

IKEA BELGIË

FY16*

Woord vooraf van Catherine Bendayan	5
Hoogtepunten	6
Een beter dagelijks bestaan voor zo veel mogelijk mensen	10
IKEA België - FY16 in een notendop	14
Wij geloven in mensen	20
IKEA Food: nieuw op het menu	35
Duurzaamheid	41
Onze Store Managers	62



* FY16: Fiscaal jaar 2016 (01/09/15 - 31/08/2016)



Catherine Bendayan
Algemeen directeur IKEA België

Hej,

Bij IKEA hebben wij een duidelijke visie: we willen een beter dagelijks leven thuis voor meer mensen. Voor onze klanten, voor onze medewerkers en voor de mensen in de gemeenschappen waarbinnen we actief zijn. Overal ter wereld en in België.

In 2016 openden we in België twee nieuwe vestigingen, een in Hasselt en een in Mons. Een krachttoer, want tussen beide winkelopeningen zat amper een week tijd. Twee nagelnieuwe winkels dus waar tal van nieuwe bezoekers zich kunnen laten inspireren. En waarvoor IKEA België ook 598 medewerkers kon aanwerven, wat het totaal aantal nieuwelingen dit jaar op 923 brengt. Daarmee is een ongelooflijke nieuwe dynamiek op gang gebracht. Zelf ben ik in augustus 2015 bij IKEA België aan de slag gegaan, na jaren werken bij IKEA in onze buurlanden. En ik vind het fijn dat ik meteen zoveel enthousiaste mensen mocht ontmoeten. We zetten dan ook alles op alles om onze medewerkers een fantastische werkplek te bieden. Waar ze zichzelf kunnen zijn en kunnen groeien.

Met 4.170 zijn we inmiddels. Samen proberen we om onze klanten zo goed mogelijk aan te voelen en in te spelen op hun wensen. Het afgelopen jaar kregen onze Belgische woonwarenhuizen bijna 15 miljoen mensen over de vloer. Onze website telde 38,6 miljoen bezoekers (14% meer dan in FY15). En hoewel we dus best veel Belgen en Luxemburgers bereiken, toch kunnen we nog beter! We willen nog dichter bij onze klanten staan. We zijn dan ook van plan om in België nog twee nieuwe winkels te openen. Maar eerst en vooral willen we met e-commerce starten. Zodat onze klanten in 2017 ook online bij IKEA kunnen shoppen, een must vandaag de dag.

Ja, we gaan voor groei. Maar dan wel duurzame groei. Bij IKEA maken we al heel lang meer uit minder. Dat zit ons in het bloed. We proberen zo veel mogelijk te recyclen, op een verantwoorde manier met energie en grondstoffen om te gaan en de impact van onze activiteiten te beperken. We investeren in hernieuwbare energie en trachten daarnaast ook onze klanten een zetje te geven om thuis duurzamer te leven. Zo zijn we volledig overgeschakeld op ledlampen, en dat voor ons hele assortiment verlichting. Op die manier konden onze klanten 79,5 miljoen kWh of het equivalent van het verbruik van meer dan 22.500 Belgische gezinnen besparen.

Het zijn grootse en boeiende plannen, die we alleen kunnen realiseren in dialoog met onze medewerkers en de gemeenschappen rondom ons. En met een groot hart voor onze klanten.

Catherine.

Hoogtepunten

Sept 2015:

Heropening van IKEA Arlon met glazen 'vitrine'.

Een volledig vernieuwd woonwarenhuis waar het voor klanten prettiger winkelen en voor medewerkers aangenamer werken is. Het gebouw scoort ook beter op het vlak van duurzaamheid.

Sept 2015:

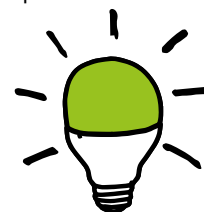
Ons voedingsaanbod wordt nog gezonder, duurzamer en gevarieerder.

Vis en zeevruchten zijn 100% MSC- en ASC-gecertificeerd. Door onze klanten te tonen dat er verantwoorde keuzes bestaan, willen we hen ertoe aanzetten om daar ook thuis voor te kiezen.

Sept 2015:

IKEA gaat voor 100% ledlicht.

Vanaf nu verkopen we enkel nog ledlampen aan onze klanten.



Feb 2016:

Opening van IKEA Hasselt.

Met een oppervlakte van meer dan 38.000 m² is dit ons grootste woonwarenhuis. Voor de bouw en de uitrusting maakten we gebruik van de modernste en duurzaamste technologieën. Het is zelfs het eerste IKEA gebouw in België dat uitsluitend met **ledlampen** wordt verlicht. Onze **297 medewerkers** mochten er intussen al meer dan **870.000 klanten** verwelkomen.

Jun 2016:

Lancering van de GLÖDANDE collectie

in samenwerking met Belgisch ontwerper Walter Van Beirendonck. Een heus designstatement met een collectie magische en verrassende accessoires voor betaalbare prijzen.

Mei 2016:

Lancering van de 'Samen groener'-campagne.

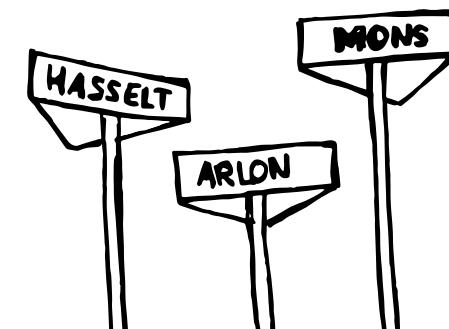
Zo helpen we onze klanten om zowel geld uit te sparen als hun ecologische voetafdruk te verkleinen bij het inrichten van hun huis.



Feb 2016:

Opening van IKEA Mons.

Het nieuwe woonwarenhuis is geïntegreerd in een bestaand winkelcentrum en past perfect in de toekomstplannen van de stad Mons. En door meer dan **1,2 miljoen bezoekers** aan te trekken en meer dan **300 jobs** te creëren, dragen we ons steentje bij om de regio een flinke stap vooruit te helpen.



Jun 2016:

IWitness: zes medewerkers gingen in Jordanië vluchtelingenkampen bezoeken. Ze ervoerden er hoe vluchtelingen leven en konden met eigen ogen vaststellen hoe de IKEA Foundation en haar partners het verschil maken.

Jun 2016:

Opening van de eerste IKEA koffiebar in Gent.

Zo kunnen onze klanten genieten van een koffiepauze met UTZ-gecertificeerde koffie, gezet door getrainde barista's, en heerlijke gebakjes.

Sept 2016:

Lancering van de pilootversie van Click&Collect.

