer verder konden terugschroeven dankzij de royale afmetingen van de nieuwe organisch-afvalcontainers.

* Het glas- en porseleinafval van onze restaurants wordt niet meegerekend in deze cijfers.

Invalshoek 2: afval recycleren

We moesten dit jaar 9500 ton afval verwerken. Onderstaand diagram toont op welke manieren we dat precies doen. 0% van het afval van onze woonwarenhuizen kwam op de stortplaats terecht.

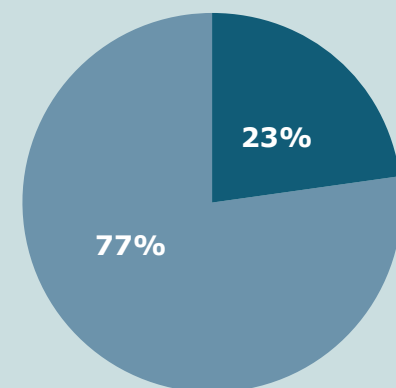


Dit jaar verzamelden we 21.180 liter frituurolie in onze restaurants. Die olie werd omgezet in 19.062 liter biodiesel, dat vertegenwoordigt meer dan 350.000 groene kilometers of het verkeer gedurende 1 jaar van 24 voertuigen.

0%

afval naar de stortplaats
voor onze 6 woonwarenhuizen.
Alles wordt gerecycleerd of
via verbranding als energie
teruggewonnen.

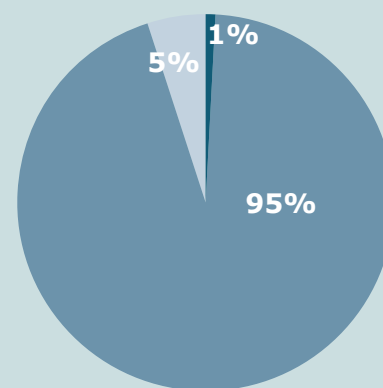
VERWERKINGSMETHODES
IN ONZE WOONWARENHUIZEN



■ Energieterugwinning 23%
■ Recycling 77%

Ons nieuw streefdoel: 80% van het afval recycleren tegen 2020. We hebben nog 3% te gaan en concentreren ons daarbij vooral op restafval, hout en matrassen.

VERWERKINGSMETHODES
IN ONS DISTRIBUTIECENTRUM



■ Stort 1%
■ Recycling 95%
■ Verbranding 5%

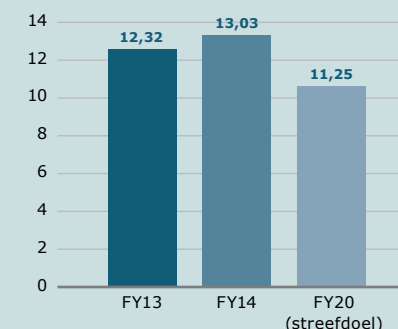
Het streefdoel FY2014 voor ons distributiecentrum: maximaal 2% van het afval dat naar het stort gaat. Met een resultaat van minder dan 1% is dat doel ruimschoots binnen.

Invalshoek 3: afval inperken

IKEA België kan goede sorteerresultaten voorleggen, maar wat betreft de inperking van het afval, kunnen we nog vooruitgang boeken. Dit jaar betreuren we een groot volume aan afval (in kg). Die toename wordt verklaard door de volledige renovatie van de keukenafdeling in al onze vestigingen en de renovatie van de marktruimte in verschillende woonwarenhuizen.

In 2015 leggen we ons toe op systemen om het afval te reduceren en de middelen om die inperking waar te maken.

EVOLUTIE VAN HET GEPRODUCEERDE
AFVAL (kg/verkochte m³)



Nieuw streefdoel: ons operationeel afval tegen 2020 met 10% verminderen, op basis van 12,5 kg afval per verkochte m³

Blauwe planeet



Besparen op ons waterverbruik is van essentieel belang; niet alleen het milieu, maar onze hele toekomst hangt ervan af. Onze blauwe planeet moet blauw blijven! Daarom vangt IKEA België regenwater op. Dat regenwater is goed voor een derde van het waterverbruik in onze woonwarenhuizen en wordt gebruikt voor de spoelinrichtingen en lavabo's van de toiletten en voor de sprinklers. Maar vooral de keukens van onze restaurants verbruiken veel water, meer bepaald de vaatwassers.

Spaarzaam met water

Om het drinkwaterverbruik in te perken, installeerde IKEA België slimme vaatwassers (met patent) in alle woonwarenhuizen. Een woordje uitleg.

- Onze vaatwassers zijn eigenlijk grote wastunnels waarin manden met vuile vaat automatisch aangevoerd worden.
- Tussen die manden zijn er lege plekken die 50% van de ruimte vertegenwoordigen. Een sensor detecteert die lege plek en legt de spoelpompen stil. Alleen de vaat wordt gewassen en dat bespaart heel wat water.
- Het verbruik en gebruik van spoelwater wordt geoptimaliseerd.
- Het systeem is bovendien uitgerust met een dubbele warmteterugwinning.



**Nieuwe vaatwassers
in de keukens van onze
woonwarenhuizen:**

**tot
70%
minder water**

De mobiliteit vooruit helpen



Een wereld zonder verkeer is niet mogelijk. Die CO₂-uitstoot kunnen we dus nooit helemaal vermijden. Maar we kunnen die uitstoot wel beperken. IKEA stelt gediversifieerde transportmogelijkheden en duurzame oplossingen voor aan zowel klanten als medewerkers.

Een voorbeeld. In 2013 installeerde IKEA acht laadpalen (voor elektrische auto's en fietsen) bij zes woonwarenhuizen. IKEA is het eerste bedrijf in België dat al zijn vestigingen uitrust met herlaadpalen voor alle types van elektrische voertuigen. Binnen de Groep is IKEA België ook het eerste land dat over een volledige uitrusting voor al zijn woonwarenhuizen beschikt. Dit jaar kunnen we de eerste cijfers voorleggen.



LAADBEURTEN IN BELGIË IN 2014

Aantal laadbeurten

750

Aantal watt

6.410.318

Deze cijfers vertegenwoordigen 30.000 duurzame kilometers (gebaseerd op een gemiddeld verbruik van 220W/km).

Duurzame mobiliteit: de opties voor onze medewerkers

960
medewerkers
rijden groener

Iedereen doet wat hij kan, afhankelijk van waar hij woont. Om het leven van onze medewerkers te vergemakkelijken en hen te motiveren om duurzame transportmiddelen te gebruiken, werkte IKEA België het volgende uit:

- onze woonwarenhuizen zijn bereikbaar met duurzame vervoer (openbaar vervoer, fiets)
- het gebruik van het openbaar vervoer wordt voor 100% terugbetaald
- fietsers krijgen 0,22 euro/km
- fietsers kunnen gebruik maken van fietsenstallingen, douches en lockers
- we stellen dienstwagens ter beschikking (het gebruik van bedrijfswagens wordt niet aangemoedigd, we hebben er nauwelijks 1,7%)
- elke vestiging is uitgerust met laadpalen voor auto's en fietsen.

30%
van de medewerkers
gebruikt een duurzaam
vervoermiddel om naar
het werk te komen

45,76%
dat is het gemiddelde van
de vestiging in Anderlecht

IKEA
SERVICE
OFFICE



Tim Schroons,
Service Office medewerker en
lid van het Sustainability team

Ik woon in Antwerpen en werk in Zaventem. Vijf jaar lang deed ik die 100 km met de auto of stond ik vooral aan te schuiven in de file, eigenlijk. Vreselijk, ik wist wanneer ik vertrok, maar nooit wanneer ik zou aankomen.

Sinds 2 jaar ga ik overal naartoe met de trein en mijn vouwfiets. Regen en wind schrikken me niet af, je moet je er gewoon naar kleden! In de trein lees ik de gratis Metrokrant of een boek. En op die manier kom ik bovendien aan sport toe. Op de fiets rij ik de snoep er snel weer af, tot jaloezie van mijn collega's.

Financieel is deze oplossing ook voordelig. IKEA betaalt de trein en ik krijg € 4,4 per dag voor de 20 km die ik met de fiets afleg. En uiteraard is het milieu de grote winnaar!

