

IKEA Belgique

Rapport Développement durable

2013





Sommaire

0 3 INTRODUCTION

0 5 IKEA BELGIQUE EN 2013

0 6 TEMPS FORTS 2013

0 7 UN MODE DE VIE DURABLE À LA MAISON

- 09 Familles en mode durable
- 10 Des économies à la maison
- 15 Réunir toutes les énergies pour consommer mieux

1 6 INDÉPENDANCE EN RESSOURCES ET EN ÉNERGIE

- 17 L'avenir, c'est maintenant
- 18 Impact sur le changement climatique
- 21 Limiter la consommation d'eau
- 22 Ecomobilité: on avance
- 25 Moins de transport, moins de CO₂
- 27 La gestion des déchets

3 2 UNE VIE MEILLEURE POUR LES PERSONNES ET LES COMMUNAUTÉS

- 33 Une entreprise à vivre
- 41 Etablir une relation avec nos fournisseurs
- 42 Communautés dynamiques

4 7 GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

- 48 Nouvelle organisation pour le développement durable

5 3 PERFORMANCE

Introduction





Le développement durable n'est pas un luxe. C'est une nécessité et une opportunité.

Le développement durable, au sens le plus large du terme, est un magnifique moteur d'innovation et de créativité. Il nous motive et nous mobilise, tous les jours et dans toutes nos activités.

Chez IKEA, nous touchons des millions de gens. Plus de 13 millions de visiteurs dans nos magasins, rien que pour la Belgique cette année. De très nombreuses personnes sont intéressées par un mode de vie plus durable chez elles. Et elles attendent que IKEA leur offre des solutions à des prix abordables.

Outre nos efforts en matière environnementale, nous voulons aussi donner aux gens les idées et les moyens de réaliser leurs rêves et de satisfaire leurs besoins. Cette année, nous sommes allés voir des familles, chez elles, pour découvrir leurs envies et leurs freins par rapport à un quotidien plus durable. Nous avons appris beaucoup de choses!

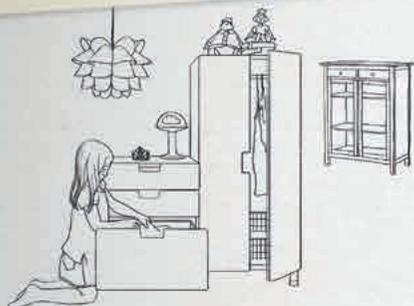
Et quel meilleur choix que les familles pour avancer... Les familles, et surtout les enfants, seront au cœur de nos activités en 2014. IKEA a toujours considéré les enfants comme les personnes les plus importantes au monde. Ils font notre bonheur aujourd'hui et sont les adultes de demain. C'est pourquoi IKEA a décidé de leur dédier de nouveaux produits, de simplifier la vie de leurs parents et d'aider les familles à construire une qualité de vie aussi belle que durable. Et nous n'oublierons certainement pas les enfants en situations de précarité.

Avec nos collaborateurs, avec nos fournisseurs et avec nos partenaires en développement durable, nous nous engageons plus que jamais pour un monde meilleur. Il reste un long chemin à parcourir, mais il est passionnant.

*Olivier Baraille,
Country Manager IKEA Belgique*

IKEA Belgique en 2013

Malgré le contexte économique difficile, IKEA Belgique affiche à nouveau une hausse de son chiffre d'affaires pour 2013*. Pour la première fois, IKEA Belgique franchit la barre des 700 millions d'euros avec un chiffre d'affaires de 707 millions d'euros



7 établissements

6 magasins:

à Anderlecht, Arlon, Gand, Hognoul, Wilrijk et Zaventem

1 dépôt: à Winterslag

17,8%

part de marché de IKEA Belgique, leader du marché belge de l'ameublement (année calendaire 2012)

707 millions d'euros

Chiffre d'affaires total FY13
IKEA Belgique a réalisé une hausse de son chiffre d'affaires de 4% par rapport à l'année dernière

2925

Nombre total de collaborateurs fin FY13



IKEA® FAMILY

ANNA ANDERSSON
0000000 0000 00000 0000 0



1,5 million

nombre de membres IKEA FAMILY

13,3 millions

Nombre de visiteurs dans nos magasins



24,5 millions

Visiteurs sur notre site ikea.be



*L'exercice fiscal de IKEA en 2013 (FY13) court du 1^{er} septembre 2012 au 31 août 2013 inclus



Temps forts 2013



En 2013, IKEA Belgique obtient un indice de tri des déchets de **85%**. Un très beau score!



Nous avons intégré l'**indice de tri des déchets dans notre système de bonus**. Un système inédit pour améliorer le recyclage et pour remercier nos collaborateurs de leurs efforts.



IKEA Belgique compte 48,7% de femmes managers, 53 nationalités et 23,7% collaborateurs de plus de 45 ans. Pour IKEA, la diversité est une source de créativité.

Nous avons vendu plus de 300.000 ampoules LED. Nos clients ont ainsi **économisé plus de 1.600 tonnes de CO₂**!



Cette année, le magasin d'Anderlecht fait un grand pas vers les énergies renouvelables: il s'est équipé de 6601,1 m² de **panneaux solaires photovoltaïques**.



Nous avons vendu **10.860 plants de lavande** au profit de Natagora et de Natuurpunt, des associations qui œuvrent pour la sauvegarde de la biodiversité.



Une sacrée énergie à été consacrée à la promotion des LED cette année. **La part des LED représente 22% des ampoules à économie d'énergie vendues par IKEA Belgique.**



IKEA Belgique a équipé ses six magasins de **bornes de recharge**, pour tous types de véhicules électriques. Une première en Belgique.



Avec l'aide de nos collaborateurs et de nos clients, nous avons donné **265.696 € à l'UNICEF** dans le cadre de 2 campagnes. Plus de 2.200 jouets ont été également distribués à 7 œuvres caritatives de notre pays.



Pour augmenter le taux de remplissage des camions et diminuer de la sorte leur nombre sur les routes, notre Centre de distribution a terminé la mise en place du **projet IKEA de chargement en palettes carton**: un procédé pionnier.

Un mode de vie durable à la maison

Highlights 2013:

- Plus de 300.000 ampoules LED vendues, nos clients ont ainsi économisé plus de 1.600 tonnes de CO₂!
- Campagne interne et externe de promotion des LED.
- La part des LED représente 22% des ampoules à économie d'énergie vendues par IKEA Belgique.

A retrouver dans le rapport Groupe:

- Des produits plus performants énergétiquement
- De plus en plus de LED dans l'assortiment
- Des produits qui consomment moins d'eau





Un mode de vie durable à la maison



Geraldine Louis
Corporate Partnership Manager,
WWF Belgique

En quoi est-il important qu'un distributeur sensibilise et éduque ses clients à la consommation durable?

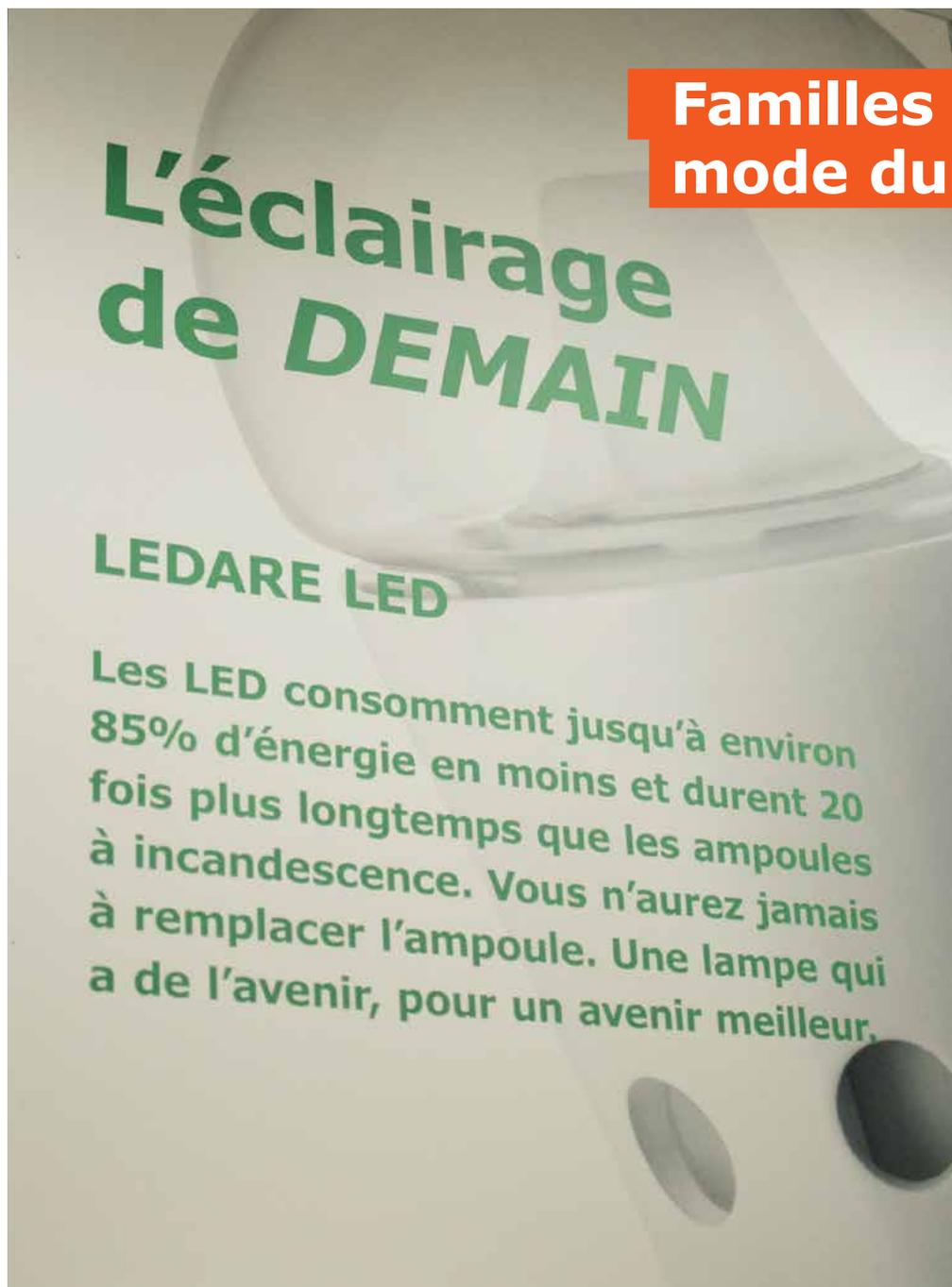
La Belgique se trouve dans le Top 10 mondial des pays avec la plus grande empreinte écologique. Pour réduire l'impact de l'activité humaine sur la planète ainsi que la consommation de ressources naturelles et d'énergie qui n'est pas tenable à long terme, chacun doit y contribuer. Le consommateur mais également les entreprises qui doivent assumer leurs responsabilités et participer à la transformation des

marchés et des modèles économiques. Ces nouveaux modèles utilisent plus efficacement les ressources naturelles et fossiles. Ils intègrent les dimensions environnementales non pas comme une contrainte, mais comme une nouvelle opportunité et source de valeurs. Le WWF encourage les entreprises à jouer leur rôle de levier auprès de leurs fournisseurs, des pouvoirs publics et de leurs clients. En tant que distributeur, IKEA est au plus proche du consommateur et bénéficie d'une place de choix pour atteindre des millions de clients avec des messages portant sur le développement durable et les changements de comportements requis. Outre l'information apportée aux clients, il est également important que IKEA leur propose une gamme étendue d'articles à valeur ajoutée environnementale.

Comment accompagner les clients dans leurs choix?

Le consommateur doit pouvoir bénéficier d'une information environnementale complète, claire et objective. L'étiquetage et l'affichage sont donc des éléments essentiels pour accompagner les clients lors de leur visite. Les conseils en magasin aussi sont essentiels pour accompagner les clients dans leurs choix. Lorsque les collaborateurs sont bien informés et formés, ils sont les mieux placés pour orienter le consommateur vers le choix le plus respectueux de l'environnement.

Familles en mode durable



IKEA propose des solutions pour un mode de vie plus durable à la maison. Nous voulons montrer à nos clients qu'il ne s'agit pas d'une contrainte, mais au contraire d'une opportunité de réduire à la fois leurs dépenses et leur empreinte écologique. La meilleure façon de les convaincre, c'est de comprendre leurs besoins et leurs freins pour leur proposer ensuite des solutions réalistes qui facilitent la vie.

Dans ce but et dans le cadre de notre Programme Backpacker (missions ponctuelles pour jeunes IKEA à haut potentiel en dehors du pays où ils travaillent habituellement), nous avons envoyé une Backpacker dans plusieurs familles-test en Belgique.





Sanja Heyken

Backpacker

"Mode de vie durable à la maison"



La plupart des familles sont intéressées par le développement durable. Elles veulent faire un geste pour l'environnement, elles n'ont plus envie de gaspiller et sont prêtes à faire des économies! Leur problème? Elles ont trop d'informations et ne savent pas par où commencer...

J'ai écouté ces familles pour voir comment on pouvait améliorer et faciliter leur quotidien avec des solutions durables. J'ai partagé ensuite ces informations avec des collègues de tous les départements IKEA. Qu'allions-nous mettre concrètement en place? Plusieurs choses, mais pas trop à la fois... Les LED d'abord. Les gens manquent encore d'information à ce sujet,

d'informations pratiques surtout. Le tri de déchets aussi pose des problèmes aux familles. Pour sécher la lessive sans séchoir électrique, les gens cherchent des systèmes pratiques. Surtout quand ils ont une petite salle de bain. Les familles ne veulent plus jeter de nourriture. Elles ont besoin de rangements et d'accessoires pour ranger et conserver. Pour tous ces problèmes, IKEA a des solutions. Nous avons donc décidé de les mettre en avant dans les magasins. Un autre point nous a semblé important: les enfants. Ils aiment aider leurs parents. Avec eux, on peut même transformer les corvées en moments agréables! Alors, autant leur apprendre les bons réflexes tout de suite... Là aussi, nous pensons que IKEA peut donner des idées.