Klanten in Anderlecht kunnen online bestellen en betalen. Daarna kunnen ze hun bestelling oppikken bij IKEA Anderlecht of op het dichtstbijzijnde afhaalpunt.

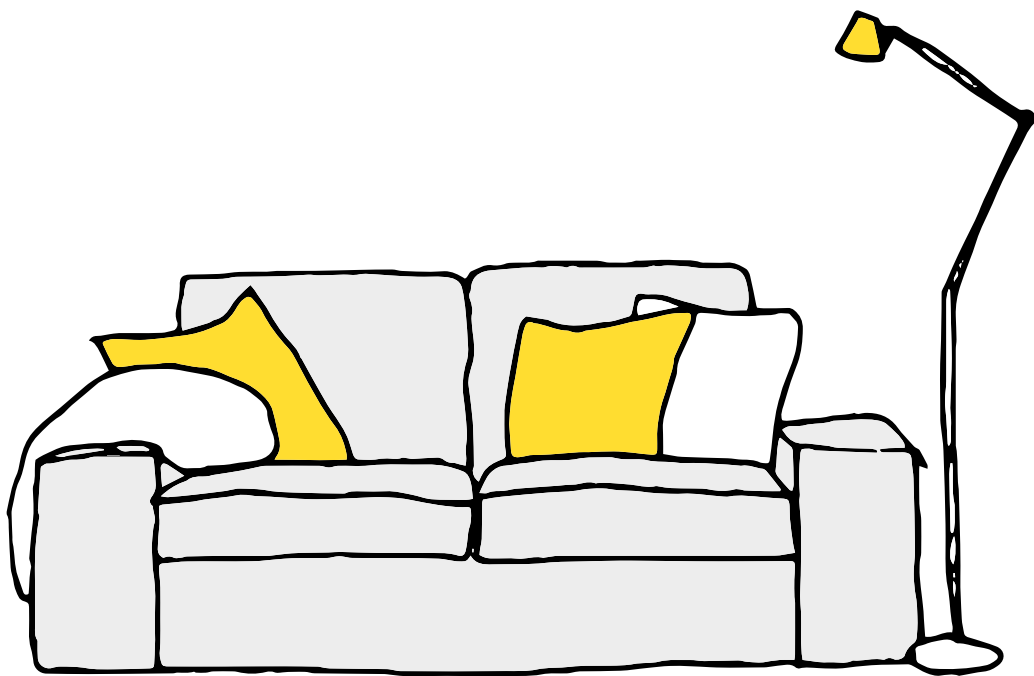




Opening IKEA Bergen

Een beter dagelijks bestaan voor zo veel mogelijk mensen

Het IKEA concept vertrekt vanuit het idee om een assortiment woninginrichtingsproducten aan te bieden die voor veel mensen betaalbaar zijn, en niet slechts voor enkelingen. Dit bereiken we door functie, kwaliteit, design en lage prijs te combineren, steeds met duurzaamheid voor ogen. Het IKEA concept is aanwezig in elk onderdeel van onze onderneming, van het ontwerp, de aankoop van grondstoffen, de verpakking en distributie tot ons bedrijfsmodel. Wij streven ernaar meer mensen de kans te geven om thuis een beter leven te leiden.



Democratisch design

We willen dat al onze producten mooi, functioneel en kwaliteitsvol zijn. We willen ook dat ze duurzaam geproduceerd worden en bijdragen tot een duurzamer leven thuis. En dat allemaal voor een lage prijs.

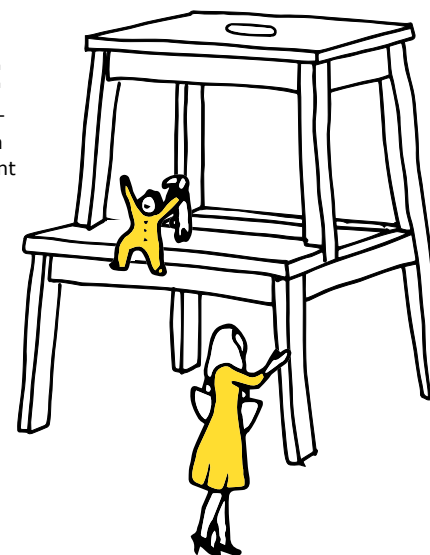
Vorm

Vorm gaat over de schoonheid van de dingen en ook over hoeveel prettiger het is wanneer je je thuis voelt in je huis.

BEKVÄM
€9,99

Kwaliteit

Wanneer mensen producten kunnen kiezen die zich op elk moment vlot in hun dagelijks leven laten inpassen, zullen ze er heel lang plezier van hebben.



Lage prijs

Een lage prijs, maar niet te allen prijze. Duurzame grondstoffen inkopen en toezien op goede werkomstandigheden zijn een must voor een duurzame onderneming als de onze.

Functie

Om het dagelijks leven makkelijker en aangener maken.

Duurzaamheid

Duurzaamheid gaat niet alleen over milieuvriendelijk produceren, maar ook over hoe je door je manier van leven thuis een positieve impact kan hebben op de planeet.

Begrijpen hoe mensen thuis leven

De meeste IKEA producten worden ontworpen in het Zweedse Älmhult, waar de roots van IKEA liggen. Daarbij vertrekken we van wat we weten over de behoeften en dromen van mensen. We willen begrijpen hoe mensen thuis leven, ook in België. Daarom doen we elk jaar een aantal huisbezoeken, zodat we meer inzicht krijgen in wat mensen denken en voelen als het over hun huis gaat. We vragen Belgische gezinnen om ons te tonen hoe ze leven.

Die huisbezoeken zijn belangrijk om onze klanten beter te leren kennen. We bezoeken gezinnen met en zonder kinderen, in de stad en op de buiten. We luisteren naar hun dromen en leren wat 'thuis' voor hen betekent. Maar we willen ook weten wat hun dagelijkse uitdagingen zijn. We gebruiken deze inzichten om altijd zo relevant mogelijke oplossingen aan te bieden en zo onze klanten te inspireren.

Als we onze klanten kennen, kunnen we beter op hun behoeften inspelen. Mensen die hartje Brussel wonen, zijn vaak kleinbehuisd en zullen bij IKEA Anderlecht meer slimme oplossingen vinden voor kleine ruimten.