Nog meer winnaars

In mei 2014 werd een wedstrijd "duurzame mobiliteit" georganiseerd onder onze medewerkers van het Service Office en het Customer Contact Center. De opdracht: op een duurzame manier naar het werk komen, het aantal kilometers noteren en de manier waarop ze die aflegden. Van de 236 medewerkers hebben er 35 deelgenomen. Zij kregen een waardebon van 30 euro die ze in een sportwinkel kunnen spenderen.

name: _____ dept.: _____

on foot bike carpool bus/metro train

Note your kilometers here

	on foot	bike	carpool	bus/metro	train
Th 01/05					
Fr 02/05					
Sa 03/05					
Su 04/05					
Mo 05/05					
Tu 06/05					
We 07/05					
Th 08/05					
Fr 09/05					
Sa 10/05					
Su 11/05					
Mo 12/05					
Tu 13/05					
We 14/05					
Th 15/05					
Fr 16/05					
Sa 17/05					
Su 18/05					
Mo 19/05					
Tu 20/05					
We 21/05					
Th 22/05					
Fr 23/05					
Sa 24/05					
Su 25/05					
Mo 26/05					
Tu 27/05					
We 28/05					
Th 29/05					
Fr 30/05					
Sa 31/05					

kilometers per mode of transportation

total kilometers

© Inter IKEA Systems b.v. 2014

Vouwfietsen: een nieuwe piste

Naar een vergadering of een afspraak op de fiets? Waarom niet?

IKEA België kocht 3 Brompton vouwfietsen voor de Service Office medewerkers en het Customer Contact Center. Compact, licht en uitgevouwen in maximaal 20 seconden tijd... de fietsen zijn een groot succes. Meteen een uitstekende manier om onze medewerkers van zachte mobiliteit te laten proeven.


24.258 km
 duurzame km
 afgelegd in 1 maand

=

1695 kg
CO₂
 minder

=

CO₂ per jaar geabsorbeerd door
70 bomen

Wie wil een gratis onderhoudsbeurt voor zijn fiets?

In Wilrijk werd een mobiliteitsplan uitgewerkt in samenwerking met de provincie Antwerpen. Allereerst werd het woon-werkverkeer van de medewerkers onder de loep genomen. Een van de interessante conclusies was dat 45,5% van de medewerkers die op minder dan 5 km van IKEA wonen de auto nemen om naar het werk te komen. Terwijl dat een ideale fietsafstand is.

Vorig jaar stelden we hen de vraag: "hoe kunnen we je overtuigen om de fiets te nemen?". De meest gehoorde antwoorden waren: "een kast om onze kleren te laten drogen" en "gratis onderhoud voor mijn fiets". Twee wensen die in FY14 werden ingewilligd.

CAR FREE DAY

18/09/2014

Car Free Day is een duurzame pendeldag voor werknemers en werkgevers. Met z'n allen kunnen we de filesleu doorbreken door te fietsen, bus of trein te nemen of samen met collega's te carpoolen.



Kom op 18/9 op een duurzame manier naar IKEA, en er wacht je een fijne verrassing.



IKEA
WILRIJK



Sira Azorin Ufano,
Lid van het Sustainability Team
IKEA Wilrijk

Ik kwam twee jaar geleden bij het Sustainability Team. Het is onze taak om acties te bedenken, ze concreet te organiseren en onze collega's te informeren.

Onze "autoloze dag" vond dit jaar plaats op 18 september. We hebben de collega's die met de fiets of het openbaar vervoer naar het werk gekomen waren die dag in de watten gelegd. Ze waren erg enthousiast over de versiering van de fietsenstalling (die we zelf hadden opgehangen) en de gratis duurzame maaltijd die ze kregen.

Maar we hadden nog meer in petto. Als verrassing startten we met de gratis onderhoudsbeurten voor hun fiets bij iBike. Ze waren meteen voor het idee gewonnen. De eerste maand gingen 8 medewerkers bij iBike langs. Ondertussen draait de mond-tot-mondreclame op volle toeren. Deze actie is dan ook op meer dan één punt interessant: we komen dichterbij de buurt van het duurzaammobiliteitsdoel, onze collega's hebben er voordeel bij, net als iBike. Onze actie was een succes en we zijn dan ook nu al enthousiast voor onze volgende autoloze dag!

Duurzame mobiliteit: de opties voor onze klanten

Onze medewerkers scoren dus goed op het vlak van duurzame mobiliteit, maar bij de klanten ligt dat enigszins anders. Klanten moeten nu eenmaal hun – grote – aankopen mee naar huis nemen en het duurt bovendien een tijdje voor nieuwe gewoontes ingeburgerd raken. IKEA België stelt daarom verschillende oplossingen voor en organiseert geregeld specifieke acties.

De oplossingen van IKEA:

- voor klanten die geen auto hebben of de auto liever niet gebruiken: thuislevering, verhuur van bestelwagens en taxi's bij de uitgang van het woonwarenhuis
- voor elke aankoop van minimaal 10 euro en op vertoon van een ticket van het openbaar vervoer om naar IKEA te komen: een gratis retourticket in Anderlecht, Gent en Wilrijk
- laadpalen voor elektrische auto's en fietsen.

Slechts 5% van onze klanten gebruikt een duurzaam vervoermiddel*. Al zijn er significante verschillen van vestiging tot vestiging, net als voorbeelden in het buitenland die aangeven dat het echt anders kan.

Zo haalt Anderlecht de hoogste score voor het openbaarvervoergebruik met 10,6%, gevolgd door Gent met 7,2%. Het bewijst dat een goede bediening door het openbaar vervoer, zoals voor deze twee vestigingen, een duurzame mobiliteit kan stimuleren.

* Cijfers 2012. Een nieuwe enquête is gepland voor 2015.

Fiets, bus of metro?

*De Taxi Service brengt jouw goederen veilig terug naar huis. Maak vandaag gebruik van onze taxiservice en ontvang 15,- op je volgende aankoop.**

* De taxi dienst bevindt zich na de kassa's. Kortings geldig van 01/09/14 tot 30/11/14 bij aankoop van minimum 50,- en enkel bij IKEA Anderlecht. Niet geldig in het restaurant of zweedse shop. Eén bon per ticket. Bon niet uitbetaalbaar in geld. Geef deze bon getekend van het taxi bedrijf aan de kassa.



© Inter IKEA Systemen B.V. 2014

IKEA
ANDERLECHT



Gaëlle Moulart,
IKEA FAMILY manager, mede-teamleider
van het Sustainability team,
IKEA Anderlecht

Op 30 mei organiseerden we in Anderlecht onze 'piekdag' voor de IKEA FAMILY leden. Naast een gratis retourticket voor het openbaar vervoer, schonken we een IKEA waardebon van 15 euro aan de IKEA FAMILY leden die van onze taxidienst gebruik maakten.

De taxi's staan klaar bij de uitgang van het woonwarenhuis. De levering gebeurt de dag zelf en het tarief wordt volgens de afstand berekend. Tien klanten maakten gebruik van de actie. De volgende keer zullen we onze actie vroeger aankondigen bij de ingang van de woonwarenhuizen en in onze e-newsletter. En ook de mond-tot-mond-reclame zal ongetwijfeld op gang komen.

CO₂-zuinig zuinig goederentransport



Meer pallets in karton, minder verkeer

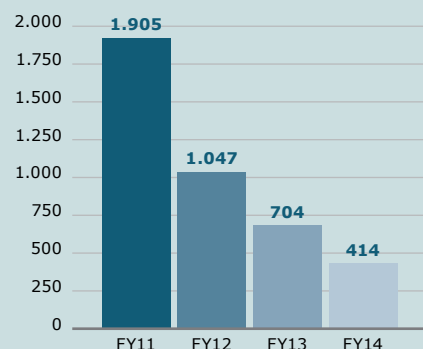
Eerste voordeel: de pallets in karton zijn veel dunner dan houten pallets. We kunnen dus meer materiaal in de vrachtwagens laden en zo zijn er minder vrachtwagens op de weg.

Tweede voordeel: de kartonnen pallets worden gesorteerd en gerecycleerd. Ze hoeven dus niet naar het distributiecentrum teruggebracht te worden. Sinds vier jaar zien we daarom een constante en significante daling van het aantal vrachtwagens dat alleen met houten pallets rondrijdt.

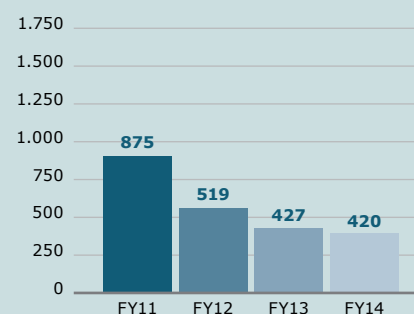
Het vervoer van onze producten over de weg, daar kunnen we niet op besnoeien. Wel kunnen we onze ecologische voetafdruk inkrimpen.