Chez IKEA, nous touchons des millions de gens. Ce qui peut changer énormément de choses. Mais pour éviter le "trop-plein" d'information et le découragement, nous pouvons aménager nos magasins en montrant des solutions simples et efficaces, et en donnant une information résumée et très concrète.

En visitant les différents magasins de Belgique, j'ai aussi constaté qu'il y a des approches et des idées très différentes. Il y a plus dans six magasins que dans un! En partageant les expériences et les exemples pratiques, IKEA Belgique peut renforcer son offre de solutions durables partout.





Des économies à la maison

Economies d'électricité

Led it be!

Les LED sont des éclairages d'avenir. Mais ils devraient être, à l'échelle la plus grande possible, les éclairages du présent. IKEA est très actif sur la promotion des LED et les offre à des prix très compétitifs. D'ici fin 2016, IKEA aura d'ailleurs basculé l'ensemble de son offre d'éclairages vers la technologie LED, proposée à bas prix.

Cette année, IKEA Belgique a fait du LED l'une de ses priorités. Et personne n'est mieux placé que nos collaborateurs pour convaincre nos clients des nombreux avantages de ce type d'éclairage. Pour que le LED ait toutes ses chances, IKEA a décidé de sensibiliser, d'informer et de former ses collaborateurs. IKEA a organisé une campagne d'information où chaque collaborateur a reçu une brochure didactique et une ampoule LED gratuite. Ils pouvaient ainsi tester l'ampoule chez eux et

en découvrir les bénéfices concrets. Un concours a également été mis en place: chaque collaborateur pouvait télécharger une photo "créative" sur laquelle il changeait son ampoule. Et tout le monde pouvait voter. La distribution des ampoules a fait des étincelles. Objectif atteint!

Chaque petit pas peut faire une grande différence, chez soi et pour la planète.

Pour sensibiliser le grand public, IKEA Belgique a mené une vaste campagne d'information et de promotion: catalogue, annonces presse et internet, communication dans les magasins, information ciblée sur les membres de IKEA FAMILY. Et les résultats sont là. Sur l'ensemble de l'année, nous avons vendu plus de 1.400.000 ampoules, ampoules LED et fluocompactes confondues. Nous constatons que, grâce à nos efforts, la part des LED est de plus en plus importante et atteint désormais 22% des ampoules à économie d'énergie chez IKEA Belgique. Si nos clients ont remplacé des ampoules à incandescence par nos ampoules LED, on peut parler d'une économie de 10.000 tonnes de CO₂, soit 2119 tours du monde en voiture!

Part des ampoules LED dans la vente d'ampoules à économie d'énergie



2119 tours du monde en voiture économisés grâce à nos ampoules





Pascale Vandevelde
Project leader LED campaign

Notre objectif est de vendre exclusivement des ampoules et des éclairages LED d'ici 2016. Pour l'atteindre, avons utilisé une sacrée énergie cette année. Pendant sa campagne LED interne, IKEA a distribué une ampoule LED gratuite à tous les collaborateurs, dans le monde entier. Cette action a eu beaucoup d'impact et suscité un grand intérêt.

Pour mettre des changements concrets en place, tant auprès des collaborateurs que des clients (des millions de gens!), tous les responsables des départements Eclairage de IKEA monde se sont retrouvés en Suède pour la formation "Furnish with light". Quelles solutions LED proposer et comment les présenter en magasin?

Quels conseils donner aux clients? Comment calculer les économies d'énergie? Et l'impact positif des LED sur l'environnement? Autant de sujets, parmi d'autres, qui furent largement illustrés.

Après cette formation et de retour chez nous, nous avons coaché à notre tour les collaborateurs du département Eclairage, les équipes déco des magasins et le département Communication. Tout a véritablement été mis en place pour sensibiliser et informer les clients le plus concrètement possible. Dans les magasins, dans la presse, sur internet et au moyen de diverses promotions.

Notre campagne LED a été un grand succès. Nos collaborateurs ont parfaitement compris les enjeux écologiques et économiques. Et un grand nombre de nos clients également. Les ventes de LED augmentent partout chez IKEA. A Gand, les LED représentent déjà 75% des ventes! Nos prix bas ne sont certainement pas étrangers à ce phénomène. Ce dont nous sommes très fiers...





Economies d'eau

L'eau est une ressource précieuse et la meilleure façon de la protéger, c'est d'en utiliser moins. Tous nos robinets de cuisine et de salle de bain sont désormais dotés d'aérateurs permettant d'économiser l'eau, sans

provoquer de perte de pression. Dans nos magasins, nos collaborateurs font un travail de sensibilisation auprès des clients. Ceux-ci sont d'ailleurs de plus en plus réceptifs et même demandeurs.

La vente des robinets IKEA en Belgique a permis d'économiser plus de 415.000 litres d'eau, en comparaison avec un robinet classique, soit le contenu de 133 piscines olympiques.



L'eau de **133**
piscines olympiques
économisée grâce à
nos robinets



Réunir toutes les énergies pour consommer mieux

EN 2013, IKEA s'est à nouveau associé à l'opération Earth Hour du WWF qui invite individus, entreprises et collectivités locales à éteindre les lumières durant une heure. En 2013, l'Earth Hour s'est déroulée le 23 mars entre 20h30 et 21h30. Les magasins IKEA aussi ont joué le jeu en éteignant leurs lumières pendant une heure!



Cadeaux, éco-conseils et récolte de fonds

En 2013, IKEA a distribué, à ses collaborateurs ainsi qu'à ses clients, une bougie chauffe-plat et une brochure avec des éco-conseils. L'objectif était de sensibiliser un maximum de gens à l'action Earth Hour et à la lutte contre le changement climatique.

IKEA Belgique a également lancé une vaste opération autour de sa gamme d'éclairages solaires de jardin SOLVINDEN. Pour chaque éclairage vendu, IKEA Belgique a versé 1 € au WWF Belgique. Grand succès pour cette opération qui a permis à nos clients de s'équiper en éclairage SOLVINDEN à énergie renouvelable tout en soutenant le WWF Belgique!



Mesurer l'énergie, c'est déjà mieux la maîtriser

IKEA Belgique a proposé à tous ses collaborateurs d'emprunter des appareils de mesure d'énergie qui donnent une idée exacte du coût de la consommation d'énergie globale par jour, par mois ou par an.

Combien d'énergie consommes-tu par an?

Dans une maison de rangée abritant une famille de quatre personnes, la consommation totale d'énergie par an est la suivante:

	66%	chauffage (gaz naturel)	15 000 kWh ou € 900
	13%	eau chaude (gaz naturel)	3 000 kWh ou € 180
		eau chaude (électricité)	3 000 kWh ou € 660
	5%	éclairage	1 200 kWh ou € 264
	5%	réfrigération et surgélation	1 200 kWh ou € 264
	4%	lessive et séchage	1 000 kWh ou € 220
	4%	cuisiner	1 000 kWh ou € 220
	3%	autres	600 kWh ou € 132

Pour chiffrer cette consommation, nous avons utilisé les prix de référence suivants:
 • électricité € 0,22 par kWh
 • gaz naturel € 0,06 par kWh

Comment mesurer l'énergie?

Pour mener un mode de vie plus durable chez toi, la première étape consiste à examiner à la loupe, de manière critique, tes comportements et habitudes. Le confort des électroménagers est tellement évident qu'on s'interroge rarement sur leur consommation électrique. Il importe donc d'avoir le comportement le plus économe possible avec l'électricité. Pour économiser de l'argent, mais aussi pour réduire notre empreinte écologique.



Jef Van Peer

Business Area Manager Pre-Sales

J'ai emprunté un appareil de mesure d'énergie et je l'ai testé chez moi. Cette expérience m'a permis de comprendre qu'on peut consommer moins et mieux.

Je suis d'ailleurs prêt à recommencer sur une période plus longue. Cela me permettait d'approfondir la recherche et de connaître, par exemple, ma consommation individuelle d'appareils électroménagers.

Indépendance en ressources et en énergie

Highlights 2013:

- Un indice de tri des déchets de 85%
- Le magasin d'Anderlecht équipé de panneaux solaires photovoltaïques
- Des bornes de recharge pour tous types de véhicules électriques dans nos six magasins
- Intégration de l'indice de tri des déchets dans notre système de bonus
- Implantation du projet IKEA de chargement en palettes carton

A retrouver dans le rapport Groupe:

- Approvisionnement responsable: bois, coton, huile de palme, cuir, produits alimentaires
- Des produits plus durables dans leur conception
- Réduction des consommations d'eau et d'énergie chez nos fournisseurs



L'avenir, c'est maintenant



Caroline Gastaud
Sustainability Manager
IKEA Belgique

Quels sont les objectifs de la stratégie IKEA People & Planet Positive en matière de ressources et d'énergie?

Nous nous engageons essentiellement dans quatre domaines: garantir l'accès à long terme aux matières premières durables, promouvoir le recyclage, utiliser les ressources naturelles dans les limites écologiques et enfin, produire plus d'énergie renouvelable que nous n'en consommons.

Quel est le temps de retour sur investissement pour atteindre les objectifs Planet & People Positive?

Pour certains investissements,

il peut aller jusqu'à 8 ans. Je pense notamment au remplacement de tous nos éclairages par des LED, aux projets photovoltaïques ainsi qu'aux équipements de tri et de compactage des déchets. Mais heureusement, il existe aussi des actions simples et peu coûteuses pour limiter le gaspillage des ressources.

Comment concilier ces investissements avec les impératifs de rentabilité d'une entreprise?

La force du groupe, c'est son indépendance financière: nous ne sommes pas soumis à la pression des marchés, ce qui nous permet d'avoir une vision à long terme. C'est aussi sa culture de la frugalité. IKEA est né dans le Småland, une région de Suède où les conditions de vie étaient très dures et les ressources rares, ce qui exigeait de les exploiter au mieux. Cette empreinte est restée présente et constitue aujourd'hui un atout, tant pour aller vers une planète plus durable que pour préparer notre avenir. En se raréfiant, énergies fossiles et autres ressources naturelles vont inévitablement renchérir. Investir dès à présent dans des technologies qui nous permettront de gagner notre indépendance énergétique et de tendre vers une économie plus circulaire, c'est assurer la continuité de nos activités.

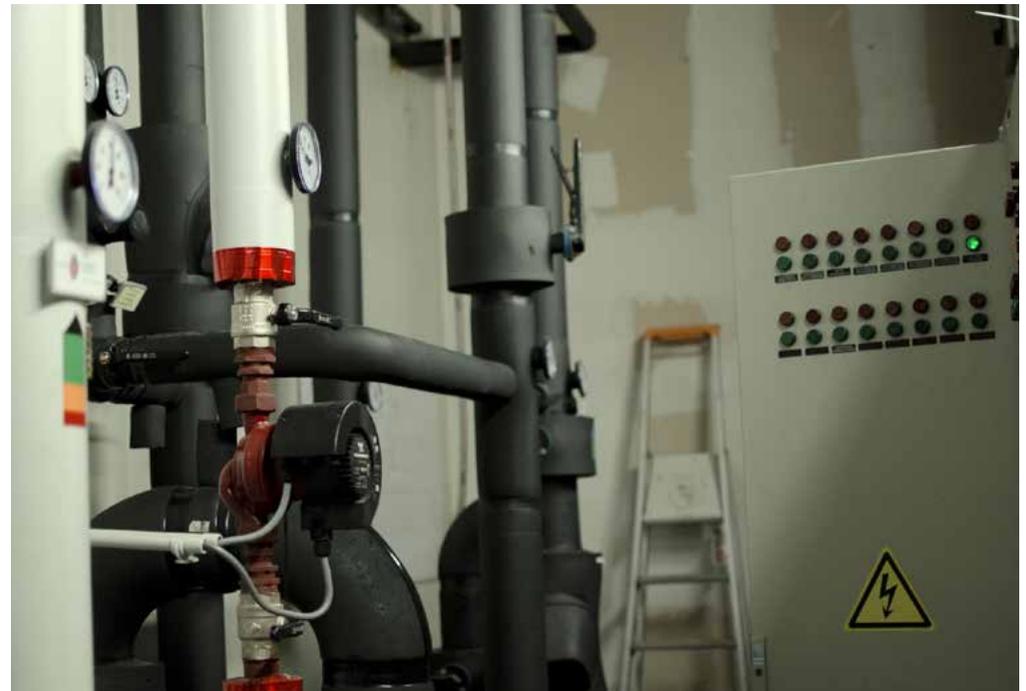
Impact sur le changement climatique

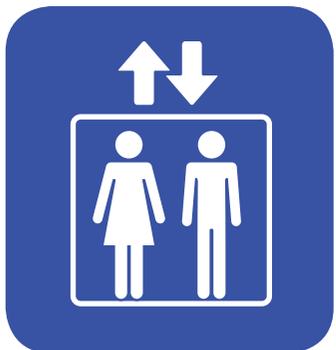
Dans nos magasins et notre dépôt, nous travaillons simultanément à la réduction des consommations d'énergie et à l'augmentation de la part d'énergies renouvelables.

Eco-énergie, oui merci

Ces dernières années, nous avons fait des investissements considérables pour augmenter la performance éco-énergétique de nos bâtiments. Ces équipements plus performants concernent à la fois la construction de nouveaux bâtiments et la rénovation de magasins existants. Nous investissons par exemple dans des systèmes d'isolation des quais de chargement, des luminaires LED pour l'éclairage des enseignes ou le changement d'ascenseurs (voir page suivante)... Un système avancé surveille en outre notre consommation d'énergie en vue d'éviter toute déperdition dans chacun de nos magasins.

Cette année, nous avons installé, après Wilrijk et Anderlecht, un système de cogénération sur le magasin de Arlon. Le principe de la cogénération est la production simultanée d'électricité et de chaleur au cours du même processus. La cogénération permet donc de produire plus d'énergie avec une même quantité de combustible. C'est un moyen d'optimiser au maximum l'utilisation de ce combustible. Ceci nous a permis de réduire notre consommation de chauffage et d'augmenter notre production d'électricité sur ce site. Cependant, les indicateurs de performance pour 2012 et 2013 ne sont pas aussi bons qu'espérés pour les magasins. Tout d'abord, nous avons revu les indicateurs de 2012, erronés en raison d'un mauvais calcul de surface suite à la relocalisation du magasin de Wilrijk. L'hiver rigoureux (froid et long) que nous avons connu en 2013 a également augmenté considérablement nos consommations énergétiques liées au chauffage des magasins.