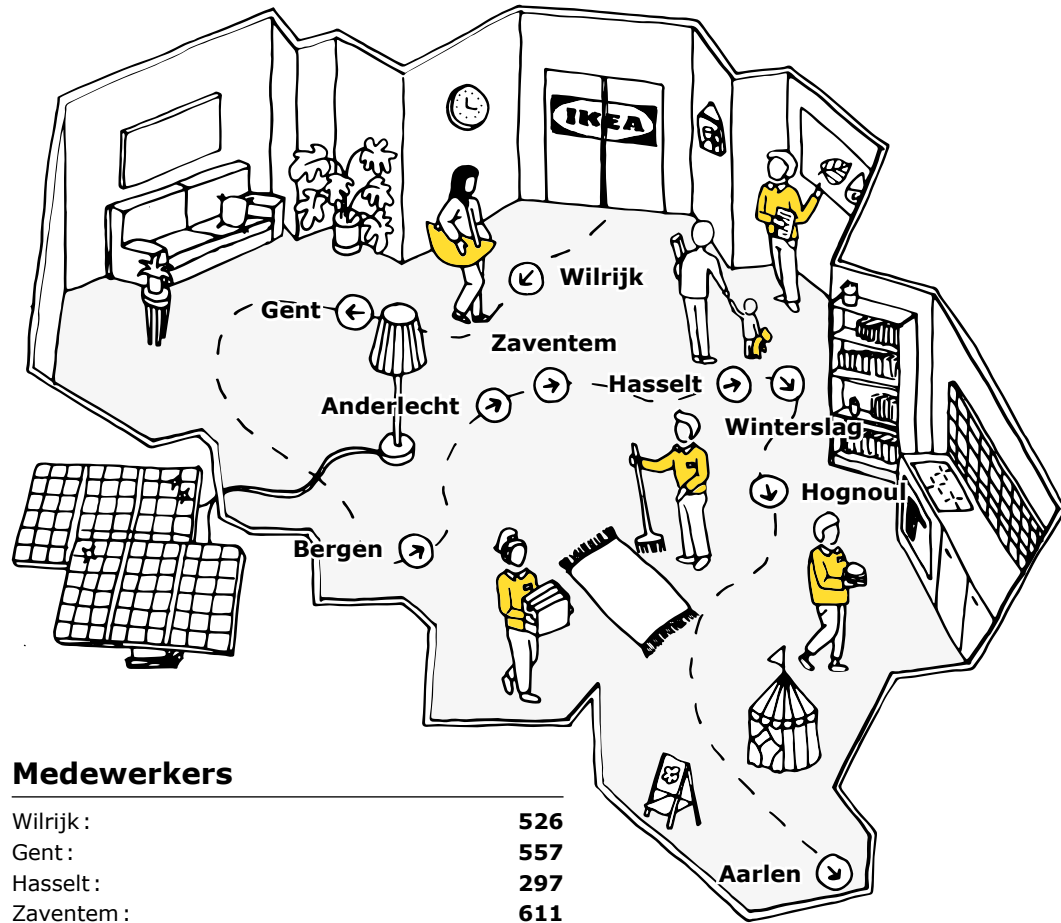
In Limburg woont het merendeel van de mensen groter en hebben ze meestal een tuin. Bij IKEA Hasselt zullen ze dan ook meer inspiratie vinden voor tuin en terras. We passen onze showrooms aan op basis van deze inzichten.



Jolanda Wetzelaer
Interieurspecialist bij IKEA België

IKEA België

FY16* in een notendop



Medewerkers

Wilrijk:	526
Gent:	557
Hasselt:	297
Zaventem:	611
Anderlecht:	489
Hognoul:	443
Bergen:	345
Aarlen:	346
Klantendistributiecentrum (Winterslag):	203
IKEA Service Office (Zaventem - hoofdzetel):	160
IKEA Klantendienst (Zaventem):	143
IKEA Service Center (Zaventem)*:	50
Totaal in België:	4.170

* Het IKEA Service Center (Zaventem) huisvest enkele IKEA Group functions, zoals IKEA Public Affairs, Business Solutions en Treasury (interne bank). Hier werken in totaal 50 medewerkers.

€ 862 miljoen

omzet

4.170

medewerkers (in totaal)



14.706.506

winkelbezoekers

17,1%

marktaandeel

2.002.335

IKEA FAMILY leden



100%

van de verkochte lampen zijn ledlampen

27%

van ons elektriciteitsverbruik wordt gedekt door onze zonnepanelen

38.633.565

online bezoekers, van wie

10.062.094 via een mobiel toestel



3.428

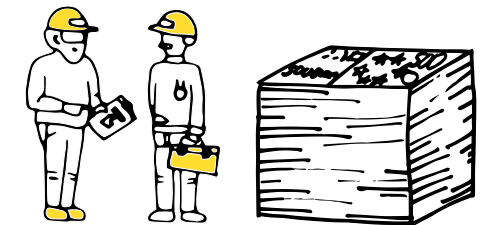
gezinnen werden gecoacht op weg naar een duurzamer leven

€ 112.120.000

investeringen (gebouwen, zonnepanelen, machinepark en installaties in gebouwen)

€ 620.000

schenkingen aan organisaties om kwetsbare Belgische gezinnen met kinderen en gevluchte gezinnen die in ons land aankomen betere kansen in het leven te geven.



€ 151.050.068

belastingen (FY12-FY16)

Vennootschapsbelasting: € 100.950.215

Vastgoedbelasting: € 8.608.809

Andere: € 41.491.044

We willen dicht bij onze klanten zijn. Daarom plannen we nog twee nieuwe IKEA woonwarenhuizen in België, een in West-Vlaanderen en een in het noorden van Antwerpen.



Koenraad van Nieuwenburg
Property Manager bij IKEA België



Opening IKEA Bergen

Wij geloven in mensen

Cultuur en waarden: de IKEA Spirit

Bij IKEA willen we dat alle medewerkers iets waardevols kunnen bijdragen. Onze mensen hebben heel verschillende achtergronden maar delen allemaal dezelfde visie: meer mensen de kans geven om thuis een beter dagelijks leven te leiden. We brengen deze visie in praktijk via onze gemeenschappelijke waarden. Zij vormen het fundament van ons werk en de basis voor een inclusieve, open en eerlijke cultuur.

Centraal staan een gevoel van samenhang en puur enthousiasme, geënt op waarden zoals 'leiderschap door het goede voorbeeld te geven' of 'verantwoordelijkheid geven en nemen'. Groeien in België doen we met al onze mensen samen! Wanneer we onze medewerkers de kans en de verantwoordelijkheid geven om te groeien, groeit IKEA ook.