Zo kunnen we houten pallets vervangen door dunnere pallets in karton, het laadpercentage van de voertuigen optimaliseren en multimodale vervoeroplossingen zoeken om niet alleen onze CO₂-uitstoot, maar meteen ook onze kosten te verminderen. En onze prijzen laag te houden.

AANTAL VRACHTWAGENS DAT
HOUTEN PALLETS NAAR HET
DISTRIBUTIECENTRUM VOERT



AANTAL VRACHTWAGENS
DAT HOUTEN PALLETS
VAN HET DISTRIBUTIECENTRUM
NAAR DE ANDERE UNITS VOERT



FY2014 is het eerste volledige jaar dat we met kartonnen pallets werken, zowel voor het vervoer van onze leveranciers naar onze woonwarenhuizen als voor het verkeer van het centraal distributiecentrum naar de vestigingen. Alleen de aanvoer van goederen op kartonnen pallets vanuit ons distributiecentrum in Dortmund moet nog geïmplementeerd worden.

Een percentage dat ons met tevredenheid vult

Het vulpercentage is ook erg belangrijk voor het milieu. Hoe meer onze vrachtwagens gevuld zijn, hoe minder lucht we vervoeren en hoe minder CO₂ we uitstoten.

Ons designkantoor in Zweden innoveert continu om steeds compactere verpakkingen te bedenken. Maar ook de logistieke medewerkers in het distributiecentrum van Winterslag blijken erg creatief en vindingrijk. De vrachtwagens vullen zonder plaatsverlies en volgens de geldende normen kan soms een echte hoofdbreker zijn. Toch slagen ze erin dat vulpercentage voortdurend te verbeteren. Ontdek hoe ze dat doen.

Een nieuwe overeenkomst

Sinds 1 januari 2014 passen België en Nederland de nieuwe Top Fill-overeenkomst toe. Om nog meer plaats te besparen, mogen de pallets voortaan geladen worden met producten opgesplitst in verschillende delen. De logistieke medewerkers moeten wel een etiket op elk deel plakken zodat ze makkelijk herkenbaar zijn bij het lossen.

Twee ambassadeurs

Gedurende twee dagen namen twee medewerkers van elk IKEA distributiecentrum in Centraal-Europa deel aan een IWL-workshop (InWarehouseLogistics).

Er is toen aangetoond in welke mate het vulpercentage afhangt van het werk van de logistieke medewerker.

Uit zijn beste logistieke medewerkers koos ons distributiecentrum in Winterslag vervolgens twee 'ambassadeurs' die hun collega's beoordeeld en ondersteund hebben bij twee laadbeurten. De bedoeling was om hun vragen te beantwoorden, advies te geven en tips uit te wisselen om een perfecte puzzel in elkaar te zetten volgens de nieuwe Top Fill-overeenkomst.

Multimodaal, ideaal

Een multimodale aanpak houdt in dat we op zoek gaan naar alternatieve transportmiddelen naast het vervoer over de weg. Momenteel wordt 78% van onze goederen via de weg naar onze woonwarenhuizen gebracht. Alternatieven met dezelfde termijnen en kostprijs zijn op dit moment nog moeilijk haalbaar. Al wordt 22% van de goederen bestemd voor het distributiecentrum in Winterslag al op een andere manier aangevoerd. We blijven nadenken over manieren om het multimodale vervoer uit te breiden volgens onze mogelijkheden.



Bernd Paulissen,
Operational Support Manager,
Distributiecentrum IKEA België

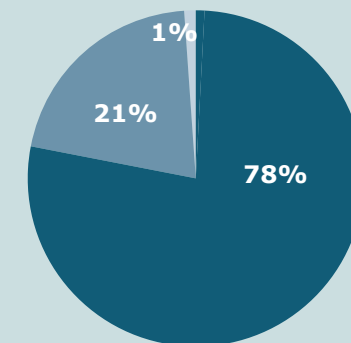
De IWL-actie was een succes. De logistieke medewerkers stelden het op prijs dat ze door hun collega's en niet door een controleorganisme beoordeeld en ondersteund werden.

Oplossingen die binnen het team gevonden worden, moedigen veel beter aan. Zo konden

we vaststellen dat een beetje onderlinge competitie erg positief kan zijn...

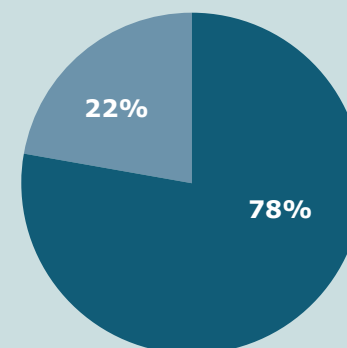
Wat de logistieke medewerkers vooral motiveert is het uitkijken van de perfecte puzzel, m.a.w. kwaliteitswerk afleveren met een hoog vulpercentage. We merken allemaal dat je met een hoog vulpercentage het aantal vrachtwagenritten kan verminderen. En de meesten van onze collega's-laders voelen zich aangesproken door de impact die hun werk heeft op het milieu.

GOEDEREN NAAR HET
DISTRIBUTIECENTRUM



■ Weg
■ Gecombineerd
■ Spoor

GOEDEREN VAN
LEVERANCIERS NAAR
IKEA WOONWARENHUIZEN



■ Weg
■ Gecombineerd
■ Spoor

Wie een evenwichtige voeding zoekt, die vindt



IKEA België werkt nauw samen met een voedingsdeskundige. Kwaliteit, afwisseling en gezondheid zijn de trefwoorden. Daarnaast schakelen we ook de hulp in van de Vredeseilanden en hun programma voor duurzame grootkeukens. We spannen ons in om gezonde, lokale en seizoensgebonden producten te serveren, net als bepaalde bioproducten. We bieden duurzame vis en vegetarische maaltijden aan. Dit jaar zetten we een paar nieuwigheden op het menu. Ontdek onze suggesties...

Suggestie 1: gezond eten

Sinds FY13 stelt IKEA België elke dag een salad bar en een soep voor. De gerechten worden samengesteld met de hulp van een voedingsdeskundige. Voor de salad bar, bijvoorbeeld, vervangen we de mayonaise door een dressing op basis van yoghurt. Nieuw dit jaar zijn de wraps in de Bistro, achter de kassa's. Voor de 3 voorgestelde wraps deden we een beroep op een voedingsdeskundige om het zout- en vetgehalte en de additieven onder controle te houden. Resultaat: een perfect evenwichtige garnituur. Voor de wraps zelf volstaat de kwaliteit weliswaar, maar samen met onze leverancier zijn we op zoek naar dé perfecte oplossing.

Daarnaast voerden we een nieuwe prijsstrategie in. We verlagen de prijs van de gezonde maaltijden, terwijl we de andere maaltijden ietsje duurder maken. De zalmlasagne is daarvan een goed voorbeeld. Op die manier willen we onze klanten aanmoedigen om voor een gezondere voeding te kiezen.

Suggestie 2: biologisch eten

We introduceren enkele nieuwe biogerechten. Naast de tomatensoep kunnen onze klanten voortaan elke dag een biosoep proeven. We aarzelen niet om originele smaken aan te bieden, zoals het recept "wortel, kokos, kerrie" dat goed in de smaak valt. We lanceerden ook een biocarpaccio die vlot over de toonbank gaat. Het hele jaar FY14 door serveerden we een biokindermenu voor slechts € 1,95.

Suggestie 3: duurzaam eten

We letten er bovendien op om plaatselijke en seizoensgebonden voedingsmiddelen te serveren, net als vegetarische producten. Sinds dit jaar bieden we elke dag een vegetarische schotel aan. Voor onze medewerkers kost die schotel € 1 op de "donderdag, veggiedag".

De vis in onze bereidingen heeft een MSC-label (duurzame visserij) en ASC-label (duurzame kweek).

We besloten om in januari en februari alle tomaten uit onze menu's te schrappen. Gewoon omdat ze in die periode van het jaar niet echt optimaal zijn, tenzij ze uit een ver land ingevoerd worden. We serveren ook geen sla die in serres geteeld werd. Onze salade wordt in volle grond in Frankrijk of Noord-Italië gekweekt.

Nog in FY14 werd België samen met Denemarken geselecteerd als testmarkt voor de vegetarische en kippenballetjes. Onze medewerkers zijn de (blij!) proefkonijnen.