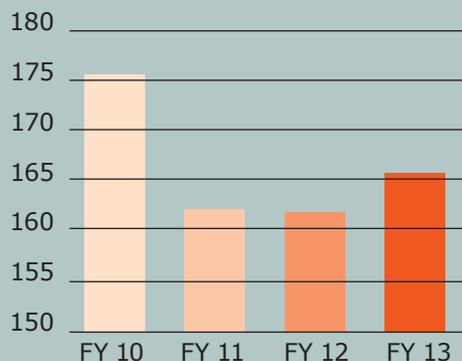
Olivier Mariscal
Facility Manager, IKEA Arlon

Début 2013, nous avons remplacé l'un de nos deux ascenseurs hydrauliques par un ascenseur électrique. Si ces deux types d'ascenseurs offrent le même niveau de sécurité, l'ascenseur hydraulique est plus souvent sujet aux pannes. Celles-ci occasionnaient régulièrement de l'inconfort pour les clients, de longues durées d'immobilisation et des coûts d'exploitation importants. Nous avons donc opté pour l'ascenseur électrique, plus fiable, et nettement moins énergivore. Grâce à la présence d'un contrepoids dans les ascenseurs électriques, la consommation et le courant de démarrage sont

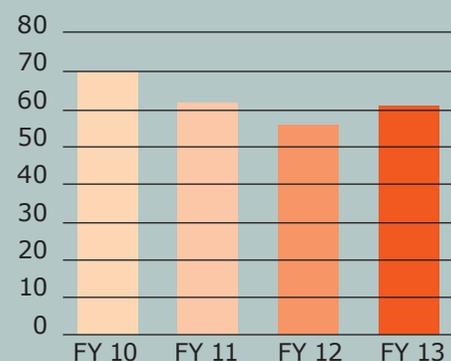
réduits. Ainsi, l'ancien ascenseur consommait environ 38 kWh/24h, tandis que le nouveau ne consomme que 13,5 kWh/24h. En outre, un système hydraulique oblige à refroidir l'huile au moyen d'un ventilateur qui tourne environ 17h/24. Nous avons donc opté pour une solution plus propre, plus économique et plus confortable.



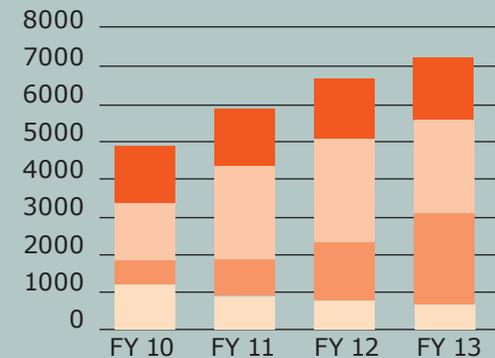
Efficacité énergétique de nos magasins (kWh/m²)



Efficacité énergétique de notre dépôt (kWh/m²)



Energie renouvelable produite sur nos sites (MWh)

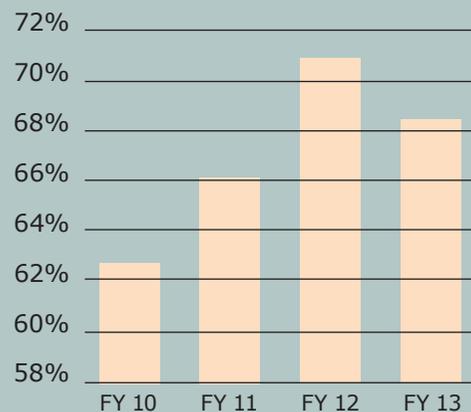


- Energie renouvelable produite avec des panneaux PV et réinjectée sur le réseau (dépôt)
- Energie renouvelable produite avec des panneaux PV (dépôt)
- Energie renouvelable produite avec des panneaux PV (magasins)
- Energie renouvelable produite avec des chaudières à bois (magasins)

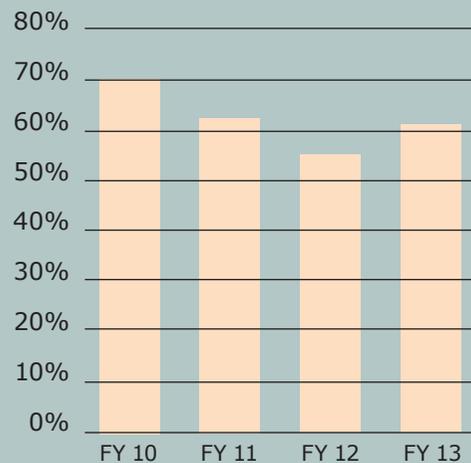
Toujours plus d'énergies renouvelables

L'énergie dont nous avons besoin pour fonctionner, soit nous la produisons nous-mêmes, soit nous l'achetons à des sources de production renouvelables, exclusivement éoliennes. Chez IKEA Belgique, la production d'énergies renouvelables est en progression constante. Après d'importants investissements en photovoltaïque sur notre dépôts de Winterslag, et nos magasins de Zaventem, Wilrijk et Gand, c'est le magasin d'Anderlecht qui a été équipé de panneaux photovoltaïques en 2013: une installation de 6601,1 m² et 1037,6 kWp. Cependant, la part d'énergie renouvelable dans notre consommation a légèrement baissé en 2013. Ceci s'explique par deux facteurs: d'une part les chaudières à bois installées à Gand et Hognoul n'ont pas fonctionné à plein régime en raison de problèmes techniques. D'autre part, nous avons fortement augmenté de notre consommation d'énergie non renouvelable liée chauffage pendant l'hiver rude de cette année.

Part d'énergie renouvelable dans notre consommation totale (magasins)



Part d'énergie renouvelable dans notre consommation totale (dépôt)



Limiter la consommation d'eau

Réduire la consommation d'eau est un enjeu environnemental important. IKEA Belgique récupère l'eau de pluie dans des citernes. Cette eau est utilisée pour les chasses des toilettes et notre installation sprinkler est branchée sur ce circuit. Un tiers des eaux consommées dans nos magasins est couvert par les eaux pluviales récupérées. Nous faisons également appel à des technologies moins gourmandes. Dans nos restaurants, qui sont de gros consommateurs d'eau, nous optimisons régulièrement les performances de nos systèmes de plonge.



Kris Eygenaam
Facility Manager, IKEA Wilrijk

Quel système avez-vous mis au point pour limiter la consommation d'eau à Wilrijk?

Notre système? Utiliser moins d'eau dans les toilettes en diminuant le volume des chasses d'eau! Nous avons effectué des tests d'évaluation pendant deux semaines pour voir jusqu'où nous pouvions réduire le volume d'eau, sans risque d'obstruction. En réduisant de plus en plus le volume d'eau de quelques réservoirs, nous avons constaté que nous pouvions ramener la valeur maximum du fabricant (qui est de $\pm 7,5$ litres) à 6 litres. Cela représente une diminution de 20%. 1,5 litre peut sembler peu, mais si nous multiplions ce chiffre par le nombre important de nos visiteurs, nous réalisons des économies d'eau considérables.

Comment cette idée vous est-elle venue?

C'est du simple bon sens...

Quels chiffres pouvez-vous nous donner?

D'abord, le coût de l'investissement est très intéressant: il est de zéro. Pour calculer le montant des économies d'eau réalisées, nous avons placé des appareils de mesure avant et après l'installation du nouveau système. Nous avons obtenu une diminution de consommation de 0,6 l par visiteur. En multipliant ce chiffre par 2.500.000 visiteurs, nous voyons que nous avons pu économiser 1.500.000 litres d'eau (ou 1500 m³), ce qui représente aussi une économie annuelle de 5.250 €. 



Ecomobilité: on avance

Si les transports sont responsables en grande partie de nos émissions de CO₂, nous ne pouvons toutefois pas nous en passer. Mais nous pouvons chercher des solutions plus durables tant pour les déplacements de nos clients et de nos collaborateurs que pour le transport de nos produits.

Offrir des alternatives à nos clients

Pour faciliter les modes de transport plus respectueux de l'environnement, IKEA collabore avec les sociétés de transport public. Il y a systématiquement un arrêt de tram, de bus ou de métro de la STIB, des TEC ou de De Lijn devant ou à proximité de nos magasins. A Anderlecht et à Wilrijk, nos clients reçoivent un nouveau ticket sur présentation de celui qu'ils ont utilisé pour venir chez nous. Nous proposons également dans tous nos magasins des services de livraison permettant aux clients de se passer de leur voiture pour les articles volumineux!



Shamim Abbas
Coordinatrice Cashline,
membre de la sustainability team

 A Anderlecht, il y a une station de métro à 400 m et des lignes de bus à 20 m. Nous offrons des tickets de transport gratuits à nos clients IKEA FAMILY. Pour tout achat de minimum 10 €, ils reçoivent un ticket De Lijn valable pour 2 voyages partout en Flandre ou un ticket STIB valable pour un voyage sur tout le réseau. Nous constatons une demande croissante de la part des clients. L'action est annoncée via des

nombre de tickets
donnés à Anderlecht
en juillet et août
2013: **244**



panneaux, mais le bouche-à-oreille fonctionne également très bien. Nous proposons aussi différentes formules de livraison, ainsi qu'un service de location de camionnettes. On peut donc faire ses achats chez IKEA en prenant les transports en commun, et même en vélo!



Rouler à l'électricité: un nouveau potentiel

En 2013, IKEA a installé huit bornes de recharge électrique -dont 4 pour vélos et 4 pour voitures- devant ses six magasins. Nos visiteurs et collaborateurs peuvent désormais recharger leur quatre-roues ou leur deux-roues, les uns pendant leur shopping, les autres pendant le travail. IKEA est la première entreprise en Belgique à avoir équipé chacun de ses magasins de bornes de recharge, pour tous types de véhicules électriques. Au sein du Groupe, IKEA Belgique est également le premier pays disposant d'un équipement complet pour tous ses magasins.

Cet investissement, de l'ordre de 450.000 euros, entre aussi dans le cadre du projet-pilote "Elektrische Voertuigen in Actie" (EVA), une initiative du gouvernement flamand. Ce projet, dont IKEA est partenaire officiel, vise à définir la répartition géographique pour développer l'usage des véhicules électriques. Les bornes enregistrent les données d'utilisation, ce qui permet d'établir des statistiques à long terme pour observer l'utilisation des bornes de chargement et évaluer un besoin éventuel d'élargissement des capacités.



Nos collaborateurs font mieux que la moyenne belge

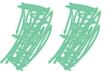
Chez IKEA Belgique, 30% des collaborateurs utilisent un transport durable pour se rendre au travail. 21% prennent les transports en commun et 9% viennent travailler en vélo. Ces chiffres sont environ supérieurs de 10% à la moyenne belge, mais nous voulons faire mieux encore à l'avenir.

Tous en selle!



John Sandeman

Membre de la sustainability team du service office

 Au début du printemps, nous avons organisé une Action Vélo. L'objectif était simple: permettre et encourager nos collaborateurs à utiliser le vélo pour venir au travail ou dans la vie de tous les jours. Nous avons collaboré avec une grande

marque de vélos qui a composé une sélection spécialement pour nous. Nous avons ensuite fait la tournée des six magasins IKEA. Nos collaborateurs, leur famille et leurs amis ont pu tester les vélos. Il y avait des gens de tous les âges et l'ambiance était très bonne.

Grâce à un achat groupé, nous avons pu proposer des réductions très intéressantes, allant jusqu'à 25% sur les vélos électriques. Cette opération a été un succès: nous avons vendu 95 vélos! Un grand nombre de collaborateurs, qui n'ont pas pu acheter de vélo cette année, aimerait que nous recommencions l'année prochaine. Et les navetteurs ont même suggéré l'achat de vélos pliants. 



Viens tester ton nouveau vélo!

Achète un vélo Granville: jusqu'à 25% de réduction!

Le choix parmi 4 vélos de ville et 2 vélos électriques.

Viens les tester

-  **Quand:** les 15 avril (de 10 à 16h)
-  **Où:** sur le parking de ton magasin
-  **Qui:** tous les collaborateurs IKEA, leur famille et leurs amis

Plus d'infos dans le dépliant IKEA et dans le mini-catalogue Granville ou sur IKEA Inside.



Coup de pouce

A l'occasion de cette action, IKEA a rappelé à ses collaborateurs que IKEA intervient à hauteur de 0,22 €/km pour les déplacements en vélo travail/domicile et à 100% pour un abonnement aux transports en commun STIB et/ou de Lijn, anticipant ainsi la réglementation d'un an.

Moins de déplacements à l'étranger

Nous encourageons nos collaborateurs à réduire leurs déplacements professionnels aériens et à recourir à la téléconférence (web, téléphone, vidéo). Non seulement les réunions virtuelles réduisent l'impact environnemental, mais elles permettent aux collaborateurs de rationaliser leur emploi du temps, d'améliorer leur équilibre vie professionnelle-vie privée et de diminuer les coûts.

Moins de transport, moins de CO₂

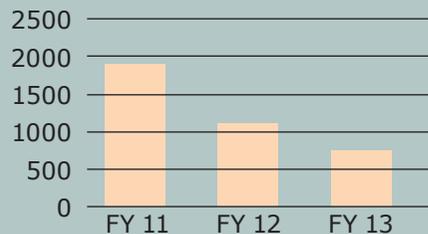
Pour réduire l'impact environnemental du fret, nous tentons de diminuer le nombre de camions sur les routes. En réduisant le transport de palettes et en optimisant le taux de remplissage des camions, nous pouvons limiter nos coûts et les émissions de CO₂ liées au transport de marchandises IKEA et de palettes. Nous essayons également de trouver des alternatives au transport routier, mais celles-ci restent difficiles à appliquer aujourd'hui.

Palettes en carton versus palettes en bois

Depuis 2011, nous remplaçons progressivement les palettes en bois par des palettes en carton et d'autres supports de manutention plus performants. Notre objectif est d'atteindre 100% de livraison de marchandises sans palettes en bois, depuis nos fournisseurs et notre dépôt de Winterslag vers nos magasins. Il subsiste en effet aujourd'hui quelques exceptions (20%) pour des produits nécessitant une palettisation particulière comme l'électro-ménager. Le dernier flux à implanter concerne les marchandises livrées aux magasins depuis le dépôt central de Dortmund.