Ainhoa Echavarri de Andres
HR manager bij IKEA België

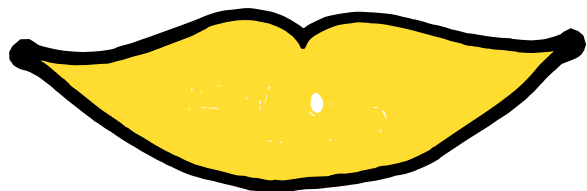
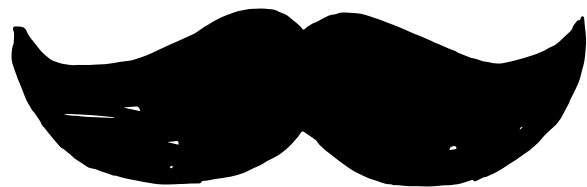
Onze verschillen maken ons sterker

Onze gelijkenissen en verschillen geven ons slagkracht. Bij IKEA werken we met een diverse groep mensen die heel verschillende achtergronden en vaardigheden hebben. Wij vinden diversiteit belangrijk en willen dat je jezelf kan zijn bij IKEA. En we willen ook dat onze klanten zichzelf in onze medewerkers herkennen.

We kiezen medewerkers eerder op basis van waarden en competenties dan op basis van diploma's. Aangezien we in FY16 twee nieuwe vestigingen openen, werd het een bijzonder druk jaar voor ons HR-team. Er kwamen heel wat medewerkers bij. In de nieuwe woonwarenhuizen in Hasselt en Mons gingen 598 nieuwe mensen aan de slag. Jongeren en ouderen, met verschillende achtergronden en interesses.

In FY16 telden we bij IKEA België 51% mannelijke en 49% vrouwelijke managers. Voor het totaal van onze medewerkers gold bijna dezelfde verhouding (**52% vrouwen tegen 48% mannen**). Verder waren **26% van de medewerkers in onze winkels ouder dan 45**.

48%



52%

Opleiding en ontwikkeling: iedereen heeft talent



Al onze medewerkers hebben hun eigen aspiraties en vaardigheden. Ze hebben allemaal talent en allemaal helpen ze IKEA groeien. Wij investeren in hun ontwikkeling op basis van hun persoonlijke behoeften, zodat ze zelf ook de mogelijkheid krijgen om te groeien. We bieden dan ook uitstekende carrière- en opleidingsmogelijkheden.

In FY16 besteedden we meer dan **42.128 uur aan trainingen**.



Opening IKEA Bergen

Het was een prachtkans om vorig jaar bij IKEA te kunnen beginnen.

Als medewerkster verkoop help ik om onze producten mooi te presenteren en ons woonwarenhuis sfeervol aan te kleden. Het is ongelooflijk hoe divers ons team is.

De mensen met wie ik samenwerk, hebben de meest verschillende achtergronden, leeftijden en nationaliteiten. Ik kom zelf uit Frankrijk en uit een compleet andere hoek, aangezien ik kunstonderwijs volgde. Het is tof om te zien dat onze verschillen op een positieve manier worden ingezet. Zo leren we van elkaar en doen we nieuwe ideeën op. Je merkt vanzelf dat de waarden van IKEA aan de basis liggen van onze manier van werken. Waar we ook vandaan komen, we werken hier allemaal omdat we zo gemotiveerd zijn en omdat we zijn wie we zijn.



Anne Denhaerynck
Medewerkster verkoop bij IKEA Mons



Opening IKEA Bergen



Patrick Ramaekers,
Facility medewerker bij IKEA Hasselt


De opleiding voor mijn job bij IKEA Hasselt startte al vier maanden vóór de nieuwe vestiging opening. Het begon met een introductieweek waar alle nieuwe medewerkers elkaar konden leren kennen. Nadien waren er voor mijn team nog allerlei specifieke opleidingen en programma's voorzien. Zo kregen we bijvoorbeeld de kans om enkele weken praktijkervaring op te doen in een bestaande IKEA vestiging. We trokken zelfs vier dagen naar het buitenland, naar Trondheim in Noorwegen. Die maandenlange opleiding was voor mij een compleet nieuwe ervaring, maar ik was zo wel helemaal klaar voor mijn nieuwe baan. Ik ben heel tevreden dat ik bij IKEA ben terechtgekomen want ik ben dol op mijn job. Het is heel afwisselend werk; geen twee dagen zijn hetzelfde. Ik loop de hele dag rond en kom overal in de winkel.


Leiderschapontwikkeling

Een van onze prioriteiten is leiderschapontwikkeling. We willen in ons bedrijf immers talentvolle managers die de waarden van IKEA kunnen uitdragen. Managers die ervoor zorgen dat onze medewerkers gemotiveerd zijn, zich betrokken voelen en het beste van zichzelf geven. En die talent herkennen en tot ontwikkeling laten komen. In FY16 stelden we 'Caring Leadership' voor, een nieuw programma dat zich tot alle managers richt. Met dit programma willen we de komende drie jaar op drie waarden focussen: 'het goede voorbeeld geven', 'samenhorigheid' en 'verantwoordelijkheid geven en nemen'. Als onze managers deze waarden op de werkvloer in praktijk brengen, zullen ze zorgzamere en dus betere leiders zijn.

In FY16 namen **274** managers deel aan een of meer leiderschapsprogramma's. Zo waren er bv. **94 deelnemers** voor 'IKEA Leadership Fundamentals', 25 voor 'Leaders Leading Leaders' en 24 voor het tweemaal gehouden 'Trainee Program'. En dat is maar een greep uit het totale aanbod aan leiderschapstrainingen, die dit jaar in totaal **11.859 uur** in beslag namen. Onze managers konden dit jaar dus gedurende gemiddeld 23 uur hun leiderschapskwaliteiten aanscherpen.



 598 nieuwe medewerkers
bij IKEA Hasselt
en IKEA Bergen

 meer dan
350 nieuwe managers
in de komende vijf jaar

IKEA België blijft groeien

We groeien snel in België. Dat betekent dat we er voortdurend nieuwe collega's bij krijgen. Voor onze twee nieuwe vestigingen in Mons en Hasselt rekruteerden, selecteerden en trainden we ongeveer **598 nieuwe medewerkers**. Er kwamen ook nieuwe medewerkers bij in het distributiecentrum. Want terwijl dat voorheen enkel de winkels bevoorradde, zorgt het nu ook voor thuislevering bij de klanten.

Het komende jaar zullen we vooral mensen aanwerven voor het multichannelteam en de ondersteunende diensten om de inplanting van het multichannelproject in de winkels voor te bereiden.

Gezien onze mooie groeicijfers zullen we de komende vijf jaar voor de verschillende afdelingen meer dan **350 nieuwe managers** trainen en ontwikkelen*.

* Op basis van verwachte groei en rotatie.

Tack!

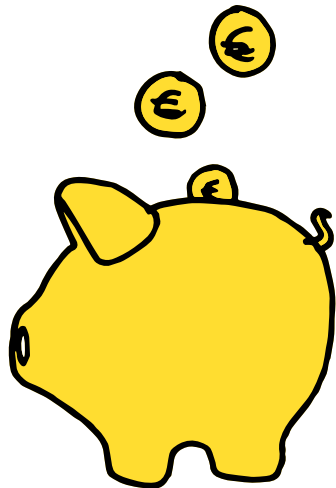
De inzet van onze medewerkers belonen:

Tack is Zweeds voor 'dank je'. Het is onze manier om onze medewerkers te bedanken voor hun inzet en trouw.