Suggestie 4: dierenwelzijn respecteren

IKEA Food Services werkt samen met diverse organisaties die voor dierenwelzijn opkomen, zoals GAIA en Compassion in World Farming (CIWF). We verwerken uitsluitend kippen die in vrije uitloop leefden en, in mindere mate, scharrelkippen en hun eieren. We engageren ons ook voor het welzijn van biggetjes.

Om de klant beter te informeren, bedachten we dit jaar nieuwe 'Animal Welfare'-logo's per diersoort. Zo zijn klanten zich er beter van bewust dat ze vlees uit de verantwoorde teelt eten.



Benny Weyns,
Inkoper IKEA Food,
IKEA België

We zijn al flink opgeschoten op de weg van de duurzame voeding. Een lange, maar boeiende weg. Duurzame voeding biedt vele mogelijkheden en het management is nauw met deze kwesties bezig. Onze partners bezorgen ons een maximum aan informatie dankzij hun uitgebreide kennis over voedingsstoffen en duurzame voeding.

Onze klanten hebben steeds meer aandacht voor dergelijke producten. Toch brengen ze doorgaans niet veel tijd door in onze restaurants en zijn ze niet altijd op de hoogte over ons duurzaam aanbod. We spannen ons daarom in om hen meer informatie voor te schotelen.

Een beter leven voor mensen en gemeenschappen

Onze opdracht om mensen het leven makkelijker te maken blijft niet beperkt tot onze klanten. IKEA België wil ook zijn werknemers een aangename werkplek bieden. Verder willen we toezien op de arbeidsvoorwaarden en de aandacht voor het milieu bij onze leveranciers. Tot slot engageren we ons om mensgerichte sociale en ecologische acties in België en in de hele wereld te steunen.

Hoe ver staat IKEA België met dat engagement?



Een verantwoordelijke werkgever



We willen een eerlijk en betrouwbaar bedrijf zijn dat zijn waarden met zijn medewerkers deelt. Bij IKEA verdient iedereen respect en moet elke medewerker om zijn competenties gewaardeerd worden.

Graag willen we iedereen groeikansen en goede werkomstandigheden bieden. We moedigen diversiteit en teamspirit aan, en stimuleren individualiteit binnen de groep. Net zoals we een goeie sociale dialoog voorstaan.

Elk apart en allemaal samen zijn we creatiever en sterker tegenover de concurrentie. Hoe sterk zijn we dan precies? Een paar cijfers:

- 3019 medewerkers in de woonwarenhuizen en 200 in ons distributiecentrum
- werkgelegenheid: 100 bijkomende medewerkers
- gelijke kansen: 46,8% mannen en 53,2% vrouwen
- anciënniteit: In vergelijking met de arbeidsmarkt heeft IKEA België een hoge anciënniteit: gemiddeld 11 tot 13 jaar.

Scandinavische waarden in een Belgische onderneming

Die waarden leren ons dat onze groei van onze medewerkers afhangt. Van alle medewerkers. Daarom hebben we een groot aantal maatregelen ingevoerd om hun goeie werkomstandigheden te garanderen, hen over onze waarden te informeren en hen bij onze organisatie te betrekken.

Diversiteit, onze VOICE-enquête (die onze medewerkers een stem geeft), de

samenwerking met de sociale partners en ons nieuw, grootschalig project Fit For the Future vormen één geheel. Hier gaan we er dieper op in.

Diversiteit werkt creatief

Bij de rekrutering baseren we ons op de waarde en competenties van een persoon en niet op zijn leeftijd, geslacht of diploma. De diversiteit die daaruit voortvloeit, verbetert onze resultaten en versterkt onze concurrentiekracht. Die individualiteit binnen onze onderneming staat borg voor een dynamischer en creatiever bedrijf.



VERHOUDING MANNEN/VROUWEN BIJ IKEA, IKEA BELGIË FY14:

	MANNEN	VROUWEN
Verhouding medewerkers	46,2%	53,8%
Verhouding managers	49,6%	50,4%
Verhouding Business area manager	50,2%	49,8%
Verhouding afdelingshoofden	41,4%	58,6%
Verhouding Management team	70,6%	29,4%

BIJ IKEA IS COMPETENTIE BELANGRIJKER DAN JE LEEFTIJD. HET BEWIJS DAARVAN ZIJN HET AANTAL MANAGERS JONGER DAN 35 JAAR EN DE PROGRAMMA'S INGEVOERD VOOR 45-PLUSERS.

→ Managers jonger dan 35 jaar:

- 37% van onze managers
- 24% van onze afdelingshoofden
- 43% van onze Business area managers

→ Concrete begeleiding voor 45-plussers

Ook na je 45^{ste} heb je een loopbaantoekomst bij IKEA. In FY14 zetten we een aantal concrete acties op om die leeftijdscategorie bij ons aan het werk te houden:

- met betrekking tot de competenties gaan we aan de hand van PDP's (Personal Development Plan) na wat de behoeften van 45-plussers zijn op het vlak van opleiding, bijscholing en loopbaanbegeleiding
- met betrekking tot het welzijn onderzochten we de mogelijkheden om medische onderzoeken makkelijker toegankelijk te maken. We voerden een preventiebeleid in en herzagen de contracten in het licht van dat beleid
- met betrekking tot de begeleiding stelden we een gids op met alle nuttige Belgische maatregelen na je 45^{ste} en we leidden onze medewerkers op om onze 45-plussers op die vlakken te begeleiden.



Doe je zeg!

Waar staan we vandaag?
Waar zijn we goed in?
Wat kan beter?
Hoe kunnen we vooruit?

Jij hebt tussen 7 en 26 oktober
het woord.

Meer informatie vind je
bij je leidinggevende.

VOICE

VOICE: het woord aan onze medewerkers

Elk jaar voert een onafhankelijk onderzoeksbureau de VOICE-enquête uit onder onze medewerkers. De thema's die daarin aan bod komen zijn tevredenheid op het werk, efficiëntie, openheid, duurzame ontwikkeling, doelstellingen en leadership.

Zeg je gedacht

van 7 t.e.m. 26 oktober

PERCENTAGE VAN DE MEDEWERKERS

- 94% vindt dat hij verantwoordelijkheden kan opnemen wanneer er zich een probleem voordoet
- 91% meent dat hij over de nodige competenties voor zijn baan beschikt
- 72% vindt dat hij waardering en erkenning krijgt
- 75% heeft vertrouwen in zijn directe chef
- 76% meent dat duurzame ontwikkeling aan bod komt in zijn dagelijks werk
- 77% vindt IKEA een goed bedrijf om voor te werken.



Constructieve samenwerking met de sociale partners

IKEA België is ervan overtuigd dat een goede dialoog met de sociale partners nodig is. Ze zijn de spreekbuis van onze medewerkers en we onderhandelen liever met een sterke partner die het vertrouwen van ons personeel geniet. We overleggen elke maand met de werknemersafvaardiging op zowel lokaal als nationaal niveau. Het vraagt wat tijd om de Scandinavische en Belgische bedrijfscultuur op elkaar af te stemmen. En al zijn we nog niet aan gedeelde beslissingen toe, toch hebben we samen al een bijzonder constructieve dialoog opgebouwd.

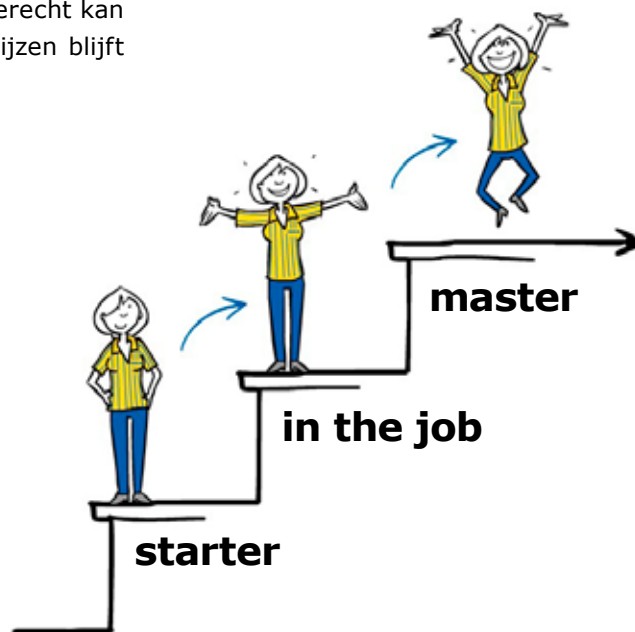
Fit For the Future (FFF): een win-win-winsituatie

Dit jaar hebben we actief doorgewerkt aan het grootschalige FFF-project dat in 2005 werd opgestart onder de naam New Function Classification. Met dat project willen we nieuwe functiebeschrijvingen invoeren, net als profielen gebaseerd op de competenties die voor de functie vereist zijn. IKEA België wil van 141 specifieke profielen naar 25 meer algemene profielen evolueren. Een voorbeeldje: een medewerker die uitsluitend op de afdeling zitbanken werkt, zou een opleiding krijgen om in de hele showroom ingezet te kunnen worden (behalve in de keukenafdeling die een andere kennis vereist).