Les palettes en carton sont nettement plus légères que les palettes en bois. Comme elles sont également plus fines, le taux de remplissage des camions est meilleur et les transports moins nombreux. En outre, ces palettes en carton sont triées sur site dans les magasins pour être recyclées et ne nécessitent donc pas d'être retournées au dépôt. Résultat: nous avons considérablement réduit le nombre de camions sur les routes en diminuant le transport de palettes et en améliorant notre taux de remplissage.

Nombre de camions de palettes en bois sur les routes par an

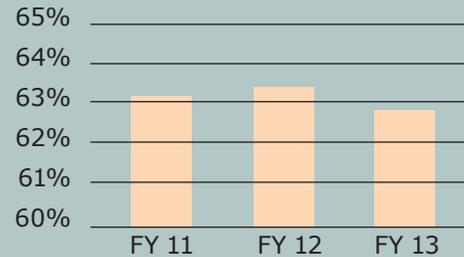




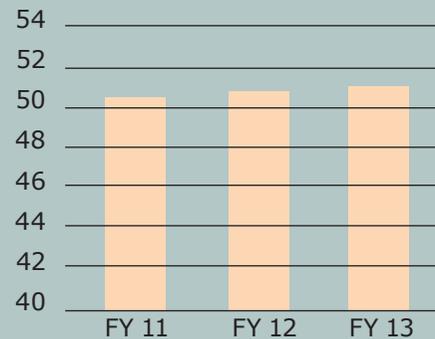
Andy Danneel
team leader outbound,
Centre de Distribution IKEA

 Aujourd'hui, nous sommes passés d'un chargement de 50m³ par véhicule à 52 m³ et actuellement, nous travaillons à un volume de remplissage de 53.5 m³. Le métier de chargeur est plus complexe qu'il n'y paraît. Le chargement est un véritable jeu de Tetris. Le chargeur doit trouver sans cesse différentes manières de combiner des paquets de diverses dimensions. En même temps, il doit respecter les procédures de remplissage et veiller à n'abîmer aucun produit. Et, petite difficulté supplémentaire, il doit présenter tous les produits face code bar vers l'avant pour faciliter l'encodage au moment du déchargement. Pour relever ce défi à chaque fois renouvelé, nos chargeurs bénéficient d'une formation  permanente.

Taux de remplissage des camions au départ de notre dépôt de Winterslag (pourcentage)



Volume transporté par camion au départ de notre dépôt de Winterslag (m³)

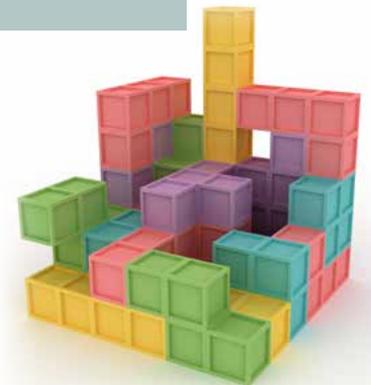
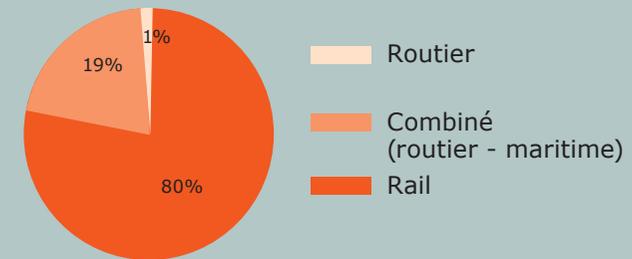


Ici, nous remarquons un chiffre inférieur pour le taux de remplissage FY13. Ceci s'explique par le fait que nous avons changé de type d'unité de chargement en utilisant une remorque d'un volume maximum plus important. Par conséquent et comparativement aux années précédentes, la base du calcul de remplissage a augmenté et, de ce fait, le taux de remplissage diminue. Toutefois, le volume chargé en moyenne par envoi a augmenté.

Aller vers le multimodal

Aujourd'hui, 100% de nos marchandises sont acheminées vers nos magasins par la route. Les alternatives équivalentes en termes de délai et de coût sont difficiles à mettre en pratique et aujourd'hui, nous n'avons pas réussi à relever ce défi. Par contre, 20% des marchandises réceptionnées par notre dépôt de Winterslag sont livrées par des transport non routiers. Nous travaillons à augmenter le transport multimodal en tenant compte de nos contraintes de temps et de coût.

Mode de transport des marchandises livrées à notre dépôt de Winterslag:



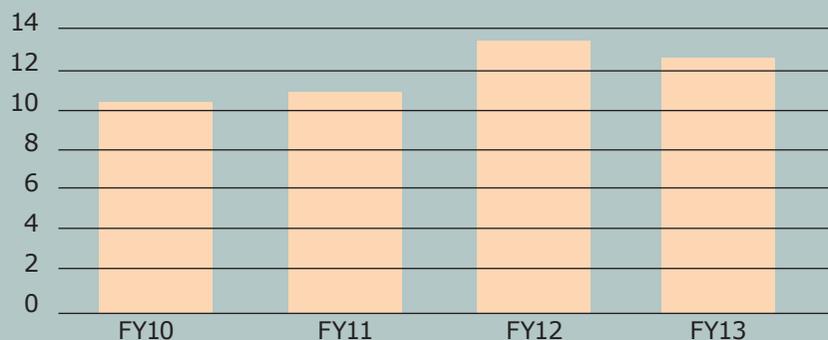
La gestion des déchets

Dans notre secteur, les déchets représentent un aspect important du développement durable. En Belgique, IKEA a été l'une des premières entreprises à trier ses déchets à grande échelle. Dans le domaine de la gestion des déchets, la Belgique veut rester un précurseur. Les deux mots-clés sont réduire et trier.

Deux vies, c'est mieux qu'une

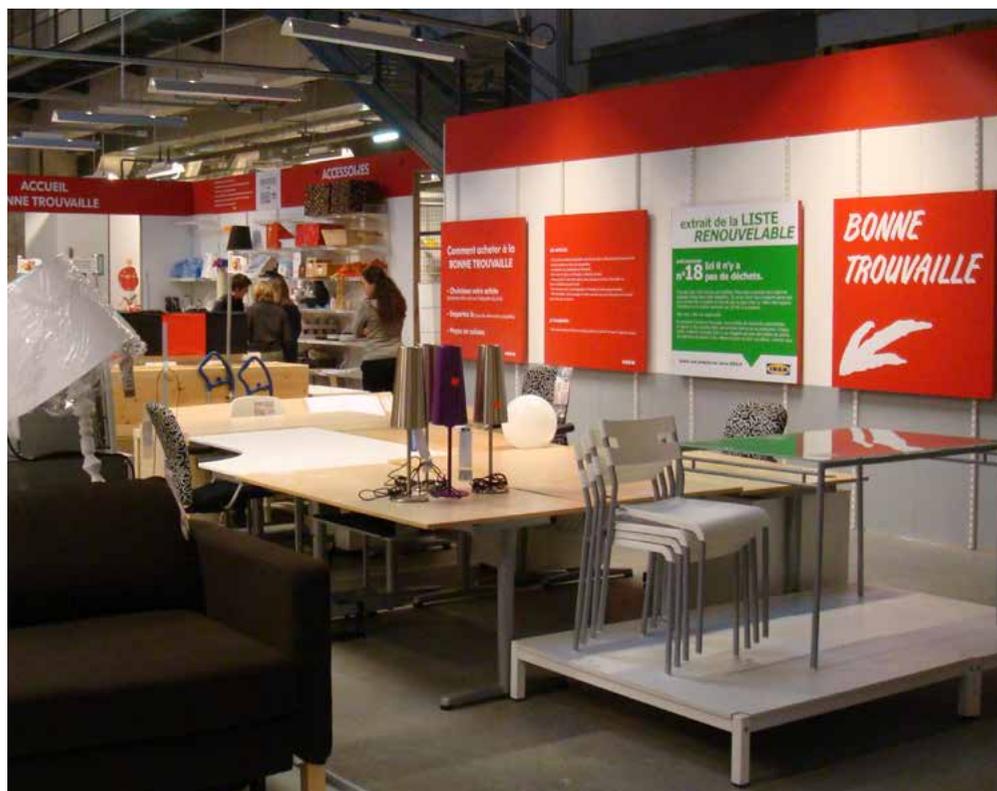
Réutiliser un objet, c'est une façon intelligente de diminuer les déchets. C'est pourquoi nous avons créé le "Coin bonnes affaires", situé près des caisses. Nos clients peuvent y acheter, à petit prix, des articles d'exposition en parfait état ou réparés suite à une légère détérioration. Au lieu de se retrouver dans une benne à déchets, ils sont destinés une nouvelle vie. Et tout le monde est gagnant.

Quantité de déchets produits rapporté à l'activité dans nos magasins: (kg de déchets produits/m³ de marchandises vendues)



La réduction de déchets

Cette année, nous avons amélioré, et légèrement réduit, la quantité de déchets produits dans nos magasins mais nous n'avons pas abouti au résultat atteint en 2011. Dans les années à venir, nous mettrons encore plus l'accent sur la réduction de la production de déchets.



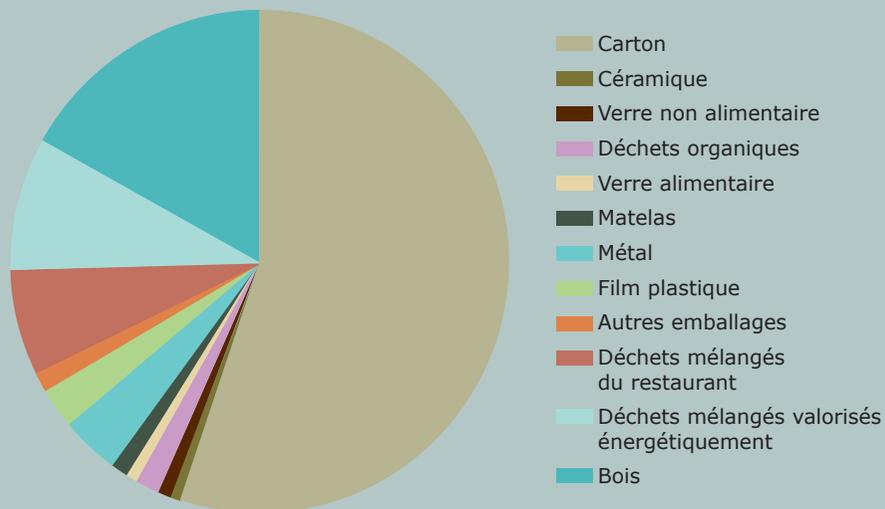
Le tri: hyper sélectif

Un réflexe indispensable: trier! Tous nos magasins, ainsi que notre dépôt sont dotés de leurs propres centres de tri, qui prennent en charge jusqu'à 26 fractions de déchets. Dans le secteur de la vente au détail, c'est une situation unique. L'année passée, nos magasins avaient déjà atteint le niveau zéro déchets mis en décharge. Tous les déchets étaient soit recyclés, soit valorisés énergétiquement.

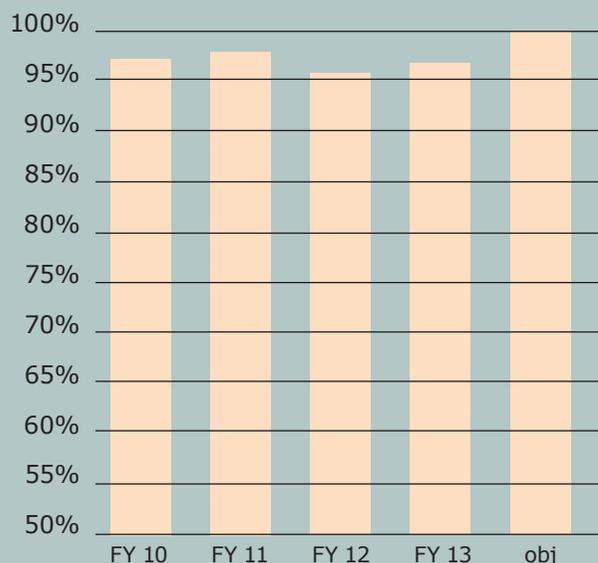
Pour notre dépôt de Winterslag, l'objectif est presque atteint. Pour certains déchets spécifiques, nous n'avons cependant pas encore trouvé de solution en valorisation énergétique.



Types de déchets triés dans nos magasins

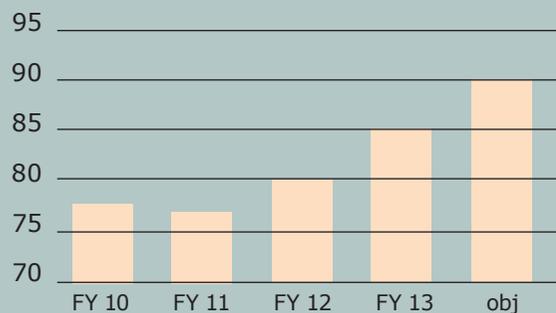


Indice de valorisation des déchets du dépôt (% de déchets recyclés ou valorisés énergétiquement/total déchets)



L'objectif pour FY15 est d'atteindre un niveau de tri d'au moins 90%. En 2013, les magasins belges réalisent un excellent score.

Déchets triés en magasin (%)



Une première en Belgique: le bonus sur l'indice de recyclage

IKEA distribue un bonus à ses collaborateurs. Celui-ci est basé sur trois critères: le chiffre d'affaires (national), la réduction des invendus (local) et l'indice de recyclage (local). Ce troisième critère est une première dans notre pays et représente 20% dans le calcul du bonus. Ainsi, IKEA met l'accent sur le développement durable au sein de ses structures de fonctionnement.

Pour motiver et aider ses collaborateurs dans la gestion des déchets, IKEA Belgique a fait d'importants investissements dans son organisation interne, dans des formations ciblées pour les collaborateurs et dans des installations plus performantes.