Bij IKEA vinden we dat iedereen zijn steentje heeft bijgedragen als we onze doelstellingen halen. Alles wat we bereiken, bereiken we samen. Dat is het idee achter ons uniek, prestatiegericht bonusprogramma 'One IKEA Bonus'. Wat bonussen betreft, hebben wij immers een heel aparte aanpak. Veel bedrijven geven hun mensen een bonus voor een goed geklaarde klus of een project dat mooie resultaten haalt. Bij IKEA geloven we eerder in gemeenschappelijke doelen waarbij elk lid van het team een even grote rol speelt. Alle medewerkers van IKEA België kregen dit jaar dan ook gemiddeld meer dan een maandloon extra uitbetaald.

Daarnaast belonen we ook de trouw van onze medewerkers. Met ons Tack!-programma proberen we langdurige werkrelaties aan te moedigen. Alle medewerkers die langer dan vijf jaar bij IKEA werken, belonen we met een extra storting in hun pensioenplan via een bijkomende groepsverzekering.

Het verloningspakket ligt bij IKEA België gemiddeld **7%** hoger dan bij vergelijkbare bedrijven in onze sector in dit land. En daar zijn we best trots op.



77%

van onze medewerkers vindt IKEA een fantastische werkplek en 76% is er trots op om bij ons aan de slag te zijn.

90%

van onze medewerkers vindt dat ze qua vaardigheden de juiste man of vrouw op de juiste plaats zijn.

80%

van onze medewerkers vindt IKEA een sterk merk.



Opening IKEA Bergen

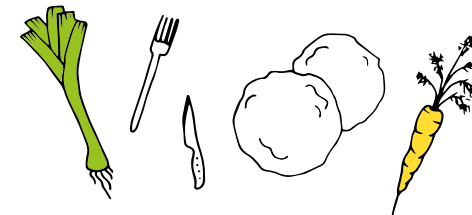
IKEA Food: nieuw op het menu

Alle IKEA producten worden ontwikkeld om zo veel mogelijk mensen aan een beter dagelijks leven te helpen. Dat geldt ook voor de voeding die we serveren in onze restaurants en verkopen in onze Zweedse Shops. Omdat we betaalbare kwaliteitsproducten willen brengen die ook veilig en lekker zijn, besteden wij bijzonder veel aandacht aan de ingrediënten. Op die manier kunnen we onze klanten gezondere en duurzamere schotels voorstellen. In het begin van FY16 lanceerden we het thema 'It starts with the food'. We pasten ons voedingsaanbod aan en kwamen met tal van nieuwigheden.

Onze vegetarische balletjes, een schot in de roos

Sinds april 2015 hebben we naast de beroemde KÖTTBULLAR gehaktballetjes ook GRÖNSAKSBULLAR veggieballetjes op het menu.

In FY16 waren er 226.588 restaurantbezoekers die voor de groenteballetjes (5, 10 of 15 stuks) kozen. Dat is iets meer dan 10% van het aantal opgediende gehaktballetjes. In de Zweedse Shops gingen er nog eens 32.097 verpakkingen met vegetarische balletjes over de toonbank.



Met GRÖNSAKSBULLAR is de verkoop van vegetarische maaltijden bij IKEA met 16,5% gestegen.

Bij IKEA België zijn we ook de eersten met ASC- en MSC- certificaten voor alle vis en zeevruchten die in onze restaurants worden geserveerd en in onze winkels worden verkocht. En daar bleef het niet bij. In oktober kregen de hotdogs in de Bistro er een vegetarisch broertje bij.

De 'fika' of koffiepauze is in Zweden een echt begrip. We willen onze klanten met die mooie traditie laten kennismaken: rustig genieten van een heerlijk kopje koffie met een gebakje erbij. Onze restaurantmedewerkers kregen les van professionele barista's om ristretto's en macchiato's te leren maken met de lekkere IKEA koffiebonen.



**Merlijn Crébolder,
Food manager bij IKEA België, IKEA België**



Make-over voor de restaurants

Niet alleen het menu is veranderd, ook de restaurants moesten eraan geloven. Ze kregen allemaal een nieuwe look zodat ze nu stukken warmer en gezelliger ogen. Zelfs onze medewerkers kregen een nieuwe outfit aangemeten!

Bij IKEA noemen we dat fika

In mei 2016 openden we een koffiebar in het woonwarenhuis in Gent, de eerste IKEA koffiebar in België. Er wordt enkel UTZ-gecertificeerde koffie geserveerd.



IKEA BELGIË

DUURZAAMHEID



Een duurzamer leven thuis	41
Energie en hulpbronnen	47
Mensen en gemeenschappen	55



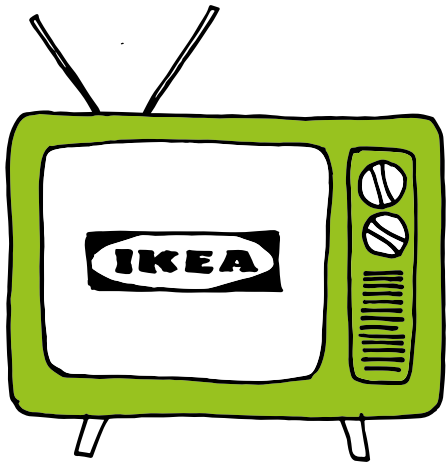
Caroline Gastaud
Sustainability Manager bij IKEA België

Bij IKEA vinden we dat de aandacht voor duurzaamheid niet beperkt mag blijven tot onze eigen activiteiten. Dit jaar hebben we alvast een belangrijke stap gezet door ook onze klanten en medewerkers aan te spreken. Mooie voorbeelden daarvan zijn onze campagne 'Samen groener' en het bezoek van een aantal medewerkers aan vluchtelingenkampen in Jordanië.

Een duurzamer leven thuis

Betaalbare producten ontwerpen die het leven makkelijker maken, dat zit in ons DNA. Maar we leggen de lat nog hoger en bedenken ook oplossingen waarmee onze klanten zich kunnen engageren om met de hulp van IKEA water en energie te besparen en hun hoeveelheid afval te beperken. Vraag is echter of iedereen wel voldoende op de hoogte is van hoe dit kan. Met de campagne 'Samen groener' die we in FY16 lanceerden, willen we onze klanten met concrete tips helpen om geld te besparen terwijl ze hun ecologische voetafdruk verkleinen.