Dat beleid levert een driedubbel voordeel op voor onze medewerkers, voor ons bedrijf en voor onze klanten:

- Voor onze medewerkers, omdat ze op meer afwisselend werk en meer doorgroeikansen kunnen rekenen. En vergeten we ook niet de vele deeltijdse medewerkers die toegang krijgen tot een contract met meer uren en dus tot een hoger loon.

- Voor het bedrijf omdat we het werk optimaler kunnen verdelen en zo de kosten beter kunnen beheersen. Want onze omzet stijgt wel, maar proportioneel gezien, stijgen onze kosten nog sneller. Op korte termijn impliceert een nieuwe organisatie aanzienlijke financiële investeringen. Op lange termijn garandeert ze het voortbestaan van ons bedrijf en kunnen we verder lage prijzen aanbieden.
- Voor de klant die bij beschikbare en competente medewerkers terecht kan en verder van onze lage prijzen blijft profiteren.



IKEA
BELGIË



Marie-Pierre Beaumont,
Social Relations Manager,
IKEA België

We werken al enkele jaren aan het Fit for the Future project. Onze relaties met onze sociale partners zijn door de jaren heen verbeterd en zijn opener en constructiever geworden.

Op tal van overlegvergaderingen hebben we samen aan deze nieuwe arbeidsorganisatie gewerkt.

Maar veranderingen voorbereiden en invoeren is niet eenvoudig en vraagt tijd. Begin 2015 zullen we FFF aan onze medewerkers voorstellen. We hopen dat iedereen die veranderingen zal aanvaarden. Op persoonlijk vlak zijn veranderingen soms wat lastig, maar collectief gezien zijn ze positief voor onze klanten, voor ons bedrijf en voor iedereen die er werkt. Een hele uitdaging, maar een mooie uitdaging!

Samen groeien

Opleidingen zijn een springplank om onze medewerkers en ons bedrijf te laten groeien. In FY2014 besteedden we 56.926 uren aan opleiding, dat is 2% van de loonmassa. Dit jaar legden we het accent op de IKEA Way en onze gedragscode, Meet & Greet, de nieuwe METHOD keukens, de basis van de distributie, afval en duurzame ontwikkeling.

Om onze groei en de opvolging voor de toekomst veilig te stellen, ging IKEA België door met de uitrol van de nationale Trainee Manager opleiding.

Dankzij deze opleiding kunnen kandidaten van binnen en buiten IKEA op 12 of 18 maanden klaargestoomd worden om een managementfunctie met een contract voor onbepaalde duur op te nemen. Dit jaar hebben 32 mensen (gemiddelde leeftijd: 26 jaar) aan het programma deelgenomen, onder wie 20 IKEA medewerkers.

CIJFERS FY14

% opleidingsuren tijdens de werkuren van onze medewerkers > **1,97 %**

% opleidingsuren tijdens de werkuren van onze managers > **1,94 %**

totaal % opleidingsuren tijdens de werkuren in FY2014 > **2,00 %**



Financiële vinger aan de pols

We blijven verder groeien in België en openen in 2015 twee nieuwe woonwarenhuizen in Bergen en in Hasselt. Fit For the Future, maar ook de invoering van het opvolgings- en talentenmanagement (FY15) zorgen mee voor goeie vooruitzichten.

IKEA beschouwt de motivatie en de betrokkenheid van het personeel als een drijfveer voor de groei van het bedrijf.

TACK!

Die groei wil IKEA Group graag met zijn medewerkers wereldwijd delen. Vandaar het programma TACK!, wat in het Zweeds zoveel betekent als 'bedankt'.

IKEA
BELGIË

An Huybrechts,

Trainee Social Relations Manager
en Project Leader TACK!,
IKEA België

Ingvar Kamprad, de oprichter van IKEA, wil zijn medewerkers bedanken voor hun rol in de groei van het bedrijf en wil hen steunen in de verschillende fases in hun leven. Daarom bedacht hij het TACK! programma voor wie met pensioen gaat, als extraatje voor deze onzekere fase in ons leven.

Dit getrouwheidsprogramma steunt op een verdeling van de winst onder alle medewerkers wereldwijd (bijvoorbeeld: financiering van 100 miljoen euro aangekondigd in december 2013). Het gaat om een gelijke en eerlijke verdeling, ongeacht de functie of het loonniveau binnen IKEA. Deeltijdse werknemers zullen recht hebben op een bedrag dat in verhouding staat tot hun aantal arbeidsuren. De TACK! bijdragen worden toegekend vanaf 5 opeenvolgende boekjaren in het bedrijf. De winstdeelneming wordt via een aanvullende groepsverzekering uitgekeerd wanneer de werknemer met pensioen gaat.



Ons "dankjewel" voor je
bijdrage aan ons succes.

Tack!, het nieuwe loyaliteits-
programma van de IKEA Group,
staat intussen op punt.
Je leidinggevende vertelt jou
binnenkort meer.



Een goed loonniveau en vele voordelen

Het loon en bijkomende voordelen zijn een logische manier om mensen te motiveren. Binnen onze sector en voor een vergelijkbare functie ligt het barema bij IKEA België 7% hoger binnen hetzelfde paritaire comité.

Op het vlak van de anciënniteit blijft het loon 25 jaar lang elk jaar stijgen (tegen 15 à 20 jaar bij de meeste bedrijven in onze sector).

Een voltijdse baan bij IKEA België vertegenwoordigt 30 tot 32 uur (tegen 38 uur in de klassieke distributie).

Naast de gebruikelijke voordelen, biedt IKEA België zijn medewerkers bovendien: overuren vermeerderd met 50%, vrijwillig zondagswerk betaald tegen 300%, beter betaalde avonduren, IKEA aankoopbonnen bij speciale gelegenheden en tot slot een bonus berekend volgens drie criteria (nationale omzet, lokaal voorraadbeheer en lokale recyclage-index).

Wij eisen kwaliteit(en) van onze leveranciers.



Sinds 2000 werkt IKEA met zijn eigen gedragscode (IWAY).

Onze leveranciers en onderaannemers weten wat ze van ons kunnen verwachten. In ruil verwachten wij dat ze goede werkomstandigheden garanderen, de mensenrechten respecteren en de plaatselijke sociale wetgeving naleven en voldoen aan strikte veiligheids- en milieucriteria.

Geregeld voeren we audits uit bij onze leveranciers, die dat overigens waarderen. Dankzij de IWAY code en de audits kunnen ze hun organisatie immers in de juiste richting doen evolueren. Het begrip “kwaliteit” slaat niet meer alleen op hun producten, maar ook op andere vlakken zoals personeelsbeheer en duurzame ontwikkeling.

In FY14 legde IKEA België het accent vooral op afvalbeheer, de veiligheid van de medewerkers en het onderhoud van de lokalen. Wat houdt zo’n audit precies in? We geven het woord aan Group-f, het bedrijf dat sinds 4 jaar instaat voor het onderhoud van enkele van onze vestigingen.



Martine Gaack,
Operational Manager,
Group-f - Cleaning & Facility Services

Een IWAY audit levert een schat aan informatie op. Zo gebruiken wij voor ons onderhoud groene producten. Maar uit de audit leerden we dat we daarin nog veel verder kunnen gaan.

We vulden een vragenlijst in en een auditeur volgde ons een dag lang in onze lokalen en in het woonwarenhuis. We spraken met onze medewerkers op de werkvloer. Zij toonden ons hoe ze sorteren, hoe ze zich beschermen en welke procedures ze volgen bij een ongeval. De auditeur had ook een gesprek met de personeels- en met de veiligheidsverantwoordelijke.