Nicolas Fauconnier
Project Leader "Déchets"
IKEA Hognoul

✍️ Pour améliorer et faciliter le tri des déchets 2013, IKEA Hognoul a lancé un projet pour une durée d'un an. Nous avons composé une équipe chargée de revoir la structure de la zone de déchets. Cette équipe a mis trois choses importantes en place: l'augmentation des fractions de tri, une meilleure information sur leur utilisation et une formation au tri pour nos collaborateurs. Notre équipe effectuait également beaucoup de "coaching on the floor", l'une des clés du succès!

IKEA Hognoul est ainsi passé de 70% à 89%* de déchets triés... Nos collaborateurs ont retroussé leurs manches et ils ont l'air d'être ✍️ prêts à poursuivre l'aventure!

* chiffre cumulé sur la période janvier - août 2013



IKEA Food s'attache au bien-être des personnes et des animaux



Benny Weyns
Acheteur Food, IKEA

 Je suis en charge des achats alimentaires chez IKEA Belgique depuis 7 ans. Quand j'ai commencé, les différents aspects du développement durable n'entraient pas tellement en ligne de compte dans mon travail. Depuis, les choses ont énormément évolué et c'est une très bonne chose. Aujourd'hui, nous sommes attentifs à ces questions.

Chez IKEA, nous utilisons uniquement des poulets élevés en plein air ou, pour une plus petite partie, des poules élevés au sol. Après avoir reçu le "good egg award" en 2012, nous avons gagné en 2013 le "gook chicken award". Ces prix, remis par l'ONG CIWF (Compassion in World Farming)

récompensent les entreprises qui s'engagent pour le bien-être animal. Nos œufs frais et nos plats à base d'œufs sont préparés avec des œufs de poulets élevés en plein air et dans une moindre mesure, de poulets élevés en liberté.

Si nous servons du saumon et des boulettes de viande en provenance de Suède (nous ne serions plus tout à fait IKEA sans cela), nous complétons également l'assortiment avec une offre achetée localement. Nous pouvons ainsi offrir une excellente qualité à des prix très avantageux. Nos asperges et nos fraises belges ont connu un grand succès pendant plusieurs semaines. Au restaurant IKEA, nous servons tous les jours un plat végétarien et, une fois par semaine, il est en promotion. C'est le jeudi veggie, initié par la ville de Gand!

En juin 2013, nous avons organisé pour la première fois 'notre semaine bio' à l'occasion la Semaine Bio nationale. Nous avons introduit (et gardé) 11 nouveaux produits bio au menu. A la Boutique suédoise, nous avons offert 15% de réduction sur toute la gamme bio. 



Des produits sains et durables

En collaboration avec un consultant en diététique, IKEA Belgique fait évoluer son offre alimentaire. Qualité, variété et santé sont les mots-clés. A la cantine, nos collaborateurs sont les premiers à découvrir les nouveautés. Nous avons introduit un salad bar où la mayonnaise et le sucre sont remplacés par une délicieuse sauce au yaourt et au miel. Actuellement à l'essai: de nouvelles soupes contenant moins d'additifs et de sel. Ces principes seront développés sur l'ensemble de notre assortiment dans les années à venir.

Nous faisons également appel à Vredeseilanden et à son programme de restauration collective durable. Au menu: plus de produits locaux et saisonniers (et bio quand c'est possible), moins de viande, du poisson certifié MSC, des outils pour une gestion de déchets avec empreinte écologique minimum.

Sécurité alimentaire

IKEA Belgique travaille activement à la sécurité alimentaire. Nos fournisseurs sont tenus de respecter le Code de Conduite IKEA IWAY. Nous organisons un audit tous les 2 ans. Le but n'est pas seulement de contrôler, mais également de donner des conseils. Cette façon de procéder débouche sur une collaboration win-win.



Améliorer le bien-être animal

En 2013, IKEA Belgique a pris un engagement pour améliorer le bien-être des porcelets. D'ici fin août 2015, IKEA Belgique ira plus loin que le bannissement de la castration, expérience douloureuse et traumatisante pour l'animal. Nous veillerons également à ce que les porcelets ne subissent aucune amputation de la queue et à ce qu'ils disposent de suffisamment d'espace et de litière. IKEA Belgique fonctionnera comme un marché pilote international dans le domaine de l'amélioration des conditions de vie des porcelets. IKEA Food Services dialogue et collabore avec différentes organisations de défense du bien-être animal, telles que GAIA et Compassion in World Farming (CIWF).



Une vie meilleure pour les personnes et les communautés

Highlights 2013:

- 55.696 € et 210 000 € à UNICEF.
- 48,7% de femmes managers, 53 nationalités et 23,7% collaborateurs de plus de 45 ans.
- 10.860 plants de lavande au profit de Natagora et de Natuurpunt

A retrouver dans le rapport Groupe:

- Exigences sociales et environnementales chez nos fournisseurs
- IKEA Foundation



Une entreprise à vivre

IKEA choisit de travailler avec des collaborateurs ouverts et pragmatiques. Nous souhaitons leur offrir la possibilité de se développer, tant au niveau personnel que professionnel. Notre but est de créer un meilleur quotidien pour nos clients, mais également pour nous-mêmes.



Elmer Chin Woei Njap
HR Manager IKEA Belgique

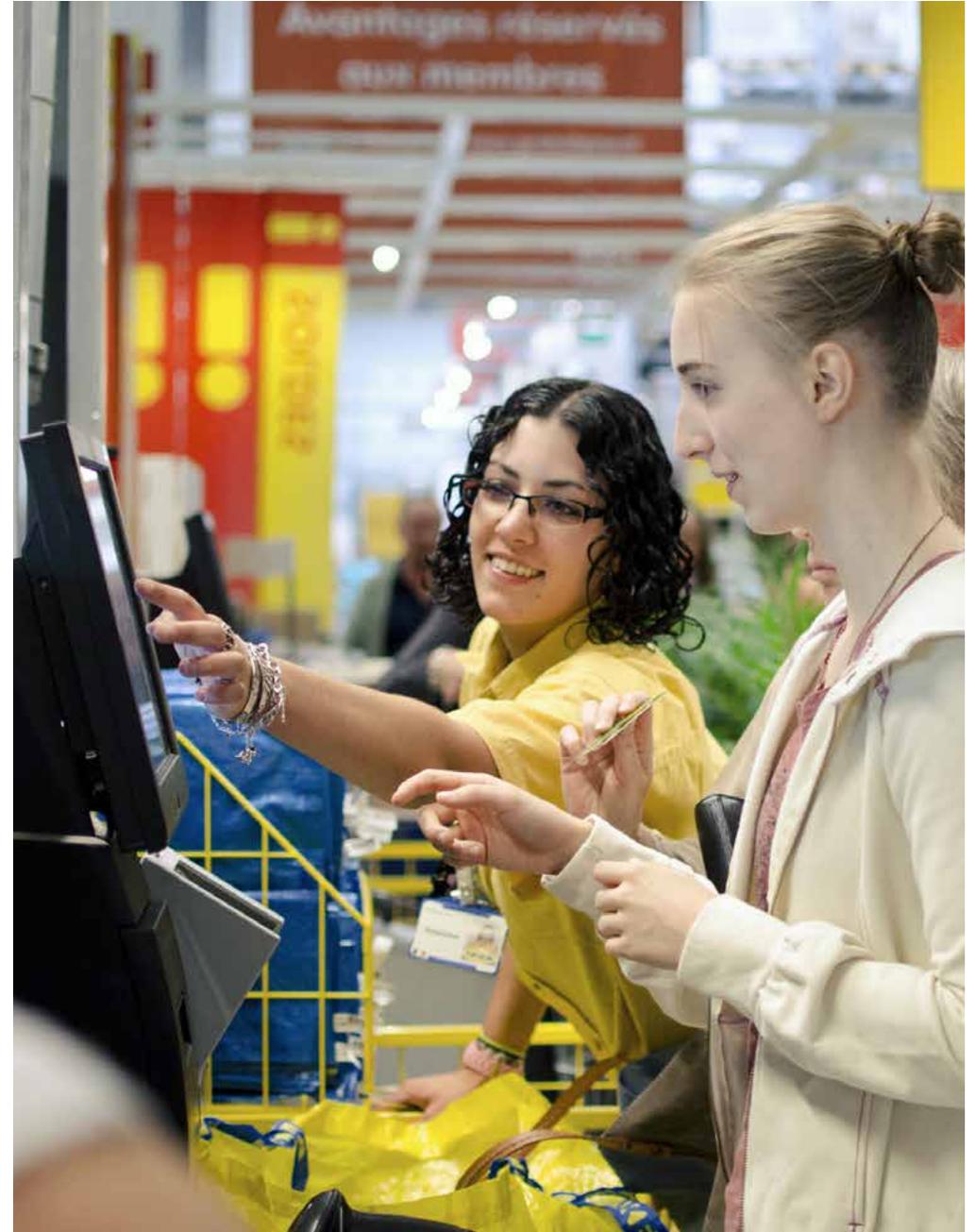


Quels sont les défis à relever dans le futur?

Pour l'année à venir, il y en a effectivement plusieurs. Nous devons recruter des collaborateurs pour les nouveaux magasins. Nous allons établir une organisation différente, sur la base des compétences, avec une implémentation de nouveaux profils de compétences, des formations et des programmes de développement.

Comment IKEA va-elle se différencier en tant qu'employeur dans les prochaines années?

IKEA veut être, pour ses collaborateurs actuels et futurs, un "endroit où il fait bon travailler". Nous allons mettre encore plus l'accent sur notre culture et nos valeurs, et implémenter celles-ci dans tous nos processus "people". Nous voulons créer un lieu de travail où tout le monde est le bienvenu, où chaque collaborateur est perçu comme un talent et où chacun a des possibilités de carrière.



Les 22 ambassadeurs de l'esprit IKEA

Pour IKEA, il est essentiel que ses managers comprennent l'esprit IKEA et qu'ils y adhèrent. Nous voulons qu'ils appliquent cet esprit, ainsi que nos stratégies et nos plans, au quotidien et en collaboration avec leurs équipes.

C'est pourquoi nous avons organisé, en 2013, le "Living the IKEA Spirit". Pour renforcer les valeurs IKEA (IKEA Way), nous avons réfléchi à de nouvelles façons de les mettre en pratique. Nous avons recruté 22 ambassadeurs IKEA Way parmi notre personnel, managers et collaborateurs confondus.

Ces ambassadeurs, recrutés dans chaque département, se sont rendus en groupe à Älmhult. Centre de recherche du design, laboratoire de tests, studios photo pour l'élaboration du catalogue, magasin, entrepôts... c'est l'endroit où il faut être pour être au cœur de la philosophie IKEA. Le rôle des 22 ambassadeurs IKEA Way a été de traduire les valeurs IKEA, de les transmettre à leurs collègues et de veiller à leur mise en pratique. Des ateliers ont spécialement été organisés à cet effet.



Ouassima Belehsain
Ambassadrice IKEA Way,
Centre de contact client

Quand on m'a proposé de me présenter pour le recrutement "d'ambassadeurs IKEA Way", je travaillais chez IKEA depuis 1 an seulement. J'avais l'impression de ne pas en savoir assez. Encouragée par ma responsable, j'ai finalement décidé de me présenter à l'entretien. L'étape suivante consistait à se présenter de façon personnelle. J'ai fait des photos de moi-même pour présenter les dix valeurs IKEA et je les ai commentées. Et j'ai été retenue! Le programme "Living the IKEA Spirit" pour la formation des ambassadeurs IKEA a eu lieu en Suède, à Älmhult. C'est le berceau de IKEA. On a suivi une formation intensive de 3 jours sur les dix valeurs de base de IKEA. On a visité le tout premier magasin IKEA et



rencontré des fournisseurs. On a tous été très impressionnés. IKEA est une organisation très cohérente et très efficace.

Aujourd'hui, on anime nous-mêmes quatre ateliers pour partager avec nos collègues tout ce que nous avons appris. Le premier module est l'introduction aux valeurs IKEA. On fait tout pour transmettre cet esprit IKEA et on explique pourquoi il est un moteur de réussite.

Les réactions et la participation des collègues sont assez différentes. Il y a des personnes qui sont déjà convaincues et qui sont contentes de se rafraîchir l'esprit. Il y a celles qui sont moins sensibilisées et puis, il y a tous les nouveaux collaborateurs.

Il est encore trop tôt pour parler des résultats de ces ateliers. Personnellement, je peux transmettre que je suis fière de travailler chez IKEA et que c'est un job qui ne ressemble à aucun autre. Ce sentiment-là, tous les ambassadeurs IKEA Way le partagent. Et nous croyons tous à la réussite de ce projet.



IKEA fait bouger les choses

Nombre total de collaborateurs IKEA Belgique	2.925
Hommes	46,9%
Femmes	53,1%
Managers	14,8%
Nombre de collaborateurs supplémentaires engagés FY13	128

IKEA crée des emplois

Avec ses 2900 collaborateurs et ses perspectives d'expansion, IKEA joue un rôle économique important en Belgique. Sans avoir ouvert de nouveau magasin cette année, nous avons néanmoins créé 128 postes supplémentaires. Nous avons recruté des collaborateurs et des managers dans le cadre de nos activités, de notre planning de succession et, en partie, en prévision de nos nouveaux magasins.

Un système de bonus différent

Comme nous l'avons déjà vu, le système de bonus IKEA est basé sur trois critères: le chiffre d'affaires (national), une meilleure gestion des mouvements de stocks (local) et l'indice de recyclage (local). Ce dernier critère, qui met l'accent sur un aspect important du développement durable, est une première en Belgique. Chez IKEA, managers comme collaborateurs reçoivent un bonus qui est calculé sur ces 3 critères. Le bonus se calcule au pro rata des prestations.

Donner des avantages à ses collaborateurs

IKEA offre les avantages dits classiques. Les heures supplémentaires sont majorées de 50% et les dimanches sont rémunérés à 300%. Le travail du dimanche se fait sur une base volontaire. Les trajets en transport public sont remboursés et une indemnité kilométrique est accordée pour les déplacements en vélo. Les collaborateurs bénéficient de contrats d'assurance et de pension très avantageux. L'eau et les boissons chaudes sont gratuites. Les collaborateurs reçoivent une prime de fin d'année, ainsi que le double pécule de vacances. Et nous rémunérons différemment les heures de travail tardives.