'Samen groener': goed voor de portemonnee en voor de natuur



Tips voor thuis op tv

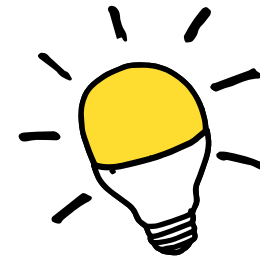
Centraal in de campagne 'Samen groener' stonden twee tv-programma's, een coproductie met EcoRes* en Ecolife**: 'Baksteen in de maag' voor de Nederlandstalige en 'Clé sur porte' voor de Franstalige kijkers. Een team interieurspecialisten en ecoaches hielpen Belgische gezinnen om hun huis in te richten met milieuvriendelijke producten en oplossingen. Deze 8 minuten durende uitzendingen liepen twee maanden en trokken flink wat kijkers: 844.416 voor 'Baksteen in de maag' (VIER) en 465.223 voor 'Clé sur porte' (RTL).

*EcoRes: dienstverlenend bedrijf op het vlak van duurzame ontwikkeling.

**Ecolife: door de Vlaamse overheid erkende milieuorganisatie.

Online ecocoaching

Volgend op de tv-reeks lanceerden we een online coachingprogramma voor de IKEA FAMILY leden. 3.428 onder hen engageerden zich om thuis duurzamer te leven. Ze ontvingen gedurende zes weken e-mails met tips rond specifieke thema's. De engagementen die het meest werden aangegaan: voorraaddozen gebruiken voor voedselrestjes, milieuvriendelijk afwassen en het waterverbruik in het toilet beperken.



Thematische showrooms en workshops

Om de campagne extra ruggensteun te geven, hebben we in onze woonwarenhuizen de showrooms aangepast. Daar werden producten zoals bijvoorbeeld leds in de kijker gezet. Verder organiseerden we in samenwerking met EcoRes en Ecolife tal van workshops om de klanten slimme oplossingen aan te reiken voor een duurzamer leven thuis.

Samen al zo veel groener

Dankzij de inzet van onze klanten in de 'Samen groener'-campagne bereikten we 1.309.639 mensen via de tv en spaarden we:



1.405.410 kWh elektriciteit

Het jaarlijks verbruik van 4.684 koelkasten***



516.400 kg CO₂

Het equivalent van 8.606 heen- en terugritten Brussel-Amsterdam***



10.690.800 l water

Het equivalent van vier olympische zwembaden***

***Besparingen berekend door Ecolife en EcoRes op basis van het gemiddeld verbruik van een gezin van 2 à 3 personen.

Red de meubelen! Ze verdienen een tweede leven

IKEA werkt aan een circulair model, waarin natuurlijke hulpbronnen efficiënter worden gebruikt en producten een langere levensduur hebben. Voor ons dienen herstel, renovatie, hergebruik en recyclage deel uit te maken van de levenscyclus. Op die manier maken we de cirkel rond. En bij een circulaire aanpak is iedereen betrokken. Onze designers ontwerpen producten die makkelijk recycleerbaar zijn of gemaakt van gerecycleerd materiaal. En onze hele organisatie helpt onze klanten om producten een tweede leven te geven.

Waarom en hoe de meubelen redden?

25% van de Belgen brengt oude meubels naar het containerpark of stockeert ze in de garage. Dat is wat IKEA ertoe aangezet heeft om 'Red de meubelen' te lanceren, een baanbrekend programma dat vijf oplossingen voorstelt.



Energie en hulpbronnen

We staan vandaag meer dan ooit voor een dubbele uitdaging: we willen kwiteitsvolle en betaalbare producten maken, maar ook aandacht hebben voor het rationeel gebruik van grondstoffen, water en energie, en tegelijkertijd ook de afvalstromen beperken.

Energie: zuinig duurt het langst

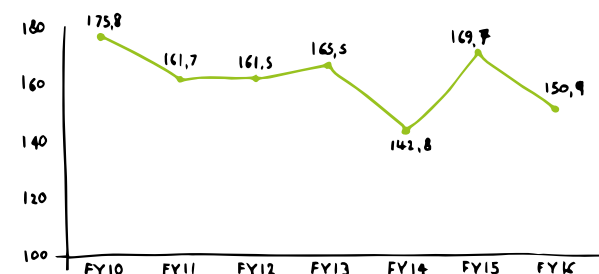
Tegen 2020 wil de IKEA Group zelfvoorzienend zijn op het vlak van energie en energiebronnen. Ook bij IKEA België zetten we ons beste beentje voor om dat doel te bereiken.

We willen tegen 2020 enkel ledverlichting in al onze vestigingen. Leds zorgen immers voor een fors lagere CO₂-uitstoot en geven minder afval door hun lange levensduur. Onze nieuwe winkels in Hasselt en Mons zijn nu al volledig uitgerust met ledlampen. Die in Arlon haalt een score van 80% sinds de renovatie in FY16. Daar komt nog bij dat al onze winkels en ons distributiecentrum uitgerust zijn met zonnepanelen, die 27% van ons elektriciteitsverbruik dekken.

In FY16 werd 69% van het totale energieverbruik van alle winkels van IKEA België gedekt door hernieuwbare bronnen.

Resultaat: ons energieverbruik per vierkante meter ligt aanzienlijk lager dan in FY10.

Energie-efficiëntie in kWh/m²



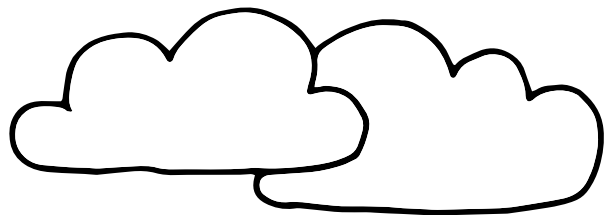


Antoine Bouvy,
Country Facility Management Specialist bij IKEA België

Dit jaar hebben we met de Facility managers van drie Belgische vestigingen een groepsproject opgezet. We willen samen brainstormen over de beste praktijken voor het duurzaam beheren van onze winkels. Volgend jaar zullen we die beste praktijken verder opsporen en bespreken. Op basis van onze inzichten zullen we een energiebeleid op punt stellen, zodat alle woonwinkels hun energieverbruik optimaal en in dezelfde mate verder zullen kunnen beperken.

27%

In FY16 maakte 27% van de medewerkers van onze winkels en ons hoofdkantoor gebruik van duurzame transportmiddelen (trein, fiets, tram/bus/metro).



22%

Liefst 22% van het water dat we verbruiken is regenwater.

91%

In FY16 hebben we 91% van het afval van onze winkels gesorteerd voor terugwinning.

62,55%

In FY16 bedroeg het laadpercentage van onze vrachtwagens 62,55%.