Dankzij de resultaten konden we een aantal non-conformiteiten corrigeren, bepaalde maatregelen invoeren en onze medewerkers informeren. We besparen nu ook flink op energie dankzij een aangepast beheer van ons wagenpark en de aankoop van elektrische voertuigen. Bovendien konden we de veiligheid van onze medewerkers optimaliseren. En hen eraan herinneren dat een break van een half uur om de vier uur geen overbodige luxe is.

Dynamische gemeenschappen

De kracht van onderwijs is je eigen keuzes maken



Voor elke verkochte knuffel schenkt de IKEA Foundation 1 euro zodat meer kinderen onderwijs kunnen volgen.



IKEA wil bijdragen tot de verbetering van de levenskwaliteit van mensen en gemeenschappen. Daartoe is de IKEA Foundation over de hele wereld actief, in samenwerking met partners van een hoog niveau. Bovendien kan de IKEA Foundation rekenen op de hulp van alle IKEA woonwarenhuizen, hun medewerkers en klanten.

En van zijn kant steunt IKEA België naast de internationale projecten van de IKEA Foundation ook nationale projecten en plaatselijke sociale initiatieven.

Hier projecten voor ginder steunen

De IKEA Foundation steunt verenigingen en liefdadigheidsinstellingen wereldwijd. Daarnaast organiseert elk land waar IKEA gevestigd is nationale acties om internationale programma's of nationale en plaatselijke werkingen te steunen. Een overzichtje van onze acties in België dit jaar.

Knuffels zonder grenzen

Sinds 2003 neemt IKEA België deel aan de campagne Knuffels voor Onderwijs. De IKEA Foundation kon dankzij deze actie al 67 miljoen euro overmaken aan UNICEF en Save the Children (1 euro per speelgoedbeest en per kinderboek dat wereldwijd verkocht wordt tijdens de actie). De campagne bood zo hulp aan meer dan 11 miljoen kinderen in 46 landen.

Om de campagne ook lokaal te verankeren, bieden we de klanten in België de mogelijkheid de knuffel die ze kopen weg te schenken aan een plaatselijk goed doel. En dat hebben ze massaal gedaan.



Lieselotte Callebaut,
Corporate Officer
UNICEF België

IKEA België is een mooi voorbeeld van een geïntegreerd partnerschap. Samen zetten we ons in voor de rechten van het kind. Het gaat om een langetermijnsamenwerking waarbij alle partijen betrokken worden: scholen, verenigingen, kinderen, klanten en medewerkers van IKEA.

Naast de financiële steun zet IKEA België zich in om zijn klanten te sensibiliseren en zijn medewerkers te mobiliseren. Bij UNICEF noemen we IKEA trouwens altijd als voorbeeld voor de andere bedrijven.

Bedankt klanten!
213.228 euro

ingezameld in België

Bravo medewerkers!
12de plaats

op 47 landen behaald door IKEA België in de rangschikking van het aantal knuffels verkocht tijdens de campagne

Sprookjes bestaan

Naar aanleiding van de 10de verjaardag van de knuffelcampagne besloot IKEA België om de geldinzameling te combineren met een sensibiliseringsactie.

In een sprookje ontdekt prinses Klara waarom onderwijs voor alle kinderen zo belangrijk is. Het boek kwam er dankzij de samenwerking tussen IKEA België, UNICEF België en een Belgische schrijfster en illustratrice van kinderboeken. Het sprookje werd in de woonwarenhuizen voorgelezen en 2.500 exemplaren werden aan UNICEF geschonken. Een "echt" sprookje.

Verkrijgbaar in het Nederlands en het Frans.

Het verwende prinsesje Klara maakt kennis met enkele bosbewoners. Aan het einde van een spannend avontuur neemt ze haar vrienden mee naar haar kasteel waar ze bij haar juf les kunnen volgen.



Het sprookje over prinses Klara is een heel mooi verhaal dat kinderen bewust maakt van het recht op onderwijs voor alle kinderen. Dat recht komt op een onrechtstreekse manier aan bod in het verhaal, zodat ouders of leerkrachten daar dieper op in kunnen gaan als ze dat willen.

Tijdens het schooljaar 2013-2014 deelden we 1300 pedagogische pakketten uit aan de Belgische leerkrachten die deelnamen aan ons programma "Wereldklassen". Zo is het sprookje (dat deel uitmaakte van dit pakket) verdeeld in 1300 Belgische klassen. We hebben het sprookje ook toegevoegd aan ons pedagogisch aanbod, en we kregen 600 aanvragen om het sprookje over prinses Klara te ontvangen in september en oktober 2014.

Leerkrachten vragen het boek spontaan aan, vooral mensen uit het kleuteronderwijs, maar ook voor het 1e en 2e leerjaar. En ook mensen uit de kinderopvang en de jeugdbewegingen zijn in het boek geïnteresseerd.

Pascale Recht,
Advocacy Manager,
UNICEF België

Het leven in vluchtelingenkampen lichter maken

Verlichting in vluchtelingenkampen moet criminaliteit tegengaan, het sociaal leven stimuleren en de toegang tot onderwijs verbeteren.

Van 3 februari tot 29 maart 2014 organiseerde IKEA een grote led-campagne: voor elke verkochte LEDARE lamp maakte IKEA 1 euro over aan het VN-vluchtelingenagentschap.

Zo werd 7,7 miljoen euro ingezameld om meer dan 350.000 kinderen en hun gezinnen in vluchtelingenkampen van verlichting en duurzame energie te voorzien.



Terug naar school in Afrika

IKEA steunt UNICEF in de internationale campagne "Scholen voor Afrika". Bedoeling is kinderen kwaliteitsonderwijs te bieden in een beschermde omgeving. UNICEF helpt kinderen die het slachtoffer werden van oorlogen en natuurrampen, van de gevolgen van aids of van armoede.

Eind augustus organiseerde IKEA België een actie ten voordele van de "Scholen voor Afrika". Alle IKEA FAMILY leden werd gevraagd om hun lidkaart aan de kassa te laten scannen. Voor elke scan schonk IKEA België 20 cent aan UNICEF. In een week tijd werd er 54.375 euro ingezameld. Onze kassamedewerkers speelden daarin een grote rol!

De zes Belgische IKEA woonwarenhuizen zamelden samen 241.477 euro in. Op de parking van IKEA Zaventem werd een grote tent van de Verenigde Naties neergezet om onze klanten te sensibiliseren.

Elke cent telt!
1 euro =
 schoolmateriaal voor één kind
 (potlood, slijper, gom, kleurpotloden, schrift)

Projecten van hier steunen

IKEA België steunt ook Belgische verenigingen en sociale en ecologische initiatieven.

Bio en biodiversiteit gaan hand in hand

IKEA België werkt mee aan de natuurbescherming in België via Natuurpunt in Vlaanderen en Natagora in Wallonië.



49.020 EURO INGEZAMELD

Tijdens onze biomaand van 19/05 tot 14/06 stortten we per verkochte biomaaltijd en per verkocht bio-product 1 euro aan Natuurpunt en Natagora voor hun projecten "De Kleine Nete" en "LIFE prairies bocages".

NATUURDAG

121 IKEA FAMILY leden wandelden mee met Natuurpunt of Natagora om meer te leren over biodiversiteit in hun eigen streek.

WORKSHOP

87 IKEA FAMILY leden kregen uitleg over biodiversiteit in hun eigen tuin door deskundigen van Natuurpunt en Natagora.



Filip Hebbrecht

Medewerker Marketing & Partners,
Natuurpunt

IKEA België steunt ons project in de Kleine-Netevallei, een uniek ecosysteem waar zeldzame soorten met uitsterven bedreigd zijn.

Dit jaar werd de geldinzameling gecombineerd met de verkoop van biomaaltijden en bioproducten bij IKEA. Natuurpunt staat achter de bioteelt. Volgens een grootschalige analyse door de universiteit van Oxford zou biologische teelt de biodiversiteit met 30% kunnen verhogen.



Philippe Funcken,

Algemeen directeur,
Natagora

Met ons project "LIFE Prairies Bocages" willen we zo'n 150 hectare bloemenweiden in Famenne herstellen om een gunstige habitat te creëren voor bepaalde bedreigde soorten. Een gigantisch werk dat over 7 jaar zal lopen. Daarnaast voeren we ook sensibiliseringsacties.

IKEA België steunt ons financieel, maar vraagt ons ook om sensibiliseringsacties voor hun klanten op te zetten.





Een fonds en een stichting zetten zich in voor de allerkleinsten

Om kinderen in België te helpen en armoede te bestrijden, werkt het IKEA Fonds voor Kinderen en Opvoeding samen met de Koning Boudewijnstichting die het Fonds beheert.