En tant que spécialiste de la vie à la maison, nous offrons des bons d'achat IKEA à certains moments particulier de la vie pour l'aménagement de son domicile: les mariages, les naissances, l'ancienneté et les départs à la pension.

74% de nos collaborateurs sont fiers de travailler chez IKEA et aiment à en parler.



Le dialogue social: être ouverts et constructifs

Le respect de la personne humaine fait partie du code de conduite IKEA. Nous nous devons donc d'être exigeants avec nous-mêmes du point de vue des conditions sociales et de travail.

Notre enquête VOICE donne la parole aux collaborateurs

Notre enquête VOICE, menée par un organisme indépendant une fois par an, nous permet de connaître le point de vue de nos collaborateurs. Le taux de participation est de 85%. Les résultats sont analysés et des actions sont mises en place pour améliorer les points moins bien notés. Les thèmes abordés sont la satisfaction au travail, l'efficacité, l'ouverture, le développement durable, les objectifs et le leadership.

Pourcentage de collaborateurs	
80%	estiment pouvoir prendre des initiatives au quotidien
90%	estiment avoir les compétences nécessaires à leur travail
70%	se sentent reconnus et appréciés
72%	se sentent concernés par l'environnement dans leur travail
91%	estiment que la gamme IKEA va continuer à générer du business
74%	sont fiers de travailler chez IKEA
76%	font confiance à leur responsable direct



Dis ce que tu penses!

Où en sommes-nous aujourd'hui?
Quels sont nos points forts?
Que faut-il améliorer?
Comment pouvons-nous progresser?

Entre le 7 et le 26 octobre,
tu as la parole.
Plus d'infos auprès
de ton responsable.

VOICE



Les points qui restent à améliorer sont le renforcement de la confiance mutuelle au sein des équipes et les opportunités de développement. La charge de travail est également une source d'inquiétude pour certains. Les deux derniers points font l'objet d'un travail important, entamé cette année.

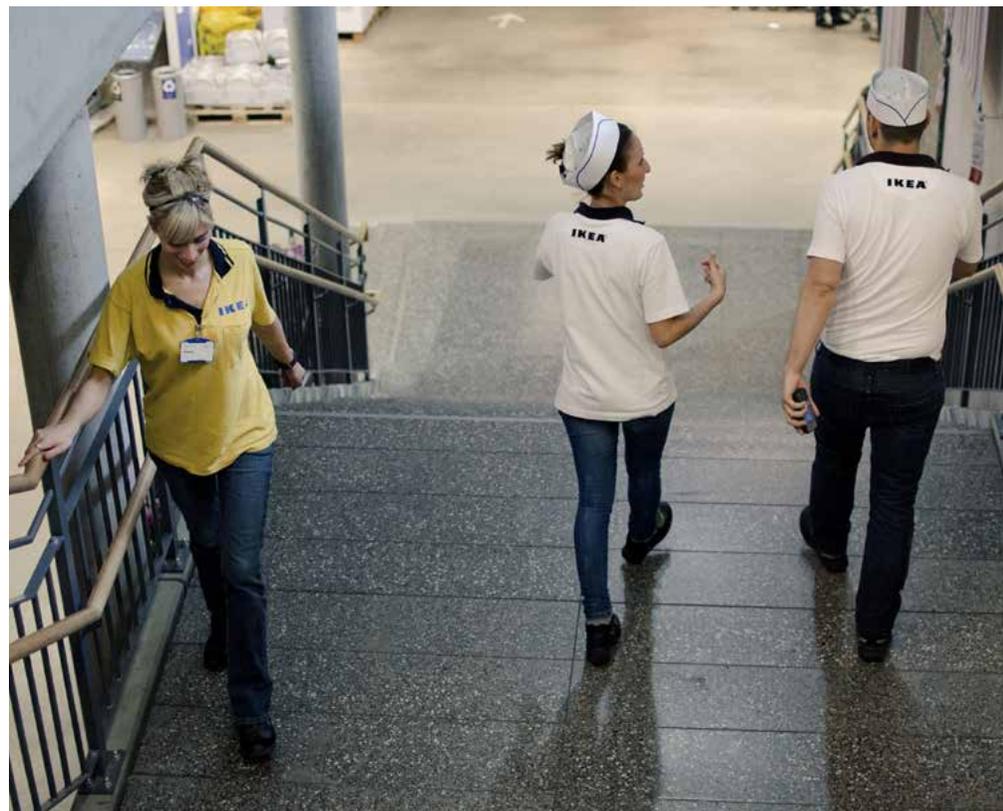
Actions entreprises

Dans le but de renforcer le dialogue social, IKEA Belgique a proposé aux organisations syndicales de former un groupe de travail. Le management IKEA et les organisations syndicales, avec l'aide d'un partenaire extérieur, se sont réunis deux jours. L'objectif de ces journées était de renforcer le dialogue social et de créer une base commune pour les projets à développer sur l'année. Cette initiative est appelée à être réitérée annuellement.

Le contenu de l'ensemble des réunions menées avec les organisations syndicales est communiqué à nos collaborateurs via notre intranet IKEA Inside. Ces éléments peuvent en effet éclairer nos collaborateurs et nos managers, et stimuler la communication.

Afin d'impliquer nos collaborateurs dans les questions d'organisation, nous avons également organisé différentes journées de travail internes. Ainsi, ils ont pu prendre une part active dans la réflexion menée autour d'un sujet important: les nouveaux profils de compétences par fonction. Pour ces profils, chaque collaborateur a eu la possibilité de donner son avis.

Dans le souci d'un meilleur équilibre vie privée/vie professionnelle et suite aux accords trouvés avec les syndicats, nous avons revu le planning de travail cette année. Les collaborateurs reçoivent désormais leurs horaires 5 à 8 semaines à l'avance afin d'organiser plus facilement leur vie familiale. Pour la planification de leurs congés également, il y a du nouveau. Nos collaborateurs peuvent introduire une demande en janvier et reçoivent confirmation début février. Ceci leur permet de bénéficier de tarifs avantageux en réservant leurs vacances suffisamment tôt.



La différence, c'est créatif

La diversité de nos collaborateurs reflète celle de la société dans laquelle nous vivons. Elle améliore nos résultats et renforce notre compétitivité. Chaque personne est respectée et reconnue. Chacun peut être soi-même. Cette individualité au sein de notre entreprise la rend plus dynamique et plus créative.

Chez IKEA, la diversité concerne tous les domaines: sexe, nationalité, origine, capacité physique, âge, scolarité, statut parental et expérience professionnelle.

Notre recrutement est basé sur la valeur et les compétences de la personne.

Les postes vacants sont accessibles à nos collaborateurs. Ils peuvent poser leur candidature avec le soutien de leur manager.

Mixité

IKEA a toujours été attentif à offrir un parcours et des opportunités similaires aux femmes et aux hommes. Pourtant, lorsqu'on monte dans la hiérarchie, la parité diminue. Nous n'avons donc pas encore atteint notre objectif, mais y travaillons.

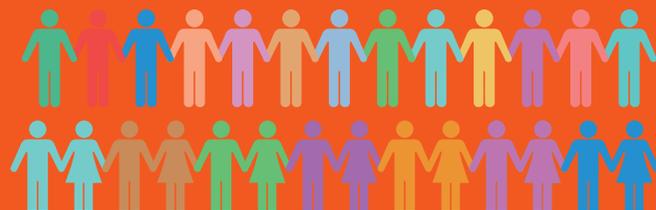
Age

A 45 ans et plus, il y a un avenir professionnel chez IKEA. C'est une question de mentalité et de volonté. Nous recrutons et employons les personnes pour leur personnalité et leurs compétences. Et nous ne tolérons pas de discrimination.

IKEA Belgique	Femmes	Hommes
Total des collaborateurs	52,9%	47,1%
Responsables de services	47,9%	52,1%
Responsables de Département	56,8%	43,2%
Direction	29,4%	70,6%
Total Management	48,7%	51,3%

Collaborateurs âgés de plus de 45 ans	23,7%
Femmes	67 %
Hommes	33%
Collaborateurs âgés de moins de 25 ans	43,2%
Managers âgés de moins de 30 ans	20,8%

53
Nombre de
nationalités
IKEA Belgique



Formation rime avec évolution

IKEA offre des opportunités d'apprentissage et de carrière à tous ses collaborateurs.

Nous voyons l'apprentissage comme un développement des compétences qui peut s'effectuer à la fois dans le travail quotidien, dans les défis et au sein de programmes de formation.

Nous tentons de créer un équilibre entre une connaissance approfondie du concept IKEA, une sensibilité au monde qui nous entoure, une vision réaliste de 'la vie à la maison' et un savoir de spécialiste. Le développement des compétences doit servir notre mission commerciale et nos clients. Tous nos collaborateurs doivent y avoir accès. La compétence est la garantie d'une entreprise qui veut réussir.

L'année dernière, en moyenne 2,43% du temps de nos collaborateurs a été dédié à des formations alors qu'en Belgique, la moyenne du secteur est de 1,16%.

Pour identifier les talents dont nous avons besoin, nous travaillons avec le PDP (Personal Development Plan). C'est dans ce cadre que nos collaborateurs ont, notamment, la possibilité de dialoguer avec leur responsable: recevoir un feedback sur leur performance, évoquer les projets professionnels futurs et les besoins de formation.



Backpackers

Dans le cadre notre programme international Backpacker Journey, certains de nos collaborateurs pouvaient partir travailler chez IKEA à l'étranger. Ils remplissent deux missions, chacune de 6 mois, dans deux départements différents. Armés d'un solide bagage et d'une perspective internationale, ils acquièrent un grand potentiel pour les fonctions de management de demain. Cette année, IKEA Belgique a reçu dix backpackers ici et envoyé cinq backpackers à l'étranger. Trois de ces cinq collègues ont entretemps repris le travail au sein de l'organisation belge: tous dans une nouvelle fonction, avec de nouveaux défis, et qui représente un avancement.

Devenir manager chez IKEA

Pour assurer notre expansion et la succession pour l'avenir, IKEA Belgique a développé une formation nationale de Trainee Manager. Celle-ci permet aux candidats, sélectionnés au sein de IKEA, d'être prêts à assumer une fonction de management dans les 12 à 18 mois, dans le cadre d'un contrat à durée indéterminée.

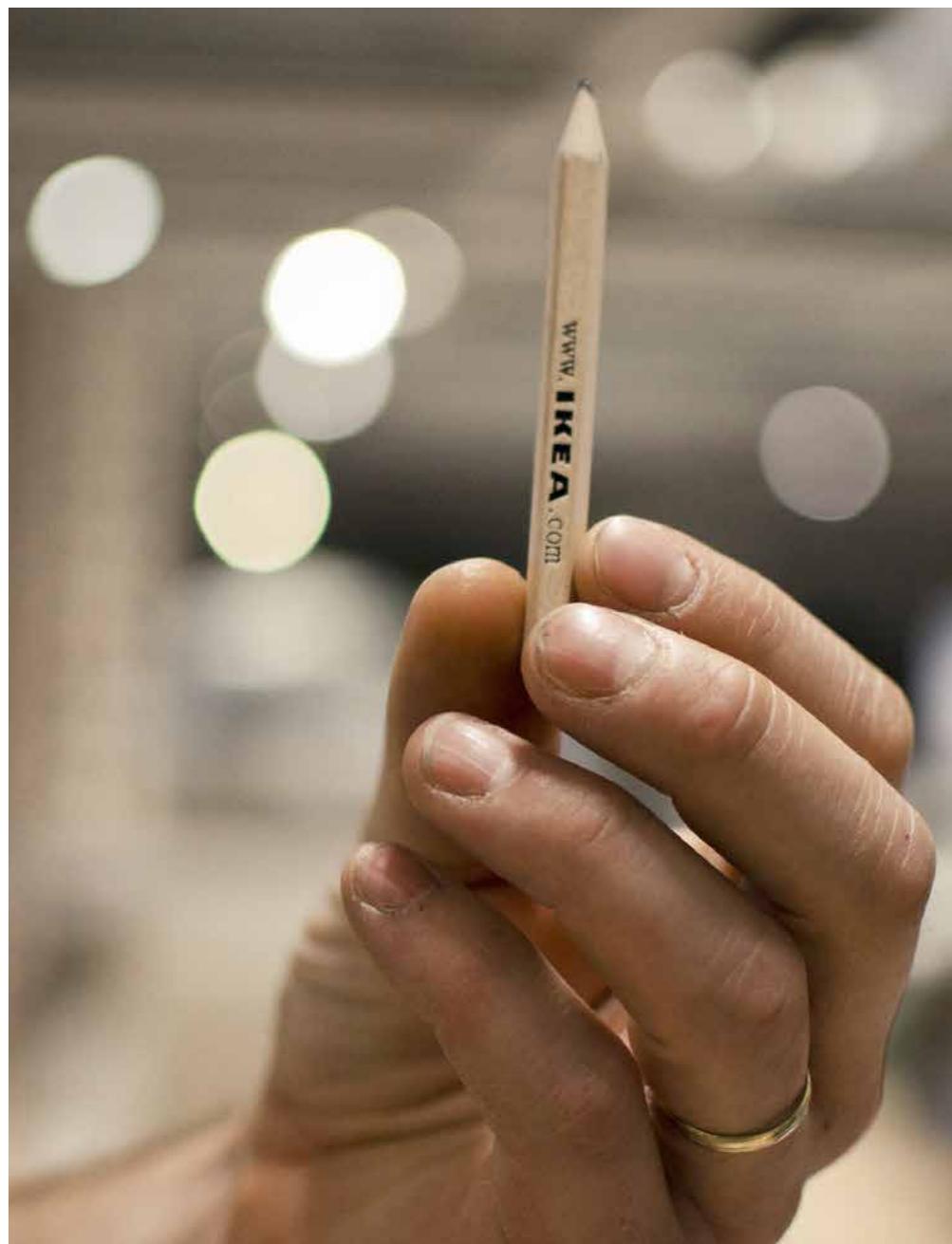
Cette année, 12 collaborateurs ont participé au premier programme.