Mobiliteit: we schakelen naar groen

Mobiliteit is belangrijk voor iedereen.

Voor onze medewerkers en voor onze klanten.

En hoe groener de mobiliteit, hoe beter voor onze planeet.

Medewerkers die het openbaar vervoer gebruiken, krijgen hun vervoerskosten volledig terugbetaald. Wie de fiets neemt, krijgt een fietsvergoeding. Voor de klanten die met een elektrische auto of fiets komen, hebben we al onze winkels uitgerust met laadpalen. En wie geen auto heeft of voor een duurzamer vervoermiddel kiest, kan een beroep doen op de verschillende diensten die we voorzien hebben (thuislevering, verhuur van bestelwagens, taxidienst).

In FY16 is 10% van onze klanten met de fiets of het openbaar vervoer naar IKEA gekomen.

Water: leve de regen

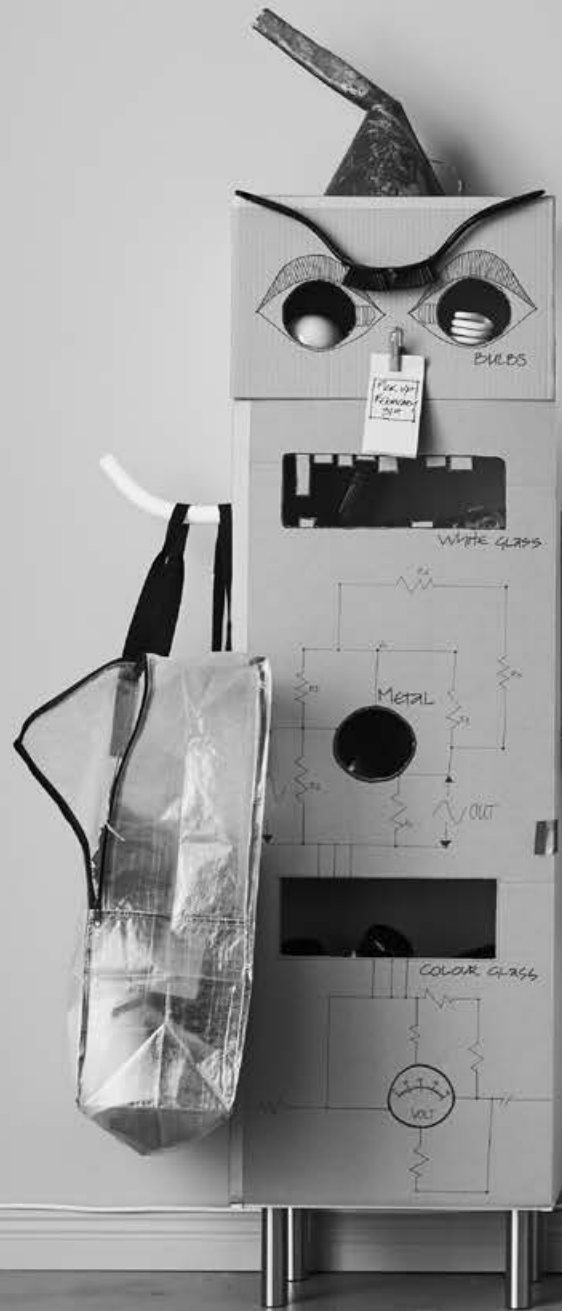
Alle IKEA winkels in België zijn uitgerust met systemen voor de opvang van regenwater. Het wordt gebruikt om de toiletten door te spoelen. En met 14,7 miljoen bezoekers per jaar maakt dat een aanzienlijke besparing.

Afval: beperken is de boodschap

Wil je een circulair model, dan moet je je afval zo veel mogelijk sorteren en recycleren. Het restafval werd verbrand en hergebruikt via energierecuperatie. In datzelfde jaar hebben ook meer dan 500 van onze medewerkers sensibiliseringscursussen en opleidingen rond afvalrecyclage gevolgd.

Transport: het licht staat op groen

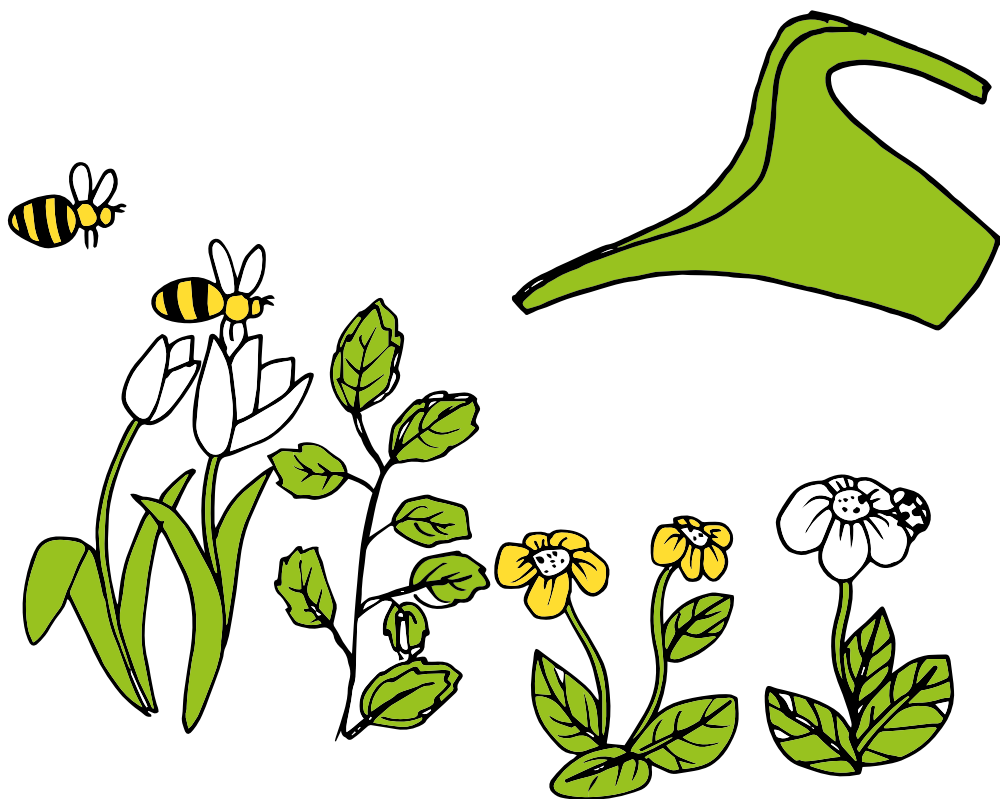
Voor transport en logistiek, die een belangrijke rol spelen in onze activiteiten, werken we samen met gespecialiseerde firma's. Om het aantal trajecten en dus ook de CO₂-uitstoot te verlagen, proberen we onze vrachtwagens optimaal te beladen. Sinds december 2015 verzorgt ons Belgisch Distributiecentrum de transporten in België en Nederland gedeeltelijk met vrachtwagens op LNG (Liquefied Natural Gas of vloeibaar gas). Deze alternatieve brandstof verlaagt de CO₂-uitstoot met 15% en doet ook de schadelijke uitstoot van bv. SO_x (- 90%), NO_x en fijn stof (- 95%) gevoelig afnemen. Bovendien zijn vrachtwagens op LNG 50% stiller dan die op diesel.