Na een projectoproep stelde het Belgische IKEA fonds 58.800 euro ter beschikking van 8 opvangstructuren voor baby's en peuters van gezinnen uit de sociale huisvesting.

OPVANG VAN 0 TOT 3 JAAR OMDAT:

- de eerste levensjaren essentieel zijn om de basis te leggen voor de taalverwerving, het zelfvertrouwen en het contact met anderen
- de opvangstructuur levensbepalend is: kinderen slagen beter op school, vinden makkelijker werk en zijn gezonder
- de ouders administratieve en sociale hulp krijgen, contacten opbouwen en meer tijd krijgen om werk te zoeken of een opleiding te volgen.



Pascale Taminiaux,
Projectverantwoordelijke,
Koning Boudewijnstichting

Voor deze projectoproep kwam het IKEA Fonds voor Kinderen en Opvoeding met een vernieuwend en pertinent idee: hulp bieden aan mensen uit de sociale huisvesting. Deze mensen hebben vaak een kwetsbaar sociaaleconomisch profiel en eenoudergezinnen zijn er oververtegenwoordigd.

Hun jonge kinderen die niet in een opvangstructuur terecht kunnen, hebben vaak een achterstand in het kleuteronderwijs. Terwijl elk kind toch recht heeft op een goede start in het leven.

Een onafhankelijke jury samengesteld door de Koning Boudewijnstichting onderzocht 70 projecten en selecteerde er acht. Samen met de projectverantwoordelijken wordt de balans opgemaakt, om na te gaan wat er goed en wat er minder goed liep en om inspiratie op te doen voor de volgende acties van het Fonds.

IKEA wil deze actie in 2015 graag voortzetten.

Projecten in de buurt ondersteunen

Door plaatselijke sociale en milieu-initiatieven te steunen, willen IKEA België en zijn medewerkers een verschil maken voor de mensen die in de buurt van hun werkplek wonen. We focussen onze inspanningen op organisaties die kinderen ondersteunen.

We schenken meubels en interieur-inrichtingsexpertise of bieden financiële steun, maar onze medewerkers steken ook zelf de handen uit de mouwen en zijn vaak gul met hun tijd.

De medewerkers stellen trouwens zelf plaatselijke verenigingen voor, waarna ze stemmen over de projecten die geselecteerd zullen worden. Het is een proces waar tijd in kruipt en waarin de mensen hun hart doen spreken. Lees hieronder wat de ervaringen zijn bij IKEA Hognoul.



**Gezocht:
mensen met
een hart, handen
en ideeën.**

© Ikea 2014-2015, 2017



**IKEA
HOGNOUL**



Manuel Haydan,

IKEA FAMILY & IKEA Business Manager,
Leiding van het Sustainability Team,
IKEA Hognoul

IKEA Hognoul: Onze medewerkers er van begin tot einde bij betrekken

De selectie van een vereniging is al een boeiend verhaal op zich. We vragen onze medewerkers om zelf een plaatselijk sociaal of ecologisch project voor te stellen dat aan de IKEA waarden en aan bepaalde criteria beantwoordt. We gingen op zoek naar een vereniging die kinderen helpt en ontvingen 14 voorstellen. Er werd een jury van 4 IKEA medewerkers samengesteld en daar was ik bij. We kozen 5 verenigingen. Bij elk daarvan gingen we op bezoek en we selecteerden er 2.

In de kantine konden de medewerkers toen 2 maanden lang voor een van beide verenigingen stemmen. 25% van de collega's nam deel en we telden 114 geldige stemmen. Met 75% van die stemmen ging de voorkeur duidelijk naar het CMAP van Montégnée.

De vier verenigingen die het niet haalden kregen een IKEA aankoopbon van 1000 euro als dank voor hun medewerking.

We zijn enthousiast dat we de kinderen van het CMAP van Montégnée kunnen helpen!

IKEA Wilrijk Het Huis, een warm nest voor gezinnen in moeilijkheden

IKEA
WILRIJK

Het Huis organiseert ontmoetingen tussen ouders, grootouders en kinderen. Vaak gaat het om kinderen die lijden onder moeilijke scheidingen. In zulke situaties is de relatie tussen de ouders soms in die mate verstoord dat er een neutrale plek nodig is om het contact te herstellen. Van de bezoekenmomenten die er plaatsvinden worden verslagen opgesteld voor de bevoegde rechtbanken. Daardoor ontvangt Het Huis geen subsidies. De organisatie werkt enkel met vrijwilligers.

Drie jaar geleden kozen de medewerkers van IKEA Wilrijk Het Huis als lokaal project dat ze wilden steunen.

Dit jaar hebben de medewerkers van IKEA Wilrijk het onthaalsalon volledig heringericht. Het Huis had nood aan een gezellige plek waar drie gezinnen tegelijk zich thuis konden voelen. IKEA Wilrijk werkte eerst een ontwerp uit waarna een tiental vrijwilligers van deze vestiging dat ontwerp uitvoerden. Eén grote ruimte met drie "nestjes": opdracht geslaagd! De oprichtster van Het Huis vertelt ons wat ze ervan vond.



Rita Hey,

Oprichtster en algemeen coördinatrice
van Het Huis

We hoefden niks te vragen en we hebben zoveel gekregen... IKEA Wilrijk bood spontaan aan om ons te helpen, ik kon het nauwelijks geloven! De steun van een groot bedrijf aan een kleine vereniging is iets waar je niet durft op te hopen. Deze ervaring laat een diepe indruk na. Al snel ontstonden er een wederzijdse sympathie en een vriendschappelijke samenwerking.

Dit jaar bedacht IKEA een prachtig herinrichtingsontwerp voor ons onthaalsalon en een tiental IKEA medewerkers kwamen het salon inrichten. De vloer, het behang, de meubels en het speelgoed, alles is er en alles is even mooi. Onze gezinnen hebben nu elk een klein salonnetje in het salon. Een gezellige onthaalruimte is erg belangrijk voor de ouders en de kinderen en die hebben we nu dankzij IKEA Wilrijk.



IKEA Gent Lionshulp kan trots zijn op zijn meiden!

IKEA
GENT

Vzw Lionshulp is een jeugdhulporganisatie speciaal voor meisjes van 14 tot 20 jaar.



Lien Pâquet

Hoofdbegeleidster,
Lionshulp

De meisjes die hier al een tijdje wonen waren erg blij dat IKEA Gent de 'samenwerking' voortzet. De nieuwkomers kregen al snel alles over de acties te horen.

De meiden vertelden honderduit over de barbecue en de gigantische popcornmachine, en over het Sinterklaasfeest dat duidelijk indruk maakte. Een ander element dat elke keer weer in hun verhalen naar voren komt is de herinrichting van de leefruimtes en de slaapkamers. Dit jaar werd alles herschilderd en installeerden we nieuwe meubels.

Vertrekkend van wat ze meegemaakt hebben wordt er samen met de meisjes gewerkt aan de terugkeer naar een normaal leven met toekomstperspectieven.

De samenwerking op lange termijn met IKEA heeft banden geschapen en creëert meer mogelijkheden. Lien Pâquet vertelt over het tweede jaar van enthousiaste samenwerking.

Wat ook erg belangrijk is voor de meisjes zijn de zomerjobs bij IKEA Gent, in een positieve omgeving met vertrouwde gezichten. Niet alleen krijgen ze hun loon aan het einde van de maand, maar deze ervaring is een kostbaar pluspunt voor hun toekomst.

De solidariteit en de oprechtheid van de IKEA medewerkers herstellen hun geloof in zichzelf en in de toekomst. En dat konden ze dit jaar nog een keer overdoen dankzij de voorgesette samenwerking.



IKEA Distributiecentrum Kinderen in moeilijkheden

De keuze van ons Distributiecentrum viel op het Centrum Geestelijke Gezondheidszorg van Paal. Dat centrum biedt steun aan kinderen en jongeren tussen 0 en 18 jaar met psychologische, psychosociale of psychiatrische moeilijkheden. Multidisciplinaire teams helpen de kinderen hun problemen aan te pakken en oplossingen voor te stellen.

Ons Distributiecentrum besloot het centrum te helpen door een lokaal voor de ambulante opvang van deze kinderen in te richten.

IKEA
DISTRIBUTION
BENELUX



Daniel Orsini,
Goods flow controller,
Distributiecentrum IKEA België

Een schitterende ervaring. We richten een ruimte voor de kinderen in, met zitmeubels, een kleine keuken, rekken en bureaus. We zorgden ervoor dat ze een eigen hoekje kregen.