Heures de formation FY 2013	
Total IKEA Belgique FY13	72.233 h
Moyenne par collaborateur	25 h



Steven Depreitere
Futur Manager IKEA Gand

 Au départ, j'ai un diplôme de couvreur. J'ai commencé chez IKEA comme collaborateur au libre-service. Deux ans plus tard, j'ai décroché un job de shop keeper au département chambres à coucher. Cette année, j'ai l'opportunité de suivre un parcours de formation pour futurs managers. Chez IKEA, quelle que soit la formation de base, quand on s'engage, tout devient possible. 



Etablir une relation avec nos fournisseurs

Depuis 2000, IKEA possède son propre Code de Conduite (IWAY) pour l'achat d'articles d'ameublement, de matériaux et de services. Ce code détermine ce que les fournisseurs sont en droit d'attendre de nous et ce que IKEA exige de leur part. IKEA exige de ses fournisseurs et sous-traitants qu'ils offrent de bonnes conditions de travail et qu'ils respectent les droits de l'homme et la législation sociale locale. Par ailleurs, IKEA impose des critères stricts en matière d'environnement et de sécurité.

En Belgique, les fournisseurs d'articles d'ameublement, de services de transport, de pièces de rechange, de services de distribution et de IKEA Food sont tous conformes à IWAY. Le processus de mise en conformité IWAY des gestionnaires de déchets, ainsi que des services de nettoyage et de sécurité, a été lancé. D'ici 2014, nos sous-traitants de services de livraison à domicile travailleront, eux aussi, conformément à notre Code de Conduite.



Luc Verhulst
CEO Q-food

Comment travaillez-vous avec le code de conduite IWAY?

Les standards IWAY sont intégrés à notre fonctionnement quotidien, à nos décisions stratégiques et au manuel de qualité de notre entreprise. Nous soumettons systématiquement et spontanément nos processus les plus importants à un audit IWAY. Cela nous permet de rester extrêmement rigoureux dans notre organisation et nous oblige à être critiques envers nous-mêmes. Le code IWAY nous a amené à élargir la notion de qualité à des domaines plus vastes tels que la gestion du personnel, de l'environnement et du développement durable. Cette approche nous permet aussi de sensibiliser nos collaborateurs à toutes ces questions.

Quelles améliorations avez-vous pu mettre en place grâce à IWAY?

Depuis sa création il y a 40 ans, Q-food a toujours veillé à la bonne intelligence entre toutes les parties prenantes. Nous sommes une entreprise familiale qui tient fermement à ses valeurs: ouverture, transparence, ambition, flexibilité et vision à long terme. IWAY est donc pour nous un prolongement logique de notre approche.

Depuis IWAY, nous accordons une attention accrue au développement durable, à l'ergonomie et à la sécurité au travail. Nous avons également augmenté la qualité et la fréquence de nos canaux de communication internes. Aujourd'hui, l'entreprise entière est impliquée de façon plus intensive dans le développement de produit et dans l'évaluation de nouveaux produits. IWAY a, sans aucun doute, joué un rôle de catalyseur pour Q-food.



Communautés dynamiques

IKEA soutient, au niveau national et international, des organismes caritatifs et des associations. Défense des droits de l'homme, aide aux enfants en situation précaire et protection de l'environnement sont les domaines où nous collaborons avec des partenaires dynamiques, avec l'aide de nos collaborateurs et de nos clients.



Des peluches qui ont le pouvoir de changer la vie des enfants

La campagne Peluches annuelle est soutenue par tous les magasins IKEA à l'échelle internationale. Pour chaque peluche ou livre pour enfants acheté, 1 € est reversé par IKEA Foundation à l'UNICEF ou à Save the Children. Les clients et collaborateurs de IKEA, dans le monde entier, ont permis à IKEA Foundation de récolter 9,3 millions d'euros cette année. Depuis le lancement de cette opération en 2003, pas moins de 10 millions d'enfants ont déjà pu être aidés.

Rien qu'en Belgique, nous avons récolté cette année plus de 210 000 €, destinés à améliorer l'enseignement des enfants en Afrique, en Europe centrale et de l'Est, et en Asie.

En outre, les clients ayant acheté une peluche ou un livre ont pu choisir de l'offrir à une œuvre caritative dont la mission est de venir en aide à des enfants en Belgique. Plus de 2 200 jouets ont été récoltés pour 7 œuvres différentes de notre pays.



Frederica Muller
Corporate Officer UNICEF Belgique

Les gens se demandent parfois ce que nous pouvons faire avec 1 €. Avec un seul euro, nous composons par exemple un kit de matériel scolaire pour un enfant pendant un mois. L'enfant reçoit un crayon, un taille-crayon, une gomme, des crayons de couleur et un cahier. Pour des enfants en situation de précarité, c'est énorme. Notre collaboration avec IKEA se base sur le droit des enfants au bonheur, à la santé et à l'éducation. C'est par l'éducation que nous pouvons changer les perspectives d'avenir de ces enfants. IKEA nous aide énormément. Les collaborateurs y croient et sont très enthousiastes. C'est un plaisir de travailler avec eux. Avec l'argent que nous recevons, nous mettons des structures d'enseignement en place. Car l'enseignement n'est pas un privilège, c'est un droit!



Nous avons besoin de la nature et elle a besoin de nous

IKEA Belgique participe à la préservation de la nature et de la biodiversité de notre pays en collaborant avec Natagora/Natuurpunt et le WWF.

En 2013, nous avons vendu des plants de lavande au prix de 2,99 € au profit des projets "LIFE Prairies Bocagères" de Natagora et "Kleine Netevallei" de Natuurpunt. Ces projets sont tous deux destinés à préserver et à restaurer des écosystèmes uniques.



Philippe Funcken
Directeur général Natagora

 LIFE Prairies Bocages est un grand projet visant à restaurer quelque 150 hectares de prairies fleuries en Famenne en l'espace de 7 ans. Cette année, notamment grâce à l'opération Lavande chez IKEA, nous avons pu acheter 12 hectares de prairies. Celles-ci seront restaurées pour devenir des habitats favorables à certaines espèces ciblées. Cinq hectares sont en cours d'acquisition et une quarantaine en cours de négociation. La réalisation de nos objectifs est en très bonne voie.

Cette année, nous avons également eu l'occasion de former certains collaborateurs IKEA à l'aménagement de jardins propices à la biodiversité. Dans le même ordre d'idées, nous avons conseillé IKEA pour la biodiversité dans les espaces verts entourant le futur magasin IKEA de Mons.



Filip Hebbrecht
Collaborateur Marketing
& Partenaires Natuurpunt

 La vallée de la Kleine Nete est un écosystème unique où des espèces rares sont menacées de disparition. Au printemps, IKEA Belgique a vendu des plants de lavande au profit du projet "Kleine Nete" et a récolté 30.000 €. Aussi grâce à cette action, Natuurpunt a pu restaurer 17 hectares de landes, entamer le défrichage pour pâturage et restaurer les marais et les ruisseaux. Nous partageons avec IKEA la vision d'un monde où les gens et la planète occupent une place centrale. Le choix de plants de lavande offrait plusieurs avantages. Belle et odorante, cette plante nourrit aussi les papillons et les abeilles. Cet achat, à un prix démocratique, a généré des résultats immédiats et sensibilisé le grand public à la biodiversité dans le jardin.



Rapprocher les enfants de l'école



Lieve Van den Eeckhout,
Market Relations Manager IKEA Gand

En septembre, pour la rentrée des classes, nous avons organisé une nouvelle action au profit de l'UNICEF. Pour chaque client IKEA FAMILY présentant sa carte de membre au moment de régler ses achats, IKEA a versé 0,2 € à l'UNICEF. Deux semaines avant le début de l'action, une bénévole de l'UNICEF est venue expliquer l'opération à nos collaborateurs. Dans le cadre de la campagne "Un pas de plus vers l'école", l'UNICEF se mobilise pour améliorer l'accès de l'école aux enfants de régions rurales en Inde, en Haïti, au Burundi et en République Démocratique du Congo. La bénévole a distribué des dépliants et des bracelets. Son enthousiasme a vite

En 4 semaines,
les clients de
IKEA Gand ont été
53.595 à
présenter leur carte.

Au total,
IKEA Belgique
a récolté
55.696€

Cette somme
équivalent à
10 crayons pour
278.482
enfants

gagné nos collaborateurs qui ont immédiatement attaché leur bracelet. Et aux caisses, ils ont encouragé nos clients à présenter leur carte IKEA FAMILY. L'accueil des clients a été très positif.

En 4 semaines, 53.595 clients de IKEA Gand ont présenté leur carte, ce qui représente un don de 10.719 € pour l'UNICEF. Au niveau national, IKEA Belgique a donné 55.696 € à l'UNICEF pour l'éducation des enfants, ce qui correspond à 2.784.820 crayons pour les enfants!



Des initiatives sociales locales qui nous touchent

IKEA et ses collaborateurs soutiennent les initiatives locales sociales. Dans chaque magasin, nos collaborateurs votent pour une organisation de solidarité située dans les environs. Nous offrons un soutien financier, mais nos collaborateurs prennent également une part très active à ces projets. Ils donnent de leur personne et de leur temps. Il s'agit d'une coopération sur le long terme qui est, à notre sens, plus valorisante pour tous qu'un simple chèque.



Lien Pâquet

Accompagnatrice principale Lionshulp

👉👉 L'asbl Lionshulp est un home pour jeunes filles de 14 à 20 ans qui ont des difficultés familiales. Nous les aidons afin qu'elles puissent retrouver une vie normale et construire un avenir.

Le magasin IKEA de Gand a choisi le Lionshulp comme "initiative sociale locale" à soutenir. Les jeunes filles ont immédiatement montré beaucoup d'intérêt et leur enthousiasme a grandi au fil des mois. Les filles ont participé à un atelier dans le magasin, où elles ont pu agencer leur espace de vie avec l'aide experte des collaborateurs de IKEA. Après avoir reçu des conseils sur l'agencement, la fonctionnalité et le budget, elles ont appris à prendre des décisions en groupe.

Quelques semaines plus tard, les collaborateurs de IKEA sont venus deux jours durant pour monter les meubles et aménager les espaces de

vie. Le jardin aussi a été complètement transformé. Les filles ont dit: "Maintenant, nous nous sentons comme dans une vraie maison!". Aujourd'hui, les filles en profitent tous les jours et elles prennent vraiment soin de leurs nouveaux meubles. Mais la collaboration ne s'est pas arrêtée là. Certaines filles de chez nous ont également obtenu un job d'étudiant chez IKEA. L'attitude de IKEA et les visages déjà connus les ont aidées à enfileur leur uniforme IKEA et à se présenter tous les jours au travail. Et il y avait encore une chose plus importante que le salaire qu'elles ont touché. Elles ont connu un succès qui va les accompagner toute leur vie! IKEA a aussi tenu à organiser des fêtes. Les gens de IKEA ont organisé, avec elles, la fête de Noël et le traditionnel Midsommar suédois. Buffet, décoration et activités: tout y était. Les tours de magie qu'elles ont appris et les glaces à quatre boules qu'elles ont dégustées resteront des moments inoubliables! Ce que nous retenons surtout, c'est l'enthousiasme, l'engagement personnel et la spontanéité des collaborateurs de IKEA. Ils ont trouvé la manière juste d'approcher les jeunes filles. Elles ont pu donner le meilleur d'elles-mêmes et elles en sont fières. 👉👉



Gouvernance et éthique

Highlights 2013:

- Une nouvelle organisation développement durable
- Présentation du code de conduite à nos collaborateurs

A retrouver dans le rapport Groupe:

- Structure du groupe IKEA
- Organisation développement durable Groupe
- Business Ethics
- Public Policy



Nouvelle organisation pour le développement durable

Le développement durable fait partie de nos valeurs et ses principes sont inscrits dans toutes nos activités. Les efforts de nos collaborateurs sont encouragés et soutenus.

Cette année, nous avons mis en place une structure de fonctionnement différenciée. Au siège, nous avons en effet scindé notre département Communication et Développement durable en deux départements. Dans les magasins, le nouveau département Market Relations, en collaboration avec la Sustainability team, renforce l'organisation du développement durable sur le terrain.

Département Développement durable

Grâce à cette nouvelle structure, le développement durable bénéficie d'une représentation plus forte au sein du Management team et d'une meilleure intégration de ses principes dans l'ensemble des activités de l'entreprise.

Market Relations

Ce département se charge de la coordination en matière de développement durable et d'initiatives sociales. Il établit les plans d'action et pilote la Sustainability team. Il assure la communication avec toutes les parties prenantes et veille à ce que l'information, ainsi que les actions à entreprendre, soient accessibles à tous et appliquées. Ce département, enfin, en réfère au Management team qui prend les décisions finales.

Vicky, Sustainability team, IKEA Gand



Sustainability team

Depuis cette année, les Eco teams ont évolué vers un nouveau modèle: les Sustainability team. Celle-ci se chargent toujours d'actions environnementales, mais s'engagent également dans des projets d'aide sociale locale.

Un collaborateur par département, un responsable déchets et un responsable maintenance (eau et électricité) forment ces Sustainability teams. Ils se retrouvent lors de réunions mensuelles qui portent non seulement sur les résultats et le suivi des actions, mais également sur un travail de groupe proactif.



Quelques exemples du travail des Sustainability Teams

Promotion de produits et de solutions pour un mode de vie plus durable

Animation d'ateliers et de formations en développement durable

Préparation de dons de produits pour les initiatives locales

Motiver les collaborateurs pour venir au travail avec un mode de transport doux

Audit annuel

Chaque année, nous organisons un audit interne dans nos magasins. Celui-ci se présente sous la forme d'une grille à remplir et ses critères sont basés sur les objectifs à atteindre en 2015. Cet audit interne permet aux magasins d'évaluer leurs performances et d'établir leur plan d'action en matière de développement durable.



Elise Barbé,
Instore Sustainability Manager

Quels changements espérez-vous en renouvelant l'organisation pour le développement durable?

Nous avons cherché à établir une structure plus participative. Auparavant, chaque projet en développement durable, du plus petit

au plus grand, était géré au niveau national par notre département Développement Durable. Grâce à la création du département Market Relations, spécialement dédié au développement durable, chaque magasin a désormais la possibilité de piloter ses propres projets. Les collaborateurs, qui peuvent aujourd'hui s'appuyer sur une structure proche et concrète, ont l'occasion de mettre toute leur bonne volonté en pratique.