Biodiversiteit boven

Sinds meer dan tien jaar werkt IKEA België samen met Natuurpunt en Natagora. We willen het publiek warm maken voor natuurbescherming en wijzen op het belang van biodiversiteit. Samen hebben we productcampagnes opgezet en workshops voor klanten georganiseerd. In FY16 heeft IKEA België € 90.000 geschonken voor projecten rond biodiversiteit. Hiermee droegen we onder meer bij aan een toeristisch project in het Waalse natuurreservaat van de Haut-Geer.

Maar we wilden ook onze winkels een groene beurt geven. In samenwerking met Natagora hebben we een pilootproject opgezet voor onze vestiging in Hognoul: we gaan de grasvelden rond de gebouwen omtoveren in bloemenweiden. Tal van lokale soorten zullen er vrij kunnen groeien en bloeien en die zullen heel wat nuttige insecten aantrekken. De bedoeling is om voor al onze winkels in België zulke projecten te ontwikkelen.



Mensen en gemeenschappen

Als we ons inzetten om het dagelijks leven van mensen en gemeenschappen te verbeteren, denken we niet alleen aan onze medewerkers, onze bezoekers en onze leveranciers maar ook aan kinderen en gezinnen uit de meest kwetsbare milieus. In alles wat we doen, waar dan ook ter wereld, blijven we ijveren voor gelijkheid, diversiteit en respect voor de mensenrechten.

IWitness: een andere kijk op de zaken

De IKEA Foundation zet projecten op voor kinderen en jongeren uit de armste gemeenschappen ter wereld. We willen hen helpen om aan een betere toekomst voor zichzelf en hun familie te bouwen. Door middel van campagnes en giften kan de stichting elk jaar meer dan € 100 miljoen storten aan organisaties zoals Save the Children, UNICEF en het UNHCR (Hoog Commissariaat voor de Vluchtelingen van de Verenigde Naties).

Onze medewerkers werken zich uit de naad om deze campagnes in de woonwinkels in goede banen te leiden. Dankzij het IKEA 'IWitness'-programma kunnen enkelen onder hen zich persoonlijk op het terrein gaan vergewissen van het nut van de hulp.

Onze medewerkers bij de vluchtelingen

In juni 2016 gingen vijf medewerkers van IKEA België twee vluchtelingenkampen in Jordanië bezoeken. Ze konden er met eigen ogen ontdekken hoe vluchtelingen er leven en geholpen worden door de ontwikkelingsprojecten van de VN-vluchtelingenorganisatie (UNHCR) met de steun van de IKEA Foundation. Ze werden gekozen uit zestig kandidaten op basis van hun talent als fotograaf, schrijver of videojournalist. Ze deelden hun ervaringen met hun collega's, familie en vrienden via blogs op de Facebookpagina van IKEA België en de blog van de IKEA Foundation. Hun getuigenissen gaven aanleiding tot een fototentoonstelling in augustus 2016.

We zijn heel dankbaar dat we de vluchtelingen konden bezoeken. We waren erg onder de indruk van hun kracht en vol bewondering voor het engagement van de hulporganisaties. We zijn trots dat we deel uitmaken van IKEA, want ons bedrijf maakt hier echt het verschil.

Pierre Portelange
logistiek verantwoordelijke, IKEA Anderlecht



Het IWitness team

De bezoekers van IKEA konden er kennismaken met de levensomstandigheden, de dromen en de dagelijkse strijd van de vluchtelingen in Jordanië. Foto's uit het dagelijks leven van de vluchtelingen waren naast die van de Belgische deelnemers aan IWitness geplaatst zodat niet alleen de verschillen tussen het leven hier en ginder duidelijk werden, maar ook de gelijkenissen tussen de mensen.

Een beter leven voor de vluchtelingen in België

In september 2015 kregen we veel vragen en verzoeken van onze medewerkers over de rol die IKEA België in de vluchtelingencrisis zou moeten spelen. We beseften dat de hulporganisaties voor vluchtelingen zelf dringend hulp nodig hadden.

Samen met Caritas International en Convivial, een vzw die zich inzet voor de integratie van asielzoekers, hebben we een project opgezet om vluchtelingen te helpen om van hun nieuwe onderkomen in België een echte thuis te maken. We hebben bedden, tafels en stoelen geschonken voor een totaal bedrag van € 300.000. Daarnaast hebben we € 120.000 uitgetrokken om een vormingsproject te steunen dat taalcursussen en loopbaanbegeleiding organiseert voor vluchtelingen. Ten slotte willen we ook ons steentje bijdragen door vluchtelingen in België een job aan te bieden in een van onze woonwarenhuizen. IKEA België is van plan om in FY17* in elke winkel een vluchteling aan te werven.

Het IKEA Fonds voor kinderen en opvoeding

In samenwerking met de Koning Boudewijnstichting, steunt het IKEA Fonds voor kinderen en opvoeding lokale initiatieven ten voordele van kansarme gezinnen en kinderen. Vorig jaar hebben we € 90.000 gestort om de opvang en ontwikkeling van kinderen te ondersteunen.

Scan de QR-code voor meer informatie over de gekozen projecten.



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



Met de steun van IKEA zijn vorig jaar enkele laagdrempelige opvanginitiatieven opgestart voor heel jonge kinderen, zodat hun ouders bijvoorbeeld een opleiding kunnen volgen. De begeleiders halen de kindjes op aan huis en brengen ze weer terug. Dit geeft betere groeikansen aan de kinderen én aan hun ouders.

**Pascale Taminiaux
Koning Boudewijnstichting**



De IWitness expo bij IKEA Gent

Onze Store Managers

- 1 - IKEA Wilrijk
Diana Hartman
- 2 - IKEA Hognoul
Romy de Clercq
- 3 - IKEA Gent
Kurt van Haeverbeke
- 4 - IKEA Hasselt
Denis Hautcourt
- 5 - IKEA Aarlen
Robin Oliver Ryan
- 6 - IKEA Bergen
Peter Pokorny
- 7 - IKEA Anderlecht
Richard Jimenez
- 8 - IKEA Zaventem
Jo Vermaerke