We waren met een tiental vrijwilligers, en ook al werken we bij IKEA, de montage van bepaalde meubels was nieuw voor ons. Het kostte ons 3 à 4 uur om alles in elkaar te zetten! We babbelden en aten met de mensen van het CGG, enthousiaste medewerkers die erg blij waren met ons initiatief.

Toen we naar huis gingen, vertrokken we allemaal met het gevoel dat we echt iets goeds gedaan hadden. Dit was onze eerste project, maar beslist niet ons laatste!





IKEA Zaventem Betaalbare en toegankelijke keukens voor mindervaliden

IKEA
ZAVENTEM

Dit project is anders van aard. Thalia Van Neste, medewerker van IKEA Zaventem, werd door multiple sclerose getroffen en rijdt in een rolstoel. Ze voelde zich zo gefrustreerd in haar keuken dat ze inging op de vraag van IKEA Zaventem om een keuken voor rolstoelgebruikers te ontwerpen. Die bestaan wel, maar ze zijn peperduur.

METHOD, het nieuwe, volledig modulaire keukensysteem, bracht de verwezenlijking van die wens binnen handbereik. Thalia was het brein achter de actie. Met de steun van het National MS Center Melsbroek (waar ze zelf patiënte is), twee IKEA collega's en een ergotherapeute-consulente van het centrum kon het project waargemaakt worden.

Vandaag stelt IKEA Zaventem een keuken voor rolstoelgebruikers voor, voor de prijs van een gewone keuken. Thalia vertelt ons haar verhaal.



Thalia Van Neste,
Medewerkster Retouren en omruiling,
IKEA Zaventem

Ik moest niet lang nadenken toen men mij vroeg mee te werken aan het project van IKEA Zaventem, met de samenwerking van het MS Center. Ik liet mijn twee collega's aan den lijve ondervinden hoe moeilijk gewone dingen plots worden als je in een rolstoel zit, vooral in de keuken.

Op basis van mijn ervaringen en met het advies van de ergotherapeute van het MS Center, ontwierpen we een keuken op maat. De kookplaat is veel lager en de rolstoel kan er zelfs onder. Ook de hoogte van de koelkast, vriezer, oven en vaatwasser werden aangepast. Het resultaat is fantastisch.

Governance



Bij IKEA vind je mensen uit alle windstreken, met dezelfde positieve houding en dezelfde waarden als het bedrijf.

Die waarden zijn meteen ook onze opdracht: iedereen een beter dagelijks leven geven, zowel onze klanten als onze medewerkers. Maar daarnaast willen we ook mens en planeet vooruit helpen.

In België doen we er alles aan om een organisatie op te zetten die efficiëntie, respect, participatie en duurzame ontwikkeling hoog in het vaandel draagt.

Ontdek meer over onze organisatie rond drie thema's: onze specifieke teams, onze jaarlijkse audit en de betrokkenheid van onze medewerkers.

Een duurzame structuur



Onze Sustainability teams

Deze teams (één in elk woonwarenhuis) zetten zich in voor het milieu en voor sociale hulpverlening. Zo'n Sustainability team bestaat uit één medewerker per afdeling, een afvalcoördinator en een onderhoudsmedewerker.

Enkele van hun taken:

- de organisatie van en leiding over duurzame ontwikkelingsopleidingen voor onze medewerkers
- de promotie van duurzame producten en oplossingen voor in huis
- de voorbereiding van acties en schenkingen voor plaatselijke sociale verenigingen

Onze Market Relations afdelingen in de woonwarenhuizen

Ze sturen de Sustainability teams aan om de duurzame ontwikkeling en sociale initiatieven te coördineren. Ze staan in voor de communicatie tussen alle partijen en zien erop toe dat alle acties uitgevoerd worden.

Onze afdeling Duurzame ontwikkeling op de hoofdzetel

De ideeën en inspanningen van onze teams krijgen de steun van de nationale afdeling Duurzame ontwikkeling. De afdeling is sterk vertegenwoordigd binnen het Management team en zorgt ervoor dat onze ecologische en sociale criteria correct toegepast worden in de acties die ondernomen worden.

Een audit met uitwisseling van best practices

Elk jaar organiseren we een interne audit rond duurzame ontwikkeling in onze woonwarenhuizen. We stellen beoordelingsroosters op en op basis daarvan wordt het actieplan voor het volgende jaar uitgewerkt.

Bij elke beoordeling is er iemand uit een ander woonwarenhuis aanwezig. Zo kunnen de medewerkers ervaringen en informatie uitwisselen. Deze aanpak lokt heel wat positieve reacties uit.

Enthousiaste en betrokken medewerkers

Onze medewerkers nemen elk jaar deel aan de VOICE enquête georganiseerd door een onafhankelijk onderzoeksbureau. De thema's die daarin aan bod komen: tevredenheid op het werk, efficiëntie, openheid, duurzame ontwikkeling, doelstellingen en leadership. Afhankelijk van de resultaten kijken we wat er kan verbeteren.

Dankzij de VOICE enquête kunnen we nagaan hoe nauw onze medewerkers zich bij duurzame ontwikkeling betrokken voelen. Enkele resultaten.



IKEA Belgium
FY14 in %

IKEA Belgium
FY13 in %

"In mijn dagelijks werk voel ik me ervoor verantwoordelijk om de negatieve impact op het milieu tot een minimum te beperken"

Positief	77	72
Negatief	11	14

"Duurzame ontwikkeling maakt integraal deel uit van mijn werk"

Positief	76	60
Negatief	12	24

Waarde van het merk

"Ik ben trots op de manier waarop IKEA iets aan de duurzame ontwikkeling doet"

Positief	78	77
Negatief	10	14



Duurzame opleiding

In onze woonwarenhuizen

We organiseren complete opleidingen om onze medewerkers te informeren over onze People & Planet Positive strategie (PPP) en de verbintenissen die daaruit voortvloeien. Zo willen we hen nauwer bij deze doelstelling betrekken en hun relevante kennis verbeteren. In de laatste maanden van FY14 startten we een gloednieuw programma voor de managers van de woonwarenhuizen dat we ook de komende jaren voortzetten. We zullen ook specifieke opleidingen voor onze medewerkers ontwikkelen.

In 2014 organiseerde IKEA België 1473 uur opleiding over duurzame ontwikkeling en afvalbeheer. Over 2 jaar moeten alle medewerkers en manager een opleiding gekregen hebben.

In ons distributiecentrum

Alle medewerkers (200 mensen) volgden een opleiding duurzame ontwikkeling tussen maart en juni 2014. Zes personeelsleden stemden er vrijwillig mee in om de opleiding voor hun collega's te organiseren. Korte, maar kernachtige opleidingen. Eén uur per

jaar over duurzame ontwikkeling, in kleine groepen van 8 tot 10 mensen, in actieve en interactieve sessies.

We bekijken duurzame ontwikkeling vanuit het standpunt van onze People & Planet Positive strategie die veel verder gaat dan alleen ecologische kwesties. Vele medewerkers ontdekken tijdens die sessies hoe ver duurzame ontwikkeling eigenlijk reikt: van hun eigen huis tot het einde van de wereld, over hun werkplek. Getuigenis van een enthousiaste lesgever.

IKEA
DISTRIBUTIE
BENELUX



David Gielen,

Warehouse Co-worker,
Distributiecentrum IKEA België

Ik heb een opleiding als leerkracht gevolgd en ik vind het daarom erg leuk om deze opleidingen te geven. De collega's actief laten meedenken en hen vragen stellen, dat werkt het beste. Vragen over duurzame ontwikkeling, de rol van IKEA, hun gewoontes thuis enz. Tijdens zo'n debat leer je heel veel bij en je onthoudt die zaken ook beter.

Dit jaar organiseerden we een spel in het kader van de opleiding. We stelden vragen over de ecologische voetafdruk van iedereen. Voor elk "slecht" antwoord moesten de deelnemers een pushpin op een wereldkaart prikken. 200 medewerkers later was het voor iedereen duidelijk dat we een tweede kaart, dus een tweede planeet nodig hadden. Het resultaat hing zonneklaar voor onze neus.

De reacties waren unaniem: zo kan het niet verder.

Met concrete voorbeelden maak je de mensen goed bewust van het probleem. En hoe meer ze zich daarvan bewust zijn, hoe meer ze deel gaan uitmaken van de oplossing.