Quelle est la différence entre les actuelles Sustainability teams et les anciennes Eco teams?

Déjà, la nouvelle appellation en dit long. Pour IKEA, le développement durable ne se limite pas à l'écologie, même si l'environnement reste un sujet important. Pour nous, il s'agit aussi de contribuer à une vie meilleure pour les personnes et les communautés dans le monde entier et d'être actifs dans le cadre d'initiatives sociales locales. Les Sustainability teams ont donc une mission élargie et sont plus actives sur le terrain. Dans les magasins, elles font un vaste travail de sensibilisation et de promotion, tant vis-à-vis des clients que de nos collaborateurs.



Quelle est l'utilité de vos audits?

Nous faisons ce que nous appelons des 'functional reviews'. Nous passons une journée en magasin pour établir des grilles d'évaluation qui serviront à déterminer le plan d'action. Mais ce qui est remarquable dans cette démarche, c'est qu'elle crée un

échange de bons procédés. Lors d'une 'functional review', nous emmenons en effet toujours une personne d'un autre magasin. Il en résulte un précieux partage d'informations et d'expériences entre les magasins, avec un grand nombre de réactions positives à la clé.



L'engagement de nos collaborateurs

Dans le cadre de notre enquête annuelle VOICE, nous pouvons, entre autres, évaluer l'implication de nos collaborateurs dans le développement durable. Le score global de 64% montre un intérêt pour le développement durable, mais il doit encore augmenter. C'est pourquoi le bonus des collaborateurs et des managers de IKEA Belgique comprend depuis cette année un critère de développement durable. L'indice de recyclage compte en effet pour 20% à pdf 20-1pdf 20-1pdf dans le calcul du bonus. (Voir page 29).

	2012	2013
"Dans mon travail quotidien, je me sens responsable de la minimisation de l'impact négatif sur l'environnement."	73%	72%
"Dans mon département, le développement durable fait partie intégrante du travail."	59%	60%
"Dans mon département, nous menons des actions concrètes suivant les lignes directrices de IKEA en matière de développement durable."	58%	59%
Total	63%	64%



Ethique

En 2012, IKEA a formulé un Code de Conduite pour tous ses collaborateurs. Les points-clés de ce code sont: l'égalité des chances, la tolérance zéro pour le harcèlement, l'interdiction de consommer de l'alcool et des stupéfiants au travail, la garantie de conditions de travail sûres, le respect de la vie privée et les efforts en développement durable.

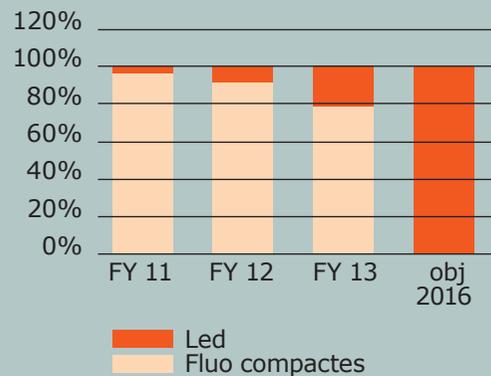
Cette année, 83% des collaborateurs ont participé à des ateliers sur le Code de Conduite qui sera dorénavant intégré à la présentation de bienvenue de nos nouveaux collaborateurs. Notre objectif est d'atteindre 100% de participation à cet atelier.



Performance

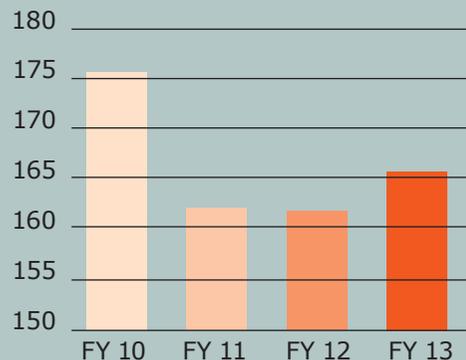
UN MODE DE VIE DURABLE À LA MAISON

Part des ampoules LED dans la vente d'ampoules à économie d'énergie

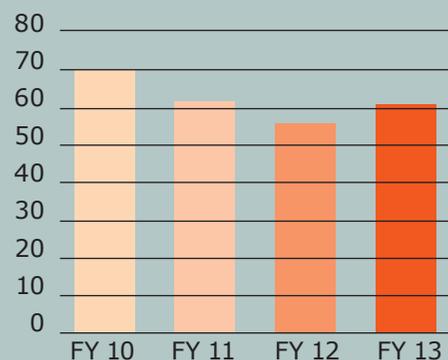


INDEPENDANCE EN RESSOURCES ET EN ENERGIE

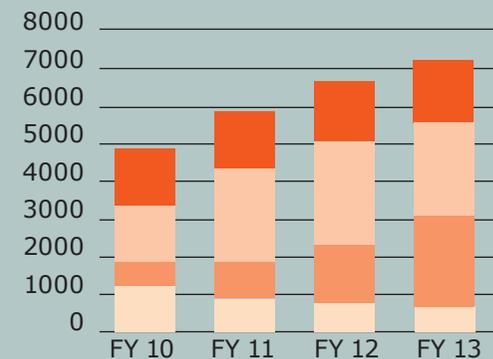
Efficacité énergétique de nos magasins (kWh/m²)



Efficacité énergétique de notre dépôt (kWh/m²)

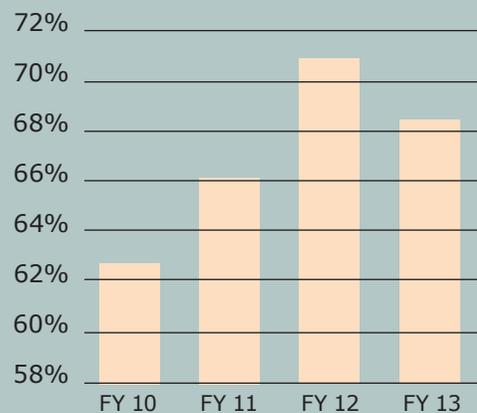


Energie renouvelable produite sur nos sites (MWh)

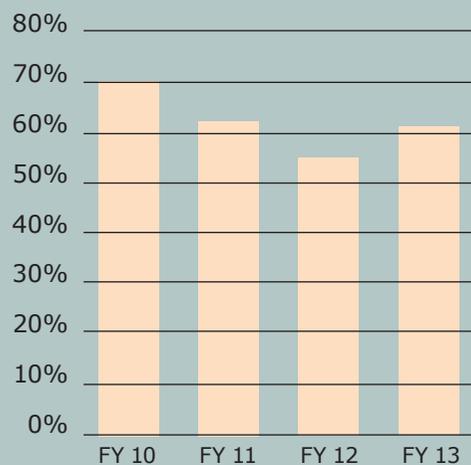


- Energie renouvelable produite avec des panneaux PV et réinjectée sur le réseau (dépôt)
- Energie renouvelable produite avec des panneaux PV (dépôt)
- Energie renouvelable produite avec des panneaux PV (magasins)
- Energie renouvelable produite avec des chaudières à bois (magasins)

Part d'énergie renouvelable dans notre consommation totale (magasins)

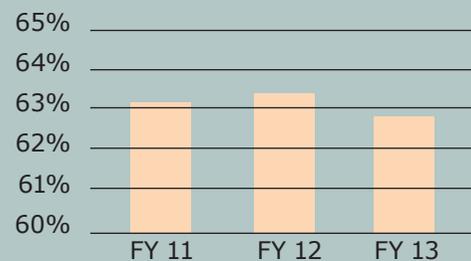


Part d'énergie renouvelable dans notre consommation totale (dépôt)

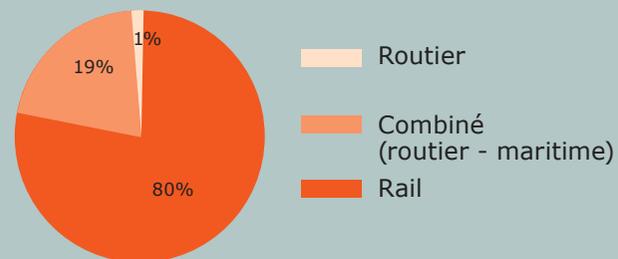
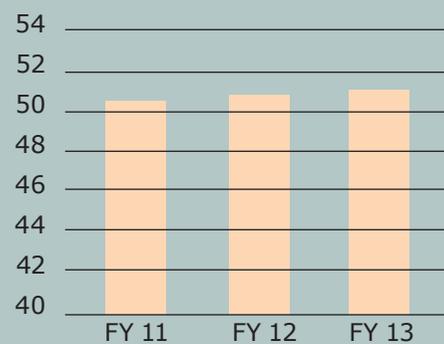
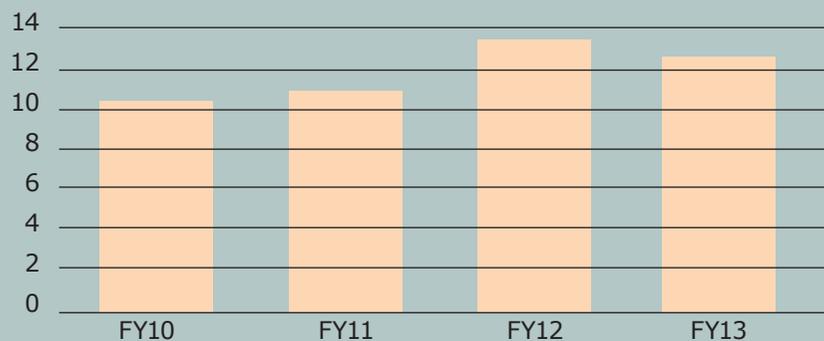


INDEPENDANCE EN RESSOURCES ET EN ENERGIE

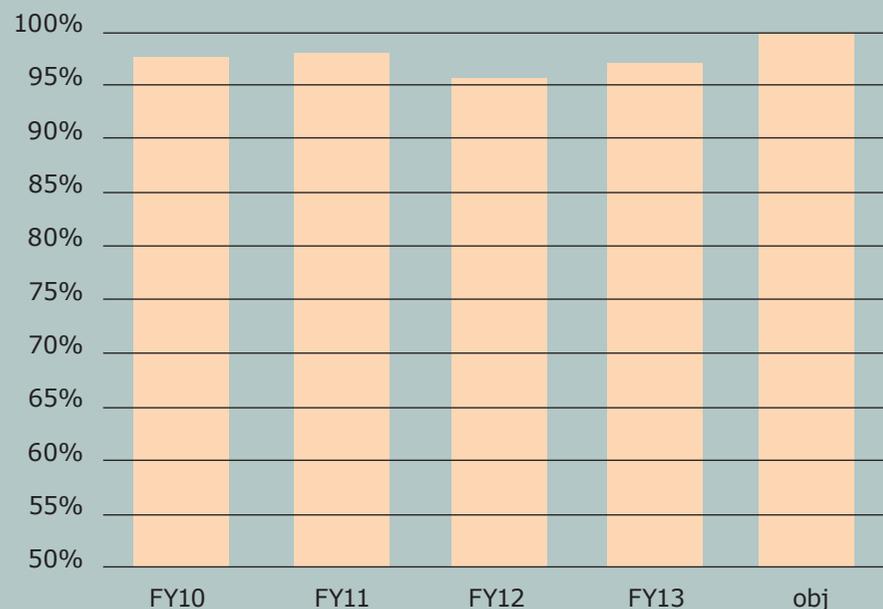
Taux de remplissage des camions au départ de notre dépôt de Winterslag (pourcentage)



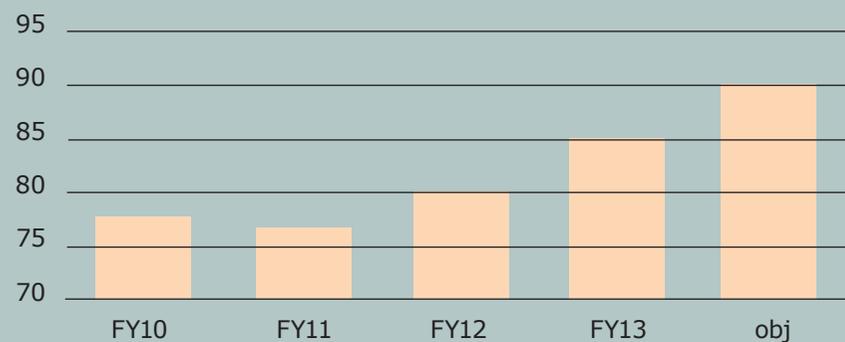
Mode de transport des marchandises livrées à notre dépôt de Winterslag:

Volume transporté par camion au départ de notre dépôt de Winterslag (m³)Quantité de déchets produits rapporté à l'activité dans nos magasins: (kg de déchets produits/m³ de marchandises vendues)

INDEPENDANCE EN RESSOURCES ET EN ENERGIE

Indice de valorisation des déchets du dépôt
(% de déchets recyclés ou valorisés énergétiquement/total déchets)

Déchets triés en magasin (%)



UNE VIE MEILLEURE POUR LES PERSONNES ET LES COMMUNAUTES

IKEA Belgique	Femmes	Hommes
Total des collaborateurs	52,9%	47,1%
Responsables de services	47,9%	52,1%
Responsables de Département	56,8%	43,2%
Direction	29,4%	70,6%
Total Management	48,7%	51,3%

Collaborateurs âgés de plus de 45 ans	23,7%
Femmes	67 %
Hommes	33%
Collaborateurs âgés de moins de 25 ans	43,2%
Managers âgés de moins de 30 ans	20,8%

Heures de formation FY 2013	
Total IKEA Belgique FY13	72.233 h
Moyenne par collaborateur	25 h

GOUVERNANCE ET ETHIQUE

	2012	2013
“Dans mon travail quotidien, je me sens responsable de la minimisation de l’impact négatif sur l’environnement.”	73%	72%
“Dans mon département, le développement durable fait partie intégrante du travail.”	59%	60%
“Dans mon département, nous menons des actions concrètes suivant les lignes directrices de IKEA en matière de développement durable.”	58%	59%
Total	63%	64%

